Promosi dan Kerja Sama di Perpustakaan Sekolah

Bahan Pelatihan
pada Pelatihan tentang Penguatan Kompetensi Sumber Daya Manusia
Pengelola Perpustakaan Madrasah dan Sekolah se-Kota Padang
8-11 November 2018

PERPUSTAKAAN UNIV. NEGERI PADANG
TELAH TERDAFTAR
JUDUL : PROMOSI DAN KERJA SAMA DI PERPUSTAKAAN SEKOLAH
PENGARANG : ARDONI
JENIS : MAKALAH
NOMOR : 23/UN.35.1/PK/KI/2020
TANGGAL : 17 JANUARI 2020
TTD PAJA
Dr. ARDONI, M.Si
NIP. 19601104 198702 1 002

Oleh: Ardoni
NIDN 00041160003

Program Studi Informasi Perpustakaan dan Kearsipan (D3)
Fakultas Bahasa dan Seni
Universitas Negeri Padang
2018

Scanned by CamScanner

Promosi dan Kerja Sama di Perpustakaan Sekolah[1]

Oleh: Ardoni[2]

A. Pendahuluan

Dari berbagai literatur, disebutkan bahwa perpustakaan memiliki fungsi penyimpanan, informasi, pendidikan, rekreasi, dan kultural. Fungsi penyimpanan berkaitan dengan sumber informasi yang disimpan di perpustakaan dan usaha perpustakaan untuk mempertahankan kelestarian sumber informasi itu. Bagaimanapun, tidak semua sumber informasi yang ada di dunia dapat dikumpulkan oleh sebuah perpustakaan, maupun secara bersama-sama, seluruh perpustakaan.

Fungsi informasi membuat perpustakaan berupaya menyediakan berbagai informasi bagi masyarakat, terutama masyarakat pengguna jasanya yang lazim disebut pemustaka. Perpustakaan juga memiliki fungsi pendidikan yang menjadi penyedia sarana untuk belajar. Fungsi rekreasi membuat perpustakaan menyediakan sumber informasi sebagai pengisi waktu luang para pemustakanya. Terakhir, fungsi kultural atau fungsi budaya, perpustakaan berperan serta dalam menjaga, mendorong, dan melestarikan budaya serta perkembangannya.

Bagaimanapun, fungsi perpustakaan hanya bisa bermakna apabila ada pengguna atau pemustakanya. Gedung megah, fasilitas lengkap, pustakawan handal, lokasi tepat, dan koleksi lengkap tidak ada artinya bila tidak dimanfaatkan oleh pemustaka. Perpustakaan sangat memerlukan kunjungan dan penggunaan para pemustaka.

Tentu saja, perpustakaan dan pustakawan tidak bisa hanya menunggu kedatangan pemustaka. Alasannya, pemustaka dapat saja tidak mengetahui koleksi perpustakaan, tidak mengetahui fasilitas perpustakaan, tidak mengetahui peranan pustakawan dan perpustakaan baginya, bahkan tidak jarang pula, pemustaka tidak tahu lokasi

---

[1] Bahan pelatihan pada Pelatihan tentang Penguatan Kompetensi Sumber Daya Manusia Pengelola Perpustakaan Madrasah dan Sekolah se-Kota Padang, 8-11 November 2018.

[2] Dosen Program Studi Informasi Perpustakaan dan Kearsipan (D3) dan Perpustakaan dan Ilmu Informasi (S1), Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Padang.

perpustakaan. Sehubungan dengan pentingnya pemustaka bagi perpustakaan, maka tepat kiranya bila pustakawan aktif dalam "mengajak" pemustaka untuk datang ke perpustakaan. Kegiatan mengajak itu lazim disebut dengan promosi.

Dalam hal lain, seperti disinggung terdahulu, bahwa tidak ada satupun (bahkan secara bersama-sama) perpustakaan yang dapat mengumpulkan seluruh sumber informasi yang ada di dunia. Berbagai alasan yang menjadi penyebabnya, salah satu di antaranya adalah keterbatasan dana. Apalagi bila diingat, perpustakaan (di Indonesia) selalu berkutat dengan masalah keterbatasan dana tersebut. Salah satu cara mengatasi ketidaklengkapan koleksi sumber informasi dimaksud adalah dengan melakukan kerja sama antarperpustakaan.

B. Promosi

Promosi adalah upaya untuk memberitahukan atau menawarkan produk atau jasa dengan tujuan menarik calon konsumen untuk membeli atau mengkonsumsinya. Pada kasus perpustakaan, promosi adalah upaya memberitahu pemustaka tentang segala sesuatu yang dimiliki oleh perpustakaan, misalnya lokasi, koleksi, layanan, pustakawan, dan lain-lain. Secara umum, manfaat promosi adalah agar jumlah pemustaka yang mengunjungi dan memanfaatkan perpustakaan semakin meningkat.

Secara lebih rinci, tujuan promosi perpustakaan adalah:

1. menyebarkan informasi produk perpustakaan kepada pemustaka potensial,
2. meningkatkan jumlah pemustaka,
3. mendapatkan pemustaka baru dan menjaga "kesetiaan" pemustaka lama,
4. menjaga kestabilan kunjungan pemustaka dalam keadaan apapun,
5. mengevaluasi perpustakaan itu sendiri,
6. mengubah perilaku pemustaka (bagi perpustakaan sekolah tujuan ini adalah peran-serta perpustakaan dalam pendidikan bagi siswa).

C. Saluran Promosi

Secara umum, promosi dapat dilakukan dengan menggunakan berbagai saluran. Di beberapa perpustakaan (luar negeri), perpustakaan mengiklankan diri di radio-radio swasta. Sementara itu, perpustakaan di Indonesia juga ada yang memasang iklan di televisi atau di internet. Promosi juga bisa dilakukan melalui sms, e-mail, spanduk/baliho, diskusi, dan di zaman sekarang melalui media sosial.

Tidak dapat dibantah, promosi masih sangat jarang dilakukan oleh perpustakaan (terutama di Indonesia dan perpustakaan sekolah). Jarangnya promosi barangkali terjadi karena pustakawan menganggap promosi tidak diperlukan karena perpustakaan bukanlah lembaga yang mencari laba, melainkan lembaga nirlaba. Penyebab lainnya adalah masalah klasik, yakni keterbatasan dana dan sumber daya manusia. Lebih ekstrim, jangan-jangan pustakawan tidak mengetahui bahwa promosi perpustakaan perlu dilakukan.

Perpustakaan memang bukan lembaga yang mencari laba dalam arti keuntungan finansial, apalagi perpustakaan sekolah. Bagi perpustakaan, laba atau keuntungan adalah eksistensi atau keberadaan perpustakaan pada lembaga induk (sekolah) dan bagi masyarakat sekolah. Bagi perpustakaan, laba itu adalah berupa jumlah pemustaka yang mengunjungi dan memanfaatkan koleksi perpustakaan. Bukankah koleksi perpustakaan tidak seluruhnya diperoleh secara gratis? Bukankah pustakawan tidak bekerja secara percuma? Bukankah gedung perpustakaan dibangun dengan biaya berupa uang? Perumpamaan perpustakaan (sekolah) adalah seperti membeli barang yang tidak ada gunanya, apabila perpustakaan itu tidak dimanfaatkan oleh pemustakanya. Perpustakaan sekolah yang (juga) menghabiskan sepersekian persen dari dana sekolah tentunya akan menjadi mubazir ketika tidak dimanfaatkan.

D. Mengapa Harus Promosi?

Tanpa melakukan kegiatan promosi, perpustakaan akan sulit memberitahu pemustaka atau calon pemustaka tentang lokasi, fasilitas, koleksi, serta manfaat dan cara pemanfaatan perpustakaan tersebut. Seringkali, pemustaka tidak datang ke perpustakaan karena tidak mengetahui lokasi perpustakaan, atau karena lokasi perpustakaan tidak strategis. Tanpa bermaksud menyinggung perasaan siapapun, perpustakaan sekolah seringkali berada di bagian yang sulit terlihat. Kalau tidak demikian, perpustakaan sekolah berada di lokasi yang tidak nyaman.

Keadaan perpustakaan sekolah pun jarang yang memiliki fasilitas lengkap. Ruangan yang sempit, kadang-kadang tidak cukup pencahayaan, atau tidak adanya ruang baca yang nyaman. Sekurang-kurangnya di mata para siswa, perpustakaan adalah sebuah ruangan yang tidak menyenangkan. Manakala, perpustakaan sudah dibenahi, promosi adalah alat yang ampuh untuk menghapus citra (*image*) negatif perpustakaan yang melekat di pikiran siswa atau guru.

Sama halnya perpustakaan yang sudah dilengkapi dengan fasilitas yang baik dan memadai juga perlu "diberitahukan" kepada siswa. Promosi adalah cara untuk memberitahukan itu. Begitu pula, pemustaka kadang-kadang tidak memiliki pengetahuan yang cukup tentang cara menggunakan koleksi. Sekali lagi, perlu promosi untuk menunjukkan cara penggunaan dimaksud.

Simpulan sementara adalah, promosi perpustakaan tidak begitu serupa dengan promosi yang dilakukan oleh lembaga-lembaga yang mencari keuntungan finansial. Promosi perpustakaan lebih ditekankan pada pengenalan tentang perpustakaan, bukan hanya produk-produk (koleksi) dari perpustakaan. Apalagi bila diingat, perpustakaan masih merupakan sesuatu yang "baru" bagi kebanyakan masyarakat, termasuk masyarakat sekolah. Perpustakaan masih dipandang sebagai "gudang" buku dan pustakawan adalah "penjaga" buku.

E. Promosi versus Dana

Menyangkut keterbatasan dana mesti diakui bahwa kegiatan promosi melalui saluran-saluran promosi yang dipaparkan terdahulu tentunya memerlukan biaya. Bagi dunia usaha, dana promosi bahkan sama besarnya dengan biaya promosi. Artinya, apabila modal sebuah barang adalah Rp100.000,00, maka biaya produksi adalah Rp50.000,00 dan biaya promosi juga Rp50.000,00. Oleh karena itulah, televisi, surat kabar, media sosial, media film (youtube dll.), media obrolan (whatsapp dll.) bisa meraup sejumlah besar dana melalui promosi yang dilakukan oleh perusahaan-perusahaan.

Akan tetapi, di perpustakaan sekolah, dana bisa diganti peranannya dengan kiat-kiat tertentu. Dengan kata lain, promosi di perpustakaan sekolah bisa dilakukan, bahkan tanpa dana sama sekali. Alasannya adalah promosi tidak hanya untuk memperkenalkan dan menawarkan produk, melainkan untuk memperkenalkan perpustakaan.

F. Beberapa Contoh Kegiatan Promosi di Perpustakaan Sekolah

Kegiatan promosi dapat dilakukan dengan melibatkan siswa secara langsung. Di sekolah dasar, siswa dapat diminta ikut menghias perpustakaan dengan lukisan para siswa. Artinya, perpustakaan didekorasi dengan lukisan yang barangkali bagi orang dewasa terlihat “lucu”.

Pada lukisan dicantumkan nama pelukisnya, yakni para siswa SD tersebut. Secara psikologis, siswa yang melukisnya akan merasa bangga dan dapat diharapkan akan mengajak kawan-kawannya ke perpustakaan untuk memamerkan lukisannya. Sedapat mungkin, lukisan adalah tentang para pahlawan atau jenis-jenis bunga, buah-buahan sesuai dengan pikiran siswa SD.

Melibatkan siswa dalam membenahi perpustakaan dapat membuat siswa (SD, SLTP, dan SLTA) merasa “diikutsertakan” dan membiasakan siswa datang ke

perpustakaan. Kegiatan promosi seperti ini akan membuat siswa mulai mengenal perpustakaan dan tentu saja mengenal apa saja yang terdapat di dalam perpustakaan. Dengan melibatkan siswa, perpustakaan akan mendapatkan keuntungan lain, yakni penataan ruang perpustakaan sesuai dengan selera siswa yang bermuara pada perasaan lebih nyaman berada di perpustakaan. Siswa pun mengenal dengan baik sosok pustakawan secara lebih akrab dan dengan keakraban itu, siswa akan mulai percaya dengan ajakan pustakawan untuk membaca, meminjam, atau sekadar mengisi waktu luang di perpustakaan.

Kegiatan promosi juga bisa dilakukan dengan melibatkan guru. Pustakawan melakukan taktik "jemput bola", yakni memasok para guru dengan sumber-sumber informasi terbaru (tercetak atau digital). Informasi yang diberikan kepada guru tentunya disesuaikan dengan mata pelajaran yang diasuhnya. Tujuan kegiatan promosi demikian adalah agar guru merasakan manfaat pustakawan dan perpustakaan dalam memperoleh informasi yang dibutuhkan. Guru merupakan *agent* yang sangat penting dalam mempromosikan perpustakaan kepada siswa.

Setelah kegiatan tersebut, pustakawan dapat mengusulkan kepada guru untuk sesekali menggunakan ruangan perpustakaan untuk pembelajaran. Tentu saja, pustakawan juga sudah mempersiapkan sumber informasi yang potensial digunakan dalam pembelajaran itu.

Secara bertahap, pustakawan dapat mengusulkan kepada guru untuk memberikan tugas yang membuat siswa perlu ke perpustakaan untuk menyelesaikan tugas tersebut, misalnya tugas menulis makalah (mungkin lebih sesuai untuk SLTA). Sebelumnya, pustakawan menyerahkan kepada guru, sumber-sumber informasi yang dikoleksi di perpustakaan.

Di sebuah SMA di Kabupaten Padangpariaman, perpustakaan sekolah juga menyediakan ruangan untuk siswa untuk mengerjakan tugas yang memerlukan komputer. Hasil kerja sama antara pustakawan dan guru di sekolah itu juga terlihat ketika siswa mengikuti lomba karya tulis ilmiah dan karya tulis itu dikerjakan siswa di ruangan yang disebut terdahulu.

Setelah meyakinkan kepala sekolah, pustakawan dapat pula mengadakan lomba-lomba yang menggunakan koleksi perpustakaan. Peserta lomba tentunya adalah siswa. Misalnya lomba menulis resensi buku dengan hadiah yang disediakan oleh kepala sekolah.

Dari beberapa contoh tersebut dapat ditarik simpulan sementara, bahwa kegiatan promosi (tanpa dana yang banyak) dapat dilakukan pustakawan melalui kerja sama dengan siswa, guru, dan pimpinan sekolah. Mau tidak mau, pustakawan mesti bersikap proaktif dalam arti sebenarnya. Pustakawan yang melakukan promosi juga perlu bersikap rendah hati dan memiliki kesabaran dalam menghadapi para pihak yang (mungkin) selama ini memiliki minat baca rendah dan kurang memahami fungsi perpustakaan sekolah.

G. Kerja Sama Antarperpustakaan

Pada perpustakaan sekolah, kerja sama antarperpustakaan yang lazim dilakukan, misalnya *interlibrary loan* (pinjam antarperpustakaan) barangkali belum perlu dilakukan. Mengapa? Alasannya adalah karena koleksi perpustakaan sekolah belumlah dibutuhkan oleh siswa apalagi siswa sekolah lain. Dengan kata lain, kerja sama yang dimaksud tidaklah serupa dengan pernyataan yang terdapat pada bagian pendahuluan dari bahan pelatihan ini.

Selama ini, para guru memiliki MGMP (Musyawarah Guru Mata Pelajaran) sebagai wadah berbagi informasi dan metode pembelajaran. Di perpustakaan, organisasi serupa adalah ATPuSI (Asosiasi Tenaga Perpustakaan Sekolah Indonesia). Namun, sampai sekarang kiprah ATPuSI belum terlihat sebagai wadah berbagi informasi dan bertukar pikiran tentang pemasyarakatan perpustakaan sekolah. Tidak ada salahnya bila, para pustakawan sekolah melakukan kegiatan tersebut, baik di bawah naungan organisasi ataupun secara personal. Dengan kegiatan itu pula,

pustakawan dapat saling contoh tentang berbagai hal yang membuat perpustakaan dikenal dan berarti di mata siswa dan guru.

H. Penutup

Kegiatan promosi merupakan kegiatan yang penting bagi organisasi laba dan nirlaba. Perpustakaan sekolah (di tengah keterbatasan) dapat melakukan kegiatan promosi yang tujuannya lebih kepada mendekatkan perpustakaan kepada pemustaka atau calon pemustaka. Pustakawan perlu berupaya lebih keras untuk dapat melakukan kegiatan promosi. Beberapa contoh dapat dilakukan dan/atau didiskusikan dalam pelatihan ini.

Berbeda dengan promosi, kegiatan kerja sama lebih ditujukan pada kerja sama antarpustakawan, alih-alih kerja sama antarperpustakaan. Dengan kerja sama, diharapkan pustakawan sekolah dapat saling memberi informasi agar perpustakaan sekolah binaannya menjadi lebih baik pengelolaannya.

Daftar Pustaka

Morris, V. J., & Bullard, J. E. (2009). *Circulation Services. In Encyclopedia of Library and Information Sciences (3rd ed.).* London: Taylor & Francis.

Prihartanta, W. (2015). Tujuan Promosi Perpustakaan. *Jurnal Adabiya, Vol. 3 No. 83* , 1-9.

Riza, F. A., Suryadi, & Suprapto, A. ([s.a.]). Strategi Promosi Perpustakaan Khusus ((Studi pada Perpustakaan Bank Indonesia Surabaya). *Jurnal Administrasi Publik (JAP), Vol. 3, No. 12* , 2101-2106.

Russo, L. (2017, Maret 9). *Mastering Marketing: Library Promotion*. Retrieved November 4, 2018, from Library Journal: https://www.libraryjournal.com/?detailStory=mastering-marketing-library-promotion

Sulistyo-Basuki. (1992). Kerjasama dan Jaringan Perpustakaan Perguruan Tinggi Indonesia. In A. Bangun, *Kepustakawanan Indonesia: Potensi dan Tantangan, itor Antonius Bangun, dkk.* Jakarta: Kesaint Blanc.