

PROMOSI JASA PERPUSTAKAAN PENDIDIKAN ISLAM

Oleh:

M. Yusuf, Imala Hidayati

Email: zusuv.hamidi@gmail.com

STAI Darussalam Nganjuk

Abstract: The library is a developing organization that has its turn to carry out various fundamental changes, changes in infrastructure, human resources but also a revolution in the field of marketing its products, including the promotion of library services. These various services aim to attract the interest of the wider community so that the reading culture can be well embedded in our country. Libraries today are not only services that are visible and invisible, but more than that with adjustments that apply to accompany current technological advances. Every service in a library must also be promoted outside, so that people understand and know the variety of services that apply in a library. Managers must also intelligently implement reliable, modern, and professional library management, with this concept expected to increase visitors and users both in quality and quantity.

Keywords: *promotion, library services, Islamic education*

Abstrak: Perpustakaan merupakan organisasi berkembang tiba gilirannya untuk melakukan berbagai perubahan mendasar, perubahan infrastruktur, SDM namun juga revolusi dalam bidang pemasaran produk-produknya, termasuk di antaranya adalah promosi jasa pelayanan perpustakaan. Aneka jasa layanan dimaksud bertujuan untuk menarik minat masyarakat secara luas agar budaya membaca dapat tertanam dengan baik di negara Kita. Perpustakaan saat ini bukan hanya layanan yang bersifat *visible* dan *invisible*, namun lebih dari itu dengan penyesuaian-penyesuaian yang berlaku mengiringi kemajuan teknologi saat ini. Setiap jasa layanan di dalam suatu perpustakaan juga harus dipromosikan keluar, agar masyarakat mengerti dan tahu ragam jasa pelayanan yang berlaku di dalam sebuah perpustakaan. Para pengelola juga harus dengan cerdas memberlakukan manajemen perpustakaan yang andal, modern, dan profesional, dengan konsep ini diharapkan akan menambah pengunjung dan pengguna baik secara kualitas maupun kuantitas.

Kata Kunci: ***promosi, jasa perpustakaan, pendidikan islam***

Pendahuluan

Indonesia berpotensi menjadi raksasa ekonomi baru dunia. Peluang ini didukung oleh ketersediaan sumber daya alam dan sumber daya manusia melalui bonus demografi 2035. Kunci utama adalah hadirnya masyarakat literat atau berpengetahuan yang dibangun melalui pembudayaan kegemaran membaca melalui perpustakaan.¹

Perpustakaan sebagai salah satu unit kerja yang berupa tempat untuk mengumpulkan, menyimpan, mengelola dan mengatur koleksi bahan pustaka secara sistematis untuk digunakan oleh pemakai sebagai sumber informasi sekaligus sebagai sarana belajar yang menyenangkan.² Perpustakaan juga berfungsi sebagai sebuah fasilitas publik dan/atau privat (instansi) yang identik dengan bangunan dengan fungsi untuk menunjang proses edukasi dan penyediaan informasi.³

Perpustakaan mempunyai unsur-unsur yang penting agar dapat berjalan dengan lancar terutama dalam proses kegiatan belajar mengajar di sekolah. Beberapa unsur penting perpustakaan antara lain: organisasi, ruangan, perabot dan perlengkapan, koleksi buku, ketenagaan, layanan, serta anggaran. Masing-masing unsur memiliki fungsi yang penting.⁴

Masyarakat kita masih banyak yang belum memahami bahkan mengetahui arti fungsi dan peranan perpustakaan bagi kehidupannya. Sebagian dari mereka memandang perpustakaan hanya untuk konsumsi bagi orang-orang tertentu saja, seperti kaum terpelajar atau para elite. Anggapan keliru seperti itu yang membuat masyarakat berasumsi bahwa perpustakaan belum penting saat ini.

Dampak yang timbul sebagai akibat dari hal tersebut adalah tingkat kebodohan bangsa kita dari masa ke masa tidak beranjak dari liangnya, selalu di bawah negara-negara lain.

Suatu hal yang sangat memprihatinkan. Apakah kita ingin perpustakaan khususnya di sekolah ditinggalkan oleh para pemakainya?, oleh sebab itu, bab ini akan mengupas lebih jauh tentang konsep, sarana, bentuk kegiatan promosi, dan metode promosi. Sebagaimana layaknya kita

¹Adin Bondar, "Analisis Pembangunan Bidang Perpustakaan Terhadap Peningkatan Kualitas Manusia Dan Penurunan Kemiskinan," *Media Pustakawan* 26, no. 2 (2019): 72–80.

²Gracia Kristi Maharani and Mulyoto, "Strategi Manajemen Perpustakaan Dalam Meningkatkan Minat Baca Melalui Analisis SWOT," *Media Manajemen Pendidikan* 2, no. 3 (2020): 441–448.

³Norman Harya Mahardika, "Proyek Akhir Sarjana Perancangan Perpustakaan Modern Kota Yogyakarta Dengan Pendekatan Arsitektur Biofilik Digital," 2020.

⁴Maharani and Mulyoto, "Strategi Manajemen Perpustakaan Dalam Meningkatkan Minat Baca Melalui Analisis SWOT."

menjual suatu produk baik barang maupun jasa maka kita perlu mengadakan promosi agar barang atau jasa yang kita tawarkan bisa laku.

PEMBAHASAN

A. KONSEP PROMOSI

Secara definitif, promosi adalah mekanisme komunikasi persuasif pemasaran dengan memanfaatkan teknik-teknik hubungan masyarakat. Alison Atwell mengungkapkan bahwa program pengembangan perpustakaan sekolah pada umumnya selama ini dianggap gagal. Hal tersebut dikarenakan kurangnya komunikasi antara pihak perpustakaan dengan pihak-pihak administrator terkait lainnya di sekolah (kepala sekolah dan wakilnya, guru, siswa, dan orang tua siswa, serta anggota masyarakat setempat dan kalau perlu, para pengurus yayasan jika ada).

Jika pustakawan hendak mempromosikan dan memajukan perpustakaan sekolah dengan serius, pihak-pihak lain di sekolah itu harus dilibatkan. Pustakawan harus aktif mendekati komunitas sekolah dan menyampaikan ide-idenya secara lantang terkait dengan usaha memajukan ide-idenya secara lantang terkait dengan usaha memajukan sistem pendidikan di sekolah. Ada beberapa langkah yang bisa di tempuh oleh pustakawan untuk mempromosikan perpustakaan sekolah, yaitu:

1. Mempromosikan perpustakaan kepada administrator sekolah

Dengan cara menunjukkan prestasi perpustakaan yang didukung data statistik guru dan siswa yang memanfaatkan perpustakaan. Paling tidak, hendaknya kepala perpustakaan menghadap kepala sekolah paling tidak dua kali setahun untuk menunjukkan data pemakaian perpustakaan dan lainnya.

2. Mempromosikan perpustakaan kepada guru

Guru adalah mitra kerja yang sangat berharga bagi pengelola perpustakaan. Apabila guru dan pustakawan bekerja sama, akan tercipta lingkungan belajar yang sangat tanggung jawab. Oleh sebab itu, adakan rapat di perpustakaan, dan sediakan makanan agar suasana semakin ramah, jika memungkinkan. Sediakan pula buku-buku untuk dibaca para tamu, juga contoh cetakan proyek hasil kerja sama antara pustakawan dengan guru yang pernah dibuat pada masa lalu. Persilakan guru mengusulkan judul buku atau barang yang harus disediakan perpustakaan sekolah.⁵

3. Mempromosikan perpustakaan kepada siswa

Siswa adalah sasaran promosi perpustakaan yang paling mudah. Mereka memerlukan buku dan berbagai bahan koleksi untuk mengerjakan tugas kelas, selain juga bahan-bahan bacaan yang bersifat menghibur. Untuk jenis promosi ini, disarankan menggunakan promosi "mulut ke mulut", karena dianggap yang paling efektif. Jika anak-anak telah memiliki kesan yang positif terhadap perpustakaan maka akan diikuti teman-temannya yang semula enggan. Adakan kontes di perpustakaan yang melibatkan siswa dari semua tingkatan seperti mengarang, mendongeng, menggambar dan lainnya, jadi tidak selalu terkait dengan kegiatan membaca.

4. Mempromosikan perpustakaan kepada orang tua siswa

Kontak antara orang tua dan pustakawan harus di bina dengan erat, bahkan sebaiknya seluruh keluarga juga diikutsertakan. Dan untuk jadwal pertemuannya, setidaknya satu atau dua kali setahun.

5. Mempromosikan perpustakaan kepada masyarakat luas

Masyarakat sekitar sekolah harus dilibatkan ke dalam program perpustakaan. Cobalah membuka perpustakaan bagi masyarakat satu malam saja dalam seminggu. Mungkin, ada warga yang memerlukan layanan perpustakaan walaupun anak-anak mereka tidak belajar di sekolah yang bersangkutan.⁶

Menurut Jerone dan Andrew, tujuan promosi antara lain adalah menarik perhatian, Menciptakan kesan, Membangkitkan minat, dan Memperoleh tanggapan

Ada beberapa fungsi promosi untuk menunjang kegiatan pemasaran perpustakaan antara lain:

1. Dapat membantu untuk memperkenalkan eksistensi perpustakaan kepada khalayak secara lebih luas dan menginformasikan tentang buku-buku baru yang sudah diolah dan siaga untuk di pinjamkan.
2. Membantu menginformasikan tentang visi, misi, tujuan, kegunaan/manfaat perpustakaan bagi khalayak, serta kegiatan-kegiatan ekstra perpustakaan seperti seminar, ceramah, bedah buku, pameran, lomba, program musik dan sebagainya.
3. Membantu memberitahu tentang apa isi perpustakaan (*what*), siapa yang menggunakan jasa perpustakaan (*who*), kapan layanan waktu perpustakaan (*when*), di mana lokasi perpustakaan

⁵Ibid.,387.

⁶Ibid.,388.

(where), mengapa harus ke perpustakaan (why), bagaimana menjadi pengguna perpustakaan (how).⁷

B. SARANA PROMOSI

Sarana promosi perpustakaan dapat berupa:

1. Brosur, merupakan salah satu bentuk media promosi berupa kertas cetakan yang mengandung informasi penting yang digunakan untuk menarik konsumen, yang isinya meliputi petunjuk umum tentang perpustakaan, daftar bacaan yang menarik, informasi tentang koleksi perpustakaan dll.
2. Poster, digunakan untuk menyampaikan pesan kepada masyarakat pengguna secara efektif, mudah dan murah. Cara yang harus diperhatikan dalam pembuatannya yaitu mempunyai tema yang spesifik, mengaitkan dengan peristiwa yang sedang hangat atau sedang berlangsung, memilih gambar yang menarik, memilih kata yang aktif juga singkat, dan menempatkan poster pada tempat yang strategis.
3. Buku panduan, sebuah media berupa buku kecil yang diterbitkan oleh perpustakaan yang memuat informasi segala sesuatu mengenai perpustakaan.
4. Kalender perpustakaan, hal yang perlu disampaikan dalam kalender adalah nama, alamat perpustakaan, logo perpustakaan, dan dapat pula disisipkan kalimat yang mendorong orang untuk datang ke perpustakaan.⁸

C. BENTUK KEGIATAN PROMOSI

Ada banyak cara untuk menarik pengunjung ke perpustakaan. Logikanya, seperti jika kita akan memancing ikan, maka kita harus menyiapkan umpan. Umpan itu adalah sesuatu yang bisa membuat pengunjung tertarik untuk datang ke perpustakaan, dalam hal ini ada beberapa strategi yang bisa digunakan⁹:

1. Pameran Buku/Bazar

Yaitu salah satu kegiatan yang bertujuan untuk memperkenalkan produk perpustakaan agar dikenal masyarakat. Tujuan pameran perpustakaan antara lain untuk menarik perhatian pengguna atau calon pengguna dan memajukan layanan perpustakaan. Pameran diadakan di lokasi perpustakaan, tetapi bukan dalam gedung perpustakaan. Pameran buku atau bazar dilakukan bekerja sama dengan para penerbit atau toko buku, jadi buku-buku yang akan dipamerkan/dijual itu buku-buku yang terbaru.

Pameran bersama bazar, maka tidak hanya buku-buku yang di pameran dan dijual, tetapi juga alat-alat tulis, bahkan barang-barang kerajinan atau souvenir dapat pula memeriahkan pameran. Penjualan buku-buku harus diberikan potongan harga, yang menarik dan lebih murah dari penjualan pada hari-hari biasa. Bahkan, memberikan hadiah-hadiah dari toko buku dan penerbit.

Dalam arena pameran diadakan keramaian yang tujuannya untuk menarik khalayak agar mau menonton sekaligus melihat pameran. Seperti pemutaran film layar lebar, sandiwara, orkes/band dangdut, atau wayang kulit bertemakan "Membaca dan Perpustakaan" akan bermanfaat sekali. Keramaian dapat diadakan pada malam hari, sedangkan siang hari diadakan berbagai lomba.¹⁰

2. Bercerita/Mendongeng

Tujuan dari kegiatan bercerita adalah mendorong anak memanfaatkan koleksi dan layanan melalui cerita. Hal yang perlu dilakukan dalam kegiatan bercerita adalah menentukan lokasi, apakah di perpustakaan atau di luar perpustakaan, pendongeng dan peserta yang akan mengikuti acara tersebut.

3. Ceramah dan Seminar

Yaitu kegiatan promosi perpustakaan karena bertujuan untuk mempromosikan layanan perpustakaan sebagai proses pendidikan.

4. Mengadakan Kuis

Adakan acara ini semisal di awal tahun ajaran baru, seperti mengadakan kuis tentang sosok para guru. Langkahnya, ajaklah siswa untuk lebih mengenal guru. Buatlah satu potongan kertas berisi nama guru. Satu potongan kertas lainnya diberikan kepada para guru untuk diisi pertanyaan yang menarik tentang dirinya. Kemudian, siswa diminta menjodohkannya. Dengan demikian, siswa selalu penasaran untuk mengetahui jawabannya.

5. Mengadakan Lomba

Baik berupa lomba penulisan makalah maupun lomba pembuatan poster, kegiatan lomba yang dirancang sedemikian rupa supaya dapat mendorong orang untuk datang ke perpustakaan.¹¹

6. Wisata Perpustakaan

Mengajak serombongan orang untuk berkeliling perpustakaan guna melihat semua aspek di perpustakaan, yang pada akhirnya dapat memberikan

⁷Hartono, *Manajemen Perpustakaan Sekolah*, 209.

⁸Ibid., 210-211.

⁹Andi Prastowo, *Manajemen Perpustakaan Sekolah Profesional*,

¹⁰Hartono, *Manajemen Perpustakaan Sekolah*, 215.

¹¹Andi Prastowo, *Manajemen Perpustakaan Sekolah Profesional*,

gambaran kepada orang lain bahwa banyak aspek di perpustakaan yang cukup menarik.

7. Memutar Film atau Vidio

Termasuk cara yang cukup tepat untuk menarik para pengguna perpustakaan. Vidio tentang perpustakaan diputar setiap ada kunjungan, agar kunjungan rombongan dapat melihat perpustakaan dalam waktu yang lebih hemat.

8. Barang-barang Gratis

Berupa alat-alat iklan yang mencantumkan nama perpustakaan atau slogan yang diberikan pada pengguna perpustakaan atau pengunjung secara cuma-cuma, seperti kalender, bulpoin, gantungan kunci dan sebagainya.

9. Menjalin kerjasama

Menjalin kerjasama dengan menggandeng organisasi profesi pustakawan dan wadah asosiasi pustakawan lainnya, misalnya: IPI, KPI, ISIPI, FPPTI, FKPPZTN, YPPI, dan yang lainnya.¹²

E. METODE PROMOSI

Ada beberapa metode promosi perpustakaan, di antaranya yaitu:

1. Advertising

Advertising artinya iklan, yaitu berupa berita pesanan yang dipasang dalam media massa, seperti surat kabar, majalah, radio, TV dan sebagainya. Tujuannya untuk mendorong atau membujuk agar khalayak (masyarakat) tertarik akan barang atau jasa yang ditawarkan/dijual.

2. Personal Selling/Personal Service

Yaitu penjualan perorangan. Dalam perpustakaan dikenal dengan istilah *personal service* atau memberikan layanan secara perorangan. Menurut Banu Swastha, *personal selling* adalah interaksi antar individu, saling bertemu muka yang ditujukan untuk menciptakan, memperbaiki, menguasai, atau mempertahankan hubungan pertukaran saling menguntungkan dengan pihak lain. Dalam mempromosikan perpustakaan, bentuk *personal selling* dapat dilaksanakan dengan *personal service*.

3. Sales Promotion

Promosi dengan sistem ini berarti mengadakan promosi penjualan. Dalam pemasaran perpustakaan, pihak perpustakaan dapat mengadakan kerja sama dengan penerbit atau toko buku untuk mengadakan

pameran/penjualan buku-buku dengan memberikan potongan harga (diskon) yang menarik.¹³

4. Promosi Pengguna

Ditujukan khusus kepada pengguna atau pemakai perpustakaan atau yang sudah menjadi anggota. Promosi berupa pemberian fasilitas atau hadiah-hadiah yang menarik, seperti berikut:

a. Kupon

Kupon berupa sertifikat yang memberikan pembebasan uang iuran selama satu tahun, misalnya kepada anggota-anggota terbaik, misalnya aktif selama beberapa tahun, disiplin, tertib, waktu pengembalian buku yang dipinjam selalu tepat dan sebagainya.

b. Premi

Hadiah berupa uang, deposito, atau dalam bentuk buku-buku. Uang hadiah dapat pula diambil dari uang iuran, uang pangkal anggota atau berasal dari sponsor. Di sinilah diperlukan keterampilan pimpinan sebuah perpustakaan untuk bisa mencari sumber-sumber dana.

c. Potongan biaya

Kegiatan ini diadakan pada momen-momen tertentu, seperti pada "Bulan Buku", "Bulan Promosi Perpustakaan", Hari Pendidikan Nasional, HUT Proklamasi Kemerdekaan RI, dan sebagainya.

PENUTUP

Promosi jasa pelayanan perpustakaan bertujuan untuk menarik minat masyarakat secara luas agar budaya membaca dapat tertanam dengan baik di negara Kita. Perpustakaan saat ini bukan hanya layanan yang bersifat *visible* dan *invisible*, namun lebih dari itu dengan penyesuaian-penyesuaian yang berlaku mengiringi kemajuan teknologi saat ini. Setiap jasa layanan di dalam suatu perpustakaan juga harus dipromosikan keluar, agar masyarakat mengerti dan tahu ragam jasa pelayanan yang berlaku di dalam sebuah perpustakaan. Para pengelola juga harus dengan cerdas memberlakukan manajemen perpustakaan yang andal, modern, dan profesional, dengan konsep ini diharapkan akan menambah pengunjung dan pengguna baik secara kualitas maupun kuantitas.

DAFTAR PUSTAKA

Bondar, Adin. "Analisis Pembangunan Bidang Perpustakaan Terhadap Peningkatan Kualitas Manusia Dan Penurunan Kemiskinan." *Media*

¹² Endang Fatmawati, "Memahami Kepemimpinan Dalam Mengelola Perpustakaan Umum," *Media Pustaka*, 2013.

¹³Hartono, *Manajemen Perpustakaan Sekolah*, 212-213.

Pustakawan 26, no. 2 (2019): 72–80.

Fatmawati, Endang. "Memahami Kepemimpinan Dalam Mengelola Perpustakaan Umum." *Media Pustaka*, 2013.

Hartono. *Manajemen Perpustakaan Sekolah*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2016.

Maharani, Gracia Kristi, and Mulyoto. "Strategi Manajemen Perpustakaan Dalam Meningkatkan Minat Baca Melalui Analisis SWOT." *Media Manajemen Pendidikan* 2, no. 3 (2020): 441–448.

Mahardika, Norman Harya. "Proyek Akhir Sarjana Perancangan Perpustakaan Modern Kota Yogyakarta Dengan Pendekatan Arsitektur Biofilik Digital," 2020.

Saleh, Abdul Rahman dan Komalasari, Rita. *Manajemen Perpustakaan*. Jakarta: Universitas Terbuka, 2011.

Prastowo, Andi. *Manajemen Perpustakaan Sekolah Profesional*. Yogyakarta: Diva Press, 2012.