

**STRATEGI PROMOSI PERPUSTAKAAN DI BADAN ARSIP
DAN PERPUSTAKAAN ACEH**

KERTAS KARYA

Diajukan Oleh:

NELLY WAHYUNI

NIM: 031300942

Mahasiswa Fakultas Adab dan Humaniora
Program Diploma III Ilmu Perpustakaan



**FAKULTAS ADAB DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
DARUSSALAM, BANDA ACEH
2016 M/1437 H**

KERTAS KARYA

Diajukan Kepada Fakultas Adab dan Humaniora
Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Darussalam Banda Aceh
Untuk Menyelesaikan Bidang Studi Pada Program Diploma III Ilmu Perpustakaan

Oleh :

NELLY WAHYUNI

NIM: 031300942

**Mahasiswa Fakultas Adab dan Humaniora
Program Diploma III Ilmu Perpustakaan**

Pembimbing I,

Pembimbing II,

Mukhtaruddin, M.LIS
NIP. 197711152009121001

Ulfa Fajrina, S.IP
NIP. 198309062006042007

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



Alhamdulillahirabbil' alamin...

*Syukurku kepada-Mu Ya Allah, seperak ilmu telah Engkau karuniakan kepadaku,
Hanya mengetahui sebagian kecil dari yang Engkau miliki sebagaimana firman-Mu:*

*"Seandainya air laut menjadi tinta untuk menuliskan perkataan Tuhan-Ku niscaya keringlah
laut sebelum habis perkataan, walaupun kami datangkan tinta sebanyak itu sebagai
tambahannya" (Q.S. Al-Kahfi: 109).*

*Hari ini telah kutemukan apa yang dahulu aku dambakan
Yang ku tempuh penuh dengan kenyakinan yang membara
Dimana harapan-harapan yang pernahku ukir hingga berjalannya waktu
Terentang hari-hari panjang tuk menggapai jati diri, semua bertata rapi di ingatanku.*

Dengan ridha Allah SWT...

*Karya dan keberhasilan ini kupersembahkan kepada Ayahanda Zainuddin Syarief dan
Ibunda Aidi Suryani yang telah mencurahkan cinta dan kasih sayang, perhatian, dukungan
do'a serta pengorbanan yang tiada tara demi kesuksesan masa depanku....*

Ayah. Ibu.

*Engkau adalah cahaya dalam hidupku, yang selalu menerangi disetiap langkahku
untuk mencapai keberhasilan yang sempurna
Terima kasih Ayahanda dan Ibunda tercinta.*

*Terima kasih yang tak terhingga kepada keluarga ku, Ridwan, Taslim Mariza dan Razkia
Maulina yang telah banyak membantu saya baik financial maupun moral. Dan ucapan terima
kasih saya kepada Rika Nanda, Mutia Melinda, Ayumi Zikrillah dan kawan-kawan
seperjuangan lainnya*

*Akhirnya sebuah perjuangan berhasil ku tempuh walau berawal dari suka dan duka, tidak
merunduk meski terbentur, tidak mengeluh meski terjatuh, tapi semangat jiwaku tak kan
pernah pudar....*

Nelly Wahyuni



KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabbil'alamin. Puji syukur penulis sampaikan ke hadirat Allah SWT yang telah memberi nikmat kesehatan dan kesempatan kepada penulis, sehingga penulis dapat menyusun kertas karya ini. Dan tidak lupa salawat beriring salam sama-sama kita panjatkan kepada salah seorang Rasul atau Nabi Besar Muhammad SAW sebagai pahlawan revolusi islam sedunia yang bertitel habibullah , yang tidak takut anaknya menjadi yatim dan istrinya menjadi janda demi menegakkan kalimah Allah, beliau juga sebagai nabi akhir zaman umat-Nya yang telah membawa dari alam kegelapan ke alam yang terang menerang atau dari alam kebodohan ke alam yang penuh ilmu pengetahuan seperti yang kita rasakan saat ini.

Alhamdulillah dengan petunjuk dan hidayah-Nya penulis telah menyusun kertas karya yang sederhana ini yang berjudul “ **Strategi Promosi Perpustakaan di Badan Arsip dan Perpustakaan Aceh** ”.

Oleh karena itu, dalam kesempatan ini, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Kepada Bapak Drs. Syukrinur, M.LIS. selaku ketua prodi DIII Ilmu Perpustakaan.
2. Kepada Bapak Mukhtaruddin, M.LIS. selaku pembimbing pertama kertas karya saya.

3. Kepada Ibu Ulfa Fajrina, S.IP. Selaku pembimbing kedua kertas karya saya.
4. Kepada perpustakaan dan karyawan Badan Arsip dan Perpustakaan Aceh.
5. Teman-teman seperjuangan, mahasiswa/i DIII Ilmu Perpustakaan Fakultas Adab dan Humaniora UIN Ar-Raniry angkatan 2013, beserta sahabat-sahabat tercinta yang telah memberikan saran kepada saya.

Dalam penulisan dan penyusunan karya ilmiah ini, penulis menyadari terdapat banyak sekali kekurangan. Oleh karenanya, dengan rendah hati penulis sangat mengharapkan masukan berupa kritikan dan saran dari semua pihak. Adapun kritikan dan saran diharapkan dapat bersifat membangun guna perbaikan kedepannya.

Akhirnya hanya kepada Allah jualah penulis mohon Ridha-Nya. Amin Ya Rabbal'alam.

Banda Aceh, 9 Agustus 2016

Penulis

Nelly Wahyuni

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iii
BAB I : PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat Penelitian	4
E. Penjelasan Istilah.....	5
F. Metode Penelitian.....	5
BAB II : LANDASAN TEORITIS	8
A. Promosi Perpustakaan	8
1. Konsep Promosi	8
2. Tujuan Promosi Perpustakaan.....	11
3. Unsur-unsur Promosi Perpustakaan	12
4. Strategi Promosi Perpustakaan.....	14
5. Sarana Promosi Perpustakaan	16
6. Kendala-kendala Promosi Perpustakaan	18
B. Perpustakaan Umum	20
1. Pengertian Perpustakaan Umum	20
2. Fungsi dan Tujuan Perpustakaan Umum	21
3. Pengguna dan Layanan	25
4. Koleksi dan Sumber Daya Manusia	25
5. Status dan Anggaran	27
BAB III : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	29
A. Gambaran Umum Badan Arsip dan Perpustakaan Aceh	29
B. Hasil penelitian.....	32
1. Strategi Promosi Perpustakaan di Badan Arsip dan Perpustakaan Aceh	32
2. Kendala-kendala Dalam Pelaksanaan Promosi	38
BAB IV : PENUTUP	40
A. Kesimpulan	40
B. Saran.....	41

DAFTAR PUSTAKA	42
LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perpustakaan umum adalah perpustakaan yang melayani seluruh lapisan masyarakat tanpa membedakan latar belakang, status sosial, agama, suku, pendidikan, dan sebagainya. Perpustakaan umum merupakan suatu bentuk pelayanan yang diberikan kepada pengguna dengan sistem pelayanan terbuka untuk umum, siapa saja dapat memperoleh informasi yang mereka inginkan. Tujuan perpustakaan memberikan pelayanan terhadap pengguna agar bahan pustaka yang telah dikumpulkan dan diolah dapat dimanfaatkan pengguna. Oleh karena itu, perpustakaan harus berupaya semaksimal mungkin agar informasi-informasi yang ada tersampaikan kepada pemustaka. Untuk itu sangat diperlukan diadakannya promosi di perpustakaan umum tersebut kepada masyarakat.¹

Promosi adalah mekanisme komunikasi persuasif pemasaran dengan memanfaatkan teknik-teknik hubungan masyarakat. Promosi merupakan forum pertukaran informasi antara organisasi dan konsumen dengan tujuan utama memberi informasi tentang produk atau jasa yang disediakan oleh organisasi, sekaligus membujuk konsumen untuk bereaksi terhadap produk atau jasa itu. Reaksi konsumen terhadap promosi dapat muncul dalam berbagai bentuk, mulai dari tumbuhnya kesadaran atau sekedar mengetahui keberadaan produk atau jasa itu, sampai kepada tindakan membeli atau memanfaatkannya merupakan kegiatan penting di suatu organisasi usaha. Bagaimanapun baiknya produk atau jasa dihasilkan, tidak ada gunanya jika tidak diketahui dan tidak dimanfaatkan oleh

¹Anur Hidayati, "Persepsi Pemustaka Terhadap Pelayanan Referensi di UIN Sunan Kalijaga", 2012. <http://digilib.uin-suka.ac.id/9018/> (diakses 22 juli 2016).

sebagian besar konsumen.² Promosi ini sangat penting untuk memperkenalkan perpustakaan umum tersebut, bagaimana perpustakaan umum itu bisa berdiri, apa saja layanan yang ada di perpustakaan umum dan apa manfaat dari perpustakaan umum, hal tersebut bisa kita terapkan dalam mempromosikan perpustakaan karena masih ada sebagian masyarakat yang tidak tahu pengertian yang sesungguhnya tentang perpustakaan, tidak tahu kelebihan yang dimiliki kalau memanfaatkan layanan perpustakaan, tidak tahu adanya layanan lain disamping peminjaman buku, tidak tahu bagaimana mencari informasi dengan benar di perpustakaan dan bagaimana menggunakan jasa layanan yang ada.³ Oleh karena itu sangat perlu sekali bagi pengguna untuk merubah kesan atau persepsi yang ada pada pikiran mereka sebelumnya dan mempersiapkan pelayanan yang ada pada Badan Arsip dan Perpustakaan Aceh dengan baik.

Secara umum pelayanan di perpustakaan dapat diartikan suatu kegiatan atau aktivitas dalam memberikan jasa layanan kepada pengunjung perpustakaan tanpa membedakan status sosial, ekonomi, kepercayaan maupun status lainnya.⁴ Badan Arsip dan Perpustakaan Aceh telah menyediakan tiga layanan yang dibutuhkan pengguna yaitu layanan teknis, layanan pemakai dan layanan administrasi. Layanan teknis berupa pengadaan dan pengolahan bahan pustaka, serta ketersediaan berbagai fasilitas penunjang lainnya. Layanan pemakai berupa layanan yang berhubungan langsung dengan pengguna perpustakaan seperti sirkulasi, deposit, referensi, OPAC, internet dan lain-lain. Sedangkan layanan administrasi yaitu layanan yang terdiri dari dua kategori, yaitu layanan untuk administrasi perpustakaan/staf perpustakaan dan administrasi untuk

²Badollahi Mustafa, *Promosi Jasa Perpustakaan* (Universitas Terbuka: Depdikbud, 1996), hal.20.

³Agus Rusmana, "Promosi Sebagai Strategi Pemasaran Perpustakaan", 2013. <https://www.scribd.com/doc/23999994/Promosi-Sebagai-Strategi-Pemasaran-Perpustakaan> (diakses 22 juli 2016).

⁴ Eko Handoyo, "Layanan Perpustakaan", 2010. <https://pp.ktp.fip.unp.ac.id/?p=38> (diakses 22 juli 2016).

pengguna perpustakaan, jenis layanan ini biasanya berupa surat menyurat, pengarsipan dokumen dan pembuatan kartu anggota perpustakaan. Oleh karena itu, agar semua layanan yang telah disediakan di Badan Arsip dan Perpustakaan Aceh dapat dimanfaatkan, maka sangat diperlukan strategi promosi yang baik agar menarik perhatian masyarakat untuk berkunjung.

Dari latar belakang permasalahan diatas serta alasan penting untuk memperoleh gambaran tentang bagaimana strategi promosi yang dilakukan di Badan Arsip dan Perpustakaan Aceh, maka penulis tertarik meneliti tentang **Strategi Promosi Perpustakaan di Badan Arsip dan Perpustakaan Aceh.**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi promosi perpustakaan yang dilakukan oleh Badan Arsip dan Perpustakaan Aceh.

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi promosi perpustakaan yang dilakukan oleh Badan Arsip dan Perpustakaan Aceh.

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat :

1. Sebagai salah satu syarat dalam penyelesaian program Diploma III Ilmu Perpustakaan pada Fakultas Adab dan Humaniora UIN Ar-Raniry Darussalam Banda Aceh.
2. Untuk menambah wawasan tentang strategi promosi di perpustakaan bagi penulis dan pembaca pada umumnya.
3. Sebagai bahan masukan bagi pihak yang berwenang (kepala perpustakaan maupun pihak pengelola perpustakaan) dalam meningkatkan strategi promosi perpustakaan.

E. Penjelasan Istilah

Untuk menghindari salah pengertian atau timbulnya perbedaan penafsiran terhadap istilah yang terdapat dalam judul laporan ini, maka penulis merasa perlu untuk menjelaskan istilah-istilah tersebut.

Strategi promosi terdiri dari dua kata, yaitu strategi dan promosi. Kata strategi menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia berarti rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus.⁵ Sedangkan promosi menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia berarti pengenalan (dalam rangka memajukan usaha, dagang, dan sebagainya).⁶

Jadi, strategi promosi yang penulis maksud dalam kertas karya ini adalah suatu kegiatan yang dirancang untuk memperkenalkan perpustakaan serta layanannya kepada masyarakat dengan harapan agar masyarakat tertarik dengan perpustakaan dan pada akhirnya mereka akan mengunjungi serta menggunakan perpustakaan.

⁵Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa* (Gramedia Pustaka Utama: Jakarta, 2008), hal. 564.

⁶Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa...*, hal. 368.

F. Metode Penelitian

1. Pendekatan Penelitian

Untuk memperoleh sejumlah data-data yang diperlukan, penelitian ini menggunakan beberapa pendekatan, yaitu:

- a. Penelitian Perpustakaan (*Library Research*), yaitu mengumpulkan data dan membaca berbagai referensi yang ada di perpustakaan sebagai teori dan sumber primer dan sekunder, metode ini penulis gunakan untuk mengumpulkan referensi beberapa buku dan karya ilmiah yang ada hubungannya dengan penelitian sebagai dasar teoritis.
- b. Penelitian Lapangan (*Field Research*), yaitu teknik data dengan cara mengadakan penelitian dengan tujuan untuk memperoleh data yang objektif. Penulis mengadakan penelitian lapangan dengan tujuan mendapatkan data tentang hal-hal yang ada hubungannya dengan apa yang diteliti.⁷ Adapun pendekatan yang dilakukan dalam penelitian lapangan ini adalah kualitatif.

2. Lokasi dan Waktu

Penelitian ini dilakukan di Badan Arsip dan Perpustakaan Aceh, yang lokasinya terletak di jalan T. Nyak Arief Desa Lamgugob Banda Aceh. Penulis melaksanakan penelitian ini dalam waktu 3 bulan, terhitung mulai 22 Maret sampai dengan 22 Juni 2016.

3. Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data dalam penulisan ini, penulis menggunakan metode yaitu sebagai berikut:

- a. Wawancara

⁷ Tim IAIN Ar-Raniry, *Panduan Karya Tulis Ilmiah* (Banda Aceh: Ar-Raniry Press, 2004), hal. 19.

Penulis mewawancarai langsung kepala bidang pelayanan dan pustakawan yang ada di Badan Arsip dan Perpustakaan Aceh dengan bentuk wawancara tidak terstruktur untuk mendapatkan informasi yang berhubungan dengan strategi promosi perpustakaan tersebut.

b. Dokumentasi

Dokumentasi digunakan penulis untuk mencari dan mengumpulkan data material yang berupa dokumen atau arsip-arsip yang ada di Badan Arsip dan Perpustakaan Aceh. Dokumen yang digunakan untuk data dalam penulisan ini adalah melalui laporan tahunan promosi perpustakaan di Badan Arsip dan Perpustakaan Aceh. Pengumpulan data dengan menggunakan dokumen digunakan peneliti untuk mencari dan mengumpulkan data atau informasi tentang strategi promosi perpustakaan yang dilakukan oleh Badan Arsip dan Perpustakaan Aceh.

BAB II

LANDASAN TEORITIS

A. Promosi Perpustakaan

1. Konsep Promosi

Promosi berasal dari kata *promote* yang berarti “meningkatkan” atau “mengembangkan”. Pengertian tersebut jika digunakan dalam bidang penjualan berarti alat untuk meningkatkan penjualan. Pengertian promosi dapat dipandang berbeda dalam hal produsen dan konsumen. Bagi produsen, promosi adalah kegiatan untuk menginformasikan produk atau jasa, membujuk konsumen untuk membeli serta mengingatkan para konsumen untuk tidak melupakan produk tersebut. Sementara bagi konsumen, pengertian promosi adalah komunikasi antara produsen dan konsumen. Kegiatan promosi adalah salah satu cara perusahaan (barang/jasa) untuk meningkatkan volume penjualan produknya.¹

Selain pengertian di atas, terdapat beberapa pengertian promosi yang pernah diuraikan oleh beberapa ahli. Pengertian promosi menurut Stanton dalam Freddy adalah “kegiatan memberikan informasi kepada konsumen, mempengaruhi, dan menghimbau khalayak ramai.”² Sedangkan pengertian promosi menurut Saladin dalam Rambat adalah “salah satu unsur dalam bauran pemasaran perusahaan yang didayagunakan untuk memberitahukan, mengingatkan, dan membujuk konsumen tentang produk perusahaan.”³ Dari beberapa pengertian promosi di atas, maka penulis dapat menyimpulkan bahwa promosi merupakan kegiatan pemasaran dan penjualan dalam rangka menginformasikan dan mendorong permintaan terhadap produk, jasa, dan ide dari

¹ Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa: Teori dan Praktek* (Jakarta: Salemba Empat, 2001), hal. 110.

² Ranguti Freddy, *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2009), hal. 35.

³ Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa: Teori dan Praktek* (Jakarta: Salemba Empat, 2001), hal. 111.

perusahaan dengan cara mempengaruhi para konsumen agar mau membeli produk dan jasa yang dihasilkan oleh perusahaan.

Bauran promosi merupakan alat komunikasi dengan konsumen dan calon konsumen, walaupun sampai saat ini masih ada beberapa perusahaan yang masih mengandalkan satu atau dua alat promosi untuk mencapai tujuan komunikasinya. Hal tersebut tergantung pada kebutuhan dan kemampuan perusahaan.

Menurut William J. Stanton dalam Kotler mengemukakan bahwa “bauran promosi adalah kombinasi dari penjualan tatap muka, periklanan, promosi penjualan, publisitas dan hubungan yang membantu pencapaian tujuan perusahaan.”⁴ Sedangkan menurut Kotler dalam bukunya mendefinisikan “bauran promosi sebagai perpaduan khusus antara iklan, penjualan pribadi, promosi penjualan, dan hubungan masyarakat yang digunakan perusahaan untuk meraih tujuan iklan dan pemasarannya.” Bauran komunikasi pemasaran atau bauran promosi (promotion mix) menurut Kotler terdiri atas lima cara komunikasi utama.⁵ Kelima cara komunikasi tersebut yaitu :

a. Periklanan (*Advertising*)

Yaitu semua bentuk penyajian non personal dan ide promosi, barang atau jasa yang dibayar oleh suatu sponsor tertentu.

b. Promosi penjualan (*Sales promotion*)

Yaitu berbagai insentif jangka pendek untuk mendorong keinginan mencoba atau membeli suatu produk atau jasa.

c. Hubungan masyarakat dan publisitas (*Publicity*)

Yaitu berbagai program untuk mempromosikan dan melindungi citra perusahaan atau produk individualnya.

d. Penjualan tatap muka (*Personal selling*)

⁴Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Jilid 2*, terj. Hendra Teguh (Jakarta: Prehallindo, 2002), hal. 690.

⁵Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Jilid 2*..., hal. 691.

Yaitu interaksi langsung dengan satu atau lebih calon pembeli untuk melakukan presentasi, menjawab pertanyaan, dan menerima pesanan.

e. Pemasaran langsung (*Direct marketing*)

Yaitu menggunakan surat, telepon, faksimil, e-mail, dan alat penghubung non personal lain untuk berkomunikasi secara langsung dengan atau mendapatkan tanggapan langsung dari pelanggan tertentu dan calon pelanggan.

Dari penjelasan tentang bauran promosi di atas, maka penulis mendefinisikan bahwa bauran promosi adalah penggunaan lebih dari satu alat promosi untuk menjamin tercapainya tujuan promosi dan komunikasi antara produsen dan konsumen.

Dari uraian di atas apabila dikaitkan dalam dunia perpustakaan, maka promosi perpustakaan adalah suatu usaha ke arah memaksimalkan penggunaan perpustakaan. Promosi perpustakaan didayagunakan untuk memberitahu masyarakat yang masih belum mengenal perpustakaan, membujuk masyarakat agar mau berkunjung ke perpustakaan serta mempengaruhi masyarakat agar mau memanfaatkan koleksi, layanan dan fasilitas yang telah disediakan perpustakaan.

2. Tujuan Promosi Perpustakaan

Di dalam dunia perdagangan, promosi adalah usaha untuk memajukan dan meningkatkan popularitas barang yang akan dijual. Menurut Jerome dan Andrew dalam Badollahi mengemukakan bahwa kegiatan-kegiatan promosi mempunyai sedikitnya empat tujuan.⁶ Keempat tujuan tersebut sebagai berikut :

- a. Untuk menarik perhatian
- b. Untuk menciptakan kesan
- c. Untuk membangkitkan minat

⁶ Badollahi Mustafa, *Promosi Jasa Perpustakaan* (Jakarta: Universitas Terbuka, Depdikbud, 1996), hal. 20.

d. Untuk memperoleh tanggapan

Sedangkan menurut Stanley dalam Badollahi mengatakan bahwa tujuan promosi adalah mempengaruhi pengetahuan, sikap dan perilaku dari penerima, dan membujuk mereka untuk menerima konsep, pelayanan, ide atau barang yang dipromosikan. Dalam hal perdagangan, promosi adalah usaha penjual untuk membujuk calon pembeli untuk menerima produk, pelayanan atau ide yang sedang dipromosikan.⁷

Beberapa ahli yang dikutip di atas mempunyai cara yang berbeda-beda dalam menyatakan tujuan dan manfaat promosi di perpustakaan. Meskipun demikian kita sesungguhnya dapat menarik kesimpulan bahwa tujuan dari pernyataan mereka sama saja. Perbedaan di antaranya adalah hanya dari segi penekanan saja.

Berdasarkan uraian di atas penulis dapat membuat kesimpulan bahwa tujuan promosi perpustakaan adalah memperkenalkan perpustakaan kepada masyarakat, mendorong mereka agar menggunakan koleksi perpustakaan semaksimal mungkin, memperkenalkan jasa dan layanan perpustakaan yang telah disediakan serta memotivasi dan menumbuhkan minat baca masyarakat.

3. Unsur-Unsur Promosi Perpustakaan

Agar promosi perpustakaan dapat berjalan dengan baik maka diperlukan beberapa unsur yang harus diperhatikan yaitu :

- a. Bahan Pustaka, merupakan unsur penting artinya koleksi apa saja yang dimiliki oleh perpustakaan sebagai bahan promosi (tercetak, elektronik dan web).
- b. Layanan Jasa, merupakan jenis layanan yang ada dan diberikan oleh perpustakaan.
- c. Petugas, adalah pengelola perpustakaan yang tahu persis tentang kondisi perpustakaan serta sebagai pelaksana dalam pembuatan sarana promosi.

⁷ Badollahi Mustafa, *Promosi Jasa Perpustakaan...*, hal. 21.

- d. Pemustaka, dahulu dikenal dengan pengguna merupakan orang yang memanfaatkan perpustakaan, sebagai sasaran dari promosi.
- e. *Media Chanel*, adalah saluran atau peralatan yang dipakai sebagai sarana penyampai promosi.
- f. Sarana Prasarana, merupakan peralatan yang tersedia dalam pelayanan perpustakaan.

Hal lain yang harus diketahui untuk mempromosikan perpustakaan adalah unsur-unsur promosi berikut :

- a. Attention/perhatian
- b. Interest/ketertarikan
- c. Desire/tindakan⁸

Berdasarkan unsur-unsur promosi diatas, maka penulis menyimpulkan bahwa dalam melakukan promosi perpustakaan, pustakawan harus mampu menarik perhatian para pengguna. Hal yang biasanya dilakukan adalah dengan caramembagikan brosur, selebaran, atau iklan-iklan yang didesain semenarik mungkin. Dalam istilah pemasaran, ketertarikan konsumen lebih diutamakan, begitu juga dengan perpustakaan. Dimana tujuan dari promosi itu sendiri adalah untuk memperkenalkan suatu produk kepada pengguna, jadi produk tersebut harus bagus dan bermutu.

Segala daya upaya yang dilakukan melalui media promosi oleh perpustakaan, dilakukan untuk memenuhi sasaran yaitu meningkatkan pengunjung perpustakaan, meningkatkan koleksi-koleksi yang ada di perpustakaan oleh penggunanya (*user*) dalam menelusuri informasi yang mereka butuhkan, serta meningkatkan pemanfaatan buku-buku yang ada di perpustakaan sehingga terciptanya dorongan minat baca bagi pengguna.

⁸Badollahi Mustafa, *Promosi Jasa Perpustakaan...*, hal. 22.

4. Strategi Promosi Perpustakaan

Strategi adalah “rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus.”⁹Pengguna perpustakaan umum seperti Badan Arsip dan Perpustakaan Aceh berasal dari berbagai kalangan yang berbeda. Bentuk promosi yang dilakukan pun harus disesuaikan dengan perbedaan tersebut. Untuk itu perlu adanya strategi-strategi dalam mempromosikan jasa dan layanan yang ada di perpustakaan.

Adapun beberapa strategi promosi perpustakaan yang dapat dilakukan, antara lain:

- a. Membangun komunikasi dengan pemustaka.
- b. Membangun kerjasama dengan pihak terkait.
- c. Membuat program promosi yang meliputi penetapan sasaran dan prioritas, menentukan prosedur dan tindakan promosi serta menyusun rencana kerja.¹⁰

Untuk membangun komunikasi dengan pengguna diperlukan kemampuan berkomunikasi yang baik, wawasan yang luas dan integritas yang tinggi dari si penyampai pesan promosi, baik pustakawan maupun pihak lain seperti duta baca terpilih. Diantara pendekatan-pendekatan komunikasi yang dapat dilakukan seperti:

- a. *Personal Selling*
- b. *Mass Selling*,
- c. *Promosi Penjualan*
- d. *Public Relation*
- e. *Direct Marketing*

⁹Tim Penyusun Kamus Pusat Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Balai Pustaka, 2005), hal. 1092.

¹⁰ Zulfikar, “Pelayanan Prima Sebagai Promosi Jasa Perpustakaan”, *Libria* 3, no. 4 (2012): 48.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis menyimpulkan bahwa strategi promosi perpustakaan adalah suatu kegiatan yang dirancang untuk memperkenalkan perpustakaan serta layanannya kepada masyarakat dengan harapan agar masyarakat tertarik untuk mengunjungi perpustakaan. Di dalam dunia usaha yang menjadikan penjualan sebagai tujuannya, maka sangat penting memahami tujuan atau sasaran melakukan strategi promosi sebelum membuat dan melaksanakan strategi promosi. Oleh karena itu, perpustakaan sangat memerlukan strategi promosi yang baik untuk mengarahkan dan menciptakan suatu standard tertentu untuk pengguna perpustakaan. Logika sederhananya adalah kita membentuk standard baru yang sebelumnya belum ada atau mengubah standard lama dengan standard baru yang kita tawarkan. Dan hal tersebut sangat berperan penting untuk kemajuan perpustakaan.

5. Sarana Promosi Perpustakaan

a. Sarana Promosi Berbentuk Tercetak

Ada beberapa bentuk tercetak yang dapat dilakukan untuk sarana promosi perpustakaan, antara lain adalah brosur, poster, map khusus perpustakaan, pembatas buku (*bookmark*), buku terbitan khusus perpustakaan, logo dan lambang perpustakaan, *news letter*, dan rambu-rambu perpustakaan.¹¹

b. Sarana Promosi Berbentuk Elektronik

Adapun sarana promosi berbentuk elektronik adalah:

- 1) Televisi, yaitu salah satu media elektronik yang sangat banyak dimanfaatkan oleh masyarakat dalam mencari informasi. Disamping sebagai media hiburan, televisi juga sering digunakan untuk media promosi.

¹¹Badollahi Mustafa, *Promosi Jasa Perpustakaan* (Jakarta: Universitas Terbuka, Depdikbud, 1996), hal. 140.

- 2) Internet, istilah internet adalah “jaringan-jaringan”, dengan menciptakan kemungkinan komunikasi antar jaringan seluruh dunia, tanpa jenis komputernya. Internet merupakan media promosi bentuk elektronik. Berkembangnya teknologi menjadikan internet sebagai salah satu alat media promosi yang paling banyak diminati oleh konsumen. Dengan adanya internet suatu lembaga dapat mempromosikan produknya dengan cepat dan tepat.
- 3) Radio, pemanfaatan radio merupakan hal yang paling lumrah dilakukan suatu lembaga atau organisasi. Radio memiliki berjuta-juta pendengar yang akan mendengarkan informasi-informasi yang disiarkan. Semakin sering diperdengarkan kepada masyarakat, maka secara tidak langsung masyarakat akan mengetahui dan mengenal suatu produk yang dipromosikan melalui media tersebut.¹²

c. Promosi Dalam Bentuk Kegiatan Perpustakaan

- 1) Pameran perpustakaan
- 2) Ceramah dan Seminar
- 3) Bazaar
- 4) Lomba dan Kuis
- 5) Wisata Perpustakaan (*Library Tour*)
- 6) Pemutaran Film
- 7) Sosialisasi dan Pengadaan Perpustakaan Keliling¹³

¹² Wahyu Supriyanto, *Teknologi Informasi Perpustakaan* (Yogyakarta: Kanisus, 2008), hal. 60.

¹³ Badollahi Mustafa, *Promosi Jasa Perpustakaan* (Jakarta: Universitas Terbuka, Depdikbud, 1996), hal. 144.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis menyimpulkan bahwa sarana promosi merupakan lahan, cara atau tempat kita untuk menuangkan ide atau gagasan dalam melaksanakan suatu promosi tersebut. Sarana promosi perpustakaan dapat dilakukan dengan cara penyebaran brosur ataupun poster yang berisi informasi tentang keberadaan perpustakaan seperti waktu dan hari kegiatan perpustakaan, termasuk koleksi yang perlu diketahui oleh pengguna. Kemudian sarana promosi perpustakaan juga dapat dilakukan dengan pendidikan pengguna (*user education*), karena cara tersebut memberikan penjelasan kepada pengguna perpustakaan, bagaimana cara memanfaatkan perpustakaan secara benar dan efektif. Dan perpustakaan juga harus mempunyai pustakawan-pustakawan yang handal dan berpendidikan dalam bidang perpustakaan, agar pengguna tidak segan-segan untuk bertanya dan pustakawan tidak susah untuk menjawab.

6. Kendala-Kendala Promosi Perpustakaan

Pada dasarnya semua usaha pasti akan ada halangan ataupun kendala. Begitu juga halnya dengan perpustakaan. Untuk membuat perpustakaan berhasil dalam hal kegiatan pemasaran dan promosi layanan mendapat kendala dari luar dan dari dalam perpustakaan itu sendiri. Kedua kendala tersebut yaitu :

a. Kendala Dari Dalam Perpustakaan

Ada beberapa kendala yang sebenarnya berasal dari dalam perpustakaan. Baik itu dari perpustakaan maupun dari pustakawan itu sendiri. Oleh karena itu, kendala ini sebagian besar berasal dari dalam perpustakaan, maka ada peluang besar kendala tersebut dapat ditanggulangi sendiri oleh perpustakaan atau pustakawan. kendala-kendala itu antara lain adalah :

- 1) Lemahnya pengetahuan terhadap ilmu dan teknik pemasaran.
- 2) Pandangan tradisional bahwa perpustakaan hanyalah sebuah gudang buku.

- 3) Tidak memadainya gedung perpustakaan.
- 4) Kurangnya dana untuk membeli bahan pustaka dan membuka layanan baru.
- 5) Lemahnya apresiasi pustakawan tentang kenyataan pengguna perpustakaan.

b. Kendala Dari Luar Perpustakaan

Kendala ini berasal dari pustakawan. Oleh karena itu pustakawan harus dapat bekerja keras dan terus meningkatkan profesionalismenya untuk dapat menanggulangi kendala ini bahkan justru jadi tantangan untuk melakukan perubahan kearah yang lebih baik, kendala tersebut yaitu :

- 1) Masih kurangnya komitmen dari pinjaman dalam dukungan terhadap perpustakaan.
- 2) Lemahnya manajemen organisasi.
- 3) Faktor sosial, yaitu sudah menjadi budaya pengguna yang jarang ke perpustakaan.¹⁴

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis menyimpulkan bahwa terdapat beberapa kendala-kendala yang dihadapi perpustakaan dalam menjalankan promosi perpustakaan. Kendala dalam promosi inilah yang mempengaruhi proses kerja dalam sebuah organisasi. Kendala-kendala tersebut antara lain terdiri dari dalam maupun dari luar perpustakaan. Kendala-kendala dari dalam berupa sarana dan prasarana, sumber daya manusia dan dana. Sedangkan kendala dari luar yang dihadapi yaitu kepedulian masyarakat yang masih sangat minim dalam hal berkunjung ke perpustakaan. Semua kendala ini sangat mempengaruhi perkembangan suatu perpustakaan. Karena perpustakaan dapat dikatakan berhasil apabila perpustakaan tersebut mampu mengatasi semua kendala yang ada.

¹⁴ Badollahi Mustafa, *Promosi Jasa Perpustakaa* (Jakarta: Universitas Terbuka, Depdikbud, 1996), hal. 58.

B. Perpustakaan Umum

1. Pengertian Perpustakaan Umum

Perpustakaan umum adalah perpustakaan umum yang diselenggarakan oleh dana umum dengan tujuan melayani umum. Ciri perpustakaan umum adalah sebagai berikut :

- a. Terbuka untuk umum, artinya terbuka bagi siapa saja tanpa memandang perbedaan jenis kelamin, agama, kepercayaan, ras, usia, pandangan politik dan pekerjaan.
- b. Dibiayai oleh dana umum. Dana umum ialah dana yang berasal dari masyarakat. Biasanya dikumpulkan melalui pajak dan dikelola oleh pemerintah. Dana ini kemudian digunakan untuk mengelola perpustakaan umum. Karena dana berasal dari umum maka perpustakaan umum harus terbuka untuk umum.
- c. Jasa yang diberikan pada hakekatnya bersifat cuma-cuma. Jasa yang diberikan mencakup jasa referal artinya jasa memberikan informasi, peminjaman, konsultasi studi, sedangkan keanggotaan bersifat cuma-cuma artinya tidak perlu membayar. Pada beberapa perpustakaan umum di Indonesia masih ada yang memungut biaya untuk menjadi anggota, namun hal ini semata-mata karena alasan administratif belaka, bukanlah prinsip utama.¹⁵

2. Fungsi dan Tujuan Perpustakaan Umum

a. Fungsi Perpustakaan Umum

Secara umum, perpustakaan mengemban beberapa fungsi umum sebagai berikut :

1) Fungsi Informasi

¹⁵Sulistyo-Basuki, *Pengantar Ilmu Perpustakaan dan Informasi* (Jakarta: Gramedia, 1993), hal. 57.

Perpustakaan menyediakan berbagai macam informasi yang meliputi bahan tercetak, terekam maupun koleksi lainnya agar penggunaan perpustakaan dapat mengambil berbagai ide dari buku yang ditulis oleh para ahli dari berbagai bidang ilmu, menumbuhkan rasa percaya diri dalam menyerap informasi dalam berbagai bidang serta mempunyai kesempatan untuk dapat memilih informasi yang layak sesuai kebutuhannya.

2) Fungsi Pendidikan

Perpustakaan merupakan sarana pendidikan nonformal dan informal, artinya perpustakaan merupakan tempat belajar di luar bangku sekolah maupun juga tempat belajar dalam lingkungan pendidikan sekolah. Melalui fungsi ini manfaat yang dapat diperoleh adalah agar pengguna perpustakaan mendapatkan kesempatan untuk mendidik diri sendiri secara berkesinambungan untuk mengembangkan dan membangkitkan minat yang telah dimiliki pengguna.

3) Fungsi Kebudayaan

Perpustakaan merupakan tempat untuk mendidik dan mengembangkan apresiasi budaya masyarakat. Sebagai fungsi kebudayaan maka perpustakaan dimanfaatkan pengguna sebagai rekaman budaya bangsa untuk meningkatkan taraf hidup dan mutu kehidupan manusia baik secara individu maupun kelompok, membangkitkan minat terhadap kesenian dan keindahan yang merupakan salah satu kebutuhan manusia terhadap cita rasa seni, mendorong tumbuhnya kreativitas dalam kesenian, mengembangkan sikap dan sifat hubungan manusia yang positif serta menunjang kehidupan antar budaya secara harmonis.

4) Fungsi Rekreasi

Sebagai fungsi rekreasi maka perpustakaan dimanfaatkan pengguna untuk menciptakan kehidupan yang seimbang antara jasmani dan rohani, mengembangkan

minat rekreasi pengguna melalui berbagai bacaan dan pemanfaatan waktu senggang, menunjang berbagai kegiatan kreatif serta hiburan yang positif.

5) Fungsi Penelitian

Sebagai fungsi penelitian maka perpustakaan menyediakan berbagai informasi untuk menunjang kegiatan penelitian yang meliputi berbagai jenis maupun bentuk informasi itu sendiri.

6) Fungsi Deposit

Sebagai fungsi deposit maka perpustakaan berkewajiban menyimpan dan melestarikan semua karya cetak dan karya rekam yang diterbitkan di wilayah Indonesia. Perpustakaan yang menjalankan fungsi deposit secara nasional adalah Perpustakaan Nasional.¹⁶

b. Tujuan Perpustakaan Umum

Tujuan perpustakaan umum dirinci ke dalam tiga jenis tujuan yaitu sebagai berikut :

1) Tujuan Umum

Tujuan umum perpustakaan adalah membina dan mengembangkan kebiasaan membaca dan belajar sebagai suatu proses yang berkesinambungan seumur hidup serta kesegaran jasmani dan rohani masyarakat berada dalam jangkauan layanan, sehingga berkembang daya kreasi dan inovasinya bagi peningkatan martabat dan produktivitas setiap warga masyarakat secara menyeluruh dalam menunjang pembangunan nasional.

2) Tujuan Fungsional

Tujuan fungsional dan tujuan khusus perpustakaan umum adalah sebagai berikut:

¹⁶Sulistyo-Basuki, *Pengantar Ilmu Perpustakaan dan Informasi...*, hal. 59.

- a) Mengembangkan minat, kemampuan dan kebiasaan membaca, serta mendayagunakan budaya tulisan dalam segala sektor kehidupan.
- b) Mengembangkan kemampuan mencari, mengolah serta memanfaatkan informasi.
- c) Mendidik masyarakat pada umumnya agar dapat memelihara dan memanfaatkan bahan pustaka secara tepat guna dan berhasil.
- d) Meletakkan dasar-dasar ke arah belajar mandiri.
- e) Memupuk minat dan bakat masyarakat.
- f) Menumbuhkan kemampuan masyarakat untuk memecahkan masalah yang dihadapi dalam kehidupan atas tanggung jawab dan usaha sendiri dengan mengembangkan kemampuan membaca masyarakat.
- g) Berpartisipasi aktif dalam menunjang pembangunan nasional yang menyediakan bahan pustaka yang dibutuhkan dalam pembangunan sesuai kebutuhan seluruh lapisan masyarakat.

3) Tujuan Operasional

Tujuan Operasional perpustakaan umum merupakan pernyataan formal yang terperinci tentang sasaran yang harus dicapai serta cara mencapainya, sehingga tujuan tersebut dapat dimonitor, diukur dan dievaluasi keberhasilannya.¹⁷

3. Pengguna dan layanan

Seperti diketahui pengguna perpustakaan umum adalah semua penduduk yang hidup, bekerja, atau belajar di suatu lokasi atau kota/kabupaten tertentu tempat perpustakaan umum itu berada. Para pengguna atau calon pengguna perpustakaan itu beragam dalam umumnya, mulai dari usia anak-anak, remaja, orang dewasa sampai

¹⁷Sulistyo-Basuki, *Pengantar Ilmu Perpustakaan dan Informasi ...*, hal.60.

orangtua dan kakek-nenek. Adapun alasan mereka datang ke perpustakaan, dewasa ini, sesungguhnya mereka tidak hanya akan mencari buku tetapi juga mungkin majalah dan jenis bahan pustaka lainnya. Ada pengguna yang sedang mencari pekerjaan. Mungkin pula mereka adalah para pekerja di lembaga pemerintah atau swasta yang memerlukan informasi dalam rangka menyelesaikan tugas kantor mereka. Semua jenis pengguna ini mempunyai kebutuhan dan karakteristik yang berbeda. Dalam merancang strategi promosi perpustakaan, kita senantiasa perlu mempertimbangkan keberadaan mereka. Karakteristik dan kebutuhan mereka yang berbeda harus selalu dipertimbangkan agar tujuan dari promosi kita tercapai.¹⁸

4. Koleksi dan Sumber Daya Manusia

Bagaimana keragaman karakteristik dan kebutuhan ini semua dapat dipenuhi? Jawaban sederhana sesungguhnya adalah tidak mungkin. Perpustakaan kita, sekalipun bernama perpustakaan umum, sesungguhnya harus memberi prioritas pada subjek atau bidang tertentu yang akan dilayankan. Memang kita harus sedapat mungkin memberi pelayanan kepada semua lapisan masyarakat, namun karena faktor keterbatasan perpustakaan, baik dari segi dana maupun sumberdaya manusia, maka kita harus memberi prioritas pada satu atau beberapa bidang saja. Itu jika kita mau efektif dalam pelayanan. Kalau kita terlalu bersemangat ingin memberi pelayanan yang terbaik pada semua lapisan, maka efektivitasnya akan sangat rendah.

Ada baiknya perpustakaan lebih berkonsentrasi pada beberapa segmen pasar saja, meminjam istilah pemasaran, seperti penekanan pelayanan kepada kelompok tertentu, misalnya kelompok anak sekolah dan remaja saja. Ini tentu disesuaikan dengan kondisi dan keadaan masyarakat pada umumnya yang kita layani. Dengan pendekatan ini

¹⁸ Badollahi Mustafa, *Promosi Jasa Perpustakaan* (Jakarta: Universitas Terbuka, Depdikbud, 1996), hal. 42.

diharapkan perpustakaan umum kita akan lebih bermanfaat, daripada memaksakan melayani semua lapisan masyarakat, tetapi hasilnya adalah pelayanan perpustakaan yang serba minimal.

Sehubungan dengan itu penyiapan bahan pustaka yang akan disajikan kepada pengguna pun perlu disesuaikan dengan penekanan pelayanan diatas. Perpustakaan umum di Indonesia pada umumnya memang mempunyai dana yang sangat terbatas. Kita semua memaklumi keadaan tersebut. Karena itu kejelian pustakawannya untuk memanfaatkan dana yang terbatas itu untuk membeli bahan pustaka yang sangat diperlukan oleh kebanyakan pengguna sangat dituntut disini. Selain itu, perpustakaan umum di Indonesia saat ini juga masih banyak yang memiliki non pustakawan. Hal tersebut merupakan salah satu kendala bagi perpustakaan, karena non pustakawan tidak memiliki pengetahuan tentang ilmu perpustakaan, sehingga mereka harus diberi pelatihan-pelatihan dan membutuhkan waktu yang lama.¹⁹

5. Status dan Anggaran

Perpustakaan umum di Indonesia berada dibawah tanggung jawab pemerintah daerah tingkat dua. Jadi kepala perpustakaan bertanggungjawab kepada walikota atau bupati. Dengan demikian pembinaan dan anggarannya didapatkan dari pemerintah daerah tingkat dua tersebut. Ditinjau dari eselonnya perpustakaan umum termasuk eselon atau tingkatan yang tidak terlalu tinggi di lingkup pemerintah daerah. Eselon kepala perpustakaan umum sangat beragam di Indonesia. Ada yang eselon tiga (di Jakarta sedang diusulkan menjadi eselon dua), tetapi kebanyakan eselon empat. Bahkan ada beberapa daerah tingkat dua yang kepala perpustakaan umumnya tidak punya eselon, jadi hanya di bawah dinas pendidikan dan pengajaran. Jadi rendahnya eselon itu ditambah

¹⁹ Badollahi Mustafa, *Promosi Jasa Perpustakaan* (Jakarta: Universitas Terbuka, Depdikbud, 1996), hal. 43.

dengan perhatian pemerintah atau pimpinan yang kurang, minat dan kebutuhan akan perpustakaan oleh masyarakat yang belum begitu tinggi, membuat citra dan dana bantuan kepada perpustakaan belumlah mencukupi untuk memberikan pelayanan yang diharapkan. Apalagi untuk menerapkan konsep dan praktek pemasaran secara lengkap dan efektif.

Anggaran untuk perpustakaan umum di Indonesia diketahui memang sangat sedikit. Lebih parah lagi adalah kenyataan bahwa perhatian terhadap perkembangan perpustakaan oleh pimpinan atau atasannya cenderung hanya secara politis saja. Ini berarti bahwa kebanyakan atau umumnya pejabat selalu menyatakan bahwa perpustakaan adalah unit yang sangat penting untuk dikembangkan, tetapi pada kenyataannya, justru perpustakaan adalah unit yang paling kurang mendapat bantuan secara finansial. Bahkan kalau anggaran secara keseluruhan perlu dihemat, maka biasanya pimpinan akan melakukan pemotongan anggaran yang sedianya akan diberikan kepada perpustakaan. Kenyataan ini sebenarnya sudah lumrah dan biasa terjadi. Jadi bukan saja untuk perpustakaan umum, melainkan berlaku pula pada jenis perpustakaan lainnya.²⁰

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis dapat menyimpulkan bahwa perpustakaan umum merupakan perpustakaan yang terbuka untuk seluruh lapisan masyarakat. Perpustakaan umum ini terbuka untuk umum tanpa membedakan warna kulit, jenis kelamin, usia dan agama. Oleh karena itu perpustakaan umum memegang peranan penting dalam pemberian jasa untuk umum, dan hanya jenis perpustakaan ini yang tidak memiliki ciri tersendiri serta masyarakat yang dilayaninya tidak berbeda-beda. Jenis perpustakaan ini juga dianggap penting oleh Unesco (badan PBB yang bergerak dalam bidang pendidikan dan kebudayaan) sebagai media mencerdaskan kehidupan bangsa.

²⁰Badollahi Mustafa, *Promosi Jasa Perpustakaan...*, hal.45.

BAB III

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Badan Arsip dan Perpustakaan Aceh

1. Sejarah Pembentukan

Badan Arsip dan Perpustakaan Aceh didirikan tahun 1969. Sebelumnya lembaga tersebut bernama Perpustakaan Negara (PN) yang berlokasi pada salah satu ruangan seluas 12 m² di Kantor Perwakilan Departemen Pendidikan dan Kebudayaan Daerah Istimewa Aceh dengan jumlah koleksi 80 (delapan puluh) eksemplar dengan tenaga pegawainya berjumlah 2 (dua) orang. Berdasarkan surat keputusan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan No. 8429/c/B.3/1979 tanggal 29 Oktober 1979 Perpustakaan Negara berubah status menjadi Perpustakaan Wilayah. Pada tahun 1989 terbit Keppres No. 11 tahun 1989 yang mengatur bahwa Perpustakaan Wilayah berubah nama menjadi Perpustakaan Daerah.

Terbitnya Keppres No. 50 tahun 1997 tentang perubahan struktur organisasi Perpustakaan Nasional RI yang berdampak pula pada perubahan nama dari Perpustakaan Wilayah menjadi Perpustakaan Nasional Daerah Istimewa Aceh. Selanjutnya lahir Perda No. 39 tahun 2001 tentang Perpustakaan Nasional Daerah Istimewa Aceh telah menjadi salah satu lembaga daerah dengan nama Badan Perpustakaan Provinsi NAD.

Peristiwa gempa dan tsunami yang melanda Aceh pada tanggal 26 Desember 2004 mengakibatkan aktifitas Badan Arsip dan Perpustakaan Aceh terutama aktifitas perpustakaan berhenti beberapa bulan, karena hampir semua koleksi yang dimiliki perpustakaan rusak berat. Dan pada bulan Mei 2005 badan perpustakaan provinsi

nanggroe aceh Darussalam mulai melaksanakan aktivitasnya kembali dalam memberikan layanan kepada masyarakat.

Terakhir UUD Nomor 11 tahun 2006 tentang Pemerintahan Aceh dan Qanun Nomor 5 tahun 2007 tentang susunan Organisasi dan Tata Dinas, Lembaga Teknis Daerah dan Lembaga Daerah Provinsi Nanggroe Aceh Darussalam, maka Badan Perpustakaan Provinsi Nanggroe Aceh Darussalam bergabung dengan Badan Arsip Provinsi Nanggroe Aceh Darussalam dengan momenklatur Badan Arsip dan Perpustakaan Aceh.¹

2. Visi dan Misi

Adapun visi Badan Arsip dan Perpustakaan Aceh adalah mewujudkan Arsip dan Perpustakaan sebagai sumber informasi dan sarana pembangunan sumber daya manusia yang islami.

Sedangkan misi Badan Arsip dan Perpustakaan Aceh ada beberapa poin yaitu:

- a. Memberdayakan arsip sebagai tulang punggung manajemen dan bukti akuntabilitas kinerja Pemerintah Aceh.
- b. Meningkatkan pelayanan dan sarana kearsipan dan perpustakaan.
- c. Menggali, menyelamatkan, melestarikan dan memanfaatkan khasanah budaya Aceh dan nilai-nilai dinul Islam.
- d. Meningkatkan kemampuan dan profesionalisme aparatur kearsipan dan perpustakaan.
- e. Membina dan mengembangkan minat dan budaya baca masyarakat.

¹*Profil Badan Arsip dan Perpustakaan Aceh tahun 2016.*

- f. Meningkatkan peran perpustakaan sebagai sarana dan pembangunan sumber daya manusia.
- g. Membina kerjasama kearsipan dan perpustakaan di dalam dan luar negeri.²

3. Struktur Organisasi

Badan Arsip dan Perpustakaan Aceh saat ini memiliki 22 orang pustakawan dan 40 orang non pustakawan. Struktur organisasi Badan Arsip dan Perpustakaan Aceh dapat dilihat di lampiran.

Demikian pembahasan tentang profil Badan Arsip dan Perpustakaan Aceh. Selanjutnya untuk mengetahui lebih jauh mengenai strategi promosi perpustakaan, penulis akan memaparkannya pada sub bab B berikut.

B. Hasil Penelitian

Dari hasil penelitian yang penulis laksanakan pada Badan Arsip dan Perpustakaan Aceh, diketahui bahwa pada Badan Arsip dan Perpustakaan Aceh memiliki strategi promosi serta beberapa kendala dalam menjalankan promosi tersebut.

1. Strategi Promosi Badan Arsip dan Perpustakaan Aceh

Banyak kegiatan yang dilakukan oleh Badan Arsip dan Perpustakaan Aceh. Pada tahun 2015 lalu, salah satunya yang baru diprogramkan pada tahun tersebut adalah melakukan promosi berbasis elektronik seperti pemanfaatan stasiun televisi dan radio dalam upaya mensosialisasikan dan mempromosikan perpustakaan kepada masyarakat. Adapun stasiun televisi yang bersedia bekerjasama adalah ACEH TV, dan TVRI

²*Profil Badan Arsip dan Perpustakaan Aceh tahun 2016.*

(Televisi Republik Indonesia), sedangkan radio yang bersedia bekerjasama adalah radio RRI (Radio Republik Indonesia) dan sudah mengiklankan lebih dari 5000 kali pemutaran iklan melalui media tersebut. Iklan yang ditayangkan dan disiarkan adalah tentang layanan dan keberadaan Badan Arsip dan Perpustakaan Aceh. Iklan tersebut ditujukan untuk semua masyarakat tanpa membedakan usia, agama dan sebagainya. Faktor paling dasar yang mempengaruhi promosi perpustakaan melalui stasiun televisi dan radio adalah merubah pola pikir masyarakat yang tadinya belum tau menjadi tau, dan yang sudah tau menjadi giat untuk senantiasa memanfaatkan dan berkunjung ke perpustakaan. Oleh karena itu, Badan Arsip dan Perpustakaan Aceh melakukan promosi melalui televisi dan radio agar masyarakat dapat langsung menangkap isi pesan yang disampaikan melalui media tersebut dikarenakan media radio dan televisi merupakan media berbasis audio dan audiovisual.

Untuk tahun 2016 ini, Badan Arsip dan Perpustakaan Aceh melaksanakan iklan promosi perpustakaan dan minat baca di seluruh kabupaten kota, baik menggunakan jasa televisi maupun radio yang digemari oleh masyarakat setempat. Meskipun sekarang semua instansi pemerintahan lainnya sudah menggunakan media elektronik sebagai sarana penyampaian informasi kepada masyarakat, bukan berarti penggunaan spanduk, baliho dan brosur dilupakan. Jika melalui spanduk, baliho dan brosur lebih efektif maka setiap kabupaten kota akan dibuatkan baliho-baliho dan spanduk berukuran besar yang menginformasikan mengenai keberadaan dan layanan yang tersedia pada Badan Arsip dan Perpustakaan Aceh serta diharapkan dapat menarik minat baca masyarakat untuk mau berkunjung ke perpustakaan. Selain dana yang harus dikeluarkan tidak begitu besar

(mahal) secara keseluruhan masyarakat juga bisa melihat langsung tentang informasi mengenai Badan Arsip dan Perpustakaan Aceh.³

Berikut adalah beberapa bentuk kegiatan promosi yang dilakukan oleh Badan Arsip dan Perpustakaan Aceh :

a. Lomba Bercerita/Mendongeng (*Storytelling*)

Storytelling merupakan sebuah seni bercerita yang dapat digunakan sebagai sarana untuk menanamkan nilai-nilai pada anak yang dilakukan tanpa perlu menggurui sang anak. *Storytelling* merupakan suatu proses kreatif anak-anak dalam perkembangannya, senantiasa mengaktifkan bukan hanya aspek intelektual saja tetapi juga aspek-aspek kepekaan, kehalusan budi, emosi, seni, daya berfantasi, dan imajinasi anak yang tidak hanya mengutamakan kemampuan otak kiri tetapi juga otak kanan. Berbicara mengenai *Storytelling*, secara umum semua anak-anak senang mendengarkan *Storytelling* baik anak balita, usia sekolah dasar, maupun yang beranjak remaja bahkan orang dewasa.

Dalam kegiatan *Storytelling*, proses bercerita menjadi sangat penting karena proses inilah nilai atau pesan dari cerita tersebut dapat sampai pada anak. Pada saat proses *Storytelling* berlangsung terjadi sebuah penyerapan pengetahuan yang disampaikan pencerita kepada *audience*. Proses inilah yang menjadi pengalaman seorang anak dan menjadi tugas guru untuk menampilkan kesan menyenangkan saat bercerita.

Adapun sasaran dari kegiatan *Storytelling* ini adalah melatih daya tangkap anak-anak, mempertajam daya konsentrasi, mengembangkan kemampuan berbahasa,

³Hasil wawancara dengan Arkian, Kepala Bidang Pelayanan dan Teknologi Badan Arsip dan Perpustakaan Aceh, Banda Aceh, 22 Mei 2016.

mengenalkan buku sebagai alat bermain bagi anak-anak, dan mengenalkan budaya baca sejak dini.

b. Pemilihan Raja dan Ratu Baca

Raja dan Ratu baca adalah orang yang memiliki wawasan yang luas dan ilmu pengetahuan yang tinggi karena memiliki kegemaran membaca. Oleh karena itu, Badan Arsip dan Perpustakaan Aceh mengadakan pemilihan Raja dan Ratu Baca yang ditujukan untuk masyarakat yang berusia maksimal 23 tahun, dengan bentuk kegiatannya seperti menjawab pertanyaan-pertanyaan yang berhubungan dengan perpustakaan dan buku-buku apa saja yang sudah pernah dibaca, kemudian panitia acara ini akan mewawancarai para peserta yang dianggap mampu atau berhasil menjawab pertanyaan-pertanyaan tersebut. Adapun maksud dan tujuan diadakannya program pemilihan Raja dan Ratu Baca ini adalah untuk meningkatkan pengetahuan dan minat baca bagi pemustaka, menggalakkan gerakan cinta perpustakaan, dapat menerima informasi, memperdalam pengetahuan, meningkatkan kecerdasan, serta menumbuhkan pemahaman terhadap kehidupan.

c. Pameran Buku,

Pameran buku adalah salah satu bentuk kegiatan yang dapat dilakukan perpustakaan untuk menarik perhatian orang banyak. Pameran buku juga merupakan cara yang paling jitu untuk mempublikasikan keberadaan perpustakaan kepada pengguna. Kegiatan pameran perpustakaan dimaksudkan untuk menampilkan apa yang dimiliki oleh perpustakaan dan apa yang dilayankan oleh perpustakaan. Tujuan diadakannya pameran buku ini adalah untuk menunjukkan layanan, koleksi dan fasilitas yang

disediakan perpustakaan, memperkenalkan foto-foto bersejarah tempo dulu, menumbuhkan kecintaan akan budaya nusantara dan menjadikan perpustakaan sebagai tempat wisata edukatif. Adapun sasaran dari kegiatan pameran buku ini adalah pelajar SD, SMP, SMA dan masyarakat umum.

d. Pemilihan Peminjam Terbanyak (*Lucky Draw*)

Lucky Draw terdiri dari dua kata yaitu *lucky* dan *draw*. *Lucky* artinya bernasib baik atau beruntung.⁴ Sedangkan *draw* artinya cabutan, undian dan lotre.⁵ Jadi *lucky draw* adalah nama kupon yang di berikan kepada pengguna ketika meminjam bahan pustaka untuk penarikan undian.

Pemberian kupon merupakan salah satu sarana promosi penjualan yang bisa diterapkan pada suatu perpustakaan. Badan Arsip dan Perpustakaan Aceh melakukan promosi penjualan dengan cara memberikan kupon hadiah yaitu *lucky draw*. Pihak perpustakaan memberikan *lucky draw* kepada pengguna ketika pengembalian bahan pustaka kepada layanan sirkulasi. Apabila pengembalian bahan pustaka sesuai dengan tanggal dan batas waktu yang telah ditentukan maka *lucky draw* akan diberikan sehingga dampak positifnya pengguna akan disiplin dalam pengembalian bahan pustaka dan pengguna lainnya bisa meminjam bahan pustaka tersebut karena stoknya akan selalu ada, sehingga meminimalisir adanya pengguna yang tidak disiplin. Adapun yang menjadi target dari kegiatan ini adalah pengguna perpustakaan yang memiliki kartu keanggotaan Badan Arsip dan Perpustakaan Aceh.

e. *Roadshow* Perpustakaan

⁴ Markus Willy, *Kamus Inggris Indonesia* (Surabaya: Arkola, 2005), hal. 393.

⁵ Markus Willy, *Kamus Inggris Indonesia...*, hal. 86.

Roadshow terdiri dari dua kata yaitu *road* dan *show*. *Road* artinya jalan. Sedangkan *show* artinya pertunjukan.⁶ Jadi, *roadshow* adalah pertunjukan keliling yang diadakan di luar perpustakaan untuk menarik perhatian masyarakat dan mengembangkan budaya baca.

Roadshow adalah salah satu program yang dijalankan oleh bidang layanan Badan Arsip dan Perpustakaan Aceh di samping acara-acara lainnya. Kegiatan ini menyentuh langsung pada akar permasalahan yang dihadapi oleh para generasi penerus bangsa khususnya pelajar, yaitu rendahnya minat baca. Menyikapi hal tersebut di atas, maka melalui acara *Roadshow* perpustakaan ini diharapkan dapat menumbuhkan minat yang besar di kalangan pelajar. Karena pelajar merupakan salah satu mediator dalam upaya penyebarluasan informasi untuk kalangan di sekitarnya.

Lokasi kegiatannya tidak dilaksanakan di perpustakaan, tetapi diluar perpustakaan bahkan diluar kabupaten. Dalam pelaksanaannya, kegiatan ini menggunakan metode ceramah dan *interview* bersama pemerhati perpustakaan.

f. Hari Kunjung Perpustakaan

Program Hari Kunjung perpustakaan adalah program yang diadakan setiap satu tahun sekali selama satu hari oleh Badan Arsip dan Perpustakaan Aceh. Hari Kunjung perpustakaan ini diibaratkan seperti hari ulang tahunnya Badan Arsip dan Perpustakaan Aceh. Bentuk kegiatan Hari Kunjung ini adalah sama seperti *Roadshow* perpustakaan yang memperkenalkan perpustakaan kepada masyarakat. Perbedaannya hanya pada lokasi kegiatannya, dimana *Roadshow* perpustakaan berlokasi di luar perpustakaan, sedangkan Hari Kunjung berlokasi di perkarangan Badan Arsip dan Perpustakaan Aceh.

⁶ Markus Willy, *Kamus Inggris Indonesia...*, hal. 510.

Adapun yang menjadi target atau sasaran pada kegiatan ini adalah siswa SD, SMP, SMA dan Mahasiswa.⁷

2. Kendala dalam pelaksanaan promosi

Badan Arsip dan Perpustakaan Aceh tidak memiliki tim khusus untuk menyusun perencanaan dan prosedur dalam mempromosikan perpustakaan, hanya saja setiap bidang layanan diberikan kepercayaan dalam penyusunan program promosi layanannya masing-masing dan segala teknis pelaksanaan promosi akan dirancang oleh pustakawan yang bertugas di bidang tersebut. Hal tersebut juga berkaitan dengan penetapan angka kredit pustakawan itu sendiri sehingga untuk penyusunan strategi dan segala teknis promosi ke depannya akan di susun oleh para pustakawan yang terdapat pada bidang layanan masing-masing.⁸

Menurut kepala bidang pelayanan dan teknologi dalam wawancara yang penulis lakukan menyatakan bahwa secara teknis tidak ada kendala dalam pelaksanaan promosi, hanya saja keterbatasan pada anggaran. Dibandingkan dengan instansi swasta, 60% anggaran dikeluarkan untuk promosi sedangkan instansi pemerintahan ketika kita mengusulkan untuk membuat iklan itu dianggap kurang mendesak dan bukan suatu perkara yang begitu penting karena prioritas utama itu adalah pengadaan koleksi⁹.

Dalam pelaksanaan promosi semua berjalan lancar akan tetapi terhadap pelaksanaan beberapa bentuk promosi akan dievaluasi kembali seperti pelaksanaan promosi melalui media elektronik seperti televisi dan radio apakah mencapai sasaran atau tidak maka akan dievaluasi kembali dan akan memilih media mana yang paling

⁷ Hasil wawancara dengan Nurul Husna, Pustakawan Badan Arsip dan Perpustakaan Aceh, Banda Aceh, 30 juli 2016.

⁸ Hasil wawancara dengan Arkian, Kepala Bidang Pelayanan dan Teknologi Badan Arsip dan Perpustakaan Aceh, Banda Aceh, 22 Mei 2016.

⁹ Hasil wawancara dengan Arkian, Kepala Bidang Pelayanan dan Teknologi Badan Arsip dan Perpustakaan Aceh, Banda Aceh, 22 Mei 2016.

efektif dalam penyampaian informasi kepada masyarakat. Dengan demikian akan sedikit menghemat kembali anggaran dikarenakan dalam promosi melalui jasa televisi dan radio akan memakan anggaran yang besar. Maka dari itu, bidang program dan evaluasi Badan Arsip dan Perpustakaan Aceh akan mencari strategi baru untuk menyampaikan informasi mengenai keberadaan dan layanan yang ada pada perpustakaan Aceh kepada masyarakat.

BAB IV

PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian yang telah penulis lakukan tentang *Strategi Promosi Perpustakaan di Badan Arsip dan Perpustakaan Aceh*, maka dapat dikemukakan kesimpulan dan saran-saran sebagai berikut:

A. Kesimpulan

1. Badan Arsip dan Perpustakaan Aceh telah merancang berbagai bentuk strategi promosi sebagaimana yang telah ditetapkan dalam Rencana Strategis (Renstra).
2. Badan Arsip dan Perpustakaan Aceh telah melaksanakan beberapa kegiatan promosi, seperti melakukan kegiatan pameran buku, *storytelling*/mendongeng, *lucky draw*, *roadshow* perpustakaan, serta pemilihan raja dan ratu baca. Semua kegiatan tersebut merupakan bentuk dasar dari perencanaan kegiatan promosi perpustakaan.
3. Terdapat beberapa kegiatan promosi yang kurang mencapai tujuan, akan tetapi untuk keseluruhannya setiap kegiatan promosi yang dilaksanakan telah memberikan informasi kepada masyarakat tentang keberadaan perpustakaan dan layanan-layanan yang tersedia pada Badan Arsip dan Perpustakaan Aceh serta memotivasi dan membangkitkan minat baca masyarakat baik dari kalangan pelajar maupun masyarakat umum lainnya.

B. Saran-Saran

Adapun saran-saran yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut:

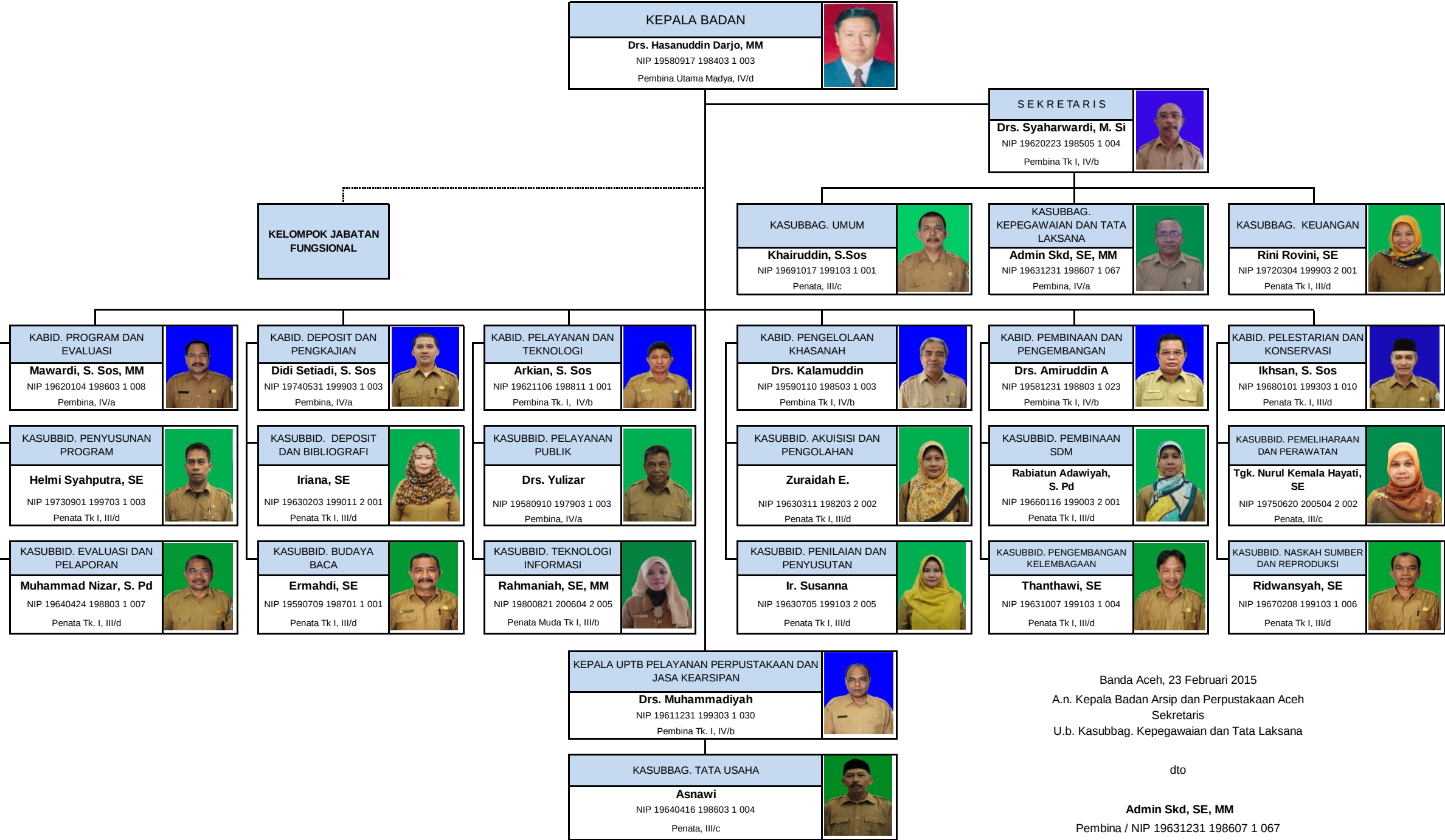
1. Diharapkan kepada Badan Arsip dan Perpustakaan Aceh untuk mengevaluasi kembali bentuk strategi promosi yang telah dilaksanakan.
2. Diharapkan kepada Badan Arsip dan Perpustakaan Aceh lebih kreatif dalam merancang strategi promosi dan menciptakan program-program terbaru yang lebih menarik perhatian masyarakat.
3. Perlu adanya pembinaan khusus kepada pustakawan maupun staf pegawai tentang pentingnya promosi pada perpustakaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Agus Rusmana. "Promosi Sebagai Strategi Pemasaran Perpustakaan". 2013. <https://www.scribd.com/doc/23999994/Promosi-Sebagai-Strategi-Pemasaran-Perpustakaan> (diakses 22 Juli 2016).
- Anur Hidayati. "Persepsi Pemustaka Terhadap Pelayanan Referensi di UIN Sunan Kalijaga". 2012. <http://digilib.uin-suka.ac.id/9018/> (diakses 22 Juli 2016).
- Badollahi Mustafa. *Promosi Jasa Perpustakaan*. Universitas Terbuka, Depdikbud, 1996.
- Departemen Pendidikan Nasional. *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2008.
- Eko Handoyo. "Layanan Perpustakaan". 2010. <https://pp.ktp.fip.unp.ac.id/?p=38> (diakses 22 Juli 2016).
- Hasil wawancara dengan Arkian, Kepala Bidang Pelayanan dan Teknologi Badan Arsip dan Perpustakaan Aceh, Banda Aceh, 22 Mei 2016.
- Hasil wawancara dengan Nurul Husna, Pustakawan Badan Arsip dan Perpustakaan Aceh, Banda Aceh, 30 Juli 2016.
- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran Jilid 2*. Diterjemahkan oleh Hendra Teguh. Jakarta: Prehallindo, 2002.
- Rambat Lupiyoadi. *Manajemen Pemasaran Jasa: Teori dan Praktek*. Jakarta: Salemba Empat, 2001.
- Rangkuti Freddy. *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2009.
- Rencana Strategis Badan Arsip dan Perpustakaan Aceh Tahun 2012-2017.
- Sulistyo Basuki. *Pengantar Ilmu Perpustakaan dan Informasi*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 1993.
- Tim Penyusun Kamus Pusat Bahasa. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka, 2005.
- Wahyu Supriyanto. *Teknologi Informasi Perpustakaan*. Yogyakarta: Kanisus, 2008.
- Wiji Suwarno. *Pengetahuan Dasar Kepustakaan*. Bogor: Galia Indonesia, 2010.

Willy, Markus. *Kamus Inggris Indonesia*. Surabaya: Arkola, 2005.

Zulfikar. “Pelayanan Prima Sebagai Promosi Jasa Perpustakaan”. *Libria* 3, No. 4 (2012).



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama Lengkap : Nelly Wahyuni
Tempat/ Tgl. Lahir : Banda Aceh, 28 Februari 1995
Jenis Kelamin : Perempuan
Pekerjaan/ NIM : Mahasiswi/ 031 300 942
Agama : Islam
Status : Belum Kawin
Alamat : Jln. Mujur Gg. Aman Lr.1 Desa Lamlagang

Orang Tua

Ayah : Zainuddin Syarief
Pekerjaan : Wiraswasta
Ibu : Aidi Suryani
Pekerjaan : PNS

Pendidikan

1. Sekolah Dasar : MIN Seutui Banda Aceh (Tahun 2001-2007)
2. SLTP : SMPN 7 Banda Aceh (Tahun 2007-2010)
3. SLTA : SMAN 6 Banda Aceh (Tahun 2010-2013)
4. Perguruan Tinggi : Fakultas Adab dan Humaniora
Program Studi Diploma III Ilmu Perpustakaan
Universitas Islam Negeri Ar-Raniry (Tahun
2013-2016)

Demikian daftar riwayat hidup ini saya buat dengan sebenarnya untuk dapat dipergunakan seperlunya.

Banda Aceh, 07 November 2016
Penulis

Nelly Wahyuni
031300942

LEMBARAN PENGESAHAN

Telah Dibimbing Oleh Pembimbing dan Disahkan Oleh
Panitia Ujian Fakultas Adab dan Humaniora dan Dinyatakan Lulus
Untuk Pogram Studi Diploma III dalam Bidang
Ilmu Perpustakaan

Nama : Nelly Wahyuni
NIM : 031300942

Judul Karya

**STRATEGI PROMOSI PERPUSTAKAAN DI BADAN ARSIP DAN
PERPUSTAKAAN ACEH**

Tanggal : 15 Agustus 2016 M
11 Dzulkaidah 1437 H

Pembimbing I

Pembimbing II

Mukhtaruddin, M.LIS
NIP. 197711152009121001

Ulfa Fajrina, S.IP
NIP. 198309062006042007

Ketua Program Studi
D-III Ilmu Perpustakaan

Mengetahui,
Dekan Fakultas Adab dan
Humaniora UIN Ar-Raniry

Drs. Syukri Nur A. Gani, M.LIS
NIP. 196801252000031002

Syarifuddin, MA., Ph. D
NIP. 197001011997031005