

**PERSEPSI MASYARAKAT TERHADAP PELAKSANAAN PROMOSI
PERPUSTAKAAN UMUM KOTA PADANG
DI KANTOR ARSIP PERPUSTAKAAN DAN DOKUMENTASI
KOTA PADANG**

MAKALAH TUGAS AKHIR

**untuk memenuhi sebagian persyaratan memperoleh gelar Ahli Madya
Ilmu Informasi Perpustakaan dan Kearsipan**



**VICHA HANDAYANI
NIM 57733/2010**

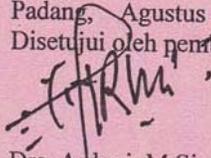
**PROGRAM STUDI ILMU INFORMASI PERPUSTAKAAN DAN KEARSIPAN
JURUSAN BAHASA DAN SASTRA INDONESIA DAN DAERAH
FAKULTAS BAHASA DAN SENI
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
2013**

PERSETUJUAN PEMBIMBING

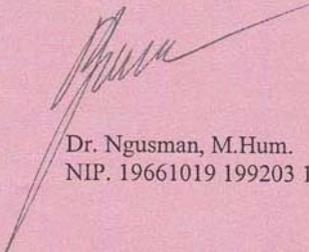
MAKALAH TUGAS AKHIR

Judul : Persepsi Masyarakat terhadap Pelaksanaan Promosi Perpustakaan Umum Kota Padang di Kantor Arsip Perpustakaan dan Dokumentasi Kota Padang
Nama : Vicha Handayani
NIM : 2010/57733
Program Studi : Ilmu Informasi Perpustakaan dan Kearsipan
Jurusan : Bahasa dan Sastra Indonesia dan Daerah
Fakultas : Bahasa dan Seni

Padang, Agustus 2013
Disetujui oleh pembimbing,


Drs. Ardoni, M.Si.
NIP 19601104 198702 1 002

Ketua Jurusan,


Dr. Ngusman, M.Hum.
NIP. 19661019 199203 1 002

PENGESAHAN TIM PENGUJI

Nama : Vicha Handayani
NIM : 2010/57733

Dinyatakan lulus setelah mempertahankan makalah di depan Tim Penguji
Program Studi Ilmu Informasi Perpustakaan dan Kearsipan
Jurusan Bahasa dan Sastra Indonesia dan Daerah
Fakultas Bahasa dan Seni
Universitas Negeri Padang
dengan judul

**Persepsi Masyarakat Terhadap Pelaksanaan Promosi Perpustakaan
Umum Kota Padang di Kantor Arsip Perpustakaan dan Dokumentasi
Kota Padang**

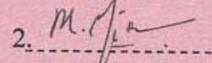
Padang, Agustus 2013

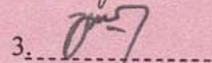
Tim Penguji

1. Ketua : Drs. Ardoni, M.Si.
2. Sekretaris : Malta Nelisa, S.Sos., M.Hum.
3. Anggota : M. Ismail, S.S., M.A.

Tanda Tangan

1. 

2. 

3. 

ABSTRAK

Vicha Handayani. 2013. “Persepsi Masyarakat Terhadap Pelaksanaan Promosi Perpustakaan Umum Kota Padang di Kantor Arsip Perpustakaan dan Dokumentasi Kota Padang”. *Makalah*. Program studi Ilmu Informasi Perpustakaan dan Kearsipan, Jurusan Bahasa dan Sastra Indonesia dan Daerah, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Padang.

Dalam makalah ini dibahas tentang persepsi masyarakat terhadap pelaksanaan promosi Perpustakaan Umum Kota Padang. Kajian ini bertujuan untuk: (1) mendeskripsikan bagaimana media yang dilakukan oleh pustakawan dalam mempromosikan Perpustakaan Umum Kota Padang, dan (2) untuk mengetahui bagaimana persepsi masyarakat terhadap pelaksanaan promosi yang dilakukan Perpustakaan Umum Kota Padang.

Data dikumpulkan melalui wawancara dan observasi di Perpustakaan Kantor Arsip Perpustakaan dan Dokumentasi Kota Padang. Analisis data dilakukan secara deskriptif.

Berdasarkan penganalisan data, disimpulkan hal-hal sebagai berikut. *Pertama*, belum optimalnya media promosi yang dilakukan oleh Perpustakaan Umum Kota Padang. Dapat dilihat dari rendah atau sedikitnya pengunjung yang datang ke perpustakaan. *Kedua*, kurangnya pengunjung Perpustakaan Umum Kota Padang akibat promosi yang diadakan kurang efektif, sehingga disimpulkan persepsi masyarakat kurang begitu positif dan masyarakat tidak mengetahui adanya promosi yang dilakukan oleh Perpustakaan Umum Kota Padang.

KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan penulisan tugas akhir ini. Selama melakukan penelitian ini, banyak kendala yang ditemui. Namun dengan berbekal keyakinan, kesabaran dan bantuan berbagai pihak dapat menyelesaikan makalah ini. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu selama menyelesaikan makalah ini antara lain:

1. Drs. Ardoni, M.Si., selaku Pembimbing Tugas Akhir;
2. Dr. Ngusman, M.Hum dan Zulfadli, S.S., M.A, selaku Ketua dan Sekretaris Jurusan Bahasa dan Sastra Indonesia dan Daerah;
3. Marlina, S.IPI.,MLIS, selaku Penasehat Akademik;
4. Seluruh dosen yang mengajar di Program Ilmu Informasi Perpustakaan dan Kearsipan Jurusan Bahasa dan Sastra Indonesia dan Daerah;
5. Desmice,Bac, selaku Pimpinan Perpustakaan;
6. Murniati Akas, S.Pd, selaku Pustakawan di Kantor Arsip Perpustakaan dan Dokumentasi Kota Padang.

Penulis berharap semoga bantuan, bimbingan, dan motivasi yang diberikan menjadi amal ibadah di sisi Allah. Demikianlah penulisan makalah ini, semoga makalah ini bermanfaat bagi pembaca.

Padang, Juni 2013

Penulis

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR LAMPIRAN	v
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	3
C. Tujuan Penulisan	3
D. Manfaat Penulisan	4
E. Kajian Pustaka	4
F. Metode Penelitian	14
BAB II PEMBAHASAN	
A. Bentuk Media Promosi yang Dilakukan oleh Pustakawan dalam Mempromosikan Perpustakaan Umum Kota Padang	16
B. Persepsi Masyarakat terhadap Promosi Perpustakaan Umum Kota Padang	22
BAB III PENUTUP	
A. Simpulan	24
B. Saran	24
KEPUSTAKAAN LAMPIRAN	

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Format lembar observasi.....	28
Lampiran 2	Panduan wawancara.....	30
Lampiran 3	Hasil wawancara dengan pustakawan.....	31
Lampiran 4	Hasil wawancara dengan masyarakat.....	32

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perpustakaan umum adalah perpustakaan yang dibiayai oleh dana umum (anggaran pemerintah, pajak) yang terbuka untuk umum, tanpa membedakan status sosial (Sulistyo-Basuki, 1993:9). Lazimnya, jasa yang diberikan secara cuma-cuma. Perpustakaan umum merupakan sarana penting bagi pendidikan bangsa mana pun, sehingga Unesco pada tahun 1972 mengeluarkan pernyataan yang disebut Manifesto Perpustakaan Umum. Dalam manifesto tersebut dinyatakan bahwa perpustakaan umum terbuka bagi siapa saja tanpa memandang perbedaan usia, warna kulit, kepercayaan, jenis kelamin, ras, kedudukan sosial, atau agama.

Pada dasarnya masyarakat pengguna perpustakaan (pemustaka) ini akan datang bila ada rasa ketertarikan. Ketertarikan yang dimaksud bisa diartikan sebagai ketertarikan terhadap tempat, lingkungan, koleksi, pelayanan dan bagaimana promosi yang baik. Rasa ketertarikan akan meningkat menjadi senang apabila kebutuhan dapat terpenuhi, sehingga dengan terpenuhinya kebutuhan dan menimbulkan rasa senang serta kepuasan, maka pemustaka akan datang kembali.

Sarana yang efektif dalam usaha pengenalan dan pendekatan perpustakaan kepada masyarakat, yaitu dengan promosi. Dengan adanya promosi diharapkan masyarakat akan mengenal perpustakaan secara dekat dan pada akhirnya masyarakat akan menjadi pemustaka yang giat dalam memanfaatkan jasa

perpustakaan. Menurut Tjiptono (2008:221) tujuan utama dari promosi adalah menginformasikan, mempengaruhi dan membujuk, serta meningkatkan pelanggan sasaran tentang perusahaan dan bauran pemasarannya.

Dalam hal jasa dan perdagangan promosi adalah usaha penjual untuk membujuk calon pembeli untuk menerima produk, pelayanan atau ide yang sedang dipromosikan (Darmono, 2001:176). Promosi harus dipandang sebagai sebuah kegiatan penting untuk dilaksanakan oleh perpustakaan. Tanpa promosi masyarakat tidak akan mengetahui apa yang dimiliki dan dilakukan oleh perpustakaan.

Berdasarkan pengamatan di lapangan masih banyak masyarakat yang belum mengetahui keberadaan Perpustakaan Umum Kota Padang, padahal Perpustakaan Umum Kota Padang telah melakukan promosi melalui baliho, brosur dan perpustakaan keliling. Mungkin, promosi yang telah dilakukan oleh Perpustakaan Umum Kota Padang kurang efektif. Hal ini disebabkan pemasangan baliho dipasang hanya di depan pintu Perpustakaan Umum Kota Padang, sehingga tidak banyak masyarakat yang melihat baliho itu.

Brosur Perpustakaan Umum Kota Padang tidak dibagikan kepada masyarakat, sekolah-sekolah dan universitas lainnya dalam upaya mempromosikan Perpustakaan Umum Kota Padang tetapi brosur hanya diletakkan di layanan referensi saja, sehingga pemanfaatan brosur kurang begitu efektif. Perpustakaan keliling dijalankan hanya berdasarkan permintaan dari TK dan Paud, seharusnya perpustakaan keliling ini mengunjungi tempat-tempat yang

lebih banyak lagi. Supaya masyarakat umum mengetahui keberadaan perpustakaan keliling.

Begitu juga dengan masyarakat yang beranekaragam keperibadiannya mempersepsikan perpustakaan sebagai objek untuk mencari informasi dan ilmu pengetahuan. Objek tersebut adalah tanggapan dan penilaian masyarakat terhadap Perpustakaan Umum Kota Padang. Dari persepsi masyarakat terhadap perpustakaan akan dapat diketahui bagaimana persepsi masyarakat terhadap pelaksanaan promosi yang dilakukan Perpustakaan Umum Kota Padang.

Dari penjelasan terdahulu mengenai promosi yang dilakukan oleh Perpustakaan Umum Kota Padang serta persepsi masyarakat terhadap promosi tersebut dapat dilihat bahwa Perpustakaan Umum Kota Padang belum mengalami kemajuan dalam hal banyaknya masyarakat yang datang. Perpustakaan Umum Kota Padang masih terlihat sepi pengunjung. Maka dari hal tersebut perlu dibahas dan dilakukan penelitian lebih lanjut, guna mencari alternatif penyelesaiannya. Oleh karena itu, dalam makalah ini akan dibahas mengenai persepsi masyarakat terhadap promosi Perpustakaan Umum Kota Padang.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang terdahulu dapat disimpulkan rumusan masalah, yaitu:

1. Bagaimana bentuk media yang dilakukan oleh pustakawan dalam mempromosikan Perpustakaan Umum Kota Padang;
2. bagaimana persepsi masyarakat terhadap pelaksanaan promosi yang dilakukan Perpustakaan Umum Kota Padang?

C. Tujuan Penulisan

Tujuan penulisan makalah ini adalah:

1. mendeskripsikan bagaimana bentuk media yang dilakukan oleh pustakawan dalam mempromosikan Perpustakaan Umum Kota Padang;
2. untuk mengetahui bagaimana persepsi masyarakat terhadap pelaksanaan promosi yang dilakukan Perpustakaan Umum Kota Padang.

D. Manfaat Penulisan

Dari hasil penulisan terdahulu diharapkan dapat memberikan manfaat dan masukan bagi:

1. bagi penulis, untuk menambah wawasan, pengetahuan dengan pengalaman khususnya dalam berkomunikasi dengan baik agar terciptanya persepsi yang baik, sehingga dapat berkomunikasi dengan lancar;
2. bagi Perpustakaan Umum Kota Padang, makalah ini dapat menjadi bahan pertimbangan dalam kemajuan perpustakaan serta menjadi acuan atau perbaikan dalam membuat kesan yang baik bagi pemustaka terhadap perpustakaan;
3. bagi pembaca, untuk menambah khazanah dan wawasan pembaca serta sebagai bahan rujukan bagi mahasiswa khususnya Program Studi Ilmu Informasi Perpustakaan dan Kearsipan terutama dalam kegiatan promosi perpustakaan.

E. Tinjauan Pustaka

1. Pengertian Persepsi

Persepsi dapat dikaji dengan berbagai cara, tetapi dalam ilmu perilaku khususnya psikologis, istilah ini dipergunakan untuk mengartikan perbuatan yang lebih dari sekedar mendengarkan, melihat atau merasakan sesuatu. Proses diterimanya rangsangan berupa objek, kualitas hubungan antar gejala, maupun peristiwa sampai rangsangan itu disadari dan dimengerti dinamakan dengan persepsi. Jadi persepsi dapat didefinisikan sebagai suatu proses membuat penilaian atau membangun kesan mengenai berbagai macam hal yang terdapat di dalam lapangan penginderaan seseorang (Suwarno, 2009;52).

Persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi yang menafsirkan pesan. Persepsi ini merupakan proses unik menggambarkan sesuatu yang kadang-kadang berbeda dengan kenyataannya (Rakhmat, 2002:78).Dapat disimpulkan bahwa persepsi merupakan suatu proses atau tindakan bagaimana seseorang menyeleksi, mengatur, menginterpretasikan dan penilaian terhadap suatu objek yang disadari oleh suatu pemikiran atau pengetahuan dan kemudian menafsirkannya untuk menciptakan keseluruhan gambaran yang terjadi.

2. Pengelompokan persepsi

Menurut Suwarno (2009;53) secara garis besar persepsi dibagi menjadi dua jenis.

- a. Persepsi benda, objek stimulusnya merupakan suatu hal atau benda yang nyata dan dapat diraba, di rasakan dan dapat diindera secara langsung. Unsur

perantaranya terbatas seperti gelombang cahaya, gelombang suara, suhu dan gerakan lain umumnya merupakan gerakan fisika.

- b. Persepsi sosial, bisa terjadi karena kontak secara tidak langsung seperti melalui cerita atau apa yang didengar dari orang lain, dan surat kabar, radio atau yang lainnya. Persepsi sosial stimulusnya tidak bisa diraba, dirasakan dan hanya dapat ditangkap melalui penginderaan terhadap sejumlah petunjuk, misalnya: motif, emosi, sikap dan lainnya.

3. Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi

Proses persepsi meliputi suatu interaksi yang sulit dan kegiatan pengidentifikasian, penyusunan dan penulisan. Walaupun persepsi sangat tergantung pada penginderaan, proses kognitif memungkinkan untuk bisa menyaring, menyederhanakan atau mengubah secara sempurna data tersebut. Menurut Suwarno (2009:57) faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi adalah sebagai berikut.

- a. Stereotip, yaitu pandangan tentang ciri-ciri tingkah laku dari sekelompok masyarakat tertentu. Misalnya, kelompok suku, agama, kelas ekonomi, jenis kelamin, etnis dan lain-lain. Stereotip ini akan berpengaruh terhadap kesan pertama. Contoh: seumpama bertemu dengan orang lain yang berasal dari suku Sunda, gambaran stereotip tentang ciri-ciri atau perilaku secara umum masyarakat sunda merupakan salah satu sumber informasi yang dipakai untuk menilai orang tersebut.
- b. Persepsi diri, yaitu pandangan terhadap diri sendiri yang dapat mempengaruhi pembentukan kesan pertama. Berbagai penelitian menunjukkan adanya

kecenderungan untuk melihat kesamaan yang ada antara diri pribadi dan orang yang baru dikenal. Kenalan baru yang dianggap mempunyai banyak ciri yang sama, akan memberikan kesan yang sangat berbeda dibanding kenalan baru yang sama sekali berbeda dengan. Contohnya: apabila ada orang yang sama hobinya, maka ia akan cenderung lebih akrab, karna memiliki hobi yang sama.

- c. Situasi dan kondisi, yaitu pandangan terhadap seseorang yang dipengaruhi oleh situasi atau kondisi tertentu. Banyak kejadian yang sebenarnya disadari atau tidak disadari bahwa pada situasi atau kondisi tertentu orang memiliki kesan mendalam terhadap orang lain. Misalnya, pada saat membutuhkan pertolongan dan datang orang lain untuk menolongnya, maka dalam situasi dan kondisi yang demikian akan lebih dalam bahwa orang tersebut kecenderungan berkarakter baik.
- d. Ciri yang ada pada diri orang lain, yaitu daya tarik fisik seseorang yang dapat menimbulkan penilaian khusus pada saat pertama kali bertemu. Misalnya ganteng, tinggi-tegap, kurus, cantik dan lain-lain.

4. Sifat-sifat Persepsi

Persepsi juga mempunyai sifat persepsi dalam kehidupan sehari-hari, sifat-sifat persepsi ini dapat mendatangkan persepsi itu sendiri pada saat mempersepsikan sesuatu, baik itu objek maupun mempersepsikan kepada manusia. Karena sebenarnya pada diri manusia terdapat suatu kebutuhan yang kuat untuk mengenali dan memperoleh kepastian mengenai hal-hal yang ditemui

atau dihadapi. Menurut Mulyana (2007:197) sifat-sifat persepsi antara lain sebagai berikut.

a. Persepsi bersifat selektif

Pada persepsi bersifat selektif ini dibutuhkan faktor yang menentukannya. Atensi pada suatu rangsangan merupakan faktor utama yang menentukan selektifitas bagi setiap orang. Atensi tersebut dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu: (a) faktor biologis (lapar, haus dan sebagainya), (b) faktor fisiologis (tinggi, pendek, gemuk, kurus, sehat, sakit, penglihatan atau pendengaran kurang sempurna dan sebagainya), (c) faktor sosial budaya (agama, tingkat pendidikan, pekerjaan, penghasilan, status sosial, kebiasaan, pengalaman masa lalu), (d) faktor psikologis (kemauan, keinginan, kemarahan, kesedihan, pengharapan dan sebagainya).

b. Persepsi bersifat dugaan

Rangsangan yang diperoleh akan menjadi data, data tersebut diperoleh dari suatu objek melewati penginderaan. Data yang diperoleh dari penginderaan tidak pernah lengkap, sedangkan persepsi merupakan loncatan dari simpulan, diperlukan persepsi yang bersifat dugaan. Hal ini dapat dicontohkan seperti: seorang pemustaka bertanya kepada pustakawan, dan pustakawan itu merespon dengan baik dan ramah, sehingga pemustaka itu menduga bahwa pustakawan tersebut sosok orang yang baik serta ramah. Proses persepsi yang bersifat dugaan ini memungkinkan seseorang menafsirkan suatu objek dengan makna yang lebih lengkap.

5. Pembagian Persepsi

Menurut Mulyana (2007:184) persepsi manusia sebenarnya terbagi atas dua, yaitu persepsi terhadap objek (lingkungan fisik) dan persepsi terhadap manusia (sosial). Membedakan kedua persepsi ini adalah sifat dari unsur-unsur mediasi atau pengantar, kemajemukan stimulusnya, dan peranan dari proses konstruksi dalam pemberian makna. Persepsi terhadap objek berbeda dengan persepsi terhadap manusia, perbedaan tersebut mencakup hal-hal berikut.

- a. Persepsi terhadap objek menanggapi sifat-sifat luar, sedangkan persepsi terhadap manusia menanggapi sifat-sifat luar dan dalam (perasaan, motif, pengharapan dan sebagainya). Kebanyakan objek tidak memersepsikan manusia ketika manusia tersebut memersepsikan objek. Akan tetapi manusia dapat memersepsikan manusia yang lain pada saat manusia tersebut memersepsikannya.
- b. Objek tidak bereaksi, sedangkan manusia bereaksi. Dengan kata lain, objek bersifat statis sedangkan manusia bersifat dinamis. Oleh karena itu, persepsi terhadap manusia dapat berubah dari waktu ke waktu, dan lebih cepat dari persepsi terhadap objek. Selain itu persepsi terhadap manusia lebih berisiko dari pada persepsi terhadap objek.

6. Pengertian Promosi Perpustakaan

Promosi adalah mekanisme komunikatif 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 promosi dapat muncul dalam berbagai ragam dan bentuk, mulai dari tumbuhnya kesadaran sampai pada tindakan untuk memanfaatkannya (Darmono, 2001:175).

Promosi adalah kegiatan yang dilakukan dalam upaya pemasyarakatan perpustakaan kepada pengguna dan calon pengguna perpustakaan itu sendiri, sehingga perpustakaan dikenal oleh publik (Hafiah, 2009:27). Menurut Tjiptono (2008:2019) promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran. Maksudnya dengan komunikasi pemasaran adalah aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/membujuk dan mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar tersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.

Dari uraian terdahulu dapat disimpulkan bahwa pengertian promosi perpustakaan adalah upaya mengenalkan seluruh aktivitas yang ada dipergustakaan agar diketahui oleh masyarakat perpustakaan. Selain itu, mengingatkan kepada masyarakat akan keberadaan perpustakaan dan membujuk masyarakat agar memanfaatkan perpustakaan. Promosi perpustakaan pada dasarnya merupakan forum penukaran informasi.

7. Tujuan dan Bentuk Promosi Perpustakaan

Dalam mempromosikan perpustakaan pasti memiliki tujuan yang ingin dicapai. Menurut Stanley dalam Darmono (2001:176) tujuan promosi adalah untuk mempengaruhi pengetahuan, sikap, perilaku dari penerima dan membujuk mereka untuk menerima konsep, pelayanan, ide atau barang yang dipromosikan. Menurut Nasution (2001:177) tujuan promosi perpustakaan adalah untuk

menggairahkan minat baca serta menambah jumlah orang yang gemar membaca agar koleksi perpustakaan dapat dimanfaatkan secara maksimal.

Senada dengan hal tersebut Tjiptono (2008:221) mengemukakan bahwa tujuan utama dari promosi adalah menginformasikan, mempengaruhi dan membujuk, serta mengingatkan pelanggan sasaran tentang perusahaan dan bauran pemasarannya. Tujuan promosi perpustakaan adalah memperkenalkan pusat informasi dan pelayanannya, memperkenalkan kepada masyarakat reputasi pusat informasi dan membujuk calon pemakai yang berpotensi agar menggunakan jasa pelayanan informasi (Weinstock dalam Mustafa, 1996:20). Pada umumnya masyarakat yang tidak memanfaatkan perpustakaan antara lain mereka tidak mengerti apa yang dapat diperoleh dari perpustakaan.

Dapat disimpulkan tujuan promosi perpustakaan adalah menginformasikan keberadaan perpustakaan dan jasa informasi yang disediakan, meningkatkan kegemaran membaca di kalangan masyarakat, mempengaruhi masyarakat tentang pentingnya perpustakaan dan membujuk masyarakat agar memanfaatkan perpustakaan dan menumbuhkan kesadaran agar masyarakat memanfaatkan perpustakaan. Promosi sangat penting dilakukan karena promosi merupakan cara untuk memperkenalkan perpustakaan kepada masyarakat. Bahwa perpustakaan dapat memenuhi kebutuhan informasi dan untuk mengingatkan kepada masyarakat tentang keberadaan perpustakaan.

Ada tujuh bentuk promosi perpustakaan menurut Darmono (2001:177).

a. Nama dan Logo

Perpustakaan perlu sebuah nama yang khas karena nama yang khas akan mudah diingat oleh pemakai perpustakaan. Nama khas juga menunjukkan sifat jasa yang khas pula. Di samping nama khas, adanya simbol atau logo akan membantu masyarakat untuk segera mengenali jasa tersebut.

b. Poster dan *Leaflet*

Salah satu cara sederhana dan efektif mengenalkan jasa informasi perpustakaan ialah melalui poster, atau selebaran (*leaflet*), untuk dipamerkan atau dipencarkan melalui berbagai cara. Poster dan selebaran yang dibagikan tidak perlu canggih atau mahal, melainkan yang sederhana dan murah, dengan menggunakan sumber minimum disertai sedikit imajinasi dapat diperoleh hasil yang memuaskan. Poster merupakan sarana murah untuk menyampaikan sejumlah informasi.

Poster yang dibuat perpustakaan hendaknya mencatumkan nama jasa, alamat, nomor telepon (bilamana ada), jam buka, jasa apa saja yang ditawarkan, serta ditujukan untuk siapa saja. Paada umumnya *leaflet* berukuran 1/3 dari A4 (jadi berukuran 99x210 mm), terdiri dari satu lipatan atau lebih sehingga terdiri dari beberapa sisi. Sisi depan dihiasi dengan desain yang menarik agar masyarakat tertarik.

Leaflet berisi keterangan mengenai jasa perpustakaan, namun hendaknya diusahakan agar kata-kata yang dimuatnya tidak terlalu banyak. Hendaknya

pustakawan berpegang pada prinsip kualitas, bukannya kuantitas. *Leaflet* harus bersih, mudah dibaca, serta langsung kesasaran.

c. Pameran

Pameran atau peragaan merupakan sarana menyampaikan informasi pada pengunjung dalam jumlah besar. Melalui pameran, pustakawan berusaha menyajikan berbagai aspek jasa informasi. Penyajian ini sebaiknya mencakup semua jasa informasi namun dalam bahasa sederhana.

Pameran haruslah bersifat visual artinya dapat dilihat oleh mata. Karena itu dalam pameran diikutsertakan foto untuk memberi jasa perpustakaan. Foto yang diikutsertakan hendaknya foto berukuran besar karena dampaknya dalam pameran sangat positif.

d. *Press release*

Setiap *press release* harus mampu menjawab lima W yang terdiri dari *What, Who, Where, When, Why* artinya apa, siapa, di mana, bilamana, mengapa. Jawaban terhadap kelima W hendaknya tercakup dalam kalimat pertama dan kedua. Kedua kalimat pertama merupakan kalimat penting karena harus memuat ringkasan isi berita sehingga redaksi surat kabar secara sepintas dapat mengetahui isi *press release*.

e. Siaran radio

Radio dapat digunakan sebagai sarana pemencaran informasi mengenai jasa perpustakaan. Perpustakaan dapat menggunakan RRI (Radio Republik Indonesia), radio pemerintah daerah, atau radio swasta untuk mengeluarkan pengumuman atau berita tentang kegiatan perpustakaan. Hanya saja berita yang

disiarkan haruslah singkat, yang penting menyebutkan adanya peristiwa, tanggal, waktu, tempat, dan nama orang yang perlu dihubungi serta nomor teleponnya.

f. Ceramah

Ceramah merupakan cara murah untuk mempublikasikan jasa informasi perpustakaan. Ceramah ini dapat diberikan pada berbagai kelompok masyarakat. Dalam ceramah, usahakan untuk berbicara ringkas mungkin dengan menggunakan bahasa sederhana serta bila perlu ditunjang dengan media pandang dengar.

g. Iklan

Iklan di sini bukannya iklan surat kabar melainkan iklan pada tempat yang dilalui umum seperti shelter bis, stasiun kereta api dan bus, pompa bensin, toko swalayan dan pusat pertokoan. Tempat iklan di kawasan tersebut tidaklah murah, namun efektif, karena itu perlu dikelola secara profesional. Bila perpustakaan merupakan badan bawahan dari sebuah organisasi atau lembaga yang besar maka mungkin saja perpustakaan menggunakan kesempatan dalam kegiatan badan induk.

F. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penulisan makalah ini adalah metode deskriptif kualitatif.

1. Populasi

Populasi adalah sekumpulan kasus yang perlu memenuhi syarat-syarat tertentu yang berkaitan dengan masalah penelitian (Mardalis, 2009:53). Jadi

definisi populasi adalah sejumlah kasus yang memenuhi seperangkat kriteria yang ditentukan peneliti. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat sekitar yang ada di dekat Perpustakaan Umum Kota Padang.

2. Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam kegiatan penelitian sangatlah penting karena berkaitan dengan tersedianya data yang dibutuhkan untuk menjawab permasalahan dalam penelitian, sehingga simpulan yang diambil adalah benar. Oleh karena itu penelitian metode pengumpulan data harus dilakukan dengan tepat, metode yang digunakan menggunakan observasi dan wawancara.

Dalam wawancara yang dilakukan yaitu melalui percakapan dan berhadapan muka dengan orang yang dapat memberikan keterangan pada sipeneliti. Wawancara ini dapat dipakai untuk melengkapi data yang diperoleh. Dalam observasi dilakukan pengamatan langsung ke Perpustakaan Umum Kota Padang.