

# **PERPUSTAKAAN DAERAH SAMARINDA**

## **Strategi Promosi Badan Perpustakaan Daerah Dalam Meningkatkan Minat Baca Masyarakat Kota Samarinda**

**Sirlyeamri Djuddin<sup>1</sup>**

### ***Abstrak***

*Artikel ini bertujuan untuk mengetahui dan menggambarkan strategi humas perpustakaan daerah Samarinda dalam mempromosikan dan meningkatkan minat baca segala lapisan masyarakat mulai dari yang muda sampai yang tua. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif yaitu penelitian yang berusaha menggambarkan atau mendeskripsikan objek yang diteliti berdasarkan fakta di lapangan, dengan menggunakan informan sebagai sumber data. Data-data yang disajikan menggunakan data primer dan data sekunder melalui wawancara mendalam, observasi lapangan, dokumentasi kegiatan, referensi yang berkaitan dengan penelitian dan data dari internet. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi humas perpustakaan daerah Samarinda dalam mempromosikan dan meningkatkan minat baca masyarakat yaitu melalui (1) Iklan (2) Pameran (3) Perpustakaan Keliling. Menurut peneliti 3 strategi tersebut mampu meningkatkan minat baca masyarakat Samarinda walaupun tidak signifikan karena pelaksanaan yang tidak mudah dan tentu saja ada kendala yang di hadapi pihak humas perpustakaan Samarinda.*

**Kata Kunci :** *Perpustakaan, Minat Baca, Promosi*

### **Pendahuluan**

Bagian yang tajam dari instrumen pemasaran adalah pesan (*message*) yang dikomunikasikan kepada khalayak melalui berbagai unsur yang terdapat dalam program promosi. Akan tetapi yang dikomunikasikan dalam bentuk iklan, kewiraniagaan, dan promosi itu hanyalah merupakan sebagian saja dari apa yang disampaikan oleh program pemasaran suatu perusahaan kepada khalayak. Dapat dikatakan bahwa promosi merupakan intisari dan ujung tombak dari pemasaran, terutama pada zaman saat ini, dimana persaingan semakin keras. Keberhasilan pemasaran suatu produk banyak ditentukan oleh usaha promosinya, sehingga tidak heran perusahaan yang berhasil seringkali menggunakan lebih banyak dananya untuk promosi daripada untuk pembuatan produk.

---

<sup>1</sup> Mahasiswa Program S1 Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman. Email: Biji27@yahoo.com

Perpustakaan merupakan salah satu sumber informasi yang memiliki kekuatan yang sangat luas mencakup berbagai ilmu pengetahuan, teknologi, seni maupun politik. Perpustakaan merupakan salah satu unit kerja yang menduduki posisi yang sangat strategis, ekonomis, dan geografis bagi upaya mencerdaskan kehidupan bangsa sebagaimana dalam Pembukaan UUD 1945 berperan sebagai sarana pelaksanaan belajar mandiri, pendidikan seumur hidup bagi individu maupun kelompok masyarakat.

Dengan adanya sebuah perpustakaan bisa memperoleh informasi dan ilmu yang berguna bagi masa depan. Pentingnya menjadikan generasi atau sumber daya manusia yang kompetitif, dimana sumber daya manusia (masyarakat) dituntut dalam menguasai ilmu pengetahuan dan teknologi yang dapat mengatasi segala bentuk permasalahan, baik sosial, politik, ekonomi, dan budaya. Dalam mengatasi permasalahan tersebut informasi merupakan suatu yang sangat penting, dan yang penting lagi informasi tersebut sebagian besar di dokumentasikan kedalam bentuk buku, sehingga minat baca akan suatu buku sangat penting untuk ditingkatkan, demi mencapai masyarakat yang dapat bersaing dalam sistem global saat ini, minat baca masyarakat ini sangat perlu di tingkatkan, dan minat baca dapat di bentuk dan di pupuk melalui badan atau lembaga seperti perpustakaan

Berdasarkan penjelasan di atas yang menjadi alasan penelitian pentingnya menggabungkan antara strategi promosi dan Perpustakaan Daerah, maka atas alasan tersebut penelitian mengkaji penelitian berjudul **“Studi Tentang Strategi Promosi Badan Perpustakaan Daerah Dalam Meningkatkan Minat Baca Masyarakat Kota Samarinda”**

### **Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan di atas maka penelitian merumuskan permasalahan yang akan diangkat dalam penelitian, yaitu:

1. Bagaimana pelaksanaan strategi promosi yang dilakukan Badan Perpustakaan Provinsi Kalimantan Timur?

### **Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian mengungkapkan sasaran yang ingin dicapai dalam penelitian. Isi dan rumusan tujuan penelitian mengacu pada isi dan rumusan masalah penelitian. Berikut dari tujuan penelitian :

1. Untuk mendeskripsikan pelaksanaan strategi promosi yang dilakukan oleh Badan Perpustakaan Provinsi Kalimantan Timur

## **Manfaat Penelitian**

Adapun kegunaan yang diharapkan penulis dari penelitian ini adalah:

1. Secara Teoritis yaitu sebagai bahan masukan bagi pengembangan ilmu pengetahuan pada umumnya dan Ilmu Komunikasi pada khususnya.
2. Secara Praktis yaitu :
  - a. Sebagai bahan masukan bagi Badan Perpustakaan Provinsi Kaltim khususnya dalam upaya pelaksanaan strategi promosi dan usaha dalam meningkatkan minat baca masyarakat.
  - b. Untuk menambah, memperdalam dan mengembangkan pengamatan penulis, serta sebagai latihan dalam mengembangkan hasil pemikiran penulis.
3. Secara Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat Berguna sebagai sarana penerapan ilmu pengetahuan dan menambahkajian kepustakaan khususnya mahasiswa Ilmu Komunikasi FISIP UNMUL.

## **Kerangka Dasar Teori Strategi**

Dalam setiap perencanaan kegiatan apapun dalam perusahaan, adanya sebuah strategi adalah sebuah hal yang sangat penting, strategi menjadi penting karena memberikan fokus terhadap usaha yang dilakukan, yang membantu untuk mendapatkan hasil serta melihat jauh kedepan. J L Thompson (dalam Juliansyah, 1995:30) mendefinisikan strategi sebagai cara untuk mencapai sebuah hasil akhir: 'Hasil akhir menyakut tujuan dan sasaran organisasi. Ada strategi yang luas untuk keseluruhan organisasi dan strategi kompetitif untuk masing-masing aktivitas. Sementara itu, strategi fungsional mendorong secara langsung strategi kompetitif. Bennett (dalam Stewarth, 1996:356) menggambarkan strategi sebagai 'arah yang dipilih organisasi untuk diikuti dalam mencapai misinya'. Mintzberg (dalam Soegiyono, 2006:422) menawarkan lima kegunaan dari kata strategi, yaitu:

1. Sebuah rencana – suatu arah tindakan yang diinginkan secara sadar;
2. Sebuah cara – suatu manuver spesifik yang dimaksudkan untuk mengecoh lawan atau kompetitor;
3. Sebuah pola – dalam suatu rangkaian tindakan;
4. Sebuah posisi – suatu cara menempatkan organisasi dalam sebuah lingkungan;

5. Sebuah perspektif- suatu cara yang terintegrasi dalam memandang dunia.

### **Promosi (*Promotion*)**

Faktor penentu keberhasilan sebuah perusahaan adalah dengan promosi. Kegiatan promosi bukan hanya berfungsi sebagai alat untuk mempengaruhi konsumen, melainkan juga berpengaruh dalam kegiatan pemasaran.

Menurut Bukhari Alma (2002:135) yang menyimpulkan pandangan dari Ben M. Enis dan William J. Stanton bahwa “Promosi adalah sejenis komunikasi yang memberi penjelasan yang meyakinkan calon konsumen tentang barang dan jasa. Tujuan promosi ialah memperoleh perhatian, mendidik, mengingatkan, dan meyakinkan calon konsumen”. Pada umumnya kegiatan-kegiatan yang termasuk dalam promosi adalah :

- a. Periklanan dalam bentuk presentasi dan promosi non pribadi tentang ide, barang dan jasa yang dibayar oleh sponsor tertentu.
- b. Penjualan pribadi (*Personal Selling*) dalam bentuk presentasi lisan dalam suatu percakapan dengan calon pembeli diajukan untuk menciptakan penjualan.
- c. Publikasi berupa dorongan permintaan secara non pribadi untuk suatu produk, jasa atau ide dengan menggunakan berita komersial didalam media massa dan sponsor tidak dibebani sejumlah bayaran secara langsung.
- d. Promosi penjualan dalam bentuk pertunjukkan dan pameran, demonstrasi dan sebagainya.

Kegiatan promosi yang dilakukan sejalan dengan rencana pemasaran secara keseluruhan, serta direncanakan akan diarahkan dan dikendalikan dengan baik, diharapkan akan sangat berperan dalam meningkatkan penjualan. Dalam rangka menunjang keberhasilan kegiatan pemasaran yang dilakukan dan efektivitas rencana pemasaran yang disusun, maka perusahaan haruslah menetapkan dan menjalankan promosi yang tepat.

### **Tujuan Promosi**

Tujuan utama promosi ialah memberi informasi, menarik perhatian dan selanjutnya memberi pengaruh meningkatnya penjualan.

*Promotion's objectives are to gain attention, to teach, to remind, to persuade, and to reassure* (Schoell, 1993 : 424). Tujuan promosi ialah memperoleh perhatian, mendidik, mengingatkan, menyakinkan.

Suatu kegiatan promosi jika dilaksanakan dengan baik dapat mempengaruhi konsumen mengenai dimana dan bagaimana konsumen membelanjakan pendapatannya. Promosi berusaha agar *demand* tidak elastis. Promosi dapat membawa keuntungan baik bagi produsen maupun konsumen. Keuntungan bagi konsumen ialah konsumen dapat mengatur pengeluarannya menjadi lebih baik, misalnya konsumen yang membaca iklan di surat kaba, majalah dan sebagainya, maka harga surat kabar tersebut bisa terjangkau oleh masyarakat umum. Jika surat kabar tidak ada penghasilan dari pemasang iklan, maka harga surat kabar tersebut akan mahal. Sebagai kerugiannya, konsumen dibujuk untuk membelu barang yang kadang-kadang barang tersebut belum dibutuhkannya, atau belum waktunya ia miliki.

Keuntungan bagi produsen ialah promosi dapat menghindarkan persaingan berdasarkan harga, karena konsumen membeli barang karena tertarik akan mereknya. Promosi menimbulkan *goodwill* terhadap merek. Promosi bukan saja meningkatkan penjualan tapi juga dapat menstabilkan produksi. Keuntungan selanjutnya ialah perusahaan dengan *goodwill* yang besar akan dapat memperoleh modal dengan mudah. Sebaliknya kerugian bagi perusahaan ialah:

1. Konsumen mengharapkan barang-barang yang diproduksi oleh pabrik mempunyai *information*, artinya mutunya selalu baik dan harga stabil sesuai dengan promosi yang dilancarkan, tetapi kadang-kadang hal ini tidak dapat dipenuhi.
2. Apabila perusahaan sudah mulai dengan usaha promosi, maka usaha tersebut harus dilakukan terus-menerus, ini menyebabkan biaya promosi akan selalu ada bahkan meningkat pula.

## **Perpustakaan**

Kata “perpustakaan” berasal dari kata pustaka, yang berarti kitab atau buku-buku atau kitab primbon. Kemudian kata pustaka mendapat awalan per dan akhiran an, menjadi perpustakaan. Perpustakaan mengandung arti diantaranya kumpulan buku-buku bacaan, bibliotek dan buku-buku kesusasteraan (Kamus Besar Bahasa Indonesia – KBBI, 1998). Selanjutnya adalah istilah “pustakaloka” yang berarti tempat atau ruangan perpustakaan. Pengertian yang lebih umum dan luas dari perpustakaan adalah suatu ruangan, bagian dari gedung/bangunan, atau gedung itu sendiri, yang berisi

buku-buku koleksi, yang disusun dan dan diatur sedemikian rupa, sehingga mudah untuk dicari dan dipergunakan apabila sewaktu-waktu diperlukan oleh pembaca. Perpustakaan dilengkapi dengan berbagai sarana –sarana, seperti pengelolaan tertentu, dan ditempatkan petugas yang menjalankan perpustakaan agar dapat berjalan sebagaimana mestinya. Pada dasarnya perpustakaan merupakan bagian dari budaya suatu bangsa. Budaya itu sendiri dapat diartikan sebagai hasil cipta, karsa, dan karya manusia, yang terjadinya membutuhkan proses dan waktu yang panjang. Setelah diadaptasi, diuji, dikaji, dan diterima oleh masyarakat. Menurut Sutarno (2003:07-08) sebuah perpustakaan mempunyai ciri-ciri dan prasyarat tertentu, yaitu :

- a. Adanya ruangan /gedung, yang digunakan untuk perpustakaan.
- b. Adanya koleksi bahan pustaka/bacaan dan sumber informasi
- c. Adanya petugas yang menyelenggarakan dan melayani pemakai.
- d. Adanya masyarakat pembaca.
- e. Adanya sarana dan prasarana yang diperlukan.
- f. Adanya suatu sistem atau mekanisme tertentu.

Jika memperhatikan dan menyimak bagaimana perkembangan perpustakaan dalam sejarah umat manusia mempunyai pesona tersendiri. Perkembangan perpustakaan dirasa lambat, tetapi pasti. Perpustakaan sungguh menjadi tempat segala penemuan dan pengetahuan, peristiwa – peristiwa penentu sejarah, terhimpun dan terabadikan, serta dapat dinikmati perpustakaan, secara singkat dapat dikatakan bahwa perpustakaan menjadi rantai sejarah bagi masa lalu, pijakan bagi kehidupan masa sekarang untuk melangkah kemasa depan.

## **Pembahasan**

### **1. Iklan**

Salah satu dari strategi promosi yang dilakukan oleh Badan Perpustakaan Provinsi Kalimantan Timur adalah iklan. iklan yang digunakan dalam kegiatan promosi perpustakaan ini yaitu dengan menggunakan media seperti brosur, *booklet* dan baliho. Seperti hasil wawancara dengan Kabid. Layanan Informasi dan Otomasi Badan Perpustakaan Provinsi Kalimantan Timur. Seperti yang diungkapkan oleh Bapak Taufik, S,Sos, M,Si sebagai berikut:

“Iklan yang digunakan dalam melakukan promosi perpustakaan yaitu dengan menggunakan media brosur, *booklet* dan baliho. Jenis media ini merupakan media informasi yang dibuat (diproduksi) dan

disampaikan kepada khalayak sasaran melalui tulisan atau cetakan dan seringkali disertai dengan gambar sehingga dapat dilihat dan dibaca, hal ini juga bertujuan agar masyarakat mengetahui tentang fasilitas-fasilitas yang ada di perpustakaan serta mengajak masyarakat untuk berkunjung ke perpustakaan. Brosur yang merupakan salah satu strategi promosi yang dilakukan Badan Perpustakaan Provinsi Kalimantan Timur memiliki bentuk berupa kertas cetakan/lembaran yang isinya mencakup petunjuk umum tentang perpustakaan. Dalam brosur ini berisikan tentang sejarah perpustakaan, visi dan misi perpustakaan, tugas dan fungsi perpustakaan, fasilitas perpustakaan, koleksi bahan pustaka, sistem layanan perpustakaan, jasa layanan perpustakaan, persyaratan menjadi anggota perpustakaan, peraturan perpustakaan dan peraturan peminjaman dan pengembalian buku. Penyebaran media brosur ini pertama kalinya dilakukan pada tahun 1989 kepada masyarakat Kaltim, terutama pengunjung perpustakaan. Brosur ini dicetak selama tiga tahun sekali dan dalam setiap kali pencetakannya menerbitkan kurang lebih 6000 eksampler dan hingga saat ini perpustakaan telah menerbitkan enam kali brosur dengan isi dan *desain* yang terus mengalami perubahan. Seperti yang dikatakan oleh Bapak Taufik” (Wawancara 12 mei 2013)”

Tujuan utama dari strategi promosi perpustakaan adalah untuk menyadarkan masyarakat pengguna tentang pentingnya perpustakaan bagi kehidupan. Mempromosikan perpustakaan juga tidak jauh berbeda dengan mempromosikan sebuah produk komersial. Hanya saja disini akan membahas tentang iklan nonkomersial yang merupakan bagian dari kampanye *sosial marketing* yang bertujuan “menjual” gagasan atau *idea* untuk kepentingan dan pelayanan masyarakat (*public service*). Dalam istilah marketing, edukasi pasar sudah tidak asing lagi kita dengar, dan untuk perpustakaan ada yang disebut dengan *user education* atau pendidikan pengguna. Iklan ini berisikan pesan berupa ajakan kepada masyarakat untuk melakukan suatu tindakan untuk kepentingan umum atau mengubah suatu kebiasaan perilaku masyarakat agar menjadi lebih baik.

Salah satu dari strategi promosi yang dilakukan oleh Badan Perpustakaan Provinsi Kalimantan Timur adalah jenis iklan dengan menggunakan media cetak. Iklan yang digunakan Badan Perpustakaan Kalimantan Timur dalam kegiatan promosi perpustakaan yaitu dengan menggunakan media seperti brosur, *booklet* dan baliho.

## 2. Pameran

Promosi merupakan jembatan antara iklan dan penjualan, karena promosi mendekatkan antara produsen dan konsumen. Untuk mendapatkan tanggapan positif dari masyarakat mengenai produk yang ditawarkan diperlukan taktik atau strategi promosi yang diantaranya dengan mengadakan event menarik dengan mengkalsifikasikan acara sesuai dengan umur dan tingkat pendidikan.

Strategi promosi yang dilakukan oleh Badan Perpustakaan Provinsi Kalimantan Timur yaitu pameran. Pameran perpustakaan merupakan kegiatan promosi perpustakaan dengan maksud menarik perhatian banyak orang (massa). Pameran ini merupakan metode promosi untuk menjaring masyarakat. Selain menarik lebih banyak orang juga efektif untuk memperkenalkan layanan yang diberikan oleh perpustakaan. Seperti pameran yang pernah diselenggarakan Badan Perpustakaan Provinsi Kalimantan Timur dengan menggelar pameran buku terbesar yang bertemakan “Pentas Kaltim Sejuta Buku 2009”. Seperti hasil wawancara dengan Kabid Pengembangan Dan Pembinaan Badan Perpustakaan Provinsi Kalimantan Timur. Seperti yang diungkapkan oleh Bapak Drs. Sumindar, M.Si sebagai berikut :

“Kegiatan ini merupakan kegiatan yang pertamakalinya di Kalimantan khususnya Kalimantan Timur. Lantaran perdana dan menyentuh wilayah yang diakui belum begitu familiar, *Three Gproduction* yang sebagai EO dalam kegiatan ini tak muluk-muluk dalam mematok target. Dengan menyasar pelajar SMA dan Mahasiswa di Kalimantan Timur, *event organizer* dan perpustakaan hendak membukakan mata masyarakat Kaltim agar melek dengan buku bacaan. Pameran ini berlangsung selama delapan hari, tepatnya dari tanggal 30 November sampai 07 Desember 2009 dan berlangsung di halaman parkir gedung Badan Perpustakaan Provinsi Kaltim. Pameran ini tidak hanya memamerkan buku serta fasilitas-fasilitas yang ada pada perpustakaan, tetapi juga diisi dengan beragam kegiatan seperti dengan menjual buku-buku murah. Untuk memancing antusiasme masyarakat agar hadir dalam pameran tersebut Badan Perpustakaan Provinsi Kaltim merancang program yang kental dengan unsur budaya lokal, seperti lomba pakaian daerah, dan tentu saja kegiatan –kegiatan bagi anak-anak dan remaja seperti perlombaan pada tingkat pelajar yang diantaranya yaitu *fashion show*, menyanyi,

pidato bahasa *inggris*, mendongeng anak, menggambar, mewarnai, serta parade band pelajar. Seperti yang dikatakan oleh Bapak Sumindar.” (Wawancara 15 mei 2013)

Dalam pelaksanaan strategi promosi selanjutnya yaitu pameran, dengan tujuan untuk menarik perhatian banyak orang (massa) serta untuk memperkenalkan masyarakat tentang layanan dan fasilitas yang diberikan oleh perpustakaan.

Promosi merupakan jembatan antara iklan dan penjualan, karena promosi mendekatkan antara produsen dan konsumen. Untuk mendapatkan tanggapan positif dari masyarakat mengenai bentuk yang ditawarkan diperlukan taktik atau strategi promosi yang salah satunya yaitu mengadakan *event* menarik dengan mengklasifikasikan acara sesuai dengan umur dan tingkat pendidikan.

Dari strategi promosi yang dilakukan, Badan Perpustakaan Provinsi Kaltim telah berupaya menggelar kegiatan dalam bentuk pameran. Pameran yang diselenggarakan selama delapan hari ini bertemakan “Pesta Kaltim Sejuta Buku 2009”.

Dalam mempromosikan atau memperkenalkan suatu Perpustakaan, sangatlah penting bagi perpustakaan untuk mengadakan atau ikut dalam pameran. Karena dengan itu Perpustakaan dapat dilihat dan diketahui keberadaannya sekaligus apa-apa saja yang ada diperpustakaan.

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa promosi pameran yang dilakukan oleh pihak Badan Perpustakaan Daerah sudah dilakukan dengan baik. Tetapi tujuan yang ingin dicapai dari kegiatan ini yaitu memperkenalkan masyarakat tentang perpustakaan dan pentingnya buku bagi masyarakat, dan ternyata masih banyak yang belum tahu tentang keberadaan atau lokasi perpustakaan Kaltim, terbukti sebagian dari masyarakat menanyakan tentang gedung yang berada disekitar pameran itu adalah gedung Perpustakaan Kaltim setelah dijelaskan.

### **3. Perpustakaan Keliling**

Promosi perpustakaan merupakan aktifitas memperkenalkan perpustakaan dari segi fasilitas, koleksi, jenis layanan, dan manfaat yang didapat dan diperoleh oleh setiap pemakai perpustakaan. Dalam melaksanakan kegiatan promosi, perpustakaan secara tidak langsung telah berkomunikasi dengan masyarakat luas. Dimana perpustakaan memberikan informasi tanggapan tentang sumber ilmu yang ditawarkan kepada pengguna perpustakaan atau pencari informasi dan masyarakat memberi

tanggapan melalui buku atau sumber informasi yang disajikan di perpustakaan tersebut. Strategi promosi dengan perpustakaan keliling adalah suatu cara atau rencana yang telah dipikirkan dan akan dilakukan untuk mencapai maksud dan tujuan yang diinginkan agar masyarakat tidak lagi susah payah untuk datang ke perpustakaan, karena lembaga perpustakaan daerah telah menyiapkan sarana perpustakaan keliling untuk mendatangi tempat yang dimana masyarakat tersebut membutuhkan informasi.

Dalam strategi promosi yang dilakukan Badan Perpustakaan Provinsi Kaltim armada mobil perpustakaan keliling ini mampu menjangkau wilayah-wilayah terpencil yang berada jauh dari gedung perpustakaan atau yang tidak memiliki perpustakaan sama sekali. Seperti hasil wawancara dengan Kasubid. Layanan karya cetak yaitu Ibu Dra. Ida Nortati yang mengatakan :

“Badan Perpustakaan Provinsi Kalimantan Timur memiliki dua unit armada mobil keliling dan beroperasi di empat Kabupaten/Kota, diantaranya Samarinda, Kutai Kartanegara, Kutai Timur dan Balikpapan. Armada mobil keliling ini sudah ada sejak sekitar tahun 1989 yang diberikan oleh Perpustakaan Nasional Republik Indonesia sebanyak dua unit, dan pada saat ini armada mobil keliling masih dalam bentuk truk. Pada tahun 2007 Perpustakaan Nasional Republik Indonesia kembali memberikan dua unit armada mobil keliling berbentuk mini bus yang didesain seunik mungkin. Dalam setiap daerah operasionalnya armada mobil perpustakaan keliling ini melayani titik atau lokasi-lokasi di Samarinda seperti di Kelurahan Tahan Merah (Lempake), Kelurahan Rawa Makmur (palaran) dan Lembaga Pemasarakatan (LP) Sudirman. Untuk kunjungan perpustakaan keliling ini tidak memiliki waktu yang cukup lama yaitu untuk setiap wilayah hanya di kunjungi selama satu hari dalam sebulan. Hal ini disebabkan armada mobil keliling ini juga melayani tiga Kabupaten/Kota lainnya, sehingga masih kurang maksimalnya armada mobil keliling ini beroperasi di wilayah-wilayah Kota Samarinda. Seperti yang dikatakan oleh Ibu Ida Nortati” (Wawancara 15 mei 2013)

Untuk mengenalnya dan memasarkan jasanya, perpustakaan tidak cukup hanya membangun jasa informasi serta mengharapkan masyarakat akan begitu saja mendatangi perpustakaan-perpustakaan, karena dengan segala keterbatasan lokasi perpustakaan. Perpustakaan keliling berguna untuk menjangkau daerah-daerah terpencil yang tidak memiliki

perpustakaan atau berada jauh dari perpustakaan. Berhubungan dengan Perpustakaan Keliling, maka bisa diartikan bahwa strategi promosi adalah suatu cara atau rencana yang telah dipikirkan dan akan dilakukan untuk mencapai maksud dan tujuan yang di inginkan agar masyarakat tidak lagi susah payah untuk datang ke perpustakaan, karena lembaga perpustakaan daerah telah menyiapkan sarana perpustakaan keliling untuk mendatangi tempat yang dimana masyarakat tersebut membutuhkan informasi.

Badan Perpustakaan Provinsi Kaltim hanya memiliki dua unit armada mobil keliling dan untuk kunjungannya, perpustakaan keliling tidak memiliki waktu yang cukup lama berada di setiap lokasi, hal ini disebabkan karena armada mobil keliling ini juga beroperasi di tiga Kabupaten/Kota lainnya, sehingga masih kurang maksimalnya armada mobil keliling ini beroperasi di wilayah-wilayah Kota Samarinda. Untuk kunjungannya di Samarinda perpustakaan keliling hanya memiliki waktu selama tiga hari selama satu bulan dan untuk setiap lokasi dikunjungi hanya satu kali dalam sebulan, sehingga masih kurang maksimal perpustakaan keliling ini hadir ditengah-tengah masyarakat.

Dalam melaksanakan kegiatan promosi, perpustakaan secara tidak langsung telah berkomunikasi dengan masyarakat luas. Dimana perpustakaan memberikan informasi tanggapan sumber ilmu yang di tawarkan kepada pengguna atau pencai informasi dan masyarakat memberi tanggapan melalui buku atau sumber informasi yang dijasikan di perpustakaan keliling tersebut. Pelaksanaan kegiatan promosi ini harus terus dilakukan perpustakaan yang secara tidak langsung telah berkomunikasi dengan masyarakat luas termasuk masyarakat yang berada jauh dari perpustakaan serta memberikan informasi berupa koleksi buku yang sesuai dengan keinginan masyarakat. Hanya saja armada mobil keliling yang dimiliki oleh Badan Perpustakaan Provinsi Kaltim masih kurang maksimal untuk beroperasi.

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa strategi promosi dengan menggunakan perpustakaan keliling ini mampu menarik perhatian masyarakat untuk berkunjung dan meminjam buku, terlihat dari masyarakat yang mengunjungi perpustakaan keliling ini semakin meningkat setiap bulannya. Meskipun target yang diinginkan oleh perpustakaan dengan hadirnya mobil keliling ini belum maksimal di sebagian wilayah.

## **Kesimpulan**

Berdasarkan pembahasan yang dikemukakan dari fokus penelitian yaitu strategi promosi yang dilakukan Badan Perpustakaan Provinsi Kalimantan

Timur dalam meningkatkan minat baca masyarakat Kota Samarinda dapat disimpulkan bahwa strategi promosi yang dilakukan perpustakaan sudah cukup baik meskipun masih ada beberapa kekurangan dalam pelaksanaannya, pelaksanaan strategi promosi yang dilakukan Badan Perpustakaan Provinsi Kalimantan Timur yaitu dengan menggunakan iklan, Pameran dan Perpustakaan keliling, sebagai berikut :

1. Iklan

Dalam pelaksanaan strategi promosi dengan menggunakan iklan, penyebaran media brosur dan *booklet* ini hanya di beberapa titik saja. Begitu pula dengan baliho, baliho yang dipasang hanya di satu titik saja, sehingga masih kurang maksimalnya baliho ini sebagai media yang mampu mengajak masyarakat untuk mendayagunakan perpustakaan dalam meningkatkan minat baca.

2. Pameran

Untuk strategi promosi selanjutnya yaitu pameran, teknis dalam pelaksanaannya sudah sangat baik, dan untuk memancing antusiasme masyarakat untuk hadir dalam pameran itu, Badan Perpustakaan Provinsi Kaltim telah merancang program-program yang kental dengan unsur budaya lokal dan serangkaian kegiatan-kegiatan produktif lainnya yang diantaranya yaitu, *Fashion show*, lomba menyanyi, pidato bahasa Inggris, mendongeng anak, menggambar, mewarnai, serta parade band pelajar. Hanya saja pelaksanaan pameran ini belum dapat dipastikan akan dilaksanakan secara berkala.

3. Perpustakaan keliling

Selanjutnya perpustakaan keliling atau armada mobil keliling, Badan Perpustakaan Provinsi Kaltim hanya memiliki dua unit armada mobil keliling, hal ini disebabkan armada mobil keliling ini juga melayani daerah-daerah di tiga Kabupaten/Kota lainnya, sehingga dalam pelaksanaan kesetiap wilayah yang ada di Samarinda. Armada mobil keliling ini tidak memiliki waktu yang lama yaitu satu hari dalam sebulan dan hanya wilayah-wilayah tertentu saja yang dikunjungi, padahal masih banyaknya wilayah-wilayah yang ada di Kota Samarinda yang jauh atau tidak terjangkau oleh Perpustakaan, mengharapkan keberadaan perpustakaan keliling ini hadir di tengah-tengah mereka.

## Saran

Strategi promosi yang dilakukan Badan Perpustakaan Provinsi Kaltim Timur dalam meningkatkan minat baca masyarakat Kota Samarinda

merupakan usaha dan kerja keras untuk dilakukan, meskipun dalam pelaksanaannya tidaklah mudah, dan hasil dari kesimpulan yang telah penulis kemukakan, maka penulis memberikan saran-saran sebagai berikut :

- A. Sebaiknya dalam menyebarkan informasi atau pesan melalui iklan dengan menggunakan media brosur dan *booklet*, penyebarannya harus lebih maksimal dan tidak hanya diletakkan dirak saja, melainkan pegawai perpustakaan juga dapat memberikan secara langsung kepada masyarakat khususnya pengunjung perpustakaan, serta baliho dalam pemasangannya juga harus lebih maksimal dan tidak hanya terpasang di satu titik tertentu saja melainkan dapat terpasang ditempat-tempat strategis, misalnya dipasang di lingkungan-lingkungan pendidikan seperti sekolahan.
- B. Perlu adanya penambahan armada mobil keliling untuk dapat lebih maksimal beroperasi di wilayah-wilayah yang jauh dari perpustakaan atau yang tidak memiliki perpustakaan.
- C. Perlu adanya kegiatan pameran secara berkala, misalkan diadakan setiap tahun dengan menjual beragam buku-buku murah, serta diisi dengan kegiatan-kegiatan yang mampu memancing antusiasme masyarakat seperti yang telah dilaksanakan Badan Perpustakaan Provinsi Kaltim pada tahun 2009

## Daftar Pustaka

- Cutlip, Scoot, Center & Broom. *Effective Public Relations* (Edisi Kesembilan). Jakarta: Kencana, (2007)
- Effendy, Onong Uchajana. *ILMU, TEORI DAN FILSAFAT KOMUNIKASI*, Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, (2003)
- Fauzah, Zazah. *Strategi Promosi Perpustakaan di SMA Muhammadiyah 2*, (2006)
- Gregory, Anne. *Perencanaan Dan Manajemen Kampanye Public Relations*, Jakarta: Erlangga, (2004)
- Idrus, Muhammad. *Metode penelitian Ilmu – ilmu Sosial*, Yogyakarta: UII Press Yogyakarta, (2007)
- Juliansyah, Elvi. *Promosi Public Relation Dalam Upaya Peningkatan Penjualan Produk Dan Jasa*, Bandung: Penerbit Mundur Maju, (2000)
- Kotler, Philip. *Marketing Insights From A to Z*, Jakarta: Erlangga, (2003)
- Kriyantono, Rahmat. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, Jakarta: Kencana, (2006)

- Madjadikara, Agus. *Bagaimana Biro Iklan Mempromosikan Iklan*, Jakarta: Penerbit Gramedia Pustaka Utama, (2005)
- Qalyubi, Shihabuddin. *Dasar-dasar Ilmu Perpustakaan dan Informasi*, Yogyakarta: Fakultas Adab, (2003)
- Rewoldt, Stewarth. *Strategi Promosi Pemasaran*, Jakarta: Rineka Cipta, (1991)
- Ruslan, Rosady. *Kiat Dan Strategi Kampanye Public Relations*, Jakarta: PT.RajaGrafindo Persada, (2005)
- Shinp, Terence A. *Periklanan Dan Promosi : Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*, Jakarta: Penerbit Erlangga, (2003)
- Soegiyono. *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*, Bandung: CV.Alfabeta, (2006)
- Sutarno. *Perpustakaan Dan Masyarakat*, Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, (2003)
- Suryadi, Didid. *Promosi Efektif Menggugah Minat Dan Loyalitas Pelanggan*, Yogyakarta: Tugu Publisher, (2006)
- Suyanto, M. *Marketing Strategy, Top Brand Indonesia*, Yogyakarta: Penerbit Andi, (2007)
- Tjiptono, Fandy. *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: Andi Yogyakarta. Yogyakarta: Fakultas Adab, (1997)
- Lupriyadi, Rambat. *Strategi Promosi*, Jakarta: Salemba Empat, (2001)