

PERANAN PROMOSI PERPUSTAKAAN DALAM PENINGKATAN LAYANAN PERPUSTAKAAN PERGURUAN TINGGI

Oleh :

Nurlaila

(Dosen Fak. Syariah IAIN-SU)

ABSTRACT

The aims of library is to introduce the data such as books collection and information so that the user know and use it. Most of the user interest to visit and reseave good service and all facilities in library. So it's important to promote the library services and collection to increase the users visiting.

I. PENDAHULUAN

Perpustakaan Perguruan Tinggi merupakan salah satu jenis perpustakaan yang paling banyak memberikan kontribusi dalam hal penyebaran informasi ilmiah di bidang pendidikan. Perpustakaan perguruan tinggi juga memiliki peran penting dalam rangka membantu pelaksanaan Tri Dharma Perguruan Tinggi. Menurut Sulistyio-Basuki Perpustakaan Perguruan Tinggi adalah :

Perpustakaan yang terdapat pada perguruan tinggi, badan bawahannya, maupun lembaga yang berafiliasi dengan perguruan tinggi, dengan tujuan utama membantu perguruan tinggi mencapai tujuannya. Tujuan perguruan tinggi di Indonesia dikenal dengan nama Tri Dharma Perguruan Tinggi (pendidikan, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat), maka perpustakaan perguruan tinggi pun bertujuan membantu melaksanakan ketiga darma perguruan tinggi. (Sulistyo-Basuki, 1993: 31)

Tujuan penyelenggaraan perpustakaan perguruan tinggi adalah untuk membantu lembaga induknya dalam melaksanakan Tri Dharma Perguruan Tinggi yang diembannya.

Menurut Pedoman Umum Perpustakaan Perguruan Tinggi “tujuan diselenggarakannya Perpustakaan Perguruan Tinggi adalah untuk mendukung, memperlancar serta mempertinggi kualitas pelaksanaan program kegiatan Perguruan Tinggi melalui pelayanan informasi yang meliputi lima aspek yaitu pengumpulan informasi, pelestarian informasi, pengolahan informasi, pemanfaatan informasi dan penyebarluasan informasi”.

Untuk mencapai tujuan perpustakaan perguruan tinggi tersebut di atas, perpustakaan berusaha menyediakan koleksi, layanan, dan fasilitas yang mampu memenuhi kebutuhan pengguna dengan cepat dan tepat. Tersedianya jenis koleksi yang lengkap dan mutakhir, informasi yang senantiasa berkembang dengan cepat, serta perkembangan teknologi dibidang

pengelolaan dan penelusuran informasi terbaru yang terdapat di perpustakaan, diharapkan dapat dimanfaatkan oleh pengguna. Namun disadari bahwa pengguna potensial tersebut belum seluruhnya memahami atau mengetahui informasi dan layanan yang tersedia di perpustakaan, sehingga pengguna tersebut belum dapat memanfaatkannya secara maksimal. Untuk itu perlu dilakukan promosi perpustakaan agar pengguna mengetahui koleksi, layanan dan fasilitas yang tersedia di perpustakaan.

Menurut Wiyono "Promosi perpustakaan berarti usaha atau kegiatan untuk meningkatkan dan mengembangkan fungsi perpustakaan sebagai sarana penunjang kegiatan belajar-mengajar". Promosi Perpustakaan dimaksudkan untuk meningkatkan pengetahuan pengguna akan kegiatan perpustakaan dengan berbagai cara yang sifatnya mengajak. Perpustakaan harus senantiasa diperkenalkan dengan teratur agar pengguna mengetahui peranan perpustakaan dengan lebih baik sehingga dapat dimanfaatkan secara optimal. Seiring dengan berkembangnya informasi dan masuknya teknologi baru ke dalam perpustakaan, banyak hal baru di perpustakaan yang dapat meningkatkan layanannya, tetapi kurang diketahui oleh pengguna. Kegiatan promosi dapat ditujukan kepada pengguna dan calon pengguna, baik pengguna dari dalam maupun pengguna dari luar perguruan tinggi induknya.

Banyak cara yang dapat dilakukan perpustakaan dalam meningkatkan pengetahuan pengguna tentang perpustakaan antara lain dengan cara publikasi, iklan, kontak perorangan, insentif, dan penciptaan suasana dan lingkungan. Melalui beberapa cara promosi di atas diharapkan pengguna mendapat berbagai informasi yang berhubungan dengan perpustakaan.

Dalam hal ini perpustakaan yang harus dipromosikan bukan hanya perpustakaan yang masih baru tetapi perpustakaan yang sudah lama juga perlu terus disosialisasikan agar lebih dikenal luas oleh pengguna. Menurut Stanley, "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".

Mengingat begitu berperannya perpustakaan sebagai pusat informasi di perguruan tinggi induknya, maka perpustakaan perlu lebih gencar melakukan promosi agar pengguna lebih tertarik menggunakan layanan, fasilitas, dan koleksi yang disediakan.

II. PROMOSI PERPUSTAKAAN

Promosi merupakan bagian dari kegiatan pemasaran yang berhubungan dengan kegiatan perencanaan, mempromosikan serta memenuhi kebutuhan pengguna. Sehubungan dengan hal tersebut perpustakaan perlu melakukan promosi karena pengetahuan pengguna tentang layanan, fasilitas, dan koleksi yang dimiliki perpustakaan masih kurang, sehingga dengan dilakukannya promosi perpustakaan kemungkinan pengetahuan pengguna akan bertambah dan pengguna mau memanfaatkan layanan yang ditawarkan perpustakaan.

A. Pengertian Promosi Perpustakaan

Promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu perpustakaan. Betapapun berkualitasnya suatu layanan, bila pengguna belum pernah mendengar dan tidak yakin bahwa layanan itu akan bermanfaat bagi mereka maka pengguna tersebut tidak akan pernah memanfaatkannya. Perpustakaan sebagai organisasi nirlaba yang menawarkan berbagai jasa bantuan dalam upaya pemenuhan kebutuhan penggunanya hendaknya mampu memperkenalkan dan memasarkan layanannya kepada pengguna.

Menurut Yusuf (1996: 20) pengertian promosi adalah sebagai berikut :

Promosi adalah mekanisme komunikasi persuasif pemasaran dengan memanfaatkan teknik-teknik hubungan masyarakat. Promosi merupakan forum pertukaran informasi antara organisasi dan konsumen dengan tujuan untuk memberi informasi tentang produk atau jasa yang disediakan oleh organisasi, sekaligus membujuk konsumen untuk bereaksi terhadap produk atau jasa itu.

Pendapat yang dikemukakan oleh Mustafa tersebut hampir sama dengan pendapat yang dikemukakan oleh Darmono (2001; 175):

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 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.

Berdasarkan kedua pendapat tersebut di atas dapat disimpulkan bahwa promosi perpustakaan adalah suatu cara komunikasi yang dapat memberikan informasi guna mengajak, membujuk pengguna untuk berkunjung dan memanfaatkan koleksi dan layanan-layanan yang telah tersedia di perpustakaan.

Pendapat lain mengungkapkan "*Promotion is often regarded as a more direct form of persuasion, based frequently on external incentives rather than inherent product benefits, which is designed to stimulate immediate purchase and to "move sales forward" more rapidly than would otherwise occur*".

Pendapat tersebut dapat diartikan bahwa Promosi sering dianggap sebagai bentuk bujukan yang lebih langsung untuk melakukan pembelian barang daripada mengungkapkan keuntungan produk, yang mana dirancang untuk merangsang pembelian sesegara mungkin dan untuk melakukan penjualan yang lebih cepat.

B. Tujuan Promosi Perpustakaan

Suatu kegiatan yang direncanakan sudah tentu mempunyai tujuan tertentu, demikian juga dengan kegiatan promosi perpustakaan. Menurut Yusuf (2001: 21) "Tujuan dilakukannya promosi perpustakaan adalah memperkenalkan segala informasi dan sumber-sumber informasi yang dimiliki perpustakaan kepada masyarakat luas supaya mereka pada akhirnya berminat memanfaatkannya secara optimal".

Pendapat lain mengungkapkan bahwa "*promotion's objectives are to gain attention, to teach, to remind, to persuade, and to reassure*". Pendapat tersebut dapat diartikan bahwa tujuan promosi adalah menarik, mendidik, mengingatkan, meyakinkan.

Sehubungan dengan hal tersebut Mustafa (1996 : 33) menyatakan bahwa :

Tujuan akhir promosi adalah meningkatkan pemanfaatan perpustakaan. Jika kemampuan perpustakaan telah diketahui masyarakat pengguna, dan produk serta layanan telah dimanfaatkan, perpustakaan akan memperoleh dukungan yang tinggi dari pengguna. Dukungan pengguna merupakan tolak ukur keberhasilan perpustakaan.

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa tujuan promosi adalah untuk meningkatkan pemanfaatan layanan perpustakaan, dimana dukungan pengguna menjadi tolak ukur keberhasilan perpustakaan.

C. Tugas Promosi

Tugas utama dari promosi adalah menginformasikan, mempengaruhi dan membujuk serta mengingatkan pelanggan sasaran tentang perusahaan dan pemasarannya. Menurut Lamb, Charles W (2001: 157), tugas promosi tersebut dapat dijabarkan sebagai berikut :

1. Promosi Informatif, yaitu : Meningkatkan kesadaran atas produk baru, kelas produk, atau atribut produk. Menjelaskan bagaimana produk tersebut bekerja, menyarankan kegunaan baru satu produk, dan membangun citra suatu perusahaan
2. Promosi Persuasif, untuk mendorong perpindahan merek, mengubah persepsi pelanggan atas atribut produk, mempengaruhi pelanggan untuk membeli sekarang, dan merayu pelanggan untuk datang
3. Promosi mengingatkan, terdiri atas : Mengingatkan konsumen bahwa produk mungkin dibutuhkan dalam waktu dekat ini, mengingatkan konsumen di mana untuk membeli produk tersebut, serta mempertahankan kesadaran konsumen.

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa tugas promosi adalah meningkatkan kesadaran atas produk baru, mempengaruhi pelanggan, serta mempertahankan pelanggan.

Pendapat lain mengungkapkan bahwa “meskipun secara umum bentuk-bentuk promosi memiliki tujuan yang sama, tetapi bentuk-bentuk tersebut dapat dibedakan berdasarkan tugas-tugas khususnya. Beberapa tugas khusus itu sering disebut bauran promosi (*promotion mix*) yaitu mencakup :

1. *Personal Selling*
2. *Mass selling*
3. *Promosi penjualan*
4. *Public relation*
5. *Direct marketing*”.(Mursid, 1993: 59)

D. Metode / Cara Promosi Perpustakaan

Perpustakaan perlu menentukan cara / metode promosi yang baik dalam mempromosikan perpustakaan sehingga pengguna tertarik untuk mengunjungi perpustakaan dan memanfaatkan layanan yang tersedia di perpustakaan. Metode promosi yang digunakan harus berorientasi kepada kebutuhan pengguna sehingga pelaksanaan promosi perpustakaan tidak sia-sia.

Banyak cara atau metode yang dapat dilakukan dalam mempromosikan perpustakaan tetapi perpustakaan harus memikirkan cara atau metode apa yang sesuai untuk dilakukan. Dalam melakukan promosi perpustakaan dikenal beberapa cara promosi yaitu :

1. *Publikasi.*

Publikasi merupakan bentuk berita yang bersifat komersial mengenai suatu produk, lembaga, jasa atau orang yang dipublikasikan dalam selebaran-selebaran, atau radio yang mana tidak dipungut bayaran dari sponsor”.

2. *Iklan*

Menurut Mustafa, iklan adalah “media promosi dalam bentuk penyajian ide, produk, atau jasa dengan cara bayar. Iklan dapat dilaksanakan dalam berbagai bentuk, melalui media cetak atau media elektronik seperti, surat kabar, majalah, radio, dan televisi”.

3. *Kontak perorangan.*

Menurut Kotler (1996: 121), fungsi kontak perorangan dalam promosi adalah:

1. Menjual. Artinya organisasi berusaha meningkatkan jumlah konsumen dengan langsung mencari konsumen baru
2. Memberi layanan. Dengan kontak perorangan, organisasi mencoba memberikan pelayanan langsung kepada konsumen
3. Meneliti. Mengawasi perkembangan yang terjadi diantara konsumen dan juga diantara pesaing-pesaing organisasi.

4. *Insentif*

Insentif merupakan salah satu cara promosi yang dapat menarik perhatian pengguna, karena pada dasarnya semua orang menyukai pemberian hadiah terlebih lagi yang berbentuk penghargaan. Sehubungan dengan hal tersebut Wirawan (1993: 38), menyatakan :

Insentif adalah pemberian sesuatu yang bernilai (uang atau bukan uang) sebagai tambahan terhadap penawaran yang diajukan dengan maksud untuk mendorong perubahan sikap konsumen terhadap penawaran itu. Insentif biasanya diberikan kepada orang atau kelompok yang kurang bermotivasi, acuh tak acuh, atau kurang suka terhadap penawaran suatu produk atau jasa.

5. Penciptaan lingkungan dan suasana perpustakaan

Penciptaan suasana dan lingkungan perpustakaan merupakan faktor yang perlu diperhatikan dalam mempromosikan perpustakaan. Penciptaan lingkungan yang dibuat menarik dan suasana perpustakaan yang nyaman diharapkan dapat memberikan kenyamanan bagi setiap orang yang datang ke perpustakaan. Kotler, mengemukakan bahwa :

Penciptaan suasana dan lingkungan perpustakaan sebagai “perancang” lingkungan organisasi yang diperhitungkan sedemikian rupa, agar menimbulkan dampak kognitif atau emosional kepada pasar target, sehingga meningkatkan kepuasan pada waktu membeli atau memanfaatkan produk atau jasa

Bahwa penataan ruang dan kondisi fisik perpustakaan merupakan hal yang tak kalah pentingnya untuk diperhatikan, hal ini disebabkan karena penataan ruang yang baik dapat menarik perhatian pengguna agar mereka mendapat suasana yang berbeda dan merasa nyaman berada di perpustakaan.

E. Sarana Promosi Bentuk Tercetak

Selain cara-cara promosi yang dilakukan di atas perpustakaan dapat melaksanakan promosi dengan menggunakan sarana promosi bentuk tercetak. Beberapa sarana promosi bentuk tercetak seperti :

1. Brosur

Brosur merupakan salah satu sarana promosi dalam bentuk tercetak, Melalui pembuatan atau penerbitan brosur pengguna akan mendapatkan informasi singkat tentang perpustakaan. Melalui pembuatan brosur perpustakaan akan semakin dikenal. Menurut Mustafa “Brosur adalah salah satu bentuk media promosi, biasanya berupa kertas cetakan yang

mengandung informasi tentang suatu barang atau jasa yang akan ditawarkan kepada konsumen atau pengguna dengan harapan dapat dibeli atau dimanfaatkan oleh konsumen atau pengguna”.

Beberapa informasi yang biasanya dapat dikemukakan di dalam brosur adalah :

1. Petunjuk umum tentang perpustakaan
2. Informasi mengenai koleksi perpustakaan
3. Daftar bacaan yang menarik
4. Petunjuk tentang subjek-subjek tertentu
5. Informasi tentang jenis layanan perpustakaan.

Dari pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa informasi yang terdapat di dalam brosur berisikan petunjuk umum tentang perpustakaan yang bersifat pemberitahuan sehingga menambah wawasan pengguna tentang perpustakaan.

2. Poster

Salah satu cara yang efektif untuk memperkenalkan layanan perpustakaan ialah melalui poster.. Pengertian poster menurut pendapat yang dikemukakan oleh Mustafa adalah :

Suatu media promosi yang biasanya berupa kertas besar yang berukuran A3 (atau kurang lebih dua kali ukuran folio) atau ukuran A2 (kuang lebih berukuran dua kali ukuran A3) yang berisi tulisan atau gambar informasi untuk umum tentang sesuatu hal yang disajikan secara menarik.

Pembuatan poster mempunyai tujuan tertentu, tujuan pembuatan poster adalah untuk menarik perhatian orang yang lewat di sekitar poster dan menyampaikan informasi ringkas tentang sesuatu hal”.

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa poster adalah suatu sarana komunikasi yang dapat dijadikan sebagai ajang promosi yang bertujuan untuk menarik perhatian atau mencuri pandangan orang yang lewat di depan poster tersebut, sekaligus memberi pesan atau informasi secara ringkas.

3. Press Release

Press release juga merupakan sarana promosi bentuk tercetak yang dapat digunakan untuk memperkenalkan layanan dan fasilitas yang dimiliki suatu organisasi atau lembaga termasuk perpustakaan. Sehubungan dengan hal tersebut Effendy (1992: 159) menyatakan :

Press release atau siaran pers merupakan media yang banyak digunakan dalam kegiatan promosi karena dapat menyebarkan berita. Istilah *Press release* juga mempunyai pengertian yang luas, tidak hanya berkenaan dengan media cetak, seperti surat kabar dan majalah, tetapi juga media elektronik, seperti radio dan televisi.

Media yang digunakan untuk *press release* adalah surat kabar, radio, dan televisi yang merupakan sarana penting untuk menyebarkan informasi mengenai layanan perpustakaan, karena media tersebut mampu menjangkau banyak orang. Surat kabar merupakan metode paling lazim dalam mempublikasikan layanan perpustakaan.

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa *press release* merupakan suatu media yang banyak digunakan dalam kegiatan promosi karena dapat menyebarkan berita dan dapat menarik perhatian orang.

4. Terbitan Khusus Perpustakaan

Terbitan khusus perpustakaan memiliki nilai promosi yang sangat tinggi bagi pengguna perpustakaan. Terbitan khusus yang biasanya diterbitkan oleh perpustakaan adalah berupa buku panduan penggunaan layanan dan fasilitas perpustakaan.

Buku panduan merupakan bentuk promosi yang dapat dibuat khusus oleh perpustakaan dalam bentuk buku yang didalamnya telah lengkap mengenai perpustakaan yang dapat dibaca oleh pengguna perpustakaan. Pada umumnya buku panduan tersebut diberikan kepada mahasiswa baru atau pengguna baru.

Bahwa hampir seluruh informasi mengenai perpustakaan dimuat dalam buku panduan tersebut, mulai dari sejarah, latar belakang pendirian perpustakaan, misi dan tujuan organisasi, koleksi, layanan, lokasi, staf pengelola, termasuk juga peraturan dan sanksi terhadap pelanggaran yang dilakukan pengguna perpustakaan.

Sehubungan dengan hal tersebut buku panduan perpustakaan mempunyai nilai promosi layanan perpustakaan karena didalam buku itulah pengguna seharusnya akan menemukan segala macam informasi tentang perpustakaan yang mereka perlukan”.

F. Promosi dalam Bentuk Kegiatan

Dalam melaksanakan promosi perpustakaan dapat dilakukan beberapa kegiatan yang dapat meningkatkan simpati dan menarik perhatian pengguna agar mau berkunjung dan memanfaatkan perpustakaan.

Kegiatan yang dapat dilakukan dalam mempromosikan perpustakaan adalah :

1. Pameran
2. Ceramah dan seminar
3. Penyediaan *rak display*
4. Logo dan lambang perpustakaan
5. Lomba dan kuis
6. Wisata perpustakaan
7. Website perpustakaan

III. PELAYANAN PERPUSTAKAAN

Pelayanan perpustakaan merupakan ujung tombak perpustakaan, karena bagian inilah yang berhubungan secara langsung dengan pengguna perpustakaan. Kegiatan yang dilaksanakan di perpustakaan ditujukan untuk pemanfaatan layanan dan fasilitas yang dimiliki perpustakaan.

Sedangkan dalam Perpustakaan Perguruan Tinggi : Buku Pedoman (2004: 71) dinyatakan bahwa, “melalui layanan perpustakaan pengguna dapat memperoleh hal-hal sebagai berikut :

1. Informasi yang dibutuhkannya secara optimal dari berbagai media.
2. Manfaat berbagai alat bantu penelusuran yang tersedia.

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa melalui kegiatan pelayanan perpustakaan, pengguna akan memperoleh informasi yang dibutuhkannya secara optimal.

A. Sistem Layanan Perpustakaan

Agar pengguna jasa perpustakaan dapat memanfaatkan koleksi perpustakaan dengan baik maka perlu ditentukan sistem layanan perpustakaan secara jelas.

Dengan adanya penentuan sistem ini pengguna akan mengetahui bagaimana memanfaatkan fasilitas yang dimiliki perpustakaan. Menurut Pedoman Umum Pengelolaan Koleksi Perpustakaan Perguruan Tinggi, sistem layanan perpustakaan yang dikenal ada 2 (dua) yaitu :

1. *Sistem layanan terbuka (opened acces)*

Sistem layanan terbuka merupakan bagian dari sistem layanan perpustakaan. Menurut Pedoman Umum Pengelolaan Koleksi Perpustakaan Perguruan Tinggi (1999; 33), “sistem layanan terbuka adalah sistem yang memberikan kebebasan kepada pengguna perpustakaan memilih dan mengambil sendiri bahan pustaka yang dikehendaknya dari ruang koleksi”.

Dalam pelaksanaannya sistem layanan terbuka pada perpustakaan memiliki beberapa keuntungan dan kerugian. Menurut Darmono keuntungan dan kerugian sistem layanan terbuka antara lain :

Keuntungan :

1. Pemakai dapat melakukan pengambilan sendiri bahan pustaka yang dikehendaki dari jajaran koleksi
2. Pemakai dilatih untuk dapat dipercaya dan diberi tanggung jawab terhadap terpeliharanya koleksi yang dimiliki perpustakaan
3. Pemakai akan merasa lebih puas karena ada kemudahan dalam menemukan bahan pustaka dan alternatif lain jika yang dicari tidak ditemukan
4. Dalam sistem ini tenaga perpustakaan yang bertugas untuk mengembalikan bahan pustaka tidak diperlukan sehingga bisa diberi tanggung jawab di bagian lain.

Kerugian :

1. Ada kemungkinan pengaturan buku di rak penempatan (jajaran) menjadi kacau karena ketika mereka melakukan *browsing*, Buku yang sudah dicabut dari jajaran rak dikembalikan lagi oleh pemakai secara tidak tepat
2. Ada kemungkinan buku yang hilang relatif lebih besar bila dibandingkan dengan sistem yang bersifat tertutup
3. Memerlukan ruangan yang lebih luas untuk jajaran koleksi agar lalu lintas/mobilitas pemakai lebih leluasa
4. Membutuhkan keamanan yang lebih baik agar kebebasan untuk mengambil sendiri bahan pustaka dari jajaran koleksi tidak menimbulkan berbagai akses seperti peningkatan kehilangan atau perobekan bahan pustaka

2. *Sistem layanan tertutup (closed acces)*

Sistem layanan tertutup menurut Pedoman Umum Pengelolaan Koleksi Perpustakaan Perguruan Tinggi (1999: 33) adalah “pengguna perpustakaan harus menggunakan katalog yang tersedia untuk memilih pustaka yang diperlukannya. Pengguna tidak dapat mengambil sendiri bahan pustaka dari ruang koleksi, akan tetapi akan dibantu oleh petugas bagian sirkulasi”.

Sistem layanan tertutup memiliki beberapa keuntungan dan kerugian dalam pelaksanaannya. Menurut Lasa (1994: 5), keuntungan dan kerugian sistem layanan tertutup antara lain :

Keuntungan :

1. Daya tampung koleksi lebih banyak, karena jajaran rak satu dengan yang lain lebih dekat
2. Susunan buku akan lebih teratur dan tidak mudah rusak
3. Kerusakan dan kehilangan koleksi lebih sedikit bila dibandingkan dengan sistem terbuka
4. Tidak memerlukan meja baca dan ruang koleksi.

Kerugian :

1. Banyak energi yang terserap di bagian sirkulasi ini
2. Terdapat sejumlah koleksi yang tidak pernah keluar/dipinjam
3. Sering menimbulkan hal-hal yang tidak diinginkan misalnya salah pengertian antara petugas dan peminjam
4. Antrian meminjam maupun mengembalikan buku di bagian ini sering berjubel. Keadaan ini berarti membuang waktu

A. Jenis-jenis Pelayanan

Perpustakaan memiliki beberapa jenis pelayanan yaitu pelayanan sirkulasi, pelayanan referensi, pelayanan audiovisual, dan pelayanan terbitan berseri. Semua jenis pelayanan perpustakaan tersebut akan diuraikan satu persatu di bawah ini.

1. *Pelayanan Sirkulasi*

Pelayanan sirkulasi adalah pelayanan tempat masuk dan keluarnya bahan pustaka. Layanan ini merupakan layanan yang paling dikenal karena bagian inilah yang langsung melayani pemakai perpustakaan.

Defenisi layanan sirkulasi dalam Buku Pedoman Umum Penyelenggaraan Perpustakaan Umum adalah, “kegiatan melayani pengguna jasa perpustakaan dalam pemesanan, peminjaman dan pengembalian bahan pustaka beserta penyelesaian administrasinya”.

Sedangkan Rahayuningsih (2007: 95) menyatakan bahwa “pelayanan sirkulasi adalah layanan pengguna yang berkaitan dengan peminjaman, pengembalian dan perpanjangan koleksi. Namun layanan sirkulasi perpustakaan bukan hanya sekedar pekerjaan peminjaman, pengembalian dan perpanjangan koleksi saja, melainkan suatu kegiatan menyeluruh dalam proses pemenuhan kebutuhan pengguna melalui jasa sirkulasi.

2. *Pelayanan Referensi*

Menurut Sumardji pengertian layanan referensi adalah :

1. Salah satu kegiatan pokok yang dilakukan di perpustakaan yang khusus menyajikan koleksi referensi kepada para pemakai perpustakaan.
2. Suatu kegiatan layanan untuk membantu para pemakai/pengunjung perpustakaan menemukan informasi dengan cara :
 - Menerima pertanyaan-pertanyaan dari para pemakai perpustakaan dan kemudian menjawab dengan menggunakan koleksi referensi
 - Memberikan bimbingan untuk menemukan koleksi referensi yang diperlukan untuk menemukan informasi yang dibutuhkan oleh pemakai
 - Memberikan bimbingan kepada pemakai perpustakaan bagaimana menggunakan setiap bahan pustaka koleksi referensi.

3. *Pelayanan Audiovisual*

Perpustakaan sebagai sumber belajar tidak hanya menyediakan pelayanan sirkulasi dan referensi tetapi juga menyediakan pelayanan audiovisual. Pelayanan audiovisual adalah kegiatan meminjam bahan pustaka audiovisual kepada pengguna untuk ditayangkan dengan bantuan perlengkapannya di dalam perpustakaan.

Tujuan penyelenggaraan layanan audiovisual dalam Perpustakaan Perguruan Tinggi : Buku Pedoman (2004: 90) adalah :

1. Menyediakan media khusus untuk tujuan pendidikan, pengajaran, penelitian, dan rekreasi
2. Memotivasi pengguna agar lebih banyak memanfaatkan fasilitas perpustakaan
3. Meningkatkan kualitas penyampaian informasi dan pesan pendidikan.
4. Meningkatkan daya ingat pengguna melalui bahan pustaka audiovisual disamping bahan bacaan.

4. *Pelayanan Terbitan Berseri*

Salah satu jenis layanan yang terdapat di perpustakaan adalah pelayanan terbitan berseri. Menurut Pedoman Umum Pengelolaan Koleksi Perpustakaan “pelayanan terbitan berseri adalah kegiatan melayankan terbitan berseri kepada pengguna perpustakaan misalnya jurnal, surat kabar, majalah, dan terbitan lain yang mempunyai kala terbit tertentu”.

Dalam pelayanan terbitan berseri, baik surat kabar, tabloid, jurnal ataupun majalah perlu mempertimbangkan hal-hal sebagai berikut :

1. Tata ruang

Perpustakaan perlu menentukan ruangan untuk koleksi terbitan berseri. Ruangan tersebut dapat bergabung dengan ruang koleksi buku atau dipisahkan antara ruangan untuk koleksi buku dan terbitan berseri

2. Akses pengguna terhadap koleksi

Koleksi hendaknya diusahakan agar ditempatkan pada tempat yang strategis dan mudah dijangkau oleh pengguna, misalnya dengan menempatkan koleksi terbitan berseri di dekat pintu masuk perpustakaan

3. Informasi susunan koleksi

Perpustakaan hendaknya membuat informasi tentang susunan koleksi atau berupa petunjuk nomor klasifikasi atau abjad

4. Promosi terbitan berseri

Informasi yang ada pada terbitan berseri hendaknya dipromosikan agar informasi terkini dapat tersampaikan kepada pengguna dengan cepat. Promosi dapat dilakukan dengan *display*/pemajangan terbitan berseri, fotokopi daftar isi jurnal atau majalah, atau fotokopi artikel menarik.

C. Pemanfaatan Layanan Perpustakaan

Pemanfaatan layanan yang dimaksud disini adalah keseluruhan jenis layanan yang disediakan oleh perpustakaan, yang ditujukan untuk mempermudah pengguna menemukan informasi yang dibutuhkan. Pemanfaatan layanan perpustakaan dapat dilakukan oleh pengguna apabila pengguna tersebut mengetahui cara memanfaatkan setiap layanan yang tersedia serta mengetahui manfaat dari setiap layanan tersebut.

Bermanfaat atau tidaknya suatu perpustakaan, berkaitan erat dengan adanya pembinaan layanan yang diberikan oleh pihak perpustakaan, yaitu upaya untuk mendayagunakan semua koleksi dan layanan-layanan yang tersedia untuk dimanfaatkan secara optimal oleh pengguna perpustakaan.

Apabila perpustakaan belum digunakan secara optimal, maka perlu diadakan pembinaan terhadap pemakai perpustakaan. Menurut Sutarno (2003: 102), pembinaan masyarakat pemakai perpustakaan dapat dilakukan dengan cara sebagai berikut :

1. Mengadakan bimbingan pemakai perpustakaan, yaitu menuntun, mengarahkan, memberikan penjelasan tentang cara-cara menggunakan kartu katalog, menelusur sumber informasi dan menggunakan pedoman perpustakaan yang lain.
2. Memberikan pendidikan pemakai yaitu kegiatan yang dilakukan oleh petugas layanan mengenai seluk-beluk perpustakaan, manfaat

perpustakaan, cara menjadi anggota, persyaratan keanggotaan, tata tertib, jenis layanan, kegunaan sistem katalogisasi dan klasifikasi, partisipasi masyarakat di dalam perpustakaan. Semua ini dilakukan dalam rangka memberikan pengetahuan dan keterampilan pemakai dalam memanfaatkan perpustakaan seara tepat dan cepat tanpa mengalami banyak kesulitan.

3. Melakukan sosialisasi, publikasi, dan promosi perpustakaan.

IV. PENUTUP

Promosi merupakan bagian dari kegiatan pemasaran yang berhubungan dengan kegiatan perencanaan, mempromosikan serta memenuhi kebutuhan pengguna. Sehubungan dengan hal tersebut perpustakaan perlu melakukan promosi karena pengetahuan pengguna tentang layanan, fasilitas, dan koleksi yang dimiliki perpustakaan masih kurang, sehingga dengan dilakukannya promosi perpustakaan kemungkinan pengetahuan pengguna akan bertambah dan pengguna mau memanfaatkan layanan yang ditawarkan perpustakaan.

Bahwa perpustakaan perguruan tinggi harus dapat memberikan bimbingan pemakai perpustakaan kepada para pengguna secara tepat guna sehingga pengguna tidak mengalami banyak kesulitan dalam memanfaatkan berbagai layanan yang ada di perpustakaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Darmono. 2001. *Manajemen dan Tata Kerja Perpustakaan Sekolah*. Jakarta: Grasindo.
- Effendy, Onong Uchjana. 1992. *Hubungan Masyarakat*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Kotler, Philip dan Alan R Andreasen. 1995. *Strategi Pemasaran Untuk Organisasi Nirlaba*. Penerjemah: Ova Emilia. Ed 3. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Kotler, Philip. 1996. *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Jakarta: Erlangga.
- Lasa, HS. 1994. *Jenis-jenis Pelayanan Informasi Perpustakaan*. Cet 1. Yogyakarta: Gadjah Mada Universitas Press.
- Mursid, M. 1993. *Manajemen Pemasaran*. Ed 1, Cet 1. Jakarta: Bumi Aksara.
- Mustafa, Badollahi. 1996. *Promosi Jasa Perpustakaan*. Jakarta: Universitas Terbuka Depdikbud.
- Pawit M, Yusuf. 2001. *Pengantar Aplikasi Teori Ilmu Sosial Komunikasi Untuk Perpustakaan dan Informasi*. Bandung: Program Studi Ilmu Perpustakaan. Fakultas Komunikasi Universitas Padjadjaran.
- Pedoman Umum Pengelolaan koleksi perpustakaan Perguruan Tinggi*. 1999. Jakarta: Perpustakaan Nasional RI.
- Perpustakaan Perguruan Tinggi*. 2004. Jakarta: Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi Departemen Pendidikan dan Nasional.
- Rahayuningsih, F. 2007. *Pengelolaan Perpustakaan*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Rossiter, John R dan Larry Percy. 2001. *Advertising and Promotion Management*. New York: McGraw-Hill.
- Sulistyo-Basuki. 1993. *Pengantar Ilmu Perpustakaan*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sutarno, NS. 2006. *Manajemen Perpustakaan: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Sagung Seto.
- Wirawan, Sarah. 1993. *Promosi Dalam Pemasaran Produk dan Jasa Perpustakaan Perguruan Tinggi*. Makalah disampaikan pada lokakarya pengguna dan promosi perpustakaan perguruan tinggi di Malang, tanggal 25 s.d 28 oktober 1993. Proyek Pengembangan Staff dan Sarana Perguruan Tinggi (PS2PT) Direktori Pendidikan Tinggi Departemen Pendidikan dan Kebudayaan.