
PERANAN PROMOSI PERPUSTAKAAN DALAM MENINGKATKAN MINAT KUNJUNG DI DINAS PERPUSTAKAAN DAN KEARSIPAN KOTA MANADO

Fidelia Mumek, Anthonius M. Golung, S. Posumah-Rogi

Email: fidelia.mumek1998@gmail.com

Diterima :

Disetujui :

Diterbitkan :

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana peranan promosi perpustakaan dalam meningkatkan minat kunjungan di Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Manado. Promosi perpustakaan merupakan kegiatan yang bertujuan untuk menyadarkan masyarakat tentang pentingnya perpustakaan bagi kehidupan. Promosi yang dilakukan Perpustakaan Kota Manado untuk memperkenalkan perpustakaan dan produk-produk yang ada belum dapat menjadi ikon untuk menarik perhatian masyarakat datang berkunjung ke perpustakaan. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif dengan melakukan observasi, dokumentasi dan wawancara. Informan dalam penelitian ini adalah 1 kepala bidang, 1 staf pustakawan, 2 orang staf dan 2 orang pemustaka di Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Manado. Adapun yang menjadi fokus penelitian adalah *advertising*, *Personal Selling* dan *Sales Promotion*. Hasil penelitian yang diperoleh adalah Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Manado menggunakan media social *facebook* sebagai sarana promosi dan memperkenalkan aplikasi *ebook* Dispersip. Produk yang ditawarkan perpustakaan adalah bahan pustaka, penyediaan fasilitas seperti Wifi dan aplikasi ebook dispersip, pustakawan melakukan promosi secara langsung dalam bentuk bimbingan pemakai tetapi belum maksimal, terkendala kurangnya SDM, media sosial khususnya *facebook*, sosialisasi (tidak intens) dan melalui bimbingan pemakai bagi pemustaka. Menyediakan aplikasi ebook dispersip dan menyediakan koleksi yang sesuai dan relevan dengan kebutuhan pemustaka dan produk yang ditawarkan perpustakaan adalah bahan pustaka, penyediaan fasilitas seperti Wifi dan aplikasi ebook dispersip. Produk yang ditawarkan perpustakaan dapat memenuhi kebutuhan informasi pemustaka. Sebaiknya Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Manado dapat mendesain lebih menarik bahan promosi agar dapat menarik perhatian pengunjung, perlu adanya perhatian pimpinan terhadap pelaksanaan promosi yang dilakukan setiap tahunnya, perlu adanya pengembangan promosi perpustakaan yang lebih bervariasi untuk meningkatkan jumlah pengunjung baik melalui media sosial, sosialisasi ataupun bimbingan pemakai dan perlu adanya perhatian dan evaluasi pimpinan terhadap SDM dan anggaran sebagai faktor pendukung terlaksananya promosi .

Kata Kunci: Promosi, Perpustakaan, Minat kunjung.

THE ROLE OF THE LIBRARY'S PROMOTION IN VISITING THE SERVICE OF THE LIBRARY AND ARCHIVES OF MANADO

Fidelia Mumeck, Anthonius M. Golung, S. Posumah-Rogi

Email: fidelia.mumeck1998@gmail.com

Abstract

This study aims to determine how the role of library promotion in increasing interest in visiting the Office of Library and Archives of Manado City. Library promotion is an activity that aims to make people aware of the importance of libraries for life. The promotion carried out by the Manado City Library to introduce the library and existing products has not yet become an icon to attract the attention of the public to visit the library. The research method used is a qualitative research method by observing, documenting and interviewing. The informants in this study were 1 head of department, 1 librarian staff, 2 staff and 2 visitors at the Manado City Archives and Library Service. As for the focus of research is advertising, Personal Selling and Sales Promotion. The result of this research is that the Office of Library and Archives of Manado City uses social media Facebook as a means of promotion and introduces the Dispersip ebook application. The products offered by the library are library materials, the provision of facilities such as Wifi and the ebook dispersip application, librarians carry out direct promotions in the form of user guidance but not maximized, constrained by a lack of human resources, social media especially Facebook, socialization (not intense) and through user guidance for visitors. . Providing the ebook dispersip application and providing collections that are appropriate and relevant to the needs of users and the products offered by the library are library materials, provision of facilities such as Wifi and the ebook dispersip application. The products offered by the library can meet the information needs of visitors. It is better if the Department of Library and Archives of the City of Manado can design more attractive promotional materials in order to attract the attention of visitors, there needs to be leadership attention to the implementation of promotions that are carried out every year, it is necessary to develop more varied library promotions to increase the number of visitors either through social media, socialization or user guidance and the need for leadership attention and evaluation of human resources and budget as supporting factors for the implementation of promotion.

Keywords: Promotion, Library, Visiting Interest.

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perpustakaan adalah sebuah kata yang sudah tidak asing lagi di dengar walaupun disadari sepenuhnya bahwa perpustakaan bukanlah nama atau tempat yang populer karena pemahaman tentang keberadaan perpustakaan yang tampaknya belum sepenuhnya

terpahami secara utuh. Keragaman dan kemutakhiran koleksi yang dimiliki oleh sebuah perpustakaan tidak akan ada gunanya jika tidak dimanfaatkan secara maksimal. Untuk itu diperlukan upaya mengajak pemustaka dan calon pemustaka untuk berkunjung ke perpustakaan dan memanfaatkan koleksi secara maksimal. Upaya tersebut sering dinamakan dengan

promosi perpustakaan. Promosi perpustakaan merupakan kegiatan yang bertujuan untuk menyadarkan masyarakat pengguna/pemustaka tentang pentingnya perpustakaan bagi kehidupan, memperkenalkan perpustakaan dengan segala kegiatannya kepada masyarakat yang dilayani. Dengan adanya promosi, kegiatan perpustakaan akan mudah diketahui oleh masyarakat sehingga masyarakat bisa mengenal perpustakaan, dan menarik minat kunjung masyarakat untuk mengetahui koleksi yang dimiliki, mengetahui jenis-jenis pelayanan yang ada, serta manfaat yang bisa diperoleh masyarakat pemustaka. Promosi yang dilakukan Perpustakaan Kota Manado untuk memperkenalkan perpustakaan dan produk-produk yang ada belum dapat menjadi ikon untuk menarik perhatian masyarakat datang berkunjung ke perpustakaan. Selain itu promosi yang dilakukanpun tidak secara terus-menerus setiap tahunnya karena terkendala minimnya anggaran. Hal tersebut sangat mempengaruhi jumlah kunjungan pengguna untuk datang ke perpustakaan. Berdasarkan gambaran di atas, penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul Peranan Promosi Perpustakaan Dalam Meningkatkan Minat Kunjung Di Dinas Perpustakaan Dan Kearsipan Kota Manado.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, perumusan masalah pada penelitian ini adalah bagaimana peranan promosi perpustakaan di Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Manado?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang menjadi tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana peranan promosi perpustakaan dalam meningkatkan minat kunjung di Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Manado.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini memiliki 2 manfaat, yaitu sebagai berikut:

1. Manfaat teoritis (ilmiah)

Hasil penelitian ini diharapkan akan memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan khususnya ilmu perpustakaan dan

informasi dalam mengkaji peranan promosi perpustakaan dalam meningkatkan minat kunjung.

2. Manfaat praktis

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan masukan kepada Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Manado dalam meningkatkan minat kunjung.

TINJAUAN PUSTAKA

A. Pengertian Perpustakaan

Menurut KBBI perpustakaan diartikan sebagai tempat, gedung, ruang yang disediakan untuk pemeliharaan dan penggunaan koleksi tersebut: koleksi buku, majalah, dan bahan kepustakaan lainnya yang disimpan untuk dibaca, dipelajari, dibicarakan. Menurut Sulisty Basuki (1991), perpustakaan adalah sebuah ruangan, bagian sebuah gedung, ataupun gedung itu sendiri yang digunakan untuk menyimpan buku dan terbitan lainnya yang biasanya disimpan menurut tata susunan tertentu untuk digunakan pembaca bukan untuk dijual.

B. Pengertian Perpustakaan Umum

Menurut Sulisty Basuki (1991) perpustakaan umum adalah perpustakaan yang diselenggarakan oleh dana umum dengan tujuan melayani umum. Menurut Sutarno NS (2006) perpustakaan umum berada di tiga tingkatan pemerintahan yakni (1) perpustakaan umum kabupaten dan kota di seluruh Indonesia, (2) perpustakaan umum kecamatan (baru sebagian kecil, sekitar 33 unit, (Perpusnas RI, 2002), dan (3) perpustakaan umum desa/kelurahan. Perpustakaan umum dikelola oleh pemerintah daerah dan dikelola oleh pemerintah daerah yang bersangkutan.

C. Ciri Perpustakaan Umum

Ciri perpustakaan umum adalah sebagai berikut:

1. Terbuka untuk umum,
2. Dibiayai oleh dana umum,
3. Jasa yang diberikan pada hakekatnya bersifat cuma-cuma.

D. Fungsi Perpustakaan Umum

Fungsi perpustakaan umum dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Pendidikan yaitu Perpustakaan umum bertugas memelihara dan menyediakan saran untuk pengembangan perorangan/kelompok pada semua tingkat kemampuan pendidikan,
2. Informasi yaitu perpustakaan menyediakan kemudahan bagi pemakai berupa akses yang cepat terhadap informasi yang tepat mengenai seluruh jabatan pengetahuan manusia.
3. Kebudayaan yaitu perpustakaan merupakan pusat kehidupan kebudayaan dan secara aktif mempromosikan partisipasi dan apresiasi semua bentuk seni.
4. Rekreasi yaitu perpustakaan memainkan peran penting dalam mendorong penggunaan secara aktif rekreasi dan waktu senggang dengan penyediaan bahan bacaan.

E. Pengertian Peranan

Menurut Soekanto (1990) suatu peranan hendaknya mencakup tiga hal yaitu :

1. Peranan meliputi norma-norma yang dihubungkan dengan posisi atau tempat seseorang dalam masyarakat.
2. Peranan adalah suatu konsep perihal yang dapat dilakukan oleh individu dalam masyarakat.
3. Peranan juga dapat dikatakan sebagai perilaku individu yang penting bagi struktur sosial masyarakat.

Menurut Soekanto Soejono dalam buku berjudul sosiologi suatu pengantar (2012) menjelaskan pengertian peranan merupakan aspek dinamis kedudukan (status). Peranan adalah suatu rangkaian perilaku yang teratur, yang ditimbulkan karena suatu jabatan tertentu atau karena adanya suatu kantor yang mudah dikenal.

F. Pengertian Promosi

Hartono (2016) menyatakan bahwa promosi berfungsi sebagai sarana atau alat untuk memperkenalkan suatu produk atau jasa dari suatu organisasi kepada konsumen agar produk tersebut dikenal oleh masyarakat. Menurut Sujatna (2017), promosi perpustakaan adalah berbagai aktifitas yang dilakukan oleh perpustakaan dalam rangka meningkatkan pemanfaatan produk dan layanan

perpustakaan oleh pemustaka potensial dan actual. Dengan demikian kegiatan promosi perpustakaan harus berpedoman pada pemasaran kebutuhan pemakai perpustakaan yang diadakan harus senantiasa aktif dipromosikan sampai semua kelompok sasaran menyadari peran utama perpustakaan, yaitu sebagai mitra dalam pembelajaran sepanjang hayat, dan meupakan pintu Gerang untuk membuka semua jenis sumber informasi.

G. Fungsi Promosi Perpustakaan

Beberapa fungsi promosi dalam kegiatan pemasaran perpustakaan, yaitu:

1. Dapat membantu untuk memperkenalkan eksistensi perpustakaan kepada khalayak secara lebih luas.
2. Membantu menginformasikan tentang visi, misi, tujuan, kegunaan/manfaat perpustakaan bagi khalayak.
3. Membantu memberitahukan tentang apa isi perpustakaan (*what*), siapa yang menggunakan jasa perpustakaan (*who*), kapan waktu layanan perpustakaan (*when*), dimana lokasi perpustakaan (*where*), mengapa harus ke perpustakaan (*why*), bagaimana menjadi pengguna perpustakaan (*how*).
4. Membantu menginformasikan tentang buku-buku baru yang sudah diolah dan siaga untuk dipinjamkan.
5. Membantu menginformasikan tentang kegiatan-kegiatan ekstra perpustakaan seperti: seminar, ceramah, bedah buku, pameran, lomba, keramaian, seperti (sandiwara, film, atraksi), program music, mendongeng, dan sebagainya.
6. Membantu espansi layanan dan lain-lain.

H. Tujuan Promosi Perpustakaan

Promosi perpustakaan mempunyai tujuan, yaitu

1. Memperkenalkan dan mensosialisasikan produk atau jasa layanan perpustakaan yang ditawarkan dapat menimbulkan rasa ketertarikan pemustaka.
2. Membangun citra layanan terbaik di perpustakaan dan menciptakan kesan, artinya bagaimana agar pemustaka memiliki kesan yang baik terhadap produk dan jasa perpustakaan.
3. Mendorong dan memotivasi pemustaka untuk memanfaatkan perpustakaan.

-
4. Membangkitkan minat seseorang untuk mengetahui lebih lanjut serta menggunakan, memanfaatkan produk dan jasa yang telah ditawarkan.
 5. Memperoleh tanggapan dengan promosi yang dilakukan diharapkan muncul tanggapan dalam hal ini tentunya tanggapan yang positif.
 6. Meningkatkan pemanfaatan dan pendayagunaan perpustakaan dalam rangka peningkatan budaya baca.

I. Manfaat Promosi Perpustakaan

Promosi perpustakaan mempunyai manfaat, yaitu:

1. Dapat membantu untuk memperkenalkan eksistensi perpustakaan kepada khalayak secara lebih luas.
2. Membantu menginformasikan tentang visi, misi, tujuan, kegunaan/manfaat perpustakaan bagi khalayak.
3. Membantu memberitahukan tentang apa isi perpustakaan (*what*), siapa yang menggunakan jasa perpustakaan (*who*), kapan waktu layanan perpustakaan (*when*), dimana lokasi perpustakaan (*where*), mengapa harus ke perpustakaan (*why*), bagaimana menjadi pengguna perpustakaan (*how*).
4. Membantu menginformasikan tentang buku-buku baru yang sudah diolah dan siaga untuk dipinjamkan.
5. Membantu menginformasikan tentang kegiatan-kegiatan ekstra perpustakaan seperti: seminar, ceramah, bedah buku, pameran, lomba, keramaian, seperti (sandiwara, film, atraksi), program music, mendongeng, dan sebagainya.
6. Menarik perhatian, artinya berupaya agar produk dan jasa yang ditawarkan dapat menimbulkan rasa ketertarikan pemustaka.
7. Menciptakan kesan, artinya bagaimana agar pemustaka memiliki kesan yang baik terhadap produk dan jasa perpustakaan.
8. Membangkitkan minat seseorang untuk mengetahui lebih lanjut serta menggunakan, memanfaatkan produk dan jasa yang telah ditawarkan.
9. Memperoleh tanggapan dengan promosi yang dilakukan diharapkan muncul tanggapan dalam hal ini tentunya tanggapan yang positif.
10. Menarik perhatian, artinya berupaya agar produk dan jasa yang ditawarkan dapat menimbulkan rasa ketertarikan pemustaka.

J. Elemen-elemen Promosi

Elemen- elemen promosi bauran pemasaran 4P terdiri dari:

1. *Product*, merupakan seluruh produk yang ditujukan untuk pasar sasaran.
2. *Price*, merupakan seluruh biaya yang dipertimbangkan untuk dikenalkan kepada pasar sasaran dan tidak berarti hanya uang.
3. *Place*, merupakan tempat dimana produk dapat diperoleh dan bagaimana cara memperolehnya.
4. *Promotion*, merupakan seluruh teknik komunikasi yang digunakan untuk menjangkau pasar sasaran.

K. Sarana Promosi

Sarana promosi perpustakaan dapat berupa:

1. *Brosur*, merupakan salah satu bentuk media promosi berupa kertas cetakan yang mengandung informasi suatu barang atau jasa yang ditawarkan kepada konsumen.
2. *Poster*, merupakan media promosi yang biasanya berupa kertas berukuran A-3 (*double folio*), A-2 (dua kali A-3). Dasar ide pembuatan poster adalah menyampaikan pesan kepada masyarakat pengguna secara efektif, mudah, dan murah.
3. *News letter*, suatu media yang dapat digunakan untuk memberi informasi khususnya kepada sejumlah orang secara teratur berupa berita-berita atau artikel singkat yang ditulis dengan gaya tidak formal.
4. Pembatas buku, suatu media berupa kertas atau benda yang digunakan untuk member tanda pembatas pada halaman-halaman sebuah buku. Pembatas buku dapat digunakan sebagai promosi karena kertas dibuat dari karton diberi gambar, logo, dan kata-kata mutiara yang mengajak agar orang mau datan ke perpustakaan.
5. Buku panduan, sebuah media berupa buku kecil yang diterbitkan oleh perpustakaan yang memuat informasi segala sesuatu mengenai perpustakaan, mulai dari sejarah dan latar belakang pendirian

perpustakaan, misi dan visi serta tujuan lembaga itu didirikan.

6. Kalender perpustakaan, merupakan media yang berlaku satu tahun sehingga perlu diperhatikan bahwa informasi yang disajikan harus bertahan lama, minimal satu tahun. Hal yang perlu disampaikan dalam kalender adalah nama, alamat perpustakaan, logo perpustakaan, dan dapat pula disisipkan kalimat yang mendorong orang untuk datang ke perpustakaan.

L. Bentuk Kegiatan Promosi

Bentuk kegiatan promosi yang bisa diterapkan adalah sebagai berikut:

1. Pameran, yaitu salah satu kegiatan yang bertujuan untuk memperkenalkan produk perpustakaan agar di kenal masyarakat.
2. Ceramah dan seminar, yaitu kegiatan promosi perpustakaan karena bertujuan untuk mempromosikan layanan perpustakaan sebagai prose pendidika pemakai.
3. Bacerita, yaitu media promosi yang lebih umum dikenal dengan istilah mendongeng.
4. Bazar, yaitu kegiatan jual beli yang dilakukan pada suatu tempat dan waktu tertentu, tetapi bukan pada tempat biasanya dilakuakn proses jual beli.
5. Lomba dan kuis, dengan mengadakan lomba dan kuis di perpustakaan, baik berupa lomba penulisan makalah maupun lomba pembuatan poster, kegiatan lomba yang dirancang sedemikian rupa supaya dapat mendorong orang untuk datang ke perpustakaan.
6. Wisata perpustakaan, mengajak serombongan orang untuk berkeliling ke perpustakaan guna melihat semua aspek di perpustakaan, yang pada akhirnya dapat memberikan gambaran kepada orang lain bahwa banya aspek di perpustakaan yang cukup menarik.
7. Memutar *film* atau *video*, memutar *film* atau *video* tentang penggunaan perpustakaan termasuk cara yang cukup tepat untuk menarik para pengguna perpustakaan.

Menurut Fandy Tjiptono (2008), meskipun secara umum bentuk-bentuk promosi memiliki fungsi yang sama, tetapi bentuk-bentuk tersebut dapat

dibedakan berdasarkan tugas-tugas khususnya. Beberapa tugas khusus itu atau sering disebut bauran promosi (*promotion mix, promotion blend, communication mix*), adalah *personal selling, mass selling*, terdiri atas periklanan dan publisitas), promosi penjualan, *public relation* (hubungan masyarakat), dan *direct marketing*.

M. Metode Promosi

Metode promosi menurut Philip Kotler (1997), yaitu :

a. *Advertising*

Advertising artinya iklan, yaitu berupa berita pesanan yang dipasang dalam media massa, seperti surat kabar, majalah, radio, TV, dan sebagainya.

b. *Personal Selling/Personal Service*

Salah satu promosi dalam dunia bisnis adalah *personal selling*, yaitu penjualan perorangan. Dalam perpustakaan dikenal dengan istilah *personal service* atau memberi layanan secara perorangan.

c. *Sales Promotion*

Promosi dengan sistem *sales promotion* berarti mengadakan promosi penjualan. Dalam pemasaran perpustakaan, pihak perpustakaan dapat mengadakan kerja sama dengan penerbit atau toko buku untuk mengadakan pameran buku bertempat di gedung perpustakaan atau di dalam aula.

N. Pengertian Minat Kunjung

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (1998) minat adalah kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu, gairah dan keinginan, jadi minat kunjung adalah sesuatu yang menarik untuk dikunjungi tetapi jika tidak menarik masyarakat enggan berkunjung. Minat kunjung sangat erat kaitannya dengan minat baca dan keterampilan membaca (Darmono, 2001). Dalam penelitian ini yang dimaksud dengan minat pengunjung peperustakaan adalah dorongan atau kesadaran masyarakat untuk berkunjung ke perpustakaan. Faktor-faktor yang mempengaruhi minat kunjung pemustaka ke perpustakaan adalah sebagai berikut :

1. Kondisi fisik, keadaan jasmani dan kondisi yang baik akan mempengaruhi minat yang lebih tinggi.
2. Keadaan psikis, perubahan psikis seseorang mempengaruhi minat terhadap suatu bidang studi

tertentu, misalnya dalam gangguan jasmani dan rohaninya, maka akan mempengaruhi keinginan yang berbeda.

3. Lingkungan *social*, lingkungan atau alam sekitar akan mempengaruhi minat meskipun dalam waktu relative lama.

METODE PENELITIAN

A. Lokasi Penelitian

Penelitian berlokasi di Dinas Perpustakaan dan Kearsipan kota Manado.

B. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah menggunakan pendekatan kualitatif. Menurut Sugiyono (2009:15) penelitian kualitatif adalah suatu metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *postpositivisme*, digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah dimana peneliti adalah sebagai instrument kunci, pengambilan sampel sumber data dilakukan secara *purposive*, teknik pengumpulan dengan triangulasi, analisi data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi.

C. Fokus Penelitian

Fokus penelitian dalam peranan promosi perpustakaan di Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Manado ini ialah :

1. *Advertising*
2. *Personal selling*
3. *Sales Promotion*

D. Informan Penelitian

Berdasarkan pengertian di atas maka yang menjadi informan dalam penelitian ini adalah 1 kepala bidang, 1 staf pustakwan, 2 orang staf dan 2 orang pemustaka di Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Manado.

E. Teknik Pengumpulan Data

Sugiyono (2017) menyatakan bahwa pengumpulan data dilakukan menggunakan metode kualitatif, yaitu:

1. Observasi,
2. Wawancara mendalam (*in depth interview*)

3. Studi dokumen.

Hasil wawancara merupakan data primer atau data utama yang digunakan peneliti. Sementara hasil observasi merupakan data sekunder untuk mendukung hasil utama yang ditemukan peneliti.

F. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian kualitatif, analisis dilakukan sepanjang penelitian berlangsung. Sejak pengumpulan data di mulai, analisis data di langungkan secara terus menerus hingga pembuatan laporan penelitian. Laporan itu hendaknya merupakan penyajian data secara analisis dan deskriptif yang telah dikumpulkan dan ditafsirkan secara sistematis (Furchan, 1992).

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Objek Penelitian

Kantor arsip perpustakaan kota Manado secara definitive dibentuk sejak bulan desember 2008 berdasarkan peraturan pemerintah No. 41 tahun 2007 tentang organisasi perangkat daerah dan peraturan daerah kota Manado No. 5 tahun 2008 tentang organisasi dan tata pembangunan daerah, satuan polisi pamong praja, dan Lembaga teknis daerah kota Manado. Selanjutnya tugas kota Manado diatur dalam peraturan walikota No 41 tahu 2008 tentang rincian tugas dan fungsi kantor arsip dan perpustakaan kota Manado. Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Manado terletak di Jl. Novena Megamas Manado, dimana Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Manado meminjam Gedung Dinas Pariwisata lantai dua untuk dijadikan Gedung perpustakaan kota Manado. Jam Buka Perpustakaan adalah pada hari senin dampai hari jumat. Untuk mendukung operasional lancarnya pelayanan informasi bagi Perpustakaan Kota Manado, secara keseluruhan Dinas perpustakaan dan kearsipan kota manado sampai saat ini memiliki pegawai 29 ASN. Dan 19 orang honorer. Koleksi yang berada di Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Manado sampai 1 November 2020 adalah berjumlah 3530 judul buku dan 7019 jumlah eksemplarnya. Jenis layanan yang ada yaitu, layanan umum (layanan sirkulasi), layanan referens, layanan anak, layanan Penelusuran informasi, layanan mobil keliling. Sistem pelayanan yang

diterapkan di Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Manado mengunakan sistem pelayanan terbuka.

B. Hasil Wawancara

1. *Advertising*

Media promosi yang digunakan Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Manado dalam menyampaikan informasi kepada pemustaka adalah melalui media sosial seperti *facebook* dan juga sosialisasi secara langsung yang dilakukan perpustakaan, sedangkan untuk bentuk promosi berupa iklan atau dipasang dalam media massa, seperti surat kabar, majalah, radio, TV, dan sebagainya belum dilakukan karena terkendala masalah anggaran. Promosi menggunakan media menurut informan yang ada mengatakan cukup membantu dalam meningkatkan jumlah kunjungan pemustaka tetapi ada juga yang mengatakan promosi saat ini belum cukup untuk dapat meningkatkan jumlah kunjungan pemustaka, dilihat dari jumlah kunjungan pemustaka per harinya $\pm 4 - 5$ orang dan juga pengelola akun tidak selalu meng-*update* kegiatan perpustakaan dengan layanan yang ada. Promosi harus di desain semenarik mungkin agar dapat menarik minat dan perhatian masyarakat. Kendala dalam menggunakan media sebagai sarana promosi menurut informan yaitu kendalanya pada tidak adanya anggaran, SDM yang masih kurang dan bentuk atau desain yang dibuat untuk melakukan promosi. Media yang digunakan untuk melakukan promosi yaitu media sosial khusus *facebook* dan melakukan sosialisasi langung kepada pemustaka. Untuk sosialisasi tidak berjalan efektif karena terkendala masalah anggran. Penggunaan media sosial sebagai sarana promosi menurut informan cukup efektif dalam melakukan promosi guna meningkatkan jumlah kunjungan pemustaka, namun ada juga yang mengatakan belum cukup efektif.

2. *Personal Selling*

Pustakawan melakukan promosi secara langsung dalam bentuk bimbingan pemakai tetapi belum maksimal, karena terkendala kurangnya SDM sehingga ada pemustaka yang tidak pernah merasakan secara langsung promosi yang dilakukan pustakawan. Bentuk promosi yang dilakukan secara langsung dinas perpustakaan yaitu menggunakan media sosial

khususnya *facebook*, sosialisasi (tidak intens) dan melalui bimbingan pemakai bagi pemustaka. Menyediakan aplikasi ebook dispersib dan berupaya menyediakan koleksi yang sesuai dan relevan dengan kebutuhan pemustaka.

3. *Sales Promotion*

Dinas Perpustakaan Dan Kearsipan Kota Manado melakukan promosi perpustakaan pustakawan yang menawarkan produknya dalam bentuk berbagai koleksi baik dalam bentuk fisik yaitu buku ataupun dalam bentuk digitasi melalui aplikasi ebook dispersip, selian itu juga perpustakaan menyediakan fasilitas seperti WiFi untuk membantu meneluru informasi secara *online*. produk yang ditawarkan dinas perpustakaan dalam bentuk aplikasi seperti ebook dispersip dapat membantu memenuhi kebutuhan informasi pemustaka.

C. Pembahasan

Menurut Suharto (2001), promosi perpustakaan adalah salah satu cara yang mempunyai peranan untuk memperkenalkan perpustakaan, mengajari pemakai perpustakaan, untuk menarik lebih banyak pemustaka dan meningkatkan pelayanan pemustaka pada suatu perpustakaan.

1. *Advertising*

Hasil penelitian yang diperoleh yaitu Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Manado menggunakan media sosial khususnya *facebook* sebagai sarana promosi perpustakaan dan memperkenalkan aplikasi penelusuran yang digunakan yaitu ebook dispersip. Promosi menggunakan media menurut informan yang ada mengatakan cukup membantu dalam meningkatkan jumlah kunjungan pemustaka tetapi ada juga yang mengatakan promosi saat ini belum cukup untuk dapat meningkatkan jumlah kunjungan pemustaka, dilihat dari jumlah kunjungan pemustaka per harinya $\pm 4 - 5$ orang dan juga pengelola akun tidak selalu meng-*update* kegiatan perpustakaan dengan layanan yang ada.

Kendala dalam menggunakan media sebagai sarana promosi menurut informan yaitu kendalanya tidak adanya anggaran dan SDM yang masih kurang, sehingga perlu ada penambahan pustakawan. Media yang

digunakan untuk melakukan promosi yaitu media sosial khusus facebook dan melakukan sosialisasi langsung kepada pemustaka. Untuk sosialisasi tidak berjalan efektif karena terkendala masalah anggaran. Penggunaan media sosial sebagai sarana promosi menurut informan cukup efektif dalam melakukan promosi guna meningkatkan jumlah kunjungan pemustaka, namun ada juga yang mengatakan belum cukup efektif, selain itu promosi harus di desain semenarik mungkin agar dapat menarik minat dan perhatian masyarakat untuk datang dan berkunjung ke perpustakaan. Berdasarkan hasil penelitian tersebut dinas perpustakaan kota manado dapat berupaya dan berusaha untuk membenahi kendala-kendala yang ada agar kedepannya dalam memberikan pelayanan kepada pemustaka lebih baik lagi.

2. *Personal selling*

Hasil penelitian yang diperoleh yaitu pustakawan melakukan promosi secara langsung dalam bentuk bimbingan pemakai tetapi belum maksimal, karena terkendala kurangnya sumber daya manusia sehingga perpustakaan perlu untuk melakukan rekrutmen tenaga perpustakaan khususnya pustakawan agar dapat memaksimalkan pemberian layanan. Bentuk promosi yang dilakukan secara langsung dinas perpustakaan yaitu menggunakan media sosial khususnya *facebook*, serta sosialisasi walaupun untuk saat ini tidak dapat berlangsung dengan maksimal karena terkendala masalah anggaran dan melalui bimbingan pemakai bagi pemustaka. Perpustakaan menyediakan aplikasi ebook dispersip dan berupaya menyediakan koleksi yang sesuai dan relevan dengan kebutuhan pemustaka. Sehingga diharapkan dengan adanya upaya-upaya perbaikan pelayanan yang diberikan dinas perpustakaan melalui promosi dapat lebih maksimal proses pemberian layanan guna meningkatkan jumlah kunjungan pemustaka.

3. *Sales Promotion*

Hasil penelitian yang diperoleh yaitu peranan promosi di Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Manado dapat dilihat dari produk yang ditawarkan perpustakaan dalam bentuk bahan pustaka, penyediaan fasilitas seperti Wifi dan aplikasi *ebook* dispersip yang dapat diakses pemustaka. Produk yang ditawarkan

perpustakaan dapat memenuhi kebutuhan informasi pemustaka baik dalam bentuk aplikasi *ebook* dispersip ataupun bahan pustaka yang tersedia, sehingga diharapkan dapat menumbuhkan minat baca dan menambah jumlah pemustaka yang dapat memanfaatkan perpustakaan dengan segala bentuk bahan pustaka ataupun fasilitas yang tersedia di dalamnya.

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti yang berkaitan dengan peranan promosi perpustakaan dalam meningkatkan minat kunjung di Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Manado, dapat disimpulkan bahwa :

1. Perpustakaan menggunakan media sosial facebook sebagai sarana promosi dan memperkenalkan aplikasi *ebook* dispersip. Promosi menggunakan media cukup membantu meningkatkan jumlah kunjungan pemustaka tetapi ada juga informan yang mengatakan belum cukup untuk dapat meningkatkan jumlah kunjungan pemustaka per harinya $\pm 4 - 5$ orang. Kendala menggunakan media sebagai sarana promosi yaitu kurangnya SDM, anggaran dan bentuk desain promosi. Penggunaan media sosial sebagai sarana promosi menurut informan ada yang cukup efektif tetapi ada juga yang mengatakan belum cukup efektif. Pengelola akun tidak selalu meng-*update* kegiatan perpustakaan dengan layanan yang ada
2. Pustakawan melakukan promosi secara langsung dalam bentuk bimbingan pemakai tetapi belum maksimal, terkendala kurangnya SDM, media sosial khususnya *facebook*, sosialisasi (tidak intens) dan melalui bimbingan pemakai bagi pemustaka. Menyediakan aplikasi ebook dispersip dan menyediakan koleksi yang sesuai dan relevan dengan kebutuhan pemustaka.
3. Produk yang ditawarkan perpustakaan adalah bahan pustaka, penyediaan fasilitas seperti Wifi dan aplikasi ebook dispersip. Produk yang ditawarkan perpustakaan dapat memenuhi kebutuhan informasi pemustaka.

B. SARAN

Berdasarkan uraian dan kesimpulan yang telah dijelaskan maka peneliti dapat memberikan saran yaitu :

1. Diharapkan perpustakaan dapat medesain lebih menarik promosi yang dibuat agar dapat menarik perhatian pengunjung
2. Perlu adanya perhatian pimpinan terhadap pelaksanaan promosi yang dilakukan setiap tahunnya
3. Perlu adanya pengembangan promosi perpustakaan yang lebih bervariasi untuk meningkatkan jumlah pengunjung baik melalui media sosial, sosialisasi ataupun bimbingan pemakai.
4. Perlu adanya perhatian dan evaluasi pimpinan terhadap SDM dan anggaran sebagai faktor pendukung terlaksananya promosi

DAFTAR PUSTAKA

- Arief, Furchan. 1992. *Pengantar Metode Penelitian Kualitatif*. Surabaya : Usaha Nasional
- Basuk-Sulistyo, 1991. *Pengantar Ilmu Perpustakaan*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama/
- Darmono , 2001. *Manajemen Perpustakaan*. Jakarta : Grasindo.
- Departemen Pendidikan dan kebudayaan. 1998. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta : Balai Pustaka.
- Hartono, 2016. *Manajemen Perpustakaan Sekolah*. Yogyakarta : Ar-Ruzz Media.
- Kotler, P. 1997. *Manajemen Pemasaran*. Surakarta : Pabelan.
- Lassa, HS. 2005. *Manajemen Perpustakaan*. Yogyakarta : Pustaka Book Publisher.
- Miftah, Thota, 2012. *Prilaku organisasi konsep dasar dan implikasinya*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Nasution. 1982. *Promosi Di Perpustakaan Umum, Dalam Perpustakaan dan Informasi*. Jakarta : Pusat Pembinaan Perpustakaan Departemen P & K.
- Mustafa. 2007. *Promosi Jasa Perpustakaan*. Jakarta : Universitas Terbuka.
- Qalyubi, S. 20202. *Dasar-Dasar Ilmu Perpustakaan dan Informasi*. Yogyakarta : JIP Sunan Kalijaga
- Soekanto, Soerjono, 1990. *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Soekanto, Soerjono, 2012. *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Sugiyono , 2007. *Metode penelitian bisnis*. Jakarta : PT. Gramedia.
- Sugiyono , 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Suharto, Suharsimi. 2001. *Promosi Perpustakaan Sebagai Salah Satu Pemasaran Meningkatkan Pelayanan Jasa Informasi Di Perpustakaan*.
- Sujatna, 2017. *Promosi Perpustakaan* . Tangerang : Mahara Publishing.
- Sutarno NS, 2006. *Manajemen Perpustakaan*. Jakarta : Sagung Seto.
- Tjiptono, F. 2008. *Strategi Pemasaran*. Ed III. Yogyakarta: ANDI.
- Yusuf, Pawit M, 2016. *Ilmu Informasi, Komunikasi, dan Kepustakaan*. Jakarta : Bumi Aksara.