

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pepustakaan merupakan salah satu tempat yang menjadi pusat informasi, sumber ilmu pengetahuan, penelitian, pengembangan ilmu pengetahuan, dan rekreasi. Keberadaan perpustakaan di tengah-tengah masyarakat dirasakan sangat penting. Menurut Sutarno (2006: 161) perpustakaan merupakan salah satu pusat informasi, pusat sumber belajar, agen perubahan, serta agen budaya bangsa. Perpustakaan apabila benar-benar dimanfaatkan oleh masyarakat dapat memberikan sumbangan yang sangat berharga guna menciptakan masyarakat yang bukan saja cerdas lahir batin. Perpustakaan juga berperan serta dalam mewujudkan manusia yang mempunyai wawasan luas, kemampuan, ketrampilan, dan sikap serta kepribadian yang luhur, mandiri, arif dan bijak dalam pikiran, ucapan, maupun tindakan.

Seiring dengan kemajuan yang sangat pesat di bidang teknologi informasi, perpustakaan telah mengalami perubahan dari paradigma klasik ke paradigma modern. Perpustakaan dituntut untuk lebih inovatif dan kreatif dalam memberikan jasa layanan. Sebuah perpustakaan memiliki beberapa tugas pokok, yaitu: mengumpulkan berbagai jenis informasi, melestarikan, memelihara, dan merawat informasi yang ada, serta menyediakan informasi untuk dimanfaatkan dan diberdayakan oleh penggunanya.

Terdapat lima jenis perpustakaan yaitu Perpustakaan Nasional, Perpustakaan Umum, Perpustakaan Khusus, Perpustakaan Sekolah dan Perpustakaan Perguruan Tinggi. Perpustakaan perguruan tinggi merupakan salah satu jenis perpustakaan yang ada di lembaga pendidikan tinggi dan dimanfaatkan khususnya oleh civitas akademika. Sebagai unsur penunjang pendidikan, perpustakaan perguruan tinggi berperan serta dalam melaksanakan tercapainya visi dan misi perguruan tinggi. “Adapun tugas perpustakaan perguruan tinggi adalah mengembangkan koleksi, mengolah dan merawat bahan perpustakaan,

memberi layanan, serta melaksanakan administrasi perpustakaan” (Perpustakaan Perguruan Tinggi: Buku Pedoman, 2005: 3).

Dalam pelaksanaan kegiatannya, perpustakaan tidak hanya pasif menunggu penggunanya untuk datang ke perpustakaan mencari informasi. Perpustakaan harus bisa meyakinkan kepada pengguna bahwa perpustakaan sangat penting dalam menunjang kegiatan belajar mengajar. Untuk itu perlu dilaksanakan promosi perpustakaan agar pengguna merasa tertarik untuk memanfaatkan perpustakaan.

Promosi adalah salah satu strategi bauran pemasaran yang memegang peranan penting bagi kelangsungan layanan perpustakaan. Menurut Mustafa (2012:1.3) pemasaran mencakup kegiatan analisa perencanaan pelaksanaan dan pengendalian program-program yang telah dirancang secara cermat yang dibuat untuk menciptakan tukar-menukar sesuatu secara sukarela untuk mencapai sasaran sesuai dengan tujuan organisasi. Sedangkan promosi merupakan kegiatan komunikasi antara organisasi dan konsumen dengan tujuan utama memperkenalkan produk atau jasa yang disediakan oleh organisasi dengan saluran distribusi. Promosi adalah usaha yang dilakukan oleh penjual untuk membujuk pembeli agar menerima, menjual lagi atau menyarankan kepada orang lain untuk memakai produk, pelayanan atau ide yang dipromosikan. Kegiatan promosi mempunyai tujuan membujuk konsumen untuk bereaksi terhadap produk atau jasa tersebut.

Kegiatan promosi sangat penting dilakukan agar konsumen mengetahui apa saja layanan yang disediakan dan apa saja manfaat yang akan diperoleh. Tujuan promosi menurut Lasa (2009: 290) yaitu:

1. menarik perhatian;
2. menciptakan kesan;
3. membangkitkan minat;
4. memperoleh tanggapan;
5. mempengaruhi untuk menerima ide, konsep, atau barang yang dipromosikan.

Sudarmini (dalam Afriani, 2012) mendefinisikan pemasaran dengan penerapan terhadap perpustakaan sebagai suatu pendekatan terencana untuk mengidentifikasi dan mendapatkan dukungan masyarakat pengguna. Selanjutnya perpustakaan mengembangkan jasa yang tepat dan menguntungkan bagi kedua belah pihak, yaitu pengguna dan perpustakaan sebagai pemberi jasa informasi. Dalam melakukan promosi pihak perpustakaan harus mengetahui sasaran atau target yang akan dikenalkan yaitu layanan, fasilitas dan jasa yang dimiliki perpustakaan sehingga membuat pengguna tertarik untuk mengunjungi dan memanfaatkan koleksi serta layanan perpustakaan.

Dalam mempromosikan perpustakaan dibutuhkan media yang digunakan untuk mengkomunikasikan atau menyampaikan pesan. Beberapa bentuk atau media promosi yang biasa digunakan oleh perpustakaan antara lain publikasi, iklan, kontak perorangan, insentif, dan penciptaan suasana dan lingkungan. Secara umum, bentuk-bentuk promosi memiliki fungsi yang sama, tetapi dapat dibedakan berdasarkan tugas-tugas khususnya.

Dari uraian di atas disebutkan pentingnya kegiatan promosi bagi perpustakaan. Mengingat hal tersebut, Perpustakaan Universitas Atma Jaya Yogyakarta secara rutin telah melakukan 9 jenis promosi dalam setiap tahunnya, yaitu:

1. Brosur Perpustakaan
2. Buku Pedoman Perpustakaan
3. *Display* Koleksi Terbaru (buku/jurnal)
4. Pameran Perpustakaan
5. Melalui *Web* Perpustakaan
6. Bimbingan pengguna untuk mahasiswa baru dalam bentuk *Library Tour*
7. Pelatihan literasi informasi bagi mahasiswa dan dosen
8. Menerbitkan majalah WIPA
9. Bedah buku

Selain 9 jenis promosi yang tersebut di atas, Perpustakaan Universitas Atma Jaya Yogyakarta juga pernah melakukan jenis promosi yang lain yaitu:

1. Pemberian penghargaan untuk pengunjung pameran perpustakaan
2. Pemberian penghargaan untuk pengunjung/peminjam teraktif di perpustakaan
3. Pelatihan penulisan bagi siswa SMA/SMK
4. Lomba karya tulis perpustakaan tingkat SMA/SMK se-DIY dan Jawa Tengah
5. Mengadakan Seminar Nasional
6. Pemutaran Film

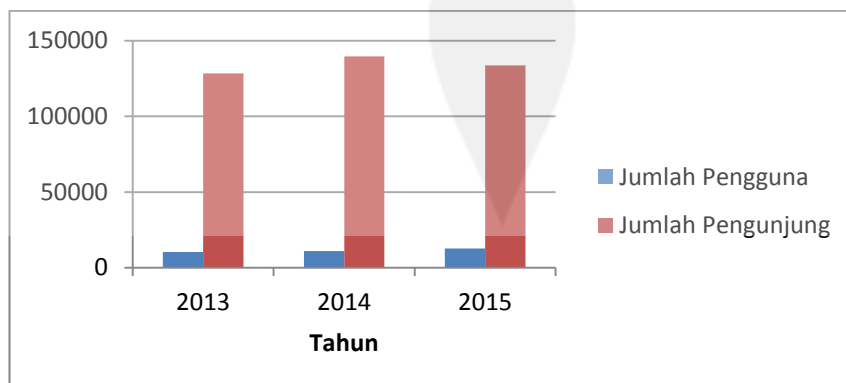
Dengan diadakannya kegiatan promosi tersebut, dari data yang diperoleh tahun 2013-2015, Perpustakaan Universitas Atma Jaya Yogyakarta berturut-turut telah mencapai target jumlah pengunjung yaitu minimal 200 orang per hari (tabel 1.1). Sesuai dengan SPOK (Sistem Penilaian Kinerja Organisasi) tahun 2013 poin satu tentang kualitas layanan.

Tabel 1.1 Data Jumlah Pengunjung dan Pengguna Tahun 2013-2015

Tahun	2013	2014	2015
Jumlah Pengguna	10329	11082	12699
Jumlah Pengunjung	128283	139593	133561

(Sumber: Data Statistik Perpustakaan Universitas Atma Jaya Yogyakarta tahun 2016)

Grafik 1.1 Pengunjung dan Pengguna Tahun 2013-2015



(Sumber: Data Statistik Perpustakaan Universitas Atma Jaya Yogyakarta tahun 2016)

Promosi yang telah dilakukan oleh Perpustakaan Universitas Atma Jaya Yogyakarta telah mencapai hasil yang diharapkan, namun dari berbagai bentuk promosi yang pernah dilakukan Perpustakaan Universitas Atma Jaya Yogyakarta tersebut belum diketahui berapa tingkat efektivitasnya. Bentuk promosi dengan tingkat efektivitas tinggi akan dipertahankan dan yang masih kurang dapat lebih ditingkatkan. Oleh karena itu promosi perpustakaan harus dievaluasi secara rutin dan dokumen-dokumen kebijakan apabila diperlukan dilakukan revisi sesuai dengan kondisi dan keadaan terkini.

Kata “efektivitas” berasal dari bahasa Inggris *effectiveness* yang berarti keefektifan. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, kata efektif mempunyai arti efek, pengaruh, akibat atau dapat membawa hasil. Jadi efektivitas adalah keaktifan, daya guna, adanya kesesuaian dalam suatu kegiatan orang yang melaksanakan tugas dengan sasaran yang dituju. Efektivitas pada dasarnya menunjukkan pada taraf tercapainya hasil, sering atau senantiasa dikaitkan dengan pengertian efisien, meskipun sebenarnya ada perbedaan diantara keduanya. Efisien berarti “melakukan sesuatu dengan tepat” dan efektivitas berarti “melakukan sesuatu yang tepat” (Stoner, 1996: 9). Efektivitas adalah keaktifan, daya guna, adanya kesesuaian dalam suatu kegiatan orang yang melaksanakan tugas dengan sasaran yang dituju. Dari pengertian efektivitas tersebut menunjukkan sampai seberapa jauh tercapainya suatu tujuan yang telah ditentukan. Hasil yang semakin mendekati sasaran memiliki tingkat efektivitas yang semakin tinggi.

Media promosi dapat dikatakan efektif apabila hasil yang didapat sesuai dengan tujuan organisasi yang ingin dicapai. Tujuan media promosi perpustakaan yaitu untuk menstimulasi terjadinya kesadaran (*awareness*), ketertarikan (*interest*), dan berakhir dengan tindakan pemanfaatan (*using*) yang dilakukan oleh pengguna terhadap produk atau jasa yang disediakan. Efektif atau tidaknya media promosi dapat diketahui dengan mengukur tingkat efektivitasnya yaitu pengukuran keberhasilan dalam pencapaian tujuan-tujuan yang ditentukan.

Beberapa bentuk promosi yang dilakukan oleh Perpustakaan Universitas Atma Jaya Yogyakarta termasuk dalam kategori pemasaran tradisional. Tingkat

efektivitas dari kegiatan pemasaran tradisional “*softer investment*” seperti iklan, *public relations*, *event* dan *sponsorships* merupakan kegiatan yang sangat sulit dihitung efektivitasnya (Rangkuti, 2009: 1). Yang menjadi masalah adalah seberapa besar biaya promosi yang akan dikeluarkan. Maka akan lebih baik apabila dipilih strategi promosi yang *low budget with high marketing impact*.

Dari tabel 1.1 dan grafik 1.1 di atas menunjukkan bahwa kegiatan promosi yang dilaksanakan oleh Perpustakaan Universitas Atma Jaya Yogyakarta telah berhasil. Namun belum diketahui seberapa besar tingkat efektivitas dari masing-masing bentuk promosi yang dilakukan. Dengan demikian diperlukan pengukuran tingkat efektivitas dari bentuk-bentuk promosi tersebut. Berdasarkan hal tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai “Efektivitas Strategi Promosi Perpustakaan Universitas Atma Jaya Yogyakarta”. Yaitu membandingkan tingkat efektivitas dari bentuk-bentuk promosi yang secara rutin dilakukan oleh Perpustakaan Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Pengukuran tingkat efektivitas sangat berguna untuk menentukan kebijakan strategi promosi perpustakaan selanjutnya.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas rumusan masalah dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

1. Strategi apa yang dilakukan untuk mempromosikan Perpustakaan Universitas Atma Jaya Yogyakarta?
2. Seberapa tingkat efektivitas dari bentuk-bentuk promosi yang dilakukan Perpustakaan Universitas Atma Jaya Yogyakarta?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan Penelitian ini yaitu:

1. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerapan strategi yang digunakan dalam mempromosikan Perpustakaan Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

2. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat efektivitas dari bentuk-bentuk promosi yang dilakukan oleh Perpustakaan Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini antara lain:

1. Kegunaan bagi peneliti, penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan dan mengembangkan daya pikir serta pengetahuan dengan melakukan penelitian langsung agar memahami tentang strategi promosi yang dilakukan Perpustakaan Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
2. Dengan penelitian ini diharapkan dapat dijadikan masukan dan bahan pertimbangan bagi perpustakaan untuk menentukan kebijakan strategi promosi yang akan datang.
3. Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan acuan bagi peneliti lain yang mengambil topik tentang efektivitas bentuk-bentuk promosi perpustakaan dan memberi wawasan bagi pengembangan penelitian bidang Ilmu Informasi dan Perpustakaan.

1.5 Ruang Lingkup

Penelitian ini akan mengukur tingkat efektivitas dari bentuk-bentuk promosi yang secara rutin dilaksanakan setiap tahunnya oleh Perpustakaan Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Respondennya adalah pengguna perpustakaan, yaitu dosen, mahasiswa, karyawan Universitas Atma Jaya Yogyakarta dan masyarakat umum.

1.6 Sistematika Penulisan

Untuk memberi gambaran yang sistematis dan terfokus, maka penulis membaginya menjadi beberapa bab dan sub bab. Adapun sistematika penulisan akan disajikan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian dan sistematika pembahasan. Latar belakang menjelaskan tujuan dan tugas pokok perpustakaan secara umum, Perpustakaan Perguruan Tinggi, arti penting dan tujuan promosi bagi perpustakaan, konsep efektivitas dan promosi.

Rumusan masalah menguraikan pertanyaan yang dapat memandu peneliti untuk dapat mengumpulkan data di lapangan yaitu strategi apa yang digunakan dan tingkat efektivitas dari promosi Perpustakaan Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Tujuan penelitian berisi pernyataan mengenai tujuan dari dilakukannya penelitian, yaitu penerapan strategi yang digunakan dalam mempromosikan Perpustakaan Universitas Atma Jaya Yogyakarta dan tingkat efektivitas dari bentuk-bentuk promosi yang dilakukan. Sedangkan dalam manfaat penelitian berisi tentang kegunaan penelitian ini bagi peneliti sendiri maupun peneliti-peneliti lain dan kontribusi hasil penelitian bagi pengembangan Perpustakaan Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI

Bab ini merupakan salah satu bagian yang penting dari penelitian, yaitu berisi tinjauan pustaka dan landasan teori. Dalam tinjauan pustaka dikemukakan mengenai beberapa penelitian yang sesuai dengan penelitian ini, sedang landasan teori mengemukakan konsep yang mendukung penelitian yang akan dilakukan.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Dalam metodologi penelitian dibahas mengenai metode dan jenis penelitian, lokasi, obyek penelitian, populasi, sampel, teknik pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas, dan metode analisa data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi hasil analisa data mengenai efektivitas dari bentuk-bentuk promosi yang dilaksanakan oleh Perpustakaan Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

BAB V PENUTUP

Bab kelima merupakan kesimpulan dan saran yang menjawab permasalahan yang dirumuskan dalam rumusan masalah.

