

**STRATEGI PROMOSI DI PERPUSTAKAAN DPRD  
PROVINSI SUMATERA BARAT**

**MAKALAH TUGAS AKHIR**

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



**ILHAM NUR  
04880/2008**

**ILMU INFORMASI PERPUSTAKAAN DAN KEARSIPAN  
JURUSAN BAHASA DAN SASTRA INDONESIA DAN DAERAH  
FAKULTAS BAHASA DAN SENI  
UNIVERSITAS NEGERI PADANG  
2011**

## PERSETUJUAN PEMBIMBING

### MAKALAH TUGAS AKHIR

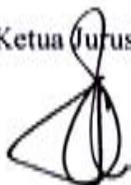
Judul : Strategi Promosi di Perpustakaan DPRD Provinsi Sumatera Barat  
Nama : Ilham Nur  
NIM : 2008/04880  
Program Studi : Ilmu Informasi Perpustakaan dan Kearsipan  
Jurusan : Bahasa dan Sastra Indonesia dan Daerah  
Fakultas : Bahasa dan Seni

Padang, 21 Juli 2011  
Disetujui oleh Pembimbing,



Malta Nelisa, S.Sos., M.Hum  
NIP 19830711 200912 2 006

Ketua Jurusan,



Dra. Emidar, M.Pd.  
NIP 19620218 198609 2 001

## PENGESAHAN TIM PENGUJI

Nama : Ilham Nur  
Nim : 2008/04880

Dinyatakan lulus setelah mempertahankan makalah ini 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

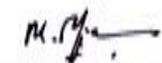
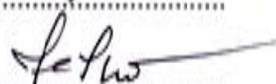
### Strategi Promosi di Perpustakaan DPRD Provinsi Sumatera Barat

Padang, 05 Agustus 2011

#### Tim Penguji

1. Ketua : Malta Nelisa, S.Sos., M.Hum.
2. Sekretaris : Drs. Delman, M.Hum
3. Anggota : Tressyalina, S.Pd., M.Pd.

#### Tanda Tangan

1.  .....
2.  .....
3.  .....

## ABSTRAK

**Ilham Nur. 2011.** “Strategi Promosi di Perpustakaan DPRD Provinsi Sumatera Barat”. *Makalah*. Program Studi Ilmu Informasi Perpustakaan dan Kearsipan, Jurusan Bahasa Sastra Indonesia dan Daerah, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Padang.

Makalah ini dilatarbelakangi oleh kurangnya minat pemustaka yang berkunjung dikarenakan pemustaka tidak mengetahui layanan dan koleksi yang diberikan oleh perpustakaan, kegunaan perpustakaan, syarat menjadi anggota perpustakaan, dan ketidaktahuan atau kekurangtahuan masyarakat dimana letak perpustakaan. Penggunaan strategi dan sarana promosi di Perpustakaan DPRD Provinsi Sumatera Barat masih kurang optimal karena keterbatasan dana. Kajian ini bertujuan untuk mengungkapkan: (1) strategi promosi, (2) sarana promosi, (3) kendala yang di hadapi dalam Perpustakaan DPRD Provinsi Sumatera Barat. Data dikumpulkan melalui pengamatan langsung di Perpustakaan DPRD Provinsi Sumatera Barat. Penganalisan data dilakukan secara deskriptif.

Hasil pengamatan menunjukkan sebagai berikut. *Pertama*, strategi promosi di Perpustakaan DPRD Provinsi Sumatera Barat meliputi 1) *personal selling*, komunikasi langsung (tatap muka) antara penjual dan calon pelanggan untuk memperkenalkan suatu produk kepada calon pelanggan dan akan membentuk pemahaman pelanggan terhadap produk sehingga mereka kemudian akan mencoba dan membelinya; 2) hubungan masyarakat, dengan upaya komunikasi menyeluruh dari suatu perusahaan untuk mempengaruhi persepsi, opini, keyakinan, dan sikap berbagai kelompok terhadap perusahaan tersebut. *Kedua*, sarana promosi di Perpustakaan DPRD Provinsi Sumatera Barat adalah: 1) nama dan logo, suatu simbol atau logo yang membantu pemustaka untuk mengenali sebuah perpustakaan; 2) brosur, media promosi yang berisikan informasi tentang perpustakaan. *Ketiga*, kendala yang di hadapi Perpustakaan DPRD Provinsi Sumatera Barat adalah: (1) kurangnya tenaga pustakawan yang handal dalam bidang perpustakaan, pustakawan yang professional hanya satu orang; (2) kurangnya dana, keterbatasan dana untuk promosi perpustakaan menjadi kendala dalam mempromosikan perpustakaan mengakibatkan promosi belum berjalan dengan optimal.

## KATA PENGANTAR

Syukur alhamdulillah penulis mengucapkan kehadiran Allah swt yang telah melimpahkan rahmat, hidayah serta karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan makalah yang berjudul “*Strategi Promosi di Perpustakaan DPRD Provinsi Sumatera Barat*”. Makalah ini disusun sebagai syarat untuk memperoleh gelar Ahli Madya Ilmu Informasi Perpustakaan dan Kearsipan, Jurusan Bahasa dan Sastra Indonesia dan Daerah, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Padang.

Penulisan makalah ini penulis banyak mendapat bantuan, arahan dan bimbingan dari berbagai pihak. Untuk itu, pada kesempatan ini tidak lupa penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Malta Nelisa, S.Sos., M.Hum selaku Pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk membimbing penulis dalam menyelesaikan makalah ini.
2. Ibu Dra. Emidar, M. Pd, selaku Ketua Jurusan Bahasa dan Sastra Indonesia dan Daerah.
3. Ibu Dra. Nurizzati, M. Hum, selaku Sekretaris Jurusan Bahasa dan Sastra Indonesia dan Daerah.
4. Bapak Drs. Yunaldi selaku Penasehat Akademik.
5. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Pogram Studi Ilmu Informasi Perpustakaan dan Kearsipan beserta staf dosen dan karyawan, Jurusan Bahasa dan Sastra Indonesia dan Daerah.

6. Kedua orang tua penulis yang selalu memberikan dukungan, baik moral maupun material dan kepada rekan-rekan seangkatan yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah ikut berpartisipasi memberikan bantuan dan dukungan kepada penulis dalam menyelesaikan makalah ini.

Selaku hamba Allah penulis sadar bahwa terdapat keterbatasan yang penulis miliki sehingga makalah ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dan kritikan yang membangun dari pembaca yang budiman. Akhir kata, semoga laporan ini bermanfaat bagi berbagai pihak.

Padang, Juli 2011

Penulis,

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>iv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	3
C. Tujuan Penelitian .....	3
D. Manfaat Penulisan .....	4
E. Metode Penelitian .....	4
F. Kajian Teori .....	4
1. Pengertian Promosi .....	4
2. Tujuan Promosi .....	5
3. Strategi Promosi .....	8
4. Sarana Promosi .....	10
<b>BAB II PEMBAHASAN</b>	
A. Strategi Promosi di Perpustakaan DPRD Provinsi Sumatera Barat	15
1. <i>Personal selling</i> .....	15
2. Hubungan Masyarakat .....	16
B. Sarana Promosi di Perpustakaan DPRD Provinsi Sumatera Barat	18
1. Nama dan Logo.....	18
2. Brosur.....	19

D. Kendala-kendala yang dihadapi oleh Perpustakaan DPRD Provinsi Sumatera Barat.....	21
1. Keterbatasan Pustakawan .....	21
2. Keterbatasan Dana.....	22

### **BAB III PENUTUP**

A. Simpulan .....	24
B. Saran .....	25

### **DAFTAR PUSTAKA**

### **LAMPIRAN**

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Perpustakaan merupakan salah satu sumber informasi yang memiliki suatu kekuatan yang sangat luas yang mencakup berbagai ilmu pengetahuan, teknologi, seni, maupun ilmu politik. Perpustakaan merupakan suatu ruangan dari gedung atau bangunan yang berisikan buku-buku koleksi yang diatur dan disusun sedemikian rupa sehingga mudah dicari dan dipergunakan apabila sewaktu-waktu diperlukan oleh pembaca (Sutarno, 2006:13). Sebagian dari orang yang mendengar perpustakaan di dalam benaknya akan terpikir sebuah ruangan yang penuh dengan buku-buku dan debu yang terletak diujung koridor. Pandangan masyarakat akan perpustakaan yang menjadi gudang buku, membuat masyarakat kurang peduli akan keberadaan perpustakaan itu sendiri. Keadaan ini juga dipengaruhi akan adanya media internet yang dianggap masyarakat lebih mudah dan lebih efisien dalam mencari informasi serta informasi yang tersedia lebih baru.

Perpustakaan terbagi dalam beberapa jenis, yaitu perpustakaan nasional, daerah, umum, perguruan tinggi, sekolah, khusus dan kelembagaan (Sutarno, 2006:37). Perpustakaan DPRD Provinsi Sumatera Barat merupakan salah satu perpustakaan khusus yang bertugas memberikan informasi demi mendukung kelancaran pelaksanaan kegiatan organisasi yang menaungi perpustakaan itu. Perpustakaan DPRD Provinsi Sumatera Barat merupakan suatu perpustakaan yang memiliki visi, misi dan tujuan tertentu untuk meningkatkan kualitas perpustakaan. Salah satu dari tujuan perpustakaan itu adalah menyediakan data

dan informasi berupa koleksi baik berbentuk karya tulis atau buku-buku, karya cetak dan karya rekam atau elektronik bagi Anggota DPRD Provinsi Sumatera Barat dan Staf Sekretariat DPRD Provinsi Sumatera Barat.

Mengenal dan memasarkan jasa perpustakaan tidak cukup hanya membangun jasa informasi dan berharap masyarakat akan datang begitu saja ke perpustakaan. Untuk itu diperlukan promosi perpustakaan, dengan mempromosikan perpustakaan kepada masyarakat maka masyarakat akan mengenal perpustakaan tersebut dan juga mengetahui apa saja jenis layanan, koleksi apa saja yang tersedia, jam berapa buka perpustakaan tersebut dan informasi lainnya yang menyangkut tentang perpustakaan yang dipromosikan. Adapun koleksi dan jenis layanan Perpustakaan DPRD Provinsi Sumatera, yaitu:

Perpustakaan merupakan salah satu sarana penting dalam menunjang kelancaran kinerja di DPRD. Koleksi yang ada harus bisa melengkapi informasi yang dibutuhkan oleh Anggota DPRD dan Staf Sekretariat DPRD Provinsi Sumatera Barat dalam memberikan informasi untuk kelancaran kegiatan yang dilakukan di DPRD. Adapun koleksi yang ada di Perpustakaan Sekretariat DPRD Provinsi Sumatera Barat terdiri dari koleksi karya cetak yaitu buku, koleksi terbitan sendiri dan terbitan berseri. Koleksi karya rekam atau elektronik berupa kaset dan CD-ROM.

Pelayanan Perpustakaan DPRD Provinsi Sumatera Barat, yaitu: a. Jadwal layanan, jadwal layanan yang ada pada Perpustakaan DPRD Provinsi Sumatera Barat pada hari kerja yaitu hari Senin s/d Jum'at jam 7.30 sampai jam 16.00 kecuali pada hari jum'at dari jam 7.30 sampai jam 16.30 wib, b. Jenis-jenis

layanan perpustakaan. Jenis layanan yang terdapat pada Perpustakaan DPRD Provinsi Sumatera Barat adalah: 1) layanan sirkulasi; 2) layanan rujukan. Perpustakaan juga memakai layanan tertutup.

Perpustakaan DPRD Provinsi Sumatera Barat merupakan suatu instansi yang memiliki beberapa tugas pokok, yaitu: (a) mengumpulkan data dan bahan dokumentasi kegiatan DPRD dan Perpustakaan; (b) menyiapkan bahan pembuatan dokumentasi kegiatan DPRD; (c) menyiapkan pedoman kerja kegiatan subbagian Dokumentasi dan Perpustakaan; (d) membuat rencana dan program kerja sub bagian Dokumentasi dan Perpustakaan.

Perlahan minat masyarakat untuk berkunjung ke perpustakaan akan bertambah, pemakaian bahan pustaka ataupun layanan akan semakin tinggi. Menurut Kotler (1996:37) menentukan kebutuhan, keinginan dan kepentingan pasar serta memberikan kepuasan yang diharapkan dengan cara yang lebih efektif dan efisien daripada para pesaing dengan tetap melestarikan atau meningkatkan kesejahteraan konsumen.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Deny Suryani, S.IP salah seorang pegawai perpustakaan pada hari kamis tanggal 23 Juni di Perpustakaan DPRD Provinsi Sumatera Barat disini terlihat kurangnya minat pemustaka yang berkunjung dikarenakan pemustaka tidak mengetahui jenis layanan yang diberikan, koleksi yang ada dan jam pelayanan dibuka. Promosi hanya dilakukan pada saat penataran di lingkungan DPRD Provinsi Sumatera Barat secara lisan. Penggunaan brosur dan media promosi lainnya masih kurang digunakan karena keterbatasan dana. Berdasarkan dari latar belakang menarik untuk dikritik lebih

jauh mengenai permasalahan **“Strategi Promosi di Perpustakaan DPRD Provinsi Sumatera Barat”**.

### **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan dari latar belakang penulis merumuskan beberapa permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimana strategi promosi di Perpustakaan DPRD Provinsi Sumatera Barat?
2. Apa saja sarana promosi Perpustakaan DPRD Provinsi Sumatera Barat?
3. Apa kendala yang dihadapi dalam pelaksanaan strategi promosi Perpustakaan DPRD Provinsi Sumatera Barat?

### **C. Tujuan Masalah**

Tujuan dari penulisan makalah ini adalah:

1. Mendeskripsikan strategi promosi Perpustakaan DPRD Provinsi Sumatera Barat.
2. Mendeskripsikan sarana promosi di Perpustakaan DPRD Provinsi Sumatera Barat.
3. Mendeskripsikan kendala yang dihadapi dalam pelaksanaan promosi di Perpustakaan DPRD Provinsi Sumatera Barat.

#### **D. Manfaat Penulisan**

Penulisan makalah ini diharapkan dapat bermanfaat baik bagi penulis, pengelola perpustakaan maupun bagi pembaca.

1. Penulis, menambah wawasan dan pengalaman penulis dalam mempromosikan perpustakaan.
2. Pembaca, menjadi bahan referensi di bidang promosi perpustakaan.
3. Pengelola perpustakaan, menjadi wawasan, pedoman, dan bahan pertimbangan Perpustakaan DPRD Provinsi Sumatera Barat untuk pengambilan keputusan dalam mempromosikan perpustakaan kepada pemustaka.

#### **E. Metode Penulisan**

Makalah ini menggunakan metode deskriptif, yaitu menguraikan temuan atau data sesuai dengan kegiatan yang dilakukan oleh Perpustakaan DPRD Provinsi Sumatera Barat dalam kegiatan promosi. Data yang diperoleh dengan melakukan wawancara dan observasi langsung.

#### **F. Kajian Teori**

##### **1. Promosi Perpustakaan**

Promosi merupakan kegiatan penting pada suatu organisasi, apalagi untuk organisasi yang bergerak dalam bidang usaha dan jasa. Bagaimanapun produk atau jasa yang dihasilkan tidak ada gunanya jika tidak diketahui atau dimanfaatkan oleh sebagian besar konsumennya.

Darmono (2001:175) mengemukakan promosi adalah mekanisme komunikatif persuasi pemasaran dengan memanfaatkan teknik-teknik hubungan masyarakat. Promosi merupakan forum pertukaran informasi antara organisasi dan konsumen dengan tujuan utama memberikan informasi tentang produk atau jasa yang disediakan oleh organisasi, sekaligus membujuk konsumen untuk bereaksi terhadap produk atau jasa yang ditawarkan. Reaksi konsumen terhadap promosi dapat muncul dalam berbagai ragam dan bentuk, mulai dari tumbuhnya kesadaran sampai pada tindakan untuk memanfaatkannya.

Mahardjo dalam Qalyubdik (2007:32) menjabarkan promosi perpustakaan sebagai usaha-usaha atau tindakan yang dilakukan untuk memberikan dorongan, penggalakan atau bantuan memajukan perpustakaan. Menurut Suprihati dalam Qalyubdik (2007:8) promosi perpustakaan adalah suatu usaha untuk memperkenalkan, menarik, dan membujuk calon pengguna perpustakaan dalam membangkitkan minat untuk memanfaatkan koleksinya serta mendapatkan dukungan masyarakat.

## **2. Tujuan Promosi**

Untuk mengenalkan serta memasarkan jasa perpustakaan, tidak cukup hanya membangun jasa informasi serta mengharapkan masyarakat akan memenuhi perpustakaan (Sulistyo-Basuki, 1991:177). Memang selalu ada orang yang ingin tahu namun jumlahnya hanya sedikit. Sebagai ketentuan umum, masyarakat perlu selalu diingatkan secara terus menerus dan efektif akan eksistensi jasa perpustakaan serta apa saja yang dapat dilakukan.

Tujuan promosi menurut Jerome dan Andrew dalam Darmono (2007:176) adalah memperkenalkan atau menaikkan citra dan popularitas dari barang atau

jasa yang dijualnya. Kegiatan promosi sedikitnya mempunyai empat tujuan, yaitu: a) untuk menarik perhatian, b) untuk menciptakan kesan, c) untuk membangkitkan minat, dan d) untuk memperoleh tanggapan.

Menurut Stanley dalam Mustafa (1996:20) tujuan promosi adalah mempengaruhi pengetahuan, sikap dan perilaku penerima dan membujuk mereka untuk menerima konsep, pelayanan, ide atau barang yang dipromosikan.

Sedangkan menurut Nurhadi dalam Darmono (2001:177) tujuan dari promosi perpustakaan sendiri adalah untuk menggairahkan minat baca serta menambah jumlah orang yang gemar membaca agar koleksi perpustakaan dapat dimanfaatkan secara maksimal. Seperti slogan yang sudah lama dikenal ini “ *Tak Kenal Maka Tak Sayang*”. Memang dengan slogan ini perpustakaan memang harus memperkenalkan dirinya kemasyarakat. Masyarakat kita sepertinya kurang mengenal perpustakaan, jika mereka sudah mengenal perpustakaan sampai pada kemudahan dan manfaat yang diperoleh niscaya perpustakaan di negeri kita ini akan ramai dikunjungi oleh penggunanya.

Menurut Tjiptono (1997:221) ada tiga tujuan promosi sebagai berikut: 1) menginformasikan, 2) membujuk pelanggan sasaran, 3) mengingatkan. Untuk mengenalkan serta memasarkan jasa perpustakaan, tidak cukup hanya membangun jasa informasi serta mengharapkan masyarakat akan memenuhi perpustakaan (Sulistyo-Basuki, 1993:177). Memang selalu ada orang yang ingin tahu namun jumlahnya hanya sedikit. Sebagai ketentuan umum, masyarakat perlu selalu diingatkan secara terus menerus dan efektif akan eksistensi jasa perpustakaan serta apa saja yang dapat dilakukan.

### 3. Strategi Promosi

Menurut Tjiptono (1997:219) strategi promosi adalah suatu bentuk komunikasi, yakni aktifitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk, dan mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.

Promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu program pemasaran. Betapapun berkualitasnya suatu produk bila konsumen belum pernah mendengarnya dan tidak yakin bahwa produk itu akan berguna bagi mereka, maka mereka tidak akan pernah membelinya (Tjiptono, 1997:219). Selanjutnya Tjiptono (1997:222) menyebutkan beberapa tugas khusus atau sering disebut bauran promosi adalah:

a. *Personal selling*

Komunikasi langsung (tatap muka) antara penjual dan calon pelanggan untuk memperkenalkan suatu produk kepada calon pelanggan dan akan membentuk pemahaman pelanggan terhadap produk sehingga mereka kemudian akan mencoba dan membelinya.

b. *Mass selling*

Pendekatan yang menggunakan media komunikasi untuk menyampaikan informasi kepada khalayak ramai dalam satu waktu.

c. Promosi penjualan

Bentuk persuasi langsung melalui penggunaan berbagai insentif yang dapat diatur untuk merangsang pembelian produk dengan segera dan meningkatkan jumlah barang yang dibeli pelanggan.

d. Hubungan masyarakat

Upaya komunikasi menyeluruh dari suatu perusahaan untuk mempengaruhi persepsi, opini, keyakinan, dan sikap berbagai kelompok terhadap perusahaan tersebut.

e. *Direct marketing*

Sistem pemasaran yang bersifat interaktif, yang memanfaatkan satu atau beberapa media iklan untuk menimbulkan respon yang terukur dan transaksi disebarkan lokasi.

Strategi promosi berkaitan dengan masalah-masalah perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian komunikasi persuasif dengan pelanggan. Strategi promosi ini biasanya untuk menentukan *personal selling*, iklan, dan promosi penjualan. Menurut Tjiptono (1997:220) ada enam strategi pokok dalam strategi promosi, yaitu: 1) Strategi pengeluaran promosi; 2) Strategi bauran promosi; 3) Strategi *copy* periklanan; 4) Strategi penjualan; 5) Strategi pemilihan media; 6) Strategi motivasi dan penyediaan tenaga kerja.

#### **4. Sarana Dalam Strategi Promosi Perpustakaan**

Masyarakat perlu diingatkan secara terus menerus akan keberadaan eksistensi jasa perpustakaan serta apa saja yang dapat dilakukan. Hal ini perlu dilakukan karena pustakawan tidak dapat meramalkan kapan keperluan mereka

akan informasi segera timbul. Karena itu pustakawan perlu mengusahakan agar publisitas dapat diperoleh melalui berbagai bentuk serta keluaran sesuai dengan kemampuan keuangan.

Menurut Sulistyio-Basuki (1993:286-292) metode promosi perpustakaan terdiri dari nama dan logo, poster, pamflet, pameran, media dan video, ceramah dan iklan.

a. Nama dan Logo

Perpustakaan perlu sebuah nama yang khas, karena nama yang mudah diingat akan mudah diingat oleh pemustaka. Nama yang khas juga menunjukkan sifat dari perpustakaan, meskipun masyarakat sering tidak mengetahui jasa baru tersebut sebenarnya dikaitkan dengan perpustakaan. Selain nama yang khas, ada pula simbol atau logo akan membantu umum untuk segera mengenali jasa tersebut.

b. Poster dan pamflet

Poster merupakan sarana murah untuk menyampaikan sejumlah informasi. Poster yang dibuat perpustakaan hendaknya mencantumkan nama jasa, alamat, nomor telepon, jam buka, dan jasa apa yang ditawarkan. Poster harus dibuat sedemikian rupa sehingga menarik. Lazimnya poster tidak lebih besar dari pada kertas berukuran A3 (298 x 420 mm) atau baik menggunakan kertas berukuran A4 ( 210 x 298 mm), sedangkan leaflet berukuran 1/3 dari A4 (99 x 210 mm) dan berisi keterangan.

Pamflet berukuran 1/3 dari A4 jadi berukuran (99x 210 mm) terdiri dari satu lipatan atau lebih sehingga terdiri dari berbagai isi. Sisi depan dihias dengan

desain menarik agar pemustaka yang melihat jadi tertarik. Pamflet berisikan tentang keterangan jasa perpustakaan, namun kata yang dibuat tidak terlalu banyak. Pamflet harus bersih, mudah dibaca dan langsung tepat sasaran. Pamflet berfungsi sebagai pencipta citra sekaligus memberikan informasi produk perpustakaan. Usaha lain dengan mengadakan pameran buku secara berkala, baik diselenggarakan sendiri maupun secara bersama-sama dengan penerbit, toko buku atau lembaga lainnya. Tujuannya untuk menarik orang agar mencintai buku sehingga tergerak selernya untuk membaca (Sulistyo Basuki, 1991:258-292).

#### c. Pameran

Pameran merupakan sarana menyampaikan informasi pada pengunjung dalam jumlah besar. Melalui pameran, pustakawan berusaha menyajikan berbagai aspek jasa informasi. Pameran haruslah bersifat visual, artinya dapat dilihat oleh mata, sehingga dalam pameran diikutsertakan foto untuk memberi jasa perpustakaan. Foto yang diikutsertakan hendaknya foto berukuran besar karena berdampak positif dalam pameran.

#### d. Media dan Video

Media seperti pers, radio, dan televisi merupakan alat penting untuk menyebarkan informasi mengenai jasa perpustakaan. Media mampu mencapai ratusan ribu orang. Masih ada media lain, seperti iklan yang harus digunakan positif dalam pameran.

#### e. Ceramah

Ceramah merupakan cara mudah untuk mempublikasikan jasa informasi perpustakaan. Ceramah dapat diberikan pada berbagai kelompok masyarakat.

Walaupun jumlah hadirin terbatas, kesempatan ceramah tidak saja menceritakan jasa perpustakaan melainkan juga cara memperoleh masukan dari hadirin. Masukan ini diperoleh dari diskusi dan tanya jawab sesuai ceramah. Selain itu dalam ceramah juga memiliki kesempatan untuk membagi-bagi leaflet, lembaran informasi, dan sebagainya.

#### f. Iklan

Iklan yang dimaksud bukannya iklan surat kabar melainkan pada tempat yang dilalui umum seperti halte, stasiun kereta api dan bus, pertamina, swalayan, dan pusat pertokoan. Tempat iklan di kawasan tersebut tidaklah murah tetapi sangat efektif, sehingga perlu dikelola secara profesional.

Selain itu menurut Matondang (2000:2) mengatakan sarana promosi yang lazim digunakan oleh perpustakaan antara lain sebagai berikut:

##### 1) Publisitas

Publisitas adalah penyiaran tentang sesuatu peristiwa kepada masyarakat luas melalui berbagai media. Publisitas berarti penerbitan atau pengumuman tentang sesuatu kegiatan atau peristiwa melalui media massa seperti radio, televisi, dan surat kabar. Proses rekaman yang dikirim kepada media massa sebelum diterbitkan selalu disunting oleh redaksi sekaligus mengefaluasinya. Publisitas perpustakaan harus memperhatikan langkah-langkah yang relevan dengan kemasyarakatan perpustakaan, antara lain: a) menentukan tujuan publikasi, b) mencari dan menciptakan ide kreatif yang mungkin dapat memberi dampak positif terhadap perpustakaan, dan c) menentukan media massa yang

paling cocok untuk publikasi sesuai dengan segmen komunikasi yang menjadi sasaran publikasi.

## 2) Iklan

Iklan adalah salah satu wahana promosi dalam bentuk berita, cerita untuk mendorong dan membujuk khalayak ramai agar tertarik pada bahan pustaka atau jasa layanan yang ditawarkan perpustakaan. Pesan-pesan yang disampaikan harus sesuai dengan komunikasi sasaran, seperti masyarakat umum, pelajar, mahasiswa, pengusaha.

## 3) Kontak perorangan

Kontak perorangan ini dilakukan melalui pertemuan langsung antara wakil-wakil perpustakaan dan komunikasi pengguna atau komunikasi sasaran. Kontak perorangan dapat dilaksanakan dengan berbagai cara, antara lain melalui ceramah, peragaan, pameran, panel diskusi, wawancara, forum umum seperti penyuluhan dan seminar.