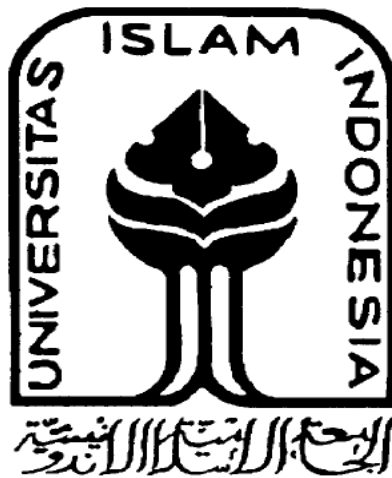


KOMUNIKASI PEMASARAN PERPUSTAKAAN
(Studi Perbandingan Dinas Perpustakaan Kearsipan Jogja dan Balai
Layanan Perpustakaan BPAD DIY)



SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Persyaratan guna Memperoleh Gelar Sarjana
Ilmu Komunikasi pada Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya
Universitas Islam Indonesia

Oleh:

FATIMAH ZAHROH

13321087

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS PSIKOLOGI DAN ILMU SOSIAL BUDAYA
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA

2018

PERNYATAAN ETIKA AKADEMIK

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : Fatimah Zahroh

No. Mahasiswa : 13321087

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Melalui surat ini saya menyatakan bahwa :

1. Selama melakukan penelitian pembuatan laporan penelitian skripsi saya tidak melakukan tindakan pelanggaran akademik dalam bentuk apapun, seperti penjiplakan, pembuatan skripsi oleh orang lain, atau pelanggaran lain yang bertentangan dengan etika akademik yang dijunjung tinggi Universitas Islam Indonesia. Karena itu, skripsi ini merupakan karya ilmiah saya sebagai peneliti, bukan karya jiplakan atau karya orang lain.
2. Apabila dalam ujian skripsi saya terbukti melanggar etika akademik, maka saya siap menerima sanksi sebagaimana aturan yang berlaku di Universitas Islam Indonesia.
3. Apabila di kemudian hari, setelah saya lulus dari Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia ditemukan bukti secara meyakinkan bahwa skripsi ini adalah karya jiplakan atau karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang ditetapkan Universitas Islam Indonesia.

Yogyakarta, 28 Agustus 2018

Yang menyatakan,



Fatimah Zahroh

13321087

SKRIPSI
KOMUNIKASI PEMASARAN PERPUSTAKAAN (Studi Perbandingan Dinas
Perpustakaan Kearsipan Jogja dan Balai Layanan Perpustakaan BPAD DIY)

Disusun Oleh

FATIMAH ZAHROH

13321087

Telah dipertahankan dan disahkan oleh Dewan Penguji Skripsi

Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam
Indonesia

Tanggal : 24 AUG 2018

Dewan Penguji :

1. Ali Minanto, S.Sos., MA
NIDN 0510038001
2. Puji Hariyanti, S.Sos., M.I.Kom
NIDN 0529098201



(.....)

(.....)

Mengetahui

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya

Universitas Islam Indonesia



Muzayin Nazaruddin, S.Sos., MA

NIDN. 0516087901

SKRIPSI
KOMUNIKASI PEMASARAN PERPUSTAKAAN (Studi Perbandingan Dinas
Perpustakaan Kearsipan Jogja dan Balai Layanan Perpustakaan BPAD DIY)

Disusun Oleh

FATIMAH ZAHROH

13321087

Telah disetujui oleh dosen pembimbing skripsi untuk diujikan dan dipertahankan dihadapan tim
penguji skripsi



NIDN. 0510038001



PEMERINTAH DAERAH DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA
BADAN PERPUSTAKAAN DAN ARSIP DAERAH
BALAI LAYANAN PERPUSTAKAAN
Jalan Raya Janti Banguntapan Bantul Telepon (0274) 4536234 Fax : (0274) 4536234
YOGYAKARTA

SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : F.M. Sari Astuti, SH., MM
Jabatan : Kepala Tata Usaha Balai Layanan Perpustakaan BPAD DIY
Alamat : Jl. Raya Janti Banguntapan Bantul Yogyakarta

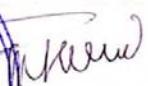
Dengan ini menerangkan bahwa mahasiswa yang beridentitas :

Nama : Fatimah Zahroh
NIM : 13321087
Prodi/Jurusan : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya

Telah selesai melakukan penelitian Di Balai Layanan Perpustakaan BPAD DIY (Grhatama Pustaka).

Terhitung mulai tanggal 08 Mei 2017 s.d 08 Oktober 2017 untuk melaksanakan Penelitian Tugas Akhir Skripsi yang berjudul "KOMUNIKASI PEMASARAN PERPUSTAKAAN (STUDI PERBANDINGAN DINAS PERPUSTAKAAN KEARSIPAN JOGJA DAN BALAI LAYANAN PERPUSTAKAAN BPAD DIY".

Demikian surat keterangan ini di buat dan di berikan kepada yang bersangkutan untuk di pergunakan seperlunya.

a.n Kepala Balai layanan Perpustakaan
Kepala Sub Bagian Tata Usaha


F.M. Sari Astuti, SH., MM
NIP. 19631026 199103 2 002



PEMERINTAH KOTA YOGYAKARTA
DINAS PERPUSTAKAAN DAN KEARSIPAN
Jl. Suroto No. 9 Yogyakarta Kode Pos: 55224 Telp. (0274) 511314 Fax (0274) 511314,
515865, 562682
EMAIL: perpusarsip@jogjakota.go.id
HOT LINE SMS: 08122780001 HOTLINE EMAIL: upik@jogjakota.go.id
WEBSITE: www.jogjakota.go.id

SURAT KETERANGAN

Nomor : 070/1102

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Triyanta., S.Pd., MIP
Jabatan Plh. Kepala Bidang Pengelolaan dan Pengembangan
 Perpustakaan, Kepala Seksi Pengembangan Perpustakaan
 pada Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Yogyakarta

Menerangkan bahwa Mahasiswa atas nama Fatimah Zahroh nim 13321087, Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia Yogyakarta telah melaksanakan kegiatan wawancara serta pengambilan data guna penyusunan skripsi dengan judul Komunikasi Pemasaran Perpustakaan (Studi Perbandingan Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Jogja dan Balai Layanan Perpustakaan BPAD DIY) pada Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Yogyakarta yang dilaksanakan pada tanggal Mei sampai dengan September 2017 dengan baik.

Demikian Surat Keterangan ini disampaikan untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 25 April 2018

An. Plt. Kepala

Plh.Ka. Bid. Pengelolaan dan Pengembangan Perpustakaan

Ka. Sie. Pengembangan Perpustakaan dan Budaya Gemar

Membaca



TRİYANTA S.Pd., MIP.

NIP. 196901111990031004

HALAMAN MOTTO

I believe in ALLAH SWT promises at Qur'an Surah 94: 5

“Indeed With Hardship [will be] Ease”

And

“Believe In Everything Because Everything’s Reachable”

HALAMAN PERSEMBAHAN

Bagian dari perjuangan yang Saya dedikasikan dan persembahkan
untuk :

“ALLAH SWT”

**“Ayahanda dan Ibunda Tersayang H. Muhamad Nizar SH dan Hj.
Munawaroh”**

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah rabbil'alam, puji dan syukur atas segala rahmat, hidayah, dan taufiq yang telah dilimpahkan sehingga skripsi dengan judul “Komunikasi Pemasaran Perpustakaan (Studi Perbandingan Dinas Perpustakaan Kearsipan Jogja dan Balai Layanan Perpustakaan BPAD DIY)” dapat terselesaikan dengan baik. Shalawat serta salam juga tidak lupa penulis sampaikan kepada Nabi Besar Muhammad SAW yang telah berjuang dan berdedikasi tinggi membawa seluruh umat Muslim menuju zaman yang penuh dengan ilmu pengetahuan seperti saat ini. Skripsi ini penulis selesaikan sebagai persyaratan untuk memenuhi gelar Sarjana Strata Satu dari Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Indonesia.

Skripsi ini penulis selesaikan dengan tujuan untuk mendeskripsikan bentuk kegiatan Komunikasi Pemasaran dua perpustakaan yang berada di Yogyakarta. Kedua perpustakaan tersebut adalah Dinas Perpustakaan Kearsipan Jogja dan Balai Layanan Perpustakaan BPAD DIY. Kedua perpustakaan tersebut merupakan perpustakaan yang cukup populer ditelinga masyarakat Yogyakarta. Untuk dapat melakukan kegiatan komunikasi pemasaran yang baik diperlukannya strategi dan perencanaan sebuah perusahaan atau perpustakaan agar kegiatan komunikasi pemasaran perpustakaan berjalan dengan baik dan lancar. Yang mana kegiatan komunikasi pemasaran harus dilakukan oleh tim marketing. Namun dari kedua perpustakaan tersebut tidak memakai tim marketing khusus untuk merencanakan komunikasi pemasaran adapun pihak- pihak tertentu yang menangani proses komunikasi pemasaran. Sehingga penulis mendiskripsikan kegiatan- kegiatan komunikasi pemasaran dari kedua perpustakaan tersebut.

Di samping itu, ucapan terima kasih yang sedalam-dalamnya juga tidak lupa penulis sampaikan kepada seluruh pihak yang bersedia memberikan dukungan baik dari segi material maupun non material. Adapun ucapan terima kasih tersebut penulis sampaikan kepada :

1. Allah SWT yang telah memberikan seluruh rahmat dan hidayah-Nya serta restu yang tiada hentinya hingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

2. Bapak Muzayin Nazaruddin, S.Sos., MA. selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Indonesia yang memberikan kesempatan kepada seluruh mahasiswa/i Prodi Ilmu Komunikasi untuk melakukan penelitian secara nyata melalui pengerjaan skripsi sebagai Tugas Akhir Mahasiswa.
3. Bapak Ali Minanto, S.Sos., MA. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang bersedia memberikan bimbingan, arahan, dukungan, dan cambukan agar skripsi ini dapat terselesaikan dengan tepat dan segera.
4. Ibu Puji Hariyanti, S.Sos., M.I.Kom. selaku Dosen Penguji Skripsi yang telah membantu Saya untuk dapat menyempurnakan skripsi ini dengan tepat.
5. Ibu Sumekar Tanjung, S.Sos., MA. selaku Dosen Pembimbing Akademik yang selalu memberikan dukungan sehingga segala proses dan urusan serta kegiatan penulis dalam dunia akademik dapat terselesaikan dengan baik.
6. Bapak Triyanta, SPd., MIP. Selaku Kepala seksi pengembangan perpustakaan dan permasyarakatan budaya baca di Dinas Perpustakaan Kearsipan Jogja dan juga Bapak Nasrul Wahid selaku bagian layanan di Balai Layanan Perpustakaan BPAD DIY yang telah bersedia memberikan waktu dan segala informasi untuk menjawab pertanyaan penelitian penulis sehingga dapat menjawab penelitian ini.
7. Bapak Nizar dan juga Ibu Munawaroh tercinta yang selalu mendo'akan, mendukung, dan memotivasi penulis. Saya percaya, hasil kerja keras Saya adalah buah dari restu dan do'a dari Bapak Nizar dan Ibu Munawaroh tercinta.
8. Mas Fikri, Mbak Ayuk, Adek Anis selaku kakak kandung, kakak ipar dan juga adek tercinta sekaligus saudara bagi penulis atas dukungan, semangat, dan doa yang terus diberikan. Serta atas kesediaannya sebagai tempat keluh kesah maupun kebahagiaan, dan menjadi salah satu sumber semangat bagi penulis.
9. Hyelena Tiara, Almira, Yayank, Romlatun, Dwi Gayatri, Riri dan Tiara Ella, Ahsanti, Nurina bayu, Umami, Mia, Awe dan seluruh teman-teman seperjuangan dari SMP, SMA hingga Perguruan Tinggi yang selalu memberikan semangat dan hiburan kepada penulis hingga penyelesaian tugas akhir ini dapat lebih cepat.

10. Seluruh pihak yang beredia memberikan dukungan, partisipasi, do'a, dan kasih sayang kepada Saya yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Yogyakarta, 28 Agustus 2018

Fatimah Zahroh

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	vi
HALAMAN MOTTO	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xv
ABSTRAK	xvii
BAB I PERPUSTAKAAN & KOMUNIKASI PEMASARAN	1
A. LATAR BELAKANG	1
B. RUMUSAN MASALAH	7
C. TUJUAN PENELITIAN	8
D. MANFAAT PENELITIAN	8
E. TINJAUAN PUSTAKA	9
F. KERANGKA PEMIKIRAN	13
1. Komunikasi Pemasaran	13
2. Konsep Promosi Perpustakaan	19
3. Pemasaran Interaktif	23
G. METODE PENELITIAN	25
1. Pendekatan dan Paradigma Penelitian	25
2. Waktu dan Lokasi Penelitian	25
3. Narasumber Penelitian	25
H. TEKNIK PENGUMPULAN DATA	26
I. SISTEMATIKA PENULISAN	28
BAB II MENGENAL 2 (DUA) PERPUSTAKAAN di JOGJA	30
A. Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Yogyakarta	30
B. Balai Layanan Perpustakaan BPAD DIY	41
BAB III KOMUNIKASI PEMASARAN DINAS PERPUSTAKAAN KEARSIPAN JOGJA DAN BALAI LAYANAN PERPUSTAKAAN BPAD DIY	49
A. Komunikasi Pemasaran Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Yogyakarta	49

B. Konsep Promosi Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Yogyakarta	58
C. Komunikasi Pemasaran Balai Layanan Perpustakaan BPAD DIY	85
D. Konsep Promosi Balai Layanan Perpustakaan BPAD DIY	98
BAB IV DINAS PERPUSTAKAAN KEARSIPAN JOGJA VERSUS BALAI	
LAYANAN PERPUSTAKAAN BPAD DIY: SEBUAH KOMPARASI	107
A. Komunikasi Pemasaran Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Yogyakarta	107
a. Komunikasi Pemasaran	107
b. <i>Marketing Concept</i>	116
B. Konsep Promosi Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Yogyakarta	116
1. Bentuk Kegiatan Promosi Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Yogyakarta	119
2. Metode Promosi Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Yogyakarta	120
C. Pemasaran Interaktif Dinas Perpustakaan Kearsipan Jogja	121
D. Analisis SWOT Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Jogja	122
E. Komunikasi Pemasaran Balai Layanan Perpustakaan DIY	126
a. Komunikasi Pemasaran	126
b. <i>Marketing Concept</i>	132
c. Konsep Promosi Balai Layanan Perpustakaan DIY	132
d. Pemasaran Interaktif Balai Layanan Perpustakaan BPAD DIY	135
e. Analisis SWOT Balai Layanan Perpustakaan BPAD DIY	136
F. Studi Perbandingan Dinas Perpustakaan Kearsipan Kota dan Balai Layanan Perpustakaan BPAD DIY	140
BAB V PENUTUP	144
A. Kesimpulan	144
B. Keterbatasan Penelitian	145
C. Saran	146
DAFTAR PUSTAKA	147
LAMPIRAN	149

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Perkembangan Pengunjung Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Jogja.....	51
Tabel 3.2 Perkembangan Peminjaman Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Jogja.....	53
Tabel 3.3 Rincian Event pada Dinas Perpustakaan Kearsipan Jogja Tahun 2017	65
Tabel 3.4 Perkembangan Pengunjung di Balai Layanan Perpustakaan BPAD DIY 2016	91
Tabel 3.5 Perkembangan Pengunjung di Balai Layanan Perpustakaan BPAD DIY 2017	92
Tabel 3.6 Rincian Event dan Kegiatan Balai Layanan Perpustakaan BPAD DIY Tahun 2017	93
Tabel 4.1 Analisis SWOT Komunikasi Pemasaran Perpustakaan Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Yogyakarta	123
Tabel 4.2 Analisis SWOT Komunikasi Pemasaran Perpustakaan Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Yogyakarta	125
Tabel 4.3 Analisis SWOT Komunikasi Pemasaran Perpustakaan Balai Layanan Perpustakaan BPAD DIY	137
Tabel 4.4 Analisis SWOT Komunikasi Pemasaran Perpustakaan Balai Layanan Perpustakaan BPAD DIY	139
Tabel 4.5 Studi Perbandingan komunikasi Pemasaran Dinas Perpustakaan Kearsipan Yogyakarta dan Balai Layanan Perpustakaan BPAD DIY	139

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Hasil dan Hambatan Proses Komunikasi Pemasaran	17
Gambar 2.1	Gedung Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Yogyakarta ...	32
Gambar 2.2	Struktur Organisasi Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Yogyakarta	33
Gambar 2.3	Layanan Mobil Keliling (Billy).....	36
Gambar 2.4	Loker yang Disediakan Perpus Kota Jogja.....	39
Gambar 2.5	Gazebo layanan TAMARA	40
Gambar 2.6	Gedung Balai Layanan Perpustakaan BPAD DIY	42
Gambar 2.7	Struktur Organisasi Balai Layanan Perpustakaan BPAD DIY....	43
Gambar 2.8	Cafetaria Ghratama Pustaka	45
Gambar 2.9	Bioskop/ Cinema 6 D	46
Gambar 2.10	Ruang Bermain Anak	47
Gambar 2.11	Ruang Koleksi Umum	48
Gambar 3.1	Website Perpus Kota Jogja.....	54
Gambar 3.2	Data Statistik Jumlah Visitor Website Perpus Kota Jogja.....	55
Gambar 3.3	Interaksi antara Pihak Perpustakaan dan Khalayak Website Perpus Kota Jogja.....	56
Gambar 3.4	Interaksi antara Pihak Perpustakaan dan Khalayak Website Perpus Kota Jogja.....	57
Gambar 3.5	Artikel Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Yogyakarta	58
Gambar 3.6	Brosur Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Yogyakarta	60
Gambar 3.7	Poster Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Yogyakarta.....	61

Gambar 3.8	Facebook Balai Layanan Perpustakaan BPAD DIY	86
Gambar 3.9	Facebook Balai Layanan Perpustakaan BPAD DIY	87
Gambar 3.10	Instagram Balai Layanan Perpustakaan BPAD DIY	88
Gambar 3.11	Instagram Balai Layanan Perpustakaan BPAD DIY	88
Gambar 3.12	Data Statistik Balai Layanan Perpustakaan BPAD DIY	89
Gambar 3.13	Website Balai Layanan Perpustakaan BPAD DIY	90
Gambar 3.14	Brosur Balai Layanan Perpustakaan BPAD DIY	99
Gambar 3.15	Poster Balai Layanan Perpustakaan BPAD DIY	100
Gambar 3.16	Artikel Balai Layanan Perpustakaan BPAD DIY	100
Gambar 3.17	Pameran di Balai Layanan Perpustakaan BPAD DIY	101
Gambar 3.18	Pameran di Balai Layanan Perpustakaan BPAD DIY	101
Gambar 3.19	Pameran di Balai Layanan Perpustakaan BPAD DIY	103

ABSTRAK

Fatimah Zahroh. 13321087. KOMUNIKASI PEMASARAN PERPUSTAKAAN (Studi Perbandingan Dinas Perpustakaan Kearsipan Jogja dan Balai Layanan Perpustakaan BPAD DIY). Skripsi Sarjana. Program Studi Ilmu Komunikasi. Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya. Universitas Islam Indonesia. 2017.

Perpustakaan merupakan salah satu wadah yang disediakan untuk melestarikan bahan pustaka sebagai perwujudan dari hasil budaya dan berfungsi menjadi sumber informasi ilmu pengetahuan, teknologi, dan kebudayaan. Perpustakaan memiliki spesifikasi tersendiri mengenai fungsi dan peranannya sebagai sebuah perpustakaan. Dalam setiap perpustakaan mempunyai tujuan, anggota dan kegiatan lainnya yang berbeda-beda. Bagi setiap perpustakaan diperlukannya kegiatan komunikasi pemasaran untuk mengelola bagaimana komunikasi pemasaran perpustakaan.

Penelitian ini menggunakan teori komunikasi pemasaran dan promosi perpustakaan dengan metode penelitian deskriptif kualitatif untuk menjelaskan dan mendeskripsikan hasil data penelitian komunikasi pemasaran perpustakaan secara lengkap. Adapun proses penelitian dilakukan di Dinas Perpustakaan Kearsipan Jogja pada tanggal 10 Mei 2017 dan Balai Layanan Perpustakaan BPAD DIY pada tanggal 24 Mei 2017.

Hasil temuan penelitian yang berhasil ditemukan di Dinas Perpustakaan Kearsipan Jogja melakukan beberapa kegiatan komunikasi pemasaran seperti mengaktifkan publikasi kemudian mengelola data informasi berbasis media sosial. Sehingga strategi komunikasi pemasaran yang digunakan oleh Perpustakaan Kota bisa menjadikan Perpustakaan Kota lebih dikenal luas oleh masyarakat. Balai Layanan Perpustakaan BPAD DIY melakukan komunikasi pemasaran meliputi promosi dan publikasi. Balai Layanan Perpustakaan BPAD DIY belum terlalu lama dalam pengalaman kinerja perpustakaan. Sehingga komunikasi pemasaran yang dilakukan masih dianggap awal. Komunikasi pemasaran yang digunakan Dinas Perpustakaan Kearsipan Jogja lebih *powerfull* dibandingkan dengan Balai Layanan Perpustakaan BPAD DIY.

Kata Kunci: Komunikasi Pemasaran, Promosi, Dinas Perpustakaan Kearsipan Jogja, Balai Layanan Perpustakaan BPAD DIY.

ABSTRACT

Fatimah Zahroh. 13321087. MARKETING COMMUNICATIONS LIBRARY (the library's Archival Department of comparative studies of Yogyakarta and BPAD DIY library service Hall). Bachelor Thesis. Communication Studies Courses. Faculty of psychology and social science culture. Universitas Islam Indonesia. 2017.

The library is one of the containers provided to preserve the references as the embodiment of the culture and the function became a source of information on Science, technology, and culture. The library has its own specifications regarding function and its role as a library. In every library has the goal, members and other activities are different. For every library needs a marketing communication activities to manage how marketing communications library.

This research uses theories of marketing communications and promotion of the library with a descriptive qualitative research methods to explain and describe the results of the research data of the complete library of marketing communications. As for the process of the research done in the service of the library of archives of Yogyakarta on May 10, 2017 and BPAD DIY library service Hall on May 24, 2017.

Successful research results found in Archival Library Service in Jogja doing some marketing communication activities such as streamline publications and then manage the information data-driven social media. So the marketing communication strategies used by city library Perputaskaan can make the city more widely known by the public. Hall Library services BPAD DIY conduct marketing communications include promotion and publication. DIY porch BPAD library service has not been too long in the experience of the performance of the library. So marketing communications that are done are still considered preliminary. Marketing communication used Archival Library Office of Yogyakarta more powerful dibandingkan with DIY BPAD library service Hall.

Keywords: Marketing Communications, Promotions, Office Of Library Archives, Library Services Hall BPAD DIY.

BAB I

PERPUSTAKAAN & KOMUNIKASI PEMASARAN

A. LATAR BELAKANG

Yogyakarta menyandang banyak julukan selain sebagai kota budaya juga terkenal sebagai kota pendidikan. Hal ini ditandai dengan banyaknya instansi pendidikan yang ada di kota Yogyakarta. Selain dari sejarah dan ciri khas yang dimiliki oleh Yogyakarta itu sendiri, Kota ini juga mendapat julukan dari aspek pendidikannya. “Kota Pelajar” dan “Kota Buku” juga merupakan julukan untuk Yogyakarta. Kota Pelajar ditambahkan sebagai nama lain atau istilah untuk Yogyakarta, karena Yogyakarta dianggap memiliki kualitas pendidikan yang cukup baik. Perhatian terhadap buku mungkin memang menjadi salah satu hal yang perkembangannya sangat diamati di Kota ini. Hal tersebut rupanya mendapat dukungan dari pemerintah setempat yang terlihat sangat ingin memajukan keberadaan perpustakaan di Yogyakarta. Kemajuan perpustakaan ini dapat ditandai dari salah satu aspek, yakni peningkatan fasilitas perpustakaan atau dari segi kualitas dan kuantitas koleksi buku yang dimiliki.

Perpustakaan merupakan salah satu tempat yang disediakan untuk masyarakat umum dan dapat melestarikan bahan pustaka sebagai hasil budaya yang berfungsi sebagai sumber informasi ilmu pengetahuan, teknologi, dan kebudayaan. Pentingnya peranan perpustakaan di berbagai kota maupun daerah yaitu untuk mencerdaskan kehidupan bangsa ataupun masyarakat sehingga perpustakaan mempunyai peranan yang sangat penting. Perpustakaan juga memiliki beberapa fungsi salah satunya sebagai sumber informasi yang mampu membuat masyarakat menjadikan perpustakaan sebagai salah satu tempat yang dapat digunakan untuk belajar, berdiskusi guna untuk memajukan pendidikan dan institusi (Suwarno, 2010:15).

Perpustakaan dijelaskan menurut Dekdikbud berasal dari kata dasar pustaka. Sedangkan, dalam kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) pustaka mempunyai arti yakni kitab (Suwarno, 2010:11). Perpustakaan juga didefinisikan sebagai buku yang dalam bahasa Inggris berasal dari kata latin liber atau libri (Basuki, 1991:3). Kemudian, dalam bahasa asing lainnya perpustakaan disebut *bibliotheca* (Belanda), yang juga berasal dari bahasa Yunani *biblia* yang artinya tentang buku atau kitab (Suwarno, 2010:11).

Perpustakaan juga memiliki fungsi dan peranannya sendiri yaitu perpustakaan juga sebagai tempat yang memiliki suatu unit kerja dan sebagai tempat bekerja. Hal ini dikatakan dengan adanya beberapa layanan yang dimiliki oleh sebuah perpustakaan. Berbagai macam peran dan juga fungsi sebuah perpustakaan dalam kehidupan masyarakat. Tidak hanya sebagai tempat belajar saja melainkan sebagai tempat bekerja, bersosialisasi dengan lainnya, ataupun menjadi tempat untuk berdiskusi. Perpustakaan juga bisa dikatakan sebagai tempat yang memiliki berbagai macam jenis koleksi bahan pustaka. Dengan memiliki banyak macam jenis bahan pustaka hal ini dapat memenuhi kebutuhan masyarakat dalam mencari bahan pustaka. Dengan adanya berbagai macam koleksi bahan pustaka, pihak perpustakaan tentunya menggunakan cara agar koleksi bahan pustaka diatur dan ditata secara rapi agar masyarakat mudah untuk menemukan bahan pustakanya. Tidak hanya itu, pihak perpustakaan juga akan ikut membantu masyarakat atau pengunjung untuk mencari bahan pustaka apabila pengunjung mengalami kesusahan dalam mencari. (Suwarno, 2010:12).

Seperti yang kita ketahui saat ini, istilah sebuah perpustakaan memang bukan suatu yang asing lagi bagi masyarakat. Karena itulah istilah perpustakaan begitu populer, dan bahkan banyak orang-orang yang tidak melakukan kajian akademik terkait dengan perpustakaan juga mengerti bahwa perpustakaan adalah tempatnya buku. Oleh sebab itu, perpustakaan dapat dikunjungi untuk masyarakat umum tidak hanya masyarakat yang memiliki kajian akademik namun yang tidak memiliki boleh masuk dalam perpustakaan. (Suwarno, 2010:20). Perpustakaan yang kita ketahui sekarang

sangatlah berbeda dari perpustakaan yang dulu-dulu. Perbedaan tersebut tampak terlihat dari bentuk gedung, fasilitas, dan koleksi buku-bukunya dan beberapa pelayanan yang diberikan oleh perpustakaan sendiri. Menurut suatu analisis dan kajian tentang perkembangan perpustakaan diperkirakan telah diawali sejak berkembangnya budaya dan pengenalan bentuk huruf-huruf sebagai formulasi atau bahasa komunikasi (Sutarno, 2006:13-14).

Perpustakaan merupakan sebuah ruangan yang terdapat di dalam bagian gedung perpustakaan guna untuk menyimpan buku atau terbitan lainnya. Karena memang perpustakaan lebih dikenal sebagai tempat yang mempunyai banyak koleksi buku. Dengan menyimpan banyaknya buku dan terbitannya yang dimaksud dengan sebuah gedung penyimpanan buku dan terbitan lainnya adalah semua bahan cetak seperti buku, majalah, laporan, pamflet, prosiding, manuskrip (naskah) dll (Basuki, 1991: 3). Koleksi- koleksi tersebut disimpan dan digunakan untuk pengunjung yang datang. Koleksi- koleksi tersebut biasa disimpan dalam perpustakaan di ruangan yang berbeda-beda agar pengunjung mudah untuk mencari apa yang mereka inginkan dan cari.

Setiap perpustakaan mempunyai tujuan, anggota dan kegiatan lainnya yang berbeda-beda. Hal ini disebabkan karena tujuan, organisasi, anggota atau kegiatan lainnya yang berpengaruh pada jenis perpustakaan. Menurut Basuki (1991:41-53) Adapun beberapa jenis perpustakaan adalah sebagai berikut:

a) Perpustakaan Internasional

Perpustakaan Internasional adalah perpustakaan yang memiliki pendirinya lebih dari satu negara melainkan didirikan lebih dari dua negara atau bisa lebih bisa juga dikatakan perpustakaan yang pendirinya adalah sebuah organisasi internasional.

b) Perpustakaan Nasional

Perpustakaan Nasional fungsi utamanya adalah memiliki bahan tercetak maupun terekam lalu disimpan dan akan diterbitkan pada suatu negara.

c) Perpustakaan Umum

Perpustakaan Umum adalah perpustakaan yang dibuka secara umum dan diselenggarakan untuk masyarakat umum. Dan tujuannyapun untuk melayani masyarakat umum ataupun pengunjung lainnya. Didirikannya perpustakaan umum tentunya dengan izin pemerintah daerah dan dengan dana dari pemerintah daerah. Karena perpustakaan umum sangatlah dibutuhkan dalam suatu wilayah ataupun daerah guna untuk memenuhi kebutuhan masyarakat setempat. Perpustakaan umum juga melayani sifat pinjam buku atau menggunakan koleksi maupun fasilitas yang ada di perpustakaan umum.

d) Perpustakaan Pribadi

Perpustakaan Pribadi adalah perpustakaan dimiliki oleh pihak pribadi atau swasta guna untuk memenuhi koleksi bahan pustaka dan koleksi buku yang bersifat pribadi. Dan hanya orang-orang tertentu yang bisa masuk dan dapat pinjam atau menggunakan fasilitas perpustakaan pribadi tersebut. Seperti keluarga, pribadi sendiri ataupun kelompok yang dapat menikmati koleksi buku maupun bahan pustaka. Dengan adanya perpustakaan pribadi membuat pengelola dapat dijadikan perpustakaan sewa yang artinya dapat membuat uang sewa dari buku yang sudah dipinjamkan kepada anggotanya.

e) Perpustakaan Khusus

Perpustakaan Khusus adalah perpustakaan yang didirikan secara khusus untuk pengunjungnya. Dan perpustakaan khusus juga didirikan tidak sembarang orang melainkan seperti sebuah departemen, lembaga negara, lembaga penelitian, organisasi massa, militer, industri ataupun dari pihak perusahaan swasta.

f) Perpustakaan Sekolah

Perpustakaan Sekolah adalah perpustakaan yang didirikan dan dikelola oleh pihak sekolah negeri atau sekolah swasta dan diselenggarakan atau dibuka kepada para pelajar. Dengan adanya

perpustakaan sekolah para siswa dan siswi tidak perlu susah-susah mencari perpustakaan umum. Melainkan dengan adanya perpustakaan sekolah untuk memenuhi kebutuhan para siswa dan siswi sekolah. Pada perpustakaan sekolah sendiri juga diasuh oleh pihak lembaga keagamaan. Agar tujuan keagamaannya lebih nyata.

g) Perpustakaan Perguruan Tinggi

Perpustakaan Perguruan Tinggi adalah perpustakaan yang berada di perguruan tinggi, seperti yang kita tahu saat ini setiap perguruan tinggi memiliki perpustakaan guna untuk memenuhi kebutuhan mahasiswa dan mahasiswinya. badan bawahannya, maupun lembaga- lembaga yang berhubungan bentuk kerja sama dari dua lembaga pendidikan dengan perguruan tinggi.

Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Jogja memiliki konsep yang cukup unik untuk dapat menarik minat pengunjung untuk datang. Dari konsep tersebut Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Jogja sering dikunjungi oleh para pelajar, mahasiswa dan masyarakat setempat. Dari pihak perpustakaan juga mengadakan program perpustakaan keliling yang datang ke TK-TK yang ada di wilayah Jogja saja. Dalam program perpustakaan keliling anak- anak yang sedang istirahat dapat membaca buku dalam perpustakaan keliling tersebut. Perpustakaan keliling diadakan atau datang sesuai dengan permintaan dari pihak TK. Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Jogja juga menyediakan fasilitas yang cukup nyaman bagi para pengunjung yang berdatangan.

Perpustakaan Ghratama Pustaka yang terletak di Jalan Janti no. 344 Banguntapan Bantul Yogyakarta. Balai Layanan Perpustakaan BPAD DIY dibangun di tanah seluas 2,4 hektar. Balai Layanan Perpustakaan BPAD DIY terbuka untuk umum dimulai dari semua kalangan anak- anak hingga para orang tua. Balai Layanan Perpustakaan BPAD DIY juga mempunyai fasilitas bagi penyandang disabilitas. Perpustakaan ini juga terdapat berbagai koleksi buku yang masih baru hingga buku yang sudah langka yang sudah dicetak lagi dalam bentuk buku maupun digital.

(<https://gudeg.net/direktori/7478/grahatama-pustaka-yogyakarta.html>, diakses pada tanggal 20 maret 2017).

Balai Layanan Perpustakaan BPAD DIY memiliki konsep yang baru dan unik untuk dapat menarik minat pengunjung untuk datang. Dari konsep tersebut Balai Layanan Perpustakaan BPAD DIY sering dikunjungi masyarakat terutama mahasiswa Yogyakarta. Menurut mahasiswa, Balai Layanan Perpustakaan BPAD DIY dinilai memiliki dari segi fasilitas berbeda dengan perpustakaan lainnya. Namun tidak hanya dari segi fasilitas saja yang terlihat dari segi bangunannya juga sudah mempunyai daya tarik sendiri bagi masyarakat. Dengan fasilitas yang dimiliki cukup membuat perhatian bagi para masyarakat di Yogyakarta. Balai Layanan Perpustakaan BPAD DIY terbilang merupakan bangunan perpustakaan yang masih baru. Mungkin konsep yang dimiliki cukup terbilang berbeda dengan perpustakaan pada umumnya.

Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Jogja juga tidak kalah bagus dengan Balai Layanan Perpustakaan BPAD DIY. Banyak masyarakat yang meluangkan waktunya untuk berkunjung di Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Yogyakarta. Disini juga memiliki fasilitas yang membuat masyarakat Jogja berkunjung. Seperti *wifi*, mahasiswa Jogja yang mempunyai banyak tugas mereka biasanya akan berkunjung ke Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Yogyakarta. Dari pagi hingga malam pasti ada yang ingin mencari *wifi* di Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Yogyakarta. Selain tempatnya strategis, disana juga terdapat banyak pilihan buku umum yang boleh dipinjam oleh masyarakat Jogja.

Memajukan dan mengembangkan sebuah perpustakaan diperlukan sebuah usaha agar dapat mencapai secara maksimal. Dalam usaha-usaha demi mencapai secara maksimal dibutuhkan beberapa strategi komunikasi agar memenuhi kebutuhan pelanggan atau pembaca. Setiap perpustakaan mempunyai fasilitas yang berbeda-beda, di setiap perpustakaan menciptakan dan membuat nyaman mungkin dengan adanya fasilitas yang sudah disediakan oleh pihak perpustakaan. Tidak hanya fasilitas saja yang

disediakan, namun setiap perpustakaan harus memiliki karakter terhadap pengunjung memberikan pelayanan yang baik dan menyenangkan kepada setiap pengunjung yang datang ke perpustakaan.

Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Jogja maupun Balai Layanan Perpustakaan BPAD DIY memiliki penyampaian tersendiri agar bisa terdengar di kalangan masyarakat. Pemasaran yang dilakukan oleh Dinas Perpustakaan Kearsipan Jogja dan Balai Layanan Perpustakaan BPAD DIY pastinya mempunyai strategi tersendiri. Oleh karena itu peneliti akan melakukan penelitian mengenai Komunikasi Pemasaran Perpustakaan (Studi Perbandingan Dinas Perpustakaan Kearsipan Jogja dan Balai Layanan Perpustakaan BPAD DIY).

Eksistensi perpustakaan dapat diketahui oleh khalayak salah satunya melalui kegiatannya. Kegiatan tersebut biasanya berupa event seperti pameran atau lomba yang mana memang menjadi agenda kegiatan komunikasi pemasaran mereka. Salah satunya adalah BPAD yang mana seringkali memiliki event dengan tujuan yang dapat menjangkau masyarakat. Contohnya event pada tahun 2017 yang merupakan event lomba perpustakaan sekolah Sehingga melalui event tersebut perpustakaan kota memiliki peluang untuk lebih dikenal masyarakat. Sedangkan perpustakaan daerah sendiri dalam mengelola kegiatan komunikasinya tidak terlalu banyak dalam kegiatan eventnya. Perpustakaan daerah menonjolkan fasilitas yang bagus dan menarik.

B. RUMUSAN MASALAH

Rumusan masalah berdasarkan latar belakang penelitian di atas adalah

1. Bagaimana Komunikasi Pemasaran Dinas Perpustakaan Kearsipan Jogja dan Balai Layanan Perpustakaan BPAD DIY?

2. Apa faktor pendukung dan penghambat komunikasi pemasaran Dinas Perpustakaan Kearsipan Jogja dan Balai Layanan Perpustakaan BPAD DIY?

C. TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian adalah:

1. Mengetahui komunikasi pemasaran Dinas Perpustakaan Kearsipan Jogja dan Balai Layanan Perpustakaan BPAD DIY.
2. Mengetahui faktor pendukung dan penghambat dalam komunikasi pemasaran Dinas Perpustakaan Kearsipan Jogja dan Balai Layanan Perpustakaan BPAD DIY.

D. MANFAAT PENELITIAN

Manfaat dari dilaksanakan penelitian ini adalah:

1. Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan masukan dan wawasan mengenai komunikasi pemasaran perpustakaan untuk kedepannya menjadi lebih mengerti dan memahami yang dapat disampaikan kepada pembaca penelitian ini.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi Perpustakaan Kota Jogja dan Perpustakaan Ghratama Pustaka Perpustakaan Daerah Yogyakarta mengenai komunikasi pemasaran perpustakaan dalam hal pendorong dan penghambat pemasaran perpustakaan. Dan juga kepada mahasiswa yang membaca penelitian ini, diharapkan dapat membantu untuk menentukan komunikasi pemasaran yang ingin mahasiswa itu teliti untuk ke depannya.

E. TINJAUAN PUSTAKA

Penelitian ini dilakukan merujuk dengan beberapa penelitian yang telah dilakukan sebelumnya. Namun, pada penelitian yang dilakukan oleh peneliti terdapat pembaruan dan fokus tersendiri. Adapun beberapa penelitian yang dirujuk oleh peneliti di antaranya yakni, penelitian pertama mengacu pada jurnal tentang urgensi strategi komunikasi di perpustakaan oleh salah satu dosen IAIN Sumatera Utara. Penelitian ini dilakukan oleh Abdul Karim Batubara dosen fakultas dakwah IAIN Sumatera Utara. Dalam penelitian ini Komunikasi akan berlangsung dengan baik apabila adanya interpretasi yang sama terhadap objek yang disampaikan melalui pesan . Dalam bentuk tanda (*sign*) bagi seorang pustakawan membuat seorang pustakawan menjadi hal biasa dan menjadikannya hal yang sangat penting dalam memberikan pelayanan kepada berbagai jenis karakter pengguna layanan tersebut. Hal ini terjadi karena berbagai macam jenis kebutuhan pengguna dan beberapa jenis karakter pengguna layanan. Karena pada dasarnya sebagai seorang pustakawan harus bisa memberikan pelayanan yang terbaik kepada pengunjung ataupun pengguna. Sebagai seorang pustakawan tentunya tidak mudah karena pekerjaan menuntut seorang pustakawan untuk bisa melayani pengunjung atau pengguna dengan sebaik- baik mungkin. Dan harus profesional dalam menjalankan pekerjaan. Dengan adanya berbagai macam jenis karakter pengguna atau pengunjung seorang pustakawan harus lebih tahu mengenai pola interaksi antara pustakawan dan pengguna agar lebih memahami bagaimana proses untuk selanjutnya. Dalam proses layanan juga mempunyai beberapa strategi komunikasi di perpustakaan berupa beberapa kumpulan dari metode, pelaku, sasaran, dan capaian akhir (*effect*) yang sudah ditentukan dengan sesuai tujuan dari penggunaan strategi komunikasi. Oleh sebab itu tujuan dari strategi komunikasi dari pihak perpustakaan adalah dengan bertambahnya minat kunjung ke perpustakaan akan memberikan pengaruh baik kepada perpustakaan dan pemberian layanan informasi yang memuaskan bagi *user*.

(<http://download.portalgaruda.org/article.php?article=298793&val=7280&title=URGENSI%20STRATEGI%20KOMUNIKASI%20DI%20PERPUSTAKAAN>, diakses pada tanggal 20 maret 2017).

Penelitian kedua jurnal tentang peran komunikasi interpersonal dalam upaya meningkatkan kualitas pelayanan perpustakaan yang telah dilakukan oleh dosen IAIN Sumatera Utara. Penelitian ini menjelaskan bagaimana “Peran Komunikasi Interpersonal Dalam Upaya Meningkatkan Kualitas Pelayanan Perpustakaan” yang dilakukan oleh Nurhayani dosen Fakultas Tarbiyah IAIN Sumatera Utara. Dalam penelitian ini peran komunikasi interpersonal sangatlah penting bagi seorang pustakawan. Karena dengan adanya komunikasi interpersonal seorang pustakawan dapat memberikan pesan ataupun layanan yang efektif dan baik kepada setiap pengunjung. Tidak hanya itu seorang pustakawan juga harus memberikan pelayanan yang menarik bagi para pengunjung. Pustakawan juga harus dapat memastikan bahwa pengunjung dapat menerima pesan yang disampaikan oleh pustakawan. Hal ini tentunya berpengaruh pada komunikasi interpersonal terhadap pengunjung. Dengan demikian pustakawan dapat memberikan pelayanan yang terbaik dan pesan yang baik dan layanan yang efektif kepada setiap pengunjungnya. Guna untuk menarik perhatian pengunjung agar lebih sering berkunjung ke perpustakaan dan menggunakan fasilitas yang sudah disediakan oleh perpustakaan. Dan juga memberikan pelayanan yang terbaik kepada setiap pengunjung agar tidak merasa kecewa terhadap pelayanan yang ada pada sebuah perpustakaan dan sukses untuk kedepannya. .
(<http://download.portalgaruda.org/article.php?article=298725&val=7280&title=PERAN%20KOMUNIKASI%20INTERPERSONAL%20DALAM%20UPAYA%20%20MENINGKATKAN%20KUALITAS%20PELAYANAN%20PERPUSTAKAAN>, diakses tanggal 20 Maret 2017)

Penelitian ketiga jurnal tentang pentingnya teknologi informasi dalam meningkatkan pelayanan di perpustakaan yang telah dilakukan oleh staf lembaga penelitian IAIN Sumatera Utara. Penelitian ini menjelaskan bagaimana “Pentingnya Teknologi Informasi Dalam Meningkatkan

Pelayanan di Perpustakaan” yang dilakukan oleh Fatimah Zuhrah Staf lembaga penelitian di IAIN Sumatera Utara. Seperti yang kita ketahui saat ini, sebuah teknologi informasi sangatlah penting menjadi sarana komunikasi dan juga sarana pembangunan elektronik yang modern. Karena zaman yang telah berkembang membuat teknologi yang semakin canggih dan lebih modern. Namun, untuk membangun sebuah perpustakaan menggunakan teknologi yang lebih modern memerlukan bantuan sumber daya manusia untuk lebih melengkapinya dalam menuju lebih modern. Untuk itu, sebagai seorang pustakawan harus bisa mengembangkan teknologi informasi mengenai perpustakaan yang lebih modern dan menggunakan sumber daya manusia sebagai pelengkapinya dalam memajukan sebuah perpustakaan. Sekarang ini banyak macam teknologi informasi untuk memberikan pelayanan yang terbaik kepada setiap pengunjungnya. Dan seorang pustakawan juga memberikan beberapa infrastruktur guna untuk lebih jelas dan lebih baik. Seperti infrastruktur teknologi informasi, dan infrastruktur hukum yang diperlukan. Untuk memastikan adanya keberhasilan dalam sistem yang baru ini dibutuhkannya kerjasama dengan beberapa layanan yang ada di perpustakaan guna meningkatkan kemajuan perpustakaan. Sehingga dapat menciptakan suasana yang baru antara pengguna dan pengelola. Perlu tersedianya staf (pustakawan, operator, teknis/administrator) yang terlatih. Sudah selayaknya manajemen perpustakaan sebagai suatu lembaga informasi menjadikan model bagi dirinya sendiri. Dengan penerapan teknologi informasi akan memberikan pengaruh yang baik bagi sebuah perpustakaan. (<http://id.portalgaruda.org/?ref=browse&mod=viewarticle&article=298684>, diakses tanggal 20 Maret 2017).

Penelitian keempat, jurnal tentang komunikasi pustakawan oleh dosen fakultas dakwah dan ilmu komunikasi. Penelitian ini menjelaskan bagaimana sebuah perpustakaan sangat membutuhkan ilmu komunikasi sebagai alat penghubung sebuah perpustakaan dengan komunikasi. Penelitian ini dilakukan oleh Khatibah Dosen fakultas dakwah dan ilmu komunikasi IAIN Sumatera Utara. Komunikasi merupakan bagian penting dalam suatu

perusahaan ataupun perpustakaan. Dimana perpustakaan adalah sebuah lembaga yang didirikan oleh suatu organisasi dan pemerintah setempat. Dengan adanya suatu organisasi perpustakaan membuat berjalannya rapi dan teratur dalam sebuah perpustakaan. Komunikasi sangatlah dibutuhkan dalam sebuah organisasi perpustakaan karena ini menyangkut meningkat angka pengunjung pada setiap hari dan perbulannya. Dalam adanya komunikasi juga bisa membantu pelayanan perpustakaan, perpustakaan sebagai pusat informasi, perpustakaan juga bisa menjadi tempat penyimpanan buku yang bisa dipinjam oleh pengunjung ataupun masyarakat. Dengan adanya komunikasi yang baik dalam perpustakaan, perpustakaan bisa juga dianggap sebagai tempat bertemunya banyak orang dalam artian komunikasi sebagai publik dan juga kelompok.

(<http://download.portalgaruda.org/article.php?article=437891&val=9287&title=KOMUNIKASI%20%20PUSTAKAWAN>, diakses pada tanggal 20 maret 2017).

Peneletian selanjutnya yaitu, yang kelima tentang strategi manajemen perpustakaan dalam menghadapi vandalisme. Penelitian ini dilakukan oleh beberapa orang program pscasarjana ilmu komunikasi Universitas Padjajaran. Beberapa orang tersebut Eka Evriza, Ninis Agustini Damayani, Encang Saepudin. Penelitian ini tentang bagaimana “Strategi Manajemen Pemasaran Perpustakaan dalam Menghadapi Vandalisme (Studi Kasus Mengenai Strategi Manajemen Perpustakaan dalam Menghadapi Vandalisme oleh Pengguna di Perpustakaan Universitas Sumatera Utara). Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana strategi manajemen pemasaran perpustakaan dalam menghadapi vandalisme dari aspek sumber daya manusia (SDM). Penelitian ini dilakukan disebuah perpustakaan Universitas Sumatera Utara USU penelitian ini menggunakan aspek SDM. Dalam perpustakaan yang ada di perguruan tinggi harus bisa menjaga pelayanan yang baik kepada mahasiswa mahasiswinya. Vandalisme yang dihadapi oleh perpustakaan USU mengenai pihak pegawai dan juga petugas keamanan (satpam) kurang menyebar luas titik rawan yang disebabkan oleh orang-orang yang tidak

bertanggung jawab. Oleh sebab itu, mulai sekarang pihak perpustakaan membuat anggaran untuk merawat tempat- tempat yang sudah dirusak oleh orang- orang yang tidak bertanggung jawab. Dan pihak perpustakaan USU juga membuat keamanan yang lebih ketat daripada sebelumnya untuk menjaga kenyamanan perpustakaan dan pengunjung yang datang ke perpustakaan. Mulai dari gedung dan sekitar perpustakaan akan diadakannya renovasi guna untuk memperbaiki dari yang sebelumnya. Kemudian untuk kedepannya akan lebih merawat koleksi perpustakaan. Dan selanjutnya, menggunakan sistem pengamanan untuk koleksi perpustakaan yaitu menggunakan pita magnetic, CCTV, cermin dan mesin *detector*. Untuk selanjutnya juga memanfaatkan koleksi berupa koleksi pinjaman secara singkat, layanan sirkulasi, layanan koleksi standar, perawatan koleksi dan bimbingan bagi pengguna.

[http://download.portalgaruda.org/article.php?article=477219&val=8351&title=Strategi%20Manajemen%20Perpustakaan%20dalam%20Menghadapi%20Vandalisme%20\(Studi%20Kasus%20Mengenai%20Strategi%20Manajemen%20Perpustakaan%20dalam%20Menghadapi%20Vandalisme%20oleh%20Pengguna%20di%20Perpustakaan%20Universitas%20Sumatera%20Utara\).](http://download.portalgaruda.org/article.php?article=477219&val=8351&title=Strategi%20Manajemen%20Perpustakaan%20dalam%20Menghadapi%20Vandalisme%20(Studi%20Kasus%20Mengenai%20Strategi%20Manajemen%20Perpustakaan%20dalam%20Menghadapi%20Vandalisme%20oleh%20Pengguna%20di%20Perpustakaan%20Universitas%20Sumatera%20Utara).)
diakses tanggal 20 Maret 2017)

F. KERANGKA PEMIKIRAN

1. Komunikasi Pemasaran

a. Komunikasi Pemasaran

Komunikasi pemasaran adalah proses penyebaran informasi tentang perusahaan dan apa yang hendak ditawarkannya (*offering*) pada pasar sasarannya (Sulaksana, 2003: 23). Dalam upaya untuk menarik pelanggan sebuah perusahaan mempunyai perencanaan atau upaya agar dapat diterima oleh masyarakat dengan baik. Proses ini diawali dengan menyesuaikan kebutuhan masyarakat. Hal ini dapat membuat

bertahannya sebuah perusahaan dalam menjalankan perencanaan perusahaan untuk kedepannya.

Untuk dapat menyampaikan sesuatu kepada konsumennya, pada bagian pemasar memilih aktivitas komunikasi tertentu agar dapat menjadi bagian utama dalam pemasarannya. Dalam komunikasi sering disebut elemen, fungsi atau alat (*tool*) yang terdiri dari periklanan, penjualan personal, dan promosi penjualan (Sulaksana, 2003: 24). Masih banyak perusahaan dalam melakukan pemasaran hanya ada satu atau dua alat promosi yang digunakan. Hal ini terjadi, karena tidak semua rencana pemasaran dapat diterima dengan baik oleh masyarakat. Apalagi dengan kemajuannya teknologi seperti sekarang ini masih banyak perusahaan yang hanya menggunakan teknologi yang benar-benar bisa diterima di masyarakat.

Setiap alat promosi mempunyai karakter dan biaya yang berbeda hal ini dikarenakan setiap perusahaan yang hanya mengandalkan satu atau dua alat promosinya untuk dapat mencapai tujuan komunikasinya. Untuk itu, setiap pemasar harus bisa memadukan seluruh bauran pemasaran agar dapat mengefektifkan pesan komunikasinya kepada setiap konsumen. Apalagi di zaman maju seperti sekarang ini banyak muncul jenis media baru dan tuntutan konsumen yang semakin beragam. Walau pengembangan zaman yang semakin maju dan teknologi yang semakin canggih setiap perusahaan tentunya menyesuaikan bauran komunikasi pemasaran terhadap konsumennya. Menurut Sulaksana (2003: 25) Sebagai berikut bauran komunikasi pemasaran :

1. Periklanan

Sekarang ini banyak perusahaan-perusahaan yang menggunakan iklan dengan berbagai macam bentuknya bentuknya, dan cukup sulit bagi setiap perusahaan yang ingin berusaha bersaing dengan perusahaan lainnya. Namun tetap saja adapun ciri-ciri dan kelebihan iklan yang kita dapatkan:

- a. *Public presentation* : sifat publik dari iklan semacam memberi penawaran kepada konsumen hal ini dapat membuat banyak orang akan menerima pesan yang sama.
- b. *Pervasiveness* : pemasar perusahaan bisa mengulang pesan yang sama melalui iklan dan dengan iklan, pembeli bisa menerima dan membanding-bandingkan pesan dari berbagai macam perusahaan yang bersaing. Hal ini menimbulkan kesan pesan positif mengenai ukuran, kekuatan dan kesuksesan perusahaan.
- c. *Amplified expresiveness*: iklan dapat memberi peluang kepada setiap perusahaan untuk mendramatisir perusahaannya dan produknya melalui cetakan, bunyi dan warna.
- d. *Impersonality*: audiens tidak wajib menaruh perhatian atau merespon iklan karena iklan merupakan sebuah monolog bukan sebuah dialog.

2. Promosi penjualan

Walau alat promosi penjualan pada umumnya hanya kupon, kontes, premi dan lain lain. Menurut Sulaksana adapun jenis promosi yang sama sama menawarkan tiga benefit unik yaitu:

- a. Komunikasi: promosi biasanya mengundang minat beli dan biasanya menyajikan informasi-informasi mengenai perusahaan agar konsumen terdorong untuk membeli.
- b. Insentif: mereka menawarkan kontrak, rangsangan dan kontribusi supaya membuat value tersendiri untuk konsumen.

- c. Undangan: promosi yang bersifat mengundang kepada masyarakat alias konsumen agar dapat terjadinya interaksi secara langsung.

3. Humas dan publikasi

Pemasar pada umumnya masih kurang mengoptimalkan humas, padahal program humas harus dirancang dengan baik agar mendapatkan elemen bauran promosi lainnya. Agar bauran promosinya menjadi lebih efektif. Adapun daya tarik humas dan publikasi untuk dapat menarik konsumennya sebagai berikut:

- a. Kredibilitas tinggi: berita dan fitur lebih otentik di mata pembaca.
- b. Humas mampu membuat pembeli menjangkau prospek yang lebih disaat pembeli dalam keadaan lengah.
- c. Dramatisasi: humas mampu membuat perusahaan atau produk agar bisa terdramatisir.

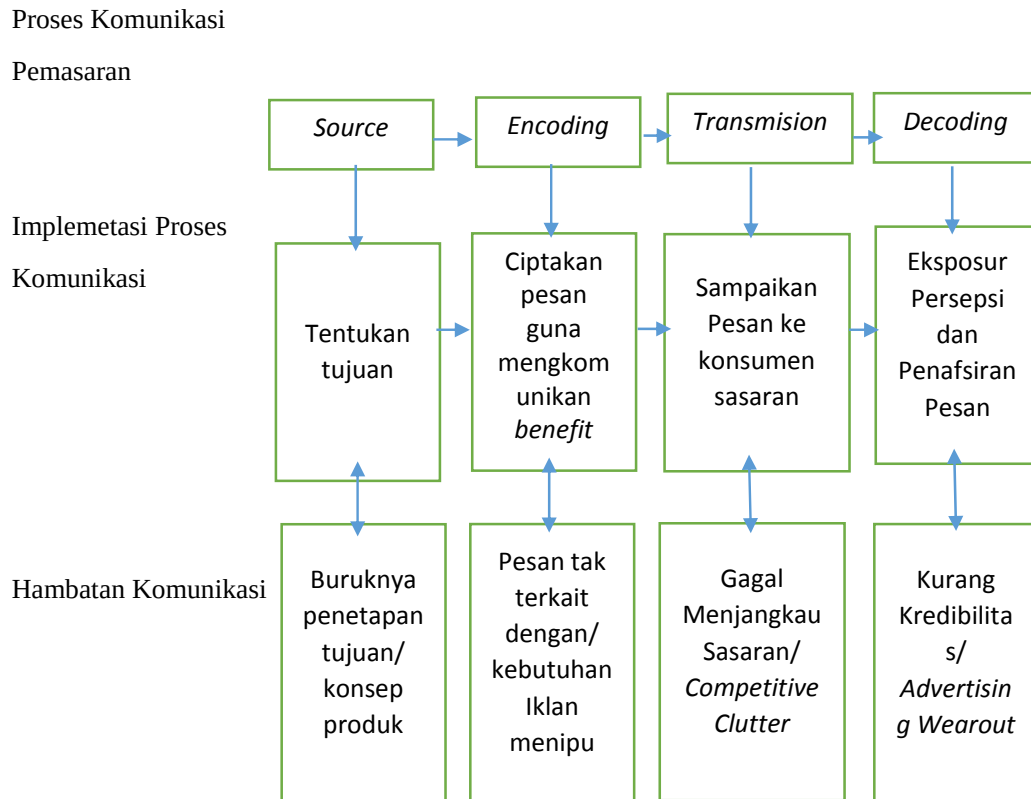
4. Penjualan personal

Penjualan personal merupakan alat yang paling efektif pada tahapan proses pembelian pada khususnya untuk dapat membangun sebuah preferensi, keyakinan, dan mendorong aksi kepada konsumen. Penjualan personal harus ada perjumpaan secara personal hubungan antara dua orang atau lebih yang bersifat interaktif. Dan setiap orangnya dapat mengamati secara langsung reaksi satu sama yang lain secara dekat. Dengan menjalankan penjualan secara personal, juga bisa membuat suatu hubungan yang lebih dekat artinya tidak hanya hubungan jual beli saja tetapi bisa menjalin hubungan secara pribadi misal persaudaraan atau persahabatan.

Penjualan secara personal juga dapat mengetahui respon konsumen secara langsung.

Gambar 1.1

Hasil dan Hambatan Proses Komunikasi Pemasaran



Sumber: Sulaksana (2003: 34)

Menurut Hermawan adapun beberapa langkah untuk mengembangkan komunikasi pemasaran yang efektif guna untuk mengembangkan program komunikasi dan promosi total yang efektif. Komunikator pemasaran harus:

1. Mengidentifikasi khalayak yang dituju
2. Menentukan tujuan komunikasi tersebut
3. Merancang pesan
4. Memilih saluran komunikasi

5. Menentukan total anggaran promosi
6. Membuat keputusan atas bauran promosi
7. Mengukur hasil promosi
8. Mengelola dan mengoordinasikan proses komunikasi pemasaran terintegrasi.

Proses komunikasi pemasaran pada suatu perusahaan dibutuhkan beberapa elemen- elemen bauran pemasaran yaitu 7 P. Seperti yang ditemukan oleh Zeitml dan bitner dalam (Ratih Hurriyati, 2010:49) pemasaran terdiri dari 7 P yaitu product, price, place, promotion, people, physical evidence, dan process. Dari tujuh P dalam marketing mix sebuah proses sebuah perusahaan untuk kedepannya agar harapan dan kemajuan perusahaan terpenuhi sehingga memiliki rasa kepuasan oleh perusahaan. Adanya tujuan dalam penerapan marketing mix ini yaitu untuk mengontrol kegiatan maupun organisasi yang ada pada perusahaan sehingga memiliki layanan yang baik bagi perusahaan. Adapun penjelasan dari 7p menurut Kotler dalam (Ratih Hurriyati, 2010:50) yaitu:

1. Product : Segala sesuatu yang ditawarkan oleh perusahaan untuk diperhatikan, dicari, dibeli, diminta, digunakan dan dikonsumsi masyarakat guna memenuhi kebutuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan.
2. Price : Penentuan dan pemanfaatan harga yang diberikan oleh produsen kepada pelanggan sehingga memainkan peranan penting dalam gambaran kualitas jasa.
3. Promotion : Bentuk komunikasi pemasaran, berupa kegiatan pemasar yang berusaha menyebarkan informasi terkait perusahaan. Guna mempengaruhi produk atau jasa yang ditawarkan kepada konsumen ataupun masyarakat.
4. Place : Seorang pemasar harus bisa mencari cara agar bangunan perusahaan dapat dilihat masyarakat dan mudah untuk dicari masyarakat ketika berkunjung di perusahaan tersebut.

5. People : semua pelaku yang ada di perusahaan maupun masyarakat mempunyai peranan masing- masing dalam kegiatan pembelian. Baik dari sikap maupun penampilan karyawan perusahaan akan mempunyai nilai tersendiri di mata konsumen atau masyarakat.
6. Process : semua prosedur, mekanisme maupun kegiatan yang ada pada perusahaan mempunyai arti dalam kegiatan sehari- harinya di perusahaan. Sehingga dapat memenuhi kebutuhan konsumen ataupun masyarakat.
7. Physical Evidence : Sarana fisik yang nyata dan dapat mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli atau tidak ketika produsen sedang menawarkan produk.

b. Marketing Concept

Marketing concept yang mulai terkenal pada tahun 1950-an, menganut falsafah bahwa strategi pemasaran tergantung pada kepahaman yang lebih baik kepada konsumen. Yang pertama, dirumuskan bahwa benefit yang diinginkan pada konsumen dan atas dasar itu pemasar merumuskan strategi pemasaran (Sulaksana, 2003: 4). Banyak hal yang dapat dilakukan dalam perpustakaan untuk mendapatkan kepuasan pengunjung. Konsep marketing perpustakaan sangat diperlukan dalam perpustakaan. Karena dengan adanya konsep marketing perpustakaan, dapat melayani kebutuhan pengunjung dengan baik. Dengan adanya konsep marketing perpustakaan dimulai dari lokasi gedung yang strategis, fasilitas yang disediakan oleh pihak perpustakaan, bahan perpustakaan atau buku- buku yang disediakan oleh pihak perpustakaan.

2. Konsep Promosi Perpustakaan

Secara definitif, promosi adalah mekanisme komunikasi persuasif pemasaran dengan memanfaatkan teknik-teknik hubungan masyarakat

(Harsono, 2016:208). Promosi perpustakaan merupakan forum dalam organisasi perpustakaan atau forum pertukaran informasi yang tujuannya memberikan segala informasi mengenai kegiatan- kegiatan, produk atau jasa yang ada di perpustakaan. Promosi perpustakaan juga sangat berfungsi bagi masyarakat karena agar masyarakat lebih mengetahui atau mengenal jasa atau produk yang ada pada organisasi perpustakaan.

Berdasarkan prinsipnya, promosi jasa perpustakaan adalah memperkenalkan perpustakaan, koleksi, jenis layanan dan manfaat yang diperoleh oleh pengguna perpustakaan (Harsono, 2016:208). Dengan adanya kegiatan promosi perpustakaan diharapkan masyarakat bisa lebih mengetahui atau memanfaatkan kegiatan dan juga koleksi yang di perpustakaan. Adapun kegiatan promosi dilakukan agar masyarakat yang di luar juga mengetahui tidak hanya pustakawan saja. Menurut Harsono sarana promosi perpustakaan yang dilakukan sebagai berikut :

1. Bentuk Tercetak

- a. Brosur, menjadi salah satu bentuk kegiatan promosi berupa kertas cetakan yang didalam kertas cetakannya mengandung informasi suatu barang atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan kepada konsumen. Di dalam brosur ini juga terdapat informasi-informasi penting mengenai perpustakaan.
- b. Poster, merupakan media promosi yang biasanya berupa kertas berukuran A-3 (*double folio*), A-2 (*dua kali A-3*). Pembuatan poster agar masyarakat dapat melihat dengan jelas informasi-informasi yang diberikan. Karena dengan menggunakan poster gambar terlihat jelas, tema yang digunakan lebih spesifik, tulisanpun juga terlihat lebih jelas.
- c. *New latter*, suatu media yang digunakan untuk memberikan informasi khusus kepada sejumlah orang secara teratur dan juga berupa berita- berita atau artikel singkat tentang perpustakaan.

- d. Pembatas buku, berupa kertas atau benda yang digunakan untuk pembatas buku dalam pembats buku tersebut diberi gambar, logo atau tulisan kata- kata mutiara. Hal ini dapat dikatakan sebagai kegiatan promosi karena membuat pengunjung mau datang hanya karena melihat pembatas buku.
- e. Buku panduan, berupa buku kecil yang didalamnya memuat informasi mengenai perpustakaan. Dimulai dari latar belakang, sejarah, visi, misi serta lembaga yang ada pada perpustakaan.
- f. Kalender perpustakaan, dimana di dalam kalender terdapat kita sampaikan nama, alamat peprustakaan, logo perpustakaan dan juga dapat disisipkan kata- kata yang mengajak masyarakat untuk datang ke perpustakaan.

2. Bentuk Kegiatan Promosi

- a. Pameran, salah satu kegiatan yang dilakukan untuk memperkenalkan produk- produk apa saja yang diluncurkan oleh perpustakaan. Adapun tujuan pameran perpustakaan untuk menarik perhatian masyarakat dan memajukan pelayanan perpustakaan kepada masyarakat. Hal yang diperhatikan sebelum diadakan kegiatan pameran sebisa mungkin membuat gagasan atau tema yang semenarik mungkin, dan waktu pameran memperlihatkan koleksi apa saja yang akan dibuat untuk pameran nanti serta disiapkan brosur, spanduk dll.
- b. Ceramah atau seminar, kegiatan promosi yang dilakukan bertujuan untuk mempromosikan pelayanan perpustakaan dan juga bisa dikatakan sebagai proses pendidikan pemakai perpustakaan.

- c. Bercerita, kegiatan promosi yang dilakukan kali ini bercerita mengenai seputar perpustakaan. Dan tempat yang dilakukan di dalam atau di luar perpustakaan. Hal ini dapat dilakukan kepada setiap pengunjung yang datang.
- d. Bazar, kegiatan jual beli yang dilakukan di suatu tempat yang biasanya bukan tempat jual beli. Mungkin seperti di gedung, mall, atau di halaman yang luas. Tujuan kegiatan ini secara langsung atau tidak langsung mengundang masyarakat untuk datang ke perpustakaan. Kegiatan bazar ini juga dapat dilakukan dengan cara bekerja sama dengan perusahaan atau instansi lainnya.
- e. Lomba dan kuis, lomba dan kuis diadakan di perpustakaan. Dengan diadakannya lomba dan kuis dapat mengundang orang untuk berdatangan.
- f. Wisata perpustakaan, mengajak rombongan orang untuk mengelilingi perpustakaan guna melihat aspek, koleksi, dan fasilitas yang sudah ada di perpustakaan. Dan sedikit memberikan penjelasan atau gambaran mengenai profil perpustakaan.
- g. Memutar film atau video, dengan adanya pemutaran film atau video ini termasuk cara yang tepat untuk dapat menarik pengunjung atau masyarakat. Video perpustakaan juga dapat diputar ketika rombongan pengunjung atau sekolahan dan masyarakat yang berdatangan.

3. Metode Promosi

- a. *Advertising* yang artinya iklan, berupa berita yang dipasang di media massa, seperti surat kabar, majalah, radio, TV dan sebagainya. Adapun tujuannya untuk mendorong masyarakat tertarik terhadap barang atau jasa yang

ditawarkan atau dijual dan memperkenalkan isi perpustakaan berupa koleksi buku, majalah, surat kabar dan lain- lain.

- b. *Personal selling/ personal service*, yaitu penjualan perorangan. Menurut harsono di dalam perpustakaan dikenal dengan istilah *personal service* atau memberikan pelayanan secara perorangan. Menurut Basu swastha, *personal selling* adalah interaksi antar individu, saling bertemu muka yang ditujukan untuk menciptakan, memperbaiki, menguasai, atau mempertahankan hubungan pertukaran saling menguntungkan dengan pihak lain (Harsono, 2016:212). Jadi interaksi yang dilakukan pustawakan atau pengunjung yang datang dapat bertatap muka secara langsung dan menawarkan bahan atau koleksi perpustakaan untuk dipinjam.
- c. *Sales promotion*, promosi yang dilakukan dengan penjualan. Dalam pemasaran perpustakaan, dari pihak perpustakaan dapat bekerja sama dengan penerbit atau toko buku dan diadakannya pameran di perpustakaan. Dan di pameran tersebut memberikan potongan harga (diskon) semenarik mungkin.

3. Pemasaran Interaktif

Menurut Morissan, Perubahan yang paling dinamis dalam sejarah pemasaran termasuk juga sejarah periklanan dan promosi adalah internet. Perubahan ini didorongnya dengan kemajuan teknologi komunikasi sehingga melaukan komunikasi secara interaktif melalui media massa. Karena melalui internet dapat menjadikan pemasara dan konsumen sebagai peluang untung berkomunikasi ataupun berinteraksi. Sehingga memungkinkan pengguna internet mendapatkan informasi di saat itu juga. Karena hanya dengan melihat iklan, konsumen hanya dapat melihat komunikasi satu arah saja. Media interkatif melakukan pengubahan fungsi

dalam pemasaran perusahaan. Seperti mengubah informasi gambar, mengajukan pertanyaan, menjawab pertanyaan dan melakukan pembelian secara langsung (Morissan, 2010:24).

Dengan adanya internet, tidak mempengaruhi cara- cara perusahaan dalam melakukan kegiatan pemasaran namun melakukan perencanaan sebuah strategi bisnis dimana mempengaruhi program komunikasi pemasaran. Untuk saat ini banyak perusahaan- perusahaan yang menggunakan internet sebagai salah satu media yang digunakan untuk mempromosikan produk perusahaan. Perusahaan mengembangkan website agar terlihat menarik untuk dilihat, sehingga dengan adanya website perusahaan dapat berkomunikasi tanya jawab mengenai produk dari harga, jenis dll kepada konsumen.

Internet saat ini sudah menjadi media iklan yang menarik dan menjadi pusat perhatian masyarakat (Morissan, 2010:24). Karena dengan adanya internet perusahaan dapat melakukan bauran promosi apa saja agar dapat dilihat oleh masyarakat. Selain berfungsi sebagai alat promosi, internet juga dipandang sebagai sifat yang mandiri dalam suatu instrumen komunikasi pemasaran. Sifat yang interaktif, internet menjadi cara yang paling efektif untuk berinteraksi dengan masyarakat maupun konsumen.

Saat ini banyak perusahaan yang mempunyai keuntungan dalam berkomunikasi melalui internet kepada masyarakat. Karena perusahaan dapat melakukan kegiatan- kegiatan apa saja yang diinginkan oleh sebuah perusahaan. Kegiatan perusahaan berupa undian secara online, promosi penjualan melalui kupon dll. Hal ini dapat dikatakan kegiatan yang efektif dan efisiensi antara hubungan masyarakat dengan perusahaan. Melalui internet, perusahaan menyediakan anggaran khusus untuk mengembangkan dan memajukan website sebagai salah satu alat promosi perusahaan. Hal ini dapat menjadi satu kegiatan yang ada komunikasi pemasaran terpadu. Namun, dengan adanya internet perusahaan juga tidak boleh melupakan kegiatan media massa lainnya dalam melakukan

kegiatan promosi. Media massa lainnya juga memiliki peranan penting dalam kegiatan pemasaran perusahaan.

G. METODE PENELITIAN

1. Pendekatan dan Paradigma Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dan menggunakan pendekatan konstruktivisme. Penelitian ini menjelaskan tentang keadaan yang sebenarnya atau terjadi tanpa adanya diubah-ubah atau direayasa dalam penelitian ini. Peneliti menuliskan dan menganalisa sesuai dengan apa yang dilakukan peneliti, yaitu observasi dan wawancara kepada narasumber di tempat penelitian. Penelitian ini juga menggunakan penelitian deskriptif karena peneliti ingin lebih bisa menganalisa dan menjelaskan satu persatu apa yang diteliti oleh peneliti. Dan juga yang diharapkan peneliti bisa memecahkan masalah-masalah yang terjadi di saat penelitian berlangsung atau dapat memberikan saran yang bagus untuk ke depannya dalam hal pemasaran.

2. Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian yang pertama dilakukan di Perpustakaan Kota Jogja yang terletak di Jalan Suroto No. 9, Daerah Istimewa Yogyakarta pada tanggal 10 Mei 2017. Dan untuk penelitian yang kedua dilakukan di Perpustakaan Ghratama Pustakan terletak di Jalan Janti, Banguntapan Bantul Daerah Istimewa Yogyakarta pada tanggal 24 Mei 2017. Kedua lokasi penelitian yang sama-sama terletak di Yogyakarta.

3. Narasumber Penelitian

Dalam penelitian ini pemilihan narasumber untuk Dinas Perpustakaan Kearsipan Jogja penulis wawancara dengan Pak Triyanta, Spd., MIP kepala seksi pengembangan perpustakaan dan permasyarakatan

budaya baca untuk Balai Layanan Perpustakaan BPAD DIY penulis wawancara dengan Pak Nasrul Wahid bagian pelayanan perpustakaan. Peneliti juga harus bisa memastikan narasumber yang diperoleh bisa memberikan keterangan atau jawaban sesuai dengan pertanyaan yang akan diajukan. Dan peneliti diharapkan bisa mencari narasumber yang tepat dan cocok untuk menjadi pewawancara dalam teknik pengumpulan data penelitian ini.

H. TEKNIK PENGUMPULAN DATA

Pengumpulan data merupakan satu bagian penting dalam sebuah penelitian. Karena dengan adanya data kita dapat mengolah, menjelaskan, dan yang terakhir bisa memberikan kesimpulan dari hasil penelitian yang sedang diteliti oleh peneliti. Teknik pengumpulan data tidak hanya mengumpulkan data saja tetapi harus sesuai dengan jenis penelitian agar mendapatkan data yang akurat dan sesuai dengan yang diinginkan. Ada beberapa teknik pengumpulan data yang harus dilakukan oleh peneliti sebagai berikut:

1) Wawancara

Wawancara adalah proses percakapan dua orang atau lebih dengan maksud untuk mengonstruksi mengenai orang, kejadian, kegiatan, organisasi, motivasi, perasaan, dan sebagainya yang dilakukan pewawancara mengajukan pertanyaan kepada orang yang akan diwawancarai. (Bungin, 2001:155).

2) Observasi

Observasi dapat dilakukan setelah kita mengetahui tempat atau objek yang akan diteliti oleh peneliti. Dalam observasi yang dilakukan oleh peneliti mengamati keadaan objek penelitian. Dan dilakukannya pencatatan apa saja yang terjadi ketika penenliti sedang observasi ke tempat penenlitan. Dan dari pengamatan penelitian, peneliti sudah mendapatkan beberapa bagian dari pengumpulan data.

3) Dokumen

Dokumen sebagai bahan data yang sudah disiapkan oleh peneliti untuk dijadikan sebagai hasil dari penelitian atau tanda bukti peneliti telah melakukan penelitian di tempat penelitian. Hal ini juga menjadi bagian penting dalam penelitian tentunya. Karena tanpa adanya dokumen orang mengira ini penelitian pengarang tanpa adanya bukti yang kuat dan jelas.

4) Analisis Data

Penelitian ini menggunakan model analisis interaktif ini terdiri dari tiga hal yang utama yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan/ verifikasi. (Idrus, 2007: 180- 181). Menjelaskan model analisis interaktif adalah sebagai berikut:

a. Pengumpulan Data

Kebanyakan data kualitatif data yang berupa kata- kata, fenomena, foto dan lain- lain. Dalam hal ini, peneliti memperoleh data dari hasil wawancara, observasi, studi pustaka.

b. Reduksi Data

Menurut Miles dan Huberman reduksi data adalah sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya suatu penarikan kesimpulan dan suatu pengambilan tindakan (Idrus, 2007:182). Dengan mencermati dan mengamati dengan teliti peneliti akan mudah untuk memahami apa saja yang harus dilakukan dalam penelitian ini.

c. Penyajian Data

Proses ini dengan penyajian data- data hasil penelitian yang telah melalui proses reduksi. Dan mencermati penyajian data yang telah dilakukan oleh peneliti, dan peneliti akan lebih mudah memahami apa yang sedang terjadi dan apa yang harus dilakukan.

d. Penarikan Kesimpulan atau Verifikasi

Menarik kesimpulan dari data-data yang telah dijabarkan dalam penelitian ini. Peneliti akan menangani kesimpulan-kesimpulan tersebut dengan mudah untuk membuatnya, terbuka, dan skeptis tetapi kesimpulan yang ada pada awalnya belum jelas namun kemudian meningkat menjadi lebih rinci dan membuat pembaca mudah dipahami dan dimengerti.

I. SISTEMATIKA PENULISAN

Dalam menyusun laporan tugas akhir ini, penulis menggunakan sistematika penulisan sebagai berikut :

BAB I. PENDAHULUAN

Pendahuluan yang terdiri atas latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, tinjauan pustaka, kerangka pemikiran, metode penelitian, pengumpulan data, dan sistematika penulisan.

BAB II GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

Berisi tentang hal-hal yang berkaitan dengan Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Yogyakarta dan Balai Layanan Perpustakaan BPAD DIY yang mencakup: sejarah singkat Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Yogyakarta dan Balai Layanan Perpustakaan BPAD DIY, visi dan misi perpustakaan, jenis-jenis layanan perpustakaan, struktur organisasi perpustakaan, gedung dan fasilitas perpustakaan.

BAB III TEMUAN PENELITIAN

Berisi tentang temuan penelitian, penjelasan peneliti mengenai temuan penelitian yang mencakup: komunikasi pemasaran Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Yogyakarta, konsep promosi Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Yogyakarta, komunikasi pemasaran Balai

Layanan Perpustakaan BPAD DIY, konsep promosi Balai Layanan Perpustakaan BPAD DIY.

BAB IV

PEMBAHASAN

Berisi tentang analisis atau pembahasan dengan teori dari komunikasi pemasaran perpustakaan (studi perbandingan Dinas Perpustakaan Kearsipan Jogja dan Balai Layanan Perpustakaan BPAD DIY) yang mencakup: analisis komunikasi pemasaran perpustakaan, analisis konsep promosi perpustakaan, faktor- faktor pendukung dan penghambat komunikasi pemasaran perpustakaan.

BAB V

PENUTUP

Berisi tentang kesimpulan dan saran untuk Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Jogja dan Balai Layanan Perpustakaan BPAD DIY.

BAB II

MENGENAL 2 (DUA) PERPUSTAKAAN di JOGJA

Bab ini berisi gambaran tentang 2 (dua) objek penelitian yaitu Dinas Perpustakaan Kearsipan Jogja dan Balai Layanan Perpustakaan BPAD DIY meliputi keberadaan, jenis dan layanan perpustakaan.

A. Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Yogyakarta

Yogyakarta sebagai Kota pendidikan memiliki 2 perpustakaan, publik yang terdiri dari perpustakaan Kota dan Daerah. Perpustakaan Kota Jogja terletak di jalan Suroto No.9 Yogyakarta. Perpustakaan Kota Yogyakarta ini dibangun di atas tanah seluas 1.125 m², dengan luas lantai perpustakaan ±600 m², dan berdiri secara resmi pada tanggal 2 Mei 1993. Perintisan dan pengelolaannya ketika itu dilakukan oleh Cabang Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Kodya Yogyakarta. Awalnya perpustakaan Kota bukan di jalan Suroto melainkan di jalan pekapalan no. 2-4 Alun- alun utara. Meskipun di jalan pekapalan ini strategis tapi masih banyak masyarakat yang belum mengetahui keberadaan perpustakaan Kota. Dan akhirnya untuk mengembangkan judul buku dan lokasi Perpustakaan Kota berpindah tempat di jalan Suroto. Perpindahan tempat perpustakaan tersebut dilakukan pada tanggal 20 juli 2007. (<https://gudeg.net/direktori/1749/perpustakaan-Kota-yogyakarta.html>, diakses tanggal 20 maret 2017).

Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Yogyakarta merupakan salah satu perpustakaan yang disediakan oleh Pemerintah Provinsi DI Yogyakarta guna meningkatkan minat baca masyarakat Yogyakarta. Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Yogyakarta telah resmi berdiri sejak tanggal 2 Mei 1993 dan dikelola pertama kali oleh Cabang Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Kotamadya Yogyakarta (“Sejarah”, arsipdanperpustakaan.jogjakota.go.id diakses 31 Juli 2017). Pada tahun 1993, pengelolaan arsip masih terpisah dan berada di bawah naungan Bagian Umum di Sub Bagian Tata Usaha Pimpinan dan Keuangan Sekretariat Wilayah Daerah. Namun, setelah dilakukan beberapa perubahan peraturan pemerintah ditetapkan peraturan terakhir yang

sampai saat ini masih diikuti dan dilaksanakan yakni Peraturan Daerah Kota Yogyakarta Nomor 5 Tahun 2016 tentang Pembentukan dan Susunan Perangkat Daerah Kota Yogyakarta. Peraturan ini ditetapkan pada tanggal 20 Oktober 2016 dan menetapkan bahwa Kantor Arsip dan Perpustakaan Daerah menjadi Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Tipe A (“Sejarah”, arsipdanperpustakaan.jogjakota.go.id diakses 31 Juli 2017).

Gambar 2.1
Gedung Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Yogyakarta

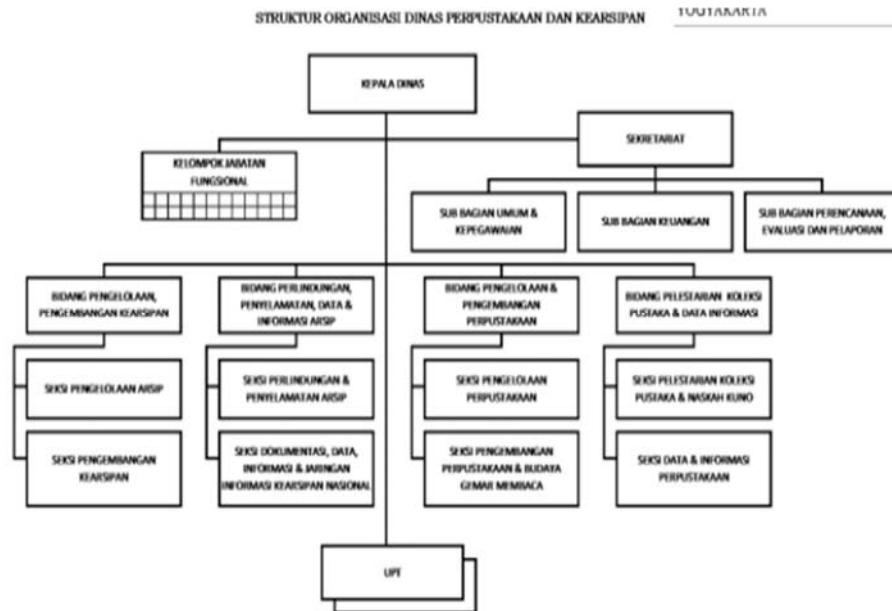


Sumber : Dokumentasi Pribadi

Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Yogyakarta memiliki visi *“menjadikan perpustakaan sebagai sumber penelitian, pengetahuan, pelestarian, informasi dan rekreasi”*. Untuk mencapai visi tersebut, Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Yogyakarta menetapkan beberapa misi di antaranya ialah sebagai berikut :

- “1. Meningkatkan pelayanan kepada masyarakat melalui pelayanan prima;*
 - 2. Mensosialisasikan gemar membaca dan meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap pentingnya perpustakaan;*
 - 3. Meningkatkan peran serta, partisipasi dan kontribusi masyarakat dalam upaya mengembangkan dan memberdayakan perpustakaan;*
 - 4. Menjadikan perpustakaan sebagai perpustakaan yang dinamis.”*
- (“Visi dan Misi”, arsipdanperpustakaan.jogjakota.go.id diakses 31 Juli 2017).*

Gambar 2.2
Struktur Organisasi Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Yogyakarta



Sumber : Dokumentasi Pribadi

Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Yogyakarta selalu berinovasi untuk mengembangkan perpustakaan. Hal tersebut sesuai dengan motto yang ditetapkan oleh perpustakaan yakni “Dinamis dan Inovatif”. Perpustakaan diharapkan dapat menjadi sebuah wahana yang dinamis dengan dilengkapi oleh berbagai kegiatan peningkatan minat baca masyarakat serta peningkatan wawasan dan ilmu pengetahuan. Selain itu, perpustakaan juga diharapkan dapat selalu berkembang menyampaikan informasi dan koleksi ilmu pengetahuan kepada masyarakat dengan memanfaatkan terobosan-terobosan baru sehingga lebih inovatif.

Adanya motto “Dinamis dan Inovatif” yang ditetapkan oleh Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Yogyakarta juga berpengaruh pada peningkatan layanan perpustakaan bagi masyarakat. Terdapat beberapa

layanan perpustakaan yang bisa dinikmati oleh masyarakat Yogyakarta yang secara umum memberikan kemudahan bagi masyarakat untuk menikmati koleksi-koleksi buku yang disediakan oleh perpustakaan. Adapun layanan-layanan perpustakaan menurut brosur Dinas Perpustakaan Kearsipan Jogja tersebut ialah sebagai berikut :

1. Layanan Sirkulasi

Layanan sirkulasi merupakan layanan yang dilakukan oleh perpustakaan terkait dengan kegiatan peminjaman dan pengembalian buku. Layanan sirkulasi disediakan bagi masyarakat yang memiliki kartu tanda anggota perpustakaan untuk melakukan peminjaman buku-buku yang ada di perpustakaan. Adapun pelaksanaannya ialah dengan memperlihatkan kartu tanda anggota perpustakaan dan kartu identitas diri, maka masyarakat dapat melakukan peminjaman buku dengan masa pinjam yakni satu minggu atau dapat melakukan perpanjangan sebanyak satu kali.

2. Layanan Kartu Anggota

Layanan kartu anggota disediakan bagi masyarakat yang ingin melakukan pembuatan kartu anggota. Pembuatan kartu anggota diperbolehkan bagi seluruh masyarakat yang berdomisili di Daerah Istimewa Yogyakarta atau bagi mahasiswa yang sedang berkuliah di Yogyakarta. Selain itu, layanan ini juga dapat digunakan untuk kegiatan heregistrasi atau layanan yang digunakan untuk kartu anggota yang telah habis masa berlaku.

3. Layanan Pinjam Paket

Layanan pinjam paket merupakan layanan yang disediakan oleh perpustakaan dengan sistem kolektif. Biasanya layanan ini digunakan oleh perpustakaan binaan dari Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Yogyakarta.

4. Layanan Pinjam untuk Difotocopy

Layanan pinjam untuk difotocopy disediakan oleh perpustakaan bagi masyarakat yang ingin melakukan copy informasi dari koleksi namun tidak ingin membawa pulang referensi tersebut.

5. Layanan REFA

Layanan REFA merupakan layanan yang disediakan bagi masyarakat yang ingin meminjam buku referensi dan majalah yang ada di perpustakaan.

6. Layanan Koleksi Anak

Layanan koleksi anak diperuntukkan bagi anak-anak dengan penyediaan berbagai buku khusus anak-anak. Layanan ini juga dilengkapi dengan area layak anak sehingga sangat memudahkan bagi anak-anak yang ingin meminjam buku di perpustakaan.

7. Layanan Mobil Keliling (Billy)

Layanan mobil keliling disediakan oleh perpustakaan untuk menjangkau berbagai Sekolah Dasar yang ada di wilayah Kota Yogyakarta.

Gambar 2.3
Layanan Mobil Keliling (Billy)



Sumber : Dokumentasi Pribadi

8. Layanan Motor Keliling (Molly)

Layanan motor keliling merupakan layanan perpustakaan yang disediakan untuk menjangkau Taman Kanak-kanak, PAUD, SLB yang ada di wilayah Kota Yogyakarta.

9. Layanan Internet

Layanan internet digunakan oleh para anggota perpustakaan untuk dapat mengakses internet dengan komputer yang telah disediakan oleh perpustakaan.

10. Layanan PUSPITA

Layanan PUSPITA atau Perpustakaan Alternatif Kota Yogyakarta merupakan layanan motor keliling yang hampir sama dengan layanan Molly. Hanya saja, layanan PUSPITA juga disediakan untuk menjangkau instansi wilayah dan publik area yang ada di wilayah Kota Yogyakarta.

11. Layanan MONIKA

Layanan MONIKA atau Mobil Internet dan Perpustakaan Kewilayan merupakan layanan yang ditujukan bagi sekolah-sekolah, kecamatan, kelurahan dan area-area publik yang ada di wilayah Kota Yogyakarta dengan fasilitas internet yang disediakan.

12. Layanan Bank Buku (Baby)

Layanan bank buku merupakan layanan yang disediakan oleh perpustakaan untuk masyarakat yang ingin berdonasi buku.

13. Layanan BELINDA

Layanan BELINDA atau Blind Corner untuk Anda adalah layanan yang disediakan bagi para penyandang tunanetra dan low vision. Layanan ini akan memudahkan para penyandang tunanetra dan low vision untuk memperoleh informasi dimana sarana yang disediakan juga disesuaikan dengan kemampuan dan kebutuhan para penggunanya.

14. Layanan Audio Visual

Layanan audio visual adalah layanan yang disediakan untuk melakukan pemutaran koleksi audio visual, juga disediakan bagi para anggota perpustakaan yang ingin melakukan pinjaman. Dalam layanan ini disediakan koleksi berupa kaset, CD, film, Video CD, dan DVD.

15. Layanan Pinjam Ruang

Layanan pinjam ruang merupakan layanan yang mampu memberikan kesediaan fasilitas berupa ruangan bagi berbagai kelompok penggiat literasi yang ada di wilayah Kota Yogyakarta.

16. Layanan RAISA

Layanan RAISA atau Ruang Diskusi Bersama Istimewa disediakan untuk memberikan kemudahan melakukan diskusi bagi masyarakat atau penggiat literasi di wilayah Kota Yogyakarta.

17. Layanan SISKI

Layanan SISKI atau Sistem Informasi Pemustaka merupakan layanan yang menghimpun berbagai masukan, saran dan usulan yang diberikan oleh para anggota perpustakaan terhadap Perpustakaan Kota Yogyakarta.

18. Layanan DIANA

Layanan DIANA atau Digilib Andalan PerpusKota Jogja adalah layanan perpustakaan yang berkaitan dengan penyediaan koleksi bahan pustaka digital dimana layanan ini disediakan guna mencapai konsep perpustakaan “*hybrid*.”

19. Layanan Pendampingan Perpustakaan

Layanan pendampingan perpustakaan disediakan bagi instansi-instansi pemohon yang mengajukan surat pendampingan untuk meningkatkan perpustakaan di wilayah Kota Yogyakarta.

20. Layanan JAMILA

Layanan JAMILA atau Jaminan Layanan Prima Mengantar Buku Andalan ke Pemustaka dilakukan untuk mengantar buku kepada para anggota perpustakaan yang ada di wilayah Kota Yogyakarta.

21. Layanan KARTIKA

Layanan KARTIKA adalah layanan yang menyediakan berbagai koran, majalah dan terbitan berkala bagi para anggota perpustakaan Kota Yogyakarta.

22. Layanan Loker

Layanan ini disediakan bagi para anggota perpustakaan Kota Yogyakarta untuk menitipkan tas selama berada di perpustakaan. Pihak petugas pelayanan biasanya menyediakan loker-loker tempat peletakan barang-barang dan tas pemustaka.

Gambar 2.4
Loker yang Disediakan Perpus Kota Jogja



Sumber : Dokumentasi Pribadi

23. Layanan TAMARA

Layanan TAMARA atau Taman Masyarakat Sambung Rasa adalah layanan yang menyediakan hotspot area bagi masyarakat dengan area gazebo dan shelter.

Gambar 2.5
Gazebo layanan TAMARA



Sumber : Dokumentasi Pribadi

Berbagai layanan perpustakaan yang disebutkan di atas disediakan oleh pihak perpustakaan secara gratis sehingga sangat memudahkan masyarakat wilayah Kota Yogyakarta. Selain menyediakan layanan perpustakaan yang dapat memudahkan masyarakat, perpustakaan Kota Yogyakarta juga menyediakan berbagai sumber daya manusia berupa petugas layanan untuk memfasilitasi berbagai keinginan masyarakat. Adapun struktur organisasi dari Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Yogyakarta ialah sebagai berikut :

1. Kepala Dinas;
2. Sekretariat, terdiri dari :
 - a. Sub Bagian Umum dan Kepegawaian
 - b. Sub Bagian Keuangan
 - c. Sub Bagian Perencanaan, Evaluasi, dan Pelaporan
3. Bidang Pengelolaan dan Pengembangan Kearsipan, terdiri dari :
 - a. Seksi Pengelolaan Arsip

- b. Seksi Pengembangan Kearsipan
 - 4. Bidang Perlindungan, Penyelamatan, Data, dan Informasi Arsip, terdiri dari :
 - a. Seksi Pengelolaan Perpustakaan
 - b. Seksi Pengembangan Perpustakaan dan Budaya Gemar Membaca
 - 5. Bidang Pelestarian Koleksi Pustaka dan Data Informasi, terdiri dari :
 - a. Seksi Pelestarian Koleksi Pustaka dan Naskah Kuno
 - b. Seksi Data dan Informasi Perpustakaan
 - 6. Unit Pelaksana Teknis
 - 7. Kelompok Jabatan Fungsional
- (“Susunan Organisasi”, arsipdanperpustakaan.jogjakota.go.id diakses 31 Juli 2017).

B. Balai Layanan Perpustakaan BPAD DIY

Balai Layanan Perpustakaan BPAD DIY atau biasa disebut dengan Grhatama Pustaka merupakan salah satu perpustakaan yang mengusung konsep modern, namun tidak meninggalkan sisi tradisional dari Daerah Istimewa Yogyakarta. Grhatama Pustaka juga menjadi perpustakaan yang memfasilitasi berbagai kebutuhan informasi yang diinginkan oleh masyarakat. Perpustakaan ini diresmikan pada tanggal 21 Desember 2015 oleh Sultan Hamengku Buwono X selaku Gubernur DIY. Perpustakaan ini memiliki filosofi bangunan tersendiri dimana diharapkan mampu mencerminkan keistimewaan Yogyakarta dan mampu menyampaikan cita-cita yang sempurna dari masyarakat Jawa berupa pribadi yang prakoso, wulung, agung dan wangi.

Grhatama Pustaka sendiri merupakan nama yang diberikan oleh Sultan Hamengku Buwono X. Perpustakaan ini beralamatkan di Jl. Raya Janti, Karangjambe, Banguntapan, Bantul. Grhatama Pustaka atau secara kelembagaan disebut UPTD Balai Layanan Perpustakaan BPAD DIY diatur dalam Peraturan Gubernur Daerah Istimewa Yogyakarta Nomor 105 Tahun 2015. Peraturan ini secara menyeluruh mengatur tentang tugas, fungsi dan uraian kerja yang ditetapkan di Balai Layanan Perpustakaan BPAD DIY

(“Informasi Layanan”, bpad.jogjaprov.go.id diakses 31 Juli 2017). Grhatama Pustaka memiliki susunan organisasi sebagai berikut :

1. Sub Bagian Tata Usaha
2. Seksi Arsip Dinamis
3. Seksi Arsip Statis
4. Seksi Pemberdayaan
5. Seksi Data dan Teknologi Informasi

(“Peraturan Perundangan”, bpad.jogjaprov.go.id diakses 31 Juli 2017).

Gambar 2.6
Gedung Balai Layanan Perpustakaan BPAD DIY



Sumber : Dokumentasi Pribadi

Grhatama Pustaka memiliki jam layanan perpustakaan yakni melayani segala aktivitas di perpustakaan pada hari Senin s/d Jumat pukul 08.00-22.00 WIB dan pada hari Sabtu s/d Minggu pukul 08.00-16.00 WIB. Grhatama Pustaka tidak melayani segala aktivitas di perpustakaan pada hari libur nasional. Grhatama Pustaka memiliki peraturan bahwa bagi para pengunjung

perpustakaan harus mengisi buku tamu. Sedangkan, bagi para pengunjung perpustakaan yang ingin memiliki kartu tanda anggota dapat mendaftarkan diri dengan menyerahkan fotocopy identitas diri, seperti KTP/KTM/Kartu Pelajar. Pendaftaran sebagai anggota perpustakaan di Grhatama Pustaka tidak dipungut biaya atau gratis. Selain itu, Grhatama Pustaka juga menyediakan layanan pembuatan surat keterangan bebas pustaka bagi masyarakat yang membutuhkan. Terutama bagi mahasiswa/i Perguruan Tinggi yang ada di Yogyakarta. Jika ingin menggunakan layanan tersebut, harus bersedia untuk dikenakan biaya sebesar Rp. 4.000,-.

Gambar 2.7
Struktur Organisasi Balai Layanan Perpustakaan BPAD DIY



Sumber : Dokumentasi Pribadi

Grhatama Pustaka sebagai sarana penyedia berbagai koleksi buku dan referensi lainnya menyediakan jasa layanan peminjaman dan pengembalian buku bagi para pemustaka yang memiliki kartu tanda anggota. Namun, jika terjadi keterlambatan pengembalian buku pinjaman, maka pemustaka atau

anggota perpustakaan akan dikenakan denda sebesar Rp. 200,- untuk satu buku per hari. Selain layanan peminjaman dan pengembalian buku, Grhatama Pustaka juga menyediakan berbagai fasilitas yang dapat digunakan oleh para pengunjung. Grhatama Pustaka yang terdiri dari tiga lantai ini menyediakan berbagai sarana edukasi di antaranya ialah :

1. Lantai 1, memiliki ruangan atau layanan sebagai berikut :
 - Layanan koleksi anak
 - Ruang mendongeng
 - Ruang musik
 - Ruang bermain
 - Bioskop/cinema 6D
 - Paludarium
2. Lantai 2, memiliki ruangan atau layanan sebagai berikut :
 - *Front desk* (informasi, layanan keterangan bebas pustaka dan pendaftaran/perpanjangan kartu tanda anggota)
 - Layanan koleksi braile
 - Layanan koleksi umum
 - Layanan referensi umum
 - Ruang pameran
 - Cafetaria
 - Auditorium
3. Lantai 3, memiliki ruangan atau layanan sebagai berikut :
 - Layanan koleksi digital
 - Layanan koleksi majalah, koran, budaya timur
 - Layanan koleksi peraturan perundangan
 - Layanan langka, kamus, ensiklopedia
 - Layanan tandon/penyimpanan bahan pustaka
 - Layanan koleksi deposit
 - Layanan koleksi skripsi, COE, pustaka nusantara
 - Ruang seminar atau diskusi
 - Ruang audio visual

Gambar 2.8
Cafetaria Grhatama Pustaka



Sumber : Dokumentasi Pribadi

Banyaknya fasilitas yang dimiliki oleh Balai Layanan Perpustakaan DIY atau Grhatama Pustaka kemudian diharapkan oleh Pemerintah untuk dapat menyediakan sarana edukasi yang layak sekaligus menyenangkan bagi masyarakat. Oleh karena itu, berbagai sarana-sarana tersebut juga seringkali ditunjang dengan kegiatan-kegiatan khusus seperti pemutaran film cinema 6 D yang dilakukan setiap hari dengan empat sesi. Sesi pertama pukul 09.00 WIB, sesi kedua pukul 11.00 WIB, sesi ketiga pukul 13.00 WIB, dan sesi keempat pukul 15.00 WIB. Pemutaran film cinema 6 D dapat dinikmati oleh para pemustaka dengan harga tiket sebesar Rp. 20.000,- dengan kapasitas yang disediakan yakni 12 kursi. Pada pemutaran film cinema 6 D yang dilakukan juga diatur batas usia penonton yakni minimal berusia 9 tahun.

Gambar 2.9
Bioskop/Cinema 6 D



Sumber : Dokumentasi Pribadi

Selain pemutaran film cinema 6 D, Grhatama Pustaka juga secara berkala melakukan pemutaran koleksi audio visual setiap harinya sebanyak dua sesi. Sesi pertama dilakukan pada pukul 11.00 WIB dan sesi kedua dilakukan pada pukul 14.00 WIB. Pada pemutaran koleksi audio visual, para pemustaka tidak dikenai biaya atau gratis dengan kapasitas kursi yang disediakan sebanyak 150 kursi. Selain itu, kegiatan pemutaran koleksi audio visual juga dapat dinikmati oleh para pemustaka berbagai usia. Namun, bagi anak-anak harus berada di bawah pengawasan orang tua.

Berbagai ruangan yang ada di Grhatama Pustaka juga memiliki beberapa peraturan tersendiri, di antaranya ialah ruang bermain anak yang hanya dapat digunakan oleh anak-anak sampai dengan umur 6 tahun beserta para pendamping. Pada ruang ini, anak-anak diwajibkan untuk didampingi oleh para orang tua atau pengawas sehingga mampu mengawasi berbagai kegiatan yang dilakukan anak-anak. Selain itu, dalam ruangan ini anak-anak tidak hanya

disediakan makanan saja. Melainkan juga disediakan berbagai bahan bacaan yang diperuntukkan bagi anak-anak.

Gambar 2.10
Ruang Bermain Anak



Sumber : Dokumentasi Pribadi

Selain itu, ruang koleksi yang berkarpet harus bebas dari alas kaki sehingga para pemustaka wajib untuk melepaskan alas kaki saat memasuki ruang tersebut. Untuk memudahkan para pemustaka, petugas perpustakaan menyediakan tas atau kantong yang diperuntukkan untuk alas kaki para pemustaka sehingga dapat dibawa oleh para pemustaka masing-masing. Tas atau kantong yang disediakan ini dapat diambil para pemustaka di para petugas layanan perpustakaan dan kemudian dikembalikan di tempat yang telah disediakan oleh pihak petugas perpustakaan.

Gambar 2.11
Ruang Koleksi Umum



Sumber : Dokumentasi Pribadi

BAB III

KOMUNIKASI PEMASARAN DINAS PERPUSTAKAAN KEARSIPAN JOGJA DAN BALAI LAYANAN PERPUSTAKAAN BPAD DIY

Pada bab temuan penelitian, peneliti menjelaskan berbagai temuan penelitian yang diperoleh peneliti selama berada di lapangan melalui beberapa kegiatan pengumpulan data. Berbagai temuan penelitian yang akan dijelaskan merupakan temuan-temuan penelitian yang memiliki keterkaitan dengan tema penelitian yang diangkat oleh peneliti yakni mengenai “Komunikasi Pemasaran Perpustakaan (Studi Perbandingan Dinas Perpustakaan Kearsipan Kota Yogyakarta dan Balai Layanan Perpustakaan BPAD DIY)”. Berikut temuan-temuan penelitian yang diperoleh peneliti.

A. Komunikasi Pemasaran Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Yogyakarta

Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Yogyakarta merupakan salah satu instansi atau lembaga yang menjalankan kegiatan komunikasi pemasaran. Hal tersebut dikarenakan komunikasi pemasaran sangat penting bagi eksistensi dari perpustakaan. Hal tersebut juga sesuai dengan pernyataan yang disampaikan oleh Bapak Triyanta selaku Kepala Seksi Pengembangan Perpustakaan dalam wawancara yang dilakukan bahwa Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Yogyakarta melakukan beberapa kegiatan komunikasi pemasaran. Kegiatan komunikasi pemasaran tersebut dilakukan oleh tiga seksi. Di antaranya adalah seksi pengembangan minat baca, seksi pengelolaan perpustakaan, serta seksi data dan informasi. Berikut kutipan wawancara bersama narasumber:

“Iya marketing. Kalo sayakan pengembangan di kami mempunyai kewajiban moral untuk bagaimana mengefektifkan publikasi. Tapi di bagian pengelolaan juga ada customer service untuk publikasi. Kemudian di data informasi juga ada informasi berbasis media sosial. Itu yang kita kembangkan sehingga untuk marketingnya kita menggunakan tiga seksi.” (Pak Triyanta, Kepala Seksi Pengembangan Perpustakaan dan Permayarakatan Budaya Baca, 10 Mei 2017).

Tiga seksi yang telah disebutkan dalam wawancara tersebut, yakni seksi pengembangan minat baca, seksi pengelolaan perpustakaan, serta seksi data dan informasi memiliki tugas yang berbeda-beda dalam melakukan kegiatan komunikasi pemasaran. Seksi pengembangan minat baca lebih terfokus kepada kegiatan-kegiatan pemasaran berupa *planning* atau perencanaan agar komunikasi pemasaran menjadi efektif. Seksi pengelolaan perpustakaan menjalankan peran sebagai *customer service* dalam kegiatan komunikasi pemasaran. Sedangkan, seksi data dan informasi menjalankan tugas yang berkaitan dengan komunikasi pemasaran yang dilakukan melalui media sosial.

Berdasarkan data yang dimiliki oleh Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Yogyakarta, kegiatan komunikasi pemasaran yang dilakukan mampu meningkatkan perkembangan pengunjung perpustakaan. Pengunjung perpustakaan terlihat semakin meningkat per tahunnya sehingga menjadi bukti bahwa komunikasi pemasaran memberikan perkembangan yang baik bagi peningkatan pengunjung. Berikut data perkembangan pengunjung yang dimiliki oleh Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Yogyakarta :

Tabel 3.1
Perkembangan Pengunjung Dinas Perpustakaan dan Kearsipan
Kota Yogyakarta

No.	Bulan	Pengunjung		
		2015	2016	2017
1.	Januari	14053	17167	22071
2.	Februari	14142	15873	19589
3.	Maret	14628	19480	23538
4.	April	15062	22732	31207
5.	Mei	15065	20565	29229
6.	Juni	8223	10662	6960
7.	Juli	1619	9706	22941
8.	Agustus	12425	17522	28850
9	September	17670	22052	32288
10.	Oktober	18461	24032	34779
11.	November	17086	22633	29925
12.	Desember	14677	20164	
Jumlah		163111	222588	308049

*Sumber : Arsip Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota
Yogyakarta*

Adanya peningkatan pengunjung di Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Yogyakarta tersebut dinilai oleh petugas sebagai salah satu keberhasilan dari pelaksanaan kegiatan komunikasi pemasaran. Triyanta selaku Kepala Seksi Pengembangan Perpustakaan juga menyatakan bahwa kegiatan komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Yogyakarta memiliki kekuatan yang cukup baik dibanding dengan kegiatan komunikasi pemasaran perpustakaan-perpustakaan lainnya. Berikut kutipan wawancara yang dilakukan oleh peneliti bersama Bapak Triyanta sebagai berikut:

“Ya kami masih menganggap komunikasi pemasaran di kami lebih powerfull daripada perpustakaan Daerah kabupaten yang ada di DIY ini. Sehingga yang kami rasakan perpustakaan kami meningkat dibandingkan yang lain.” (Pak Triyanta, Kepala Seksi Pengembangan Perpustakaan dan Permayarakatan Budaya Baca, 10 Mei 2017).

Kepala Seksi Pengembangan Perpustakaan dalam wawancara tersebut menyatakan bahwa kegiatan komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Yogyakarta dinilai sangat baik sehingga mampu meningkatkan eksistensi perpustakaan. Eksistensi perpustakaan dinilai oleh petugas perpustakaan memiliki performa yang baik. Masyarakat wilayah Kota Yogyakarta secara umum mengetahui keberadaan dari perpustakaan. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan yang disampaikan oleh Bapak Triyanta dalam wawancara yang dilakukan sebagai berikut :

“Kami tanya ke masyarakat cukup mengenali perpustakaan Kota. Begitu kami klik atau googling atau apa pun tentang perpustakaan yang muncul perpustakaan Kota Yogyakarta sehingga yang melihat yang memanfaatkan media kami cukup banyak. Jadi kita sudah merasa dekat dengan audiens, dengan subjek, dengan masyarakat kita. Kalau dulu kan kesannya jauh gitu.” (Pak Triyanta, Kepala Seksi Pengembangan Perpustakaan dan Permayarakatan Budaya Baca, 10 Mei 2017).

Disampaikan dalam wawancara tersebut bahwa Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Yogyakarta memiliki eksistensi yang baik di mata masyarakat dan sangat dikenal oleh masyarakat. Penyebabnya ialah dikarenakan kegiatan komunikasi pemasaran terutama dengan melibatkan peran dari media massa dan media sosia. Oleh karena itu, selain eksistensi Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Yogyakarta yang semakin membaik, jumlah para pemustaka yang melakukan pinjaman koleksi di perpustakaan juga seringkali meningkat.

Walaupun terkadang mengalami penurunan, tapi secara umum jumlah peminjam meningkat per tahunnya. Berikut data yang dimiliki oleh Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Yogyakarta mengenai jumlah peminjam:

Tabel 3.2
Perkembangan Peminjam di Dinas Perpustakaan dan Kearsipan
Kota Yogyakarta

No.	Bulan	Pengunjung		
		2015	2016	2017
1.	Januari	2519	2847	2516
2.	Februari	2730	2866	2407
3.	Maret	2839	3137	2792
4.	April	2754	2879	2139
5.	Mei	2206	2076	1499
6.	Juni	440	3	
7.	Juli	222	1103	1169
8.	Agustus	1827	2407	2383
9.	September	3231	2873	2493
10.	Oktober	3382	3351	2684
11.	November	3021	2904	1932
12.	Desember	2222	2366	
Jumlah		27393	28812	22.014

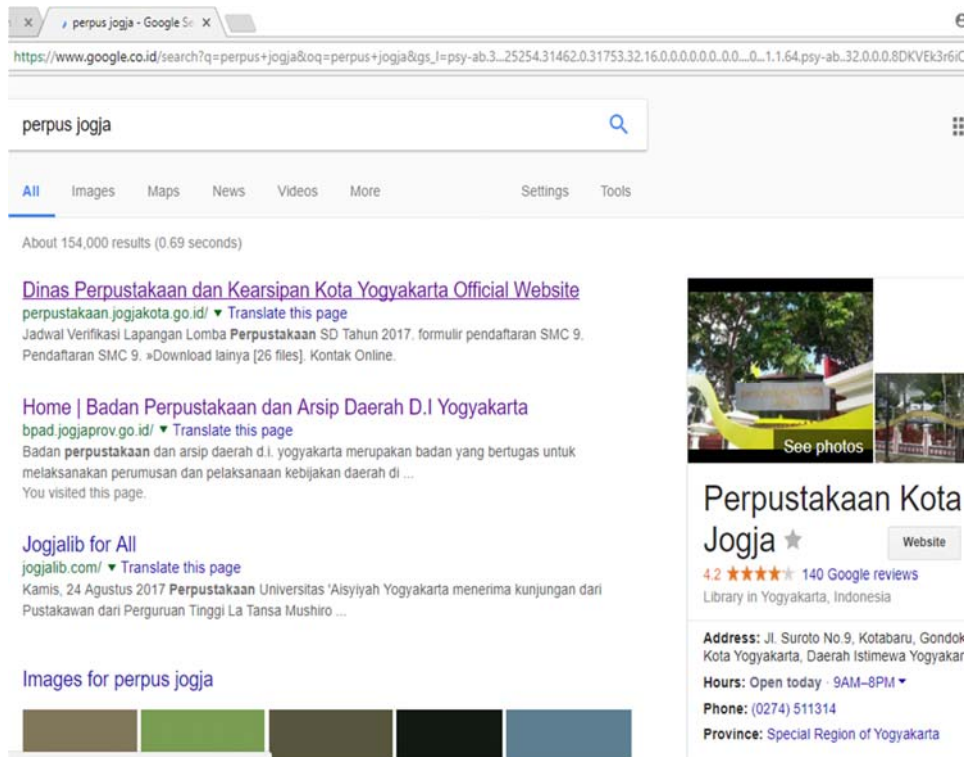
*Sumber : Arsip Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota
Yogyakarta*

Data pinjaman yang semakin meningkat secara jumlah umum memperlihatkan bahwa masyarakat wilayah Kota Yogyakarta mengakui eksistensi dari perpustakaan dan meyakini untuk melakukan pinjaman di perpustakaan. Maka komunikasi pemasaran yang dilakukan kemudian dinilai

oleh Kepala Seksi Pengembangan Perpustakaan Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Yogyakarta memiliki kekuatan yang cukup baik.

Berikut ini foto dari web perpustakaan Kota:

Gambar 3.1
Website Perpustakaan Kota Jogja



Sumber : arsipdanperpustakaan.jogjakota.go.id

Adapun bentuk layanan dari pihak perpustakaan kepada khalayak melalui website. Di dalam *website* perpustakaan juga memberikan tanggapan secara langsung melalui media *online*. Komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh pihak perpustakaan Kota jogja dengan memanfaatkan *website* resmi juga dapat memperlihatkan hasil yang baik. Banyaknya masyarakat yang mengunjungi *website* resmi perpustakaan Kota jogja menjadi bukti bahwa masyarakat menerima berbagai konten ataupun informasi mengenai perpustakaan. Berikut ini data statistik perpustakaan mengenai jumlah *visitor website* resmi perpustakaan Kota:

Gambar 3.2
Data Statistik Jumlah Visitor Website Perpus Kota Jogja



Sumber : arsipdanperpustakaan.jogjakota.go.id

Selain banyaknya jumlah visitor website resmi perpustakaan Kota jogja, interaksi antara pihak perpustakaan dengan khalayaknya juga dapat terlihat. Website dimanfaatkan oleh pihak perpustakaan untuk dapat berinteraksi secara online kepada khalayak sehingga terjadinya pertukaran informasi mengenai perpustakaan. Berikut ini interaksi antara pihak perpustakaan dan khalayak visitor website resmi perpustakaan Kota:

Gambar 3.3
Interaksi antara Pihak Perpustakaan dan Khalayak Website Perpus Kota Jogja



Sumber : arsipdanperpustakaan.jogjakota.go.id

Gambar 3.4
Interaksi antara Pihak Perpustakaan dan Khalayak Website Perpus Kota Jogja

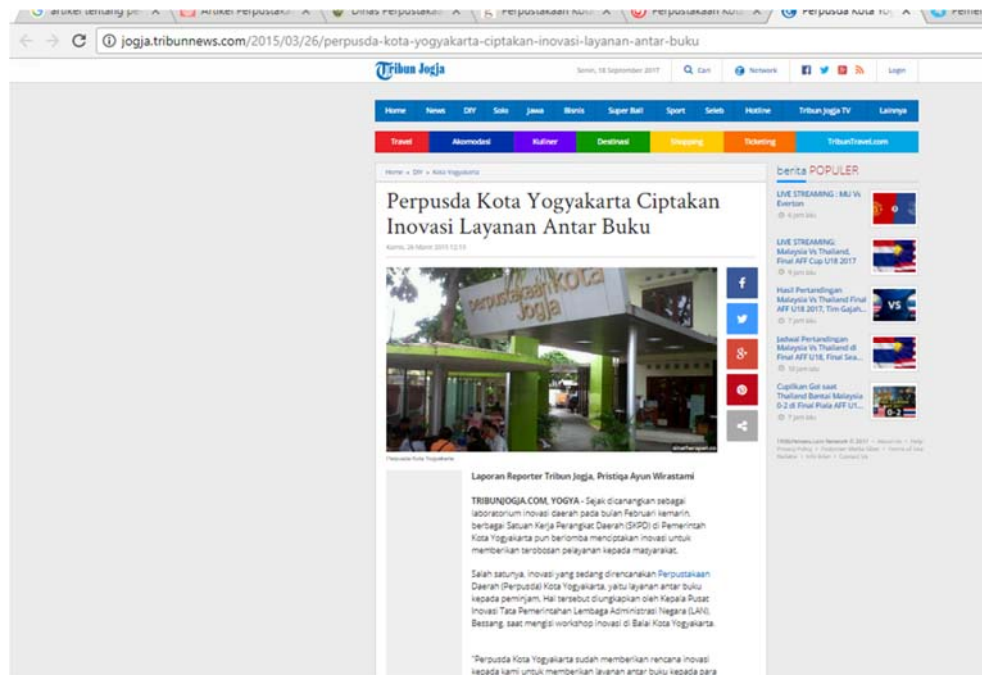


Sumber : arsipdanperpustakaan.jogjakota.go.id

Adapun artikel dari media yang lain menginformasikan Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Yogyakarta dan ditulis secara singkat mengenai informasi-infromasi tentang perpustakaan.

Gambar 3.5

Artikel Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Yogyakarta



Sumber : jogja.tribunnews.com

B. Konsep Promosi Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Yogyakarta

Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Yogyakarta melaksanakan beberapa konsep promosi. Konsep promosi tersebut dilaksanakan agar mampu mendukung kegiatan komunikasi pemasaran yang dilakukan. Selain itu, Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Yogyakarta menilai bahwa konsep promosi sangat penting untuk dilakukan karena mampu mengatasi persaingan antar perpustakaan yang ada di wilayah DIY.

Adapun kegiatan-kegiatan promosi yang telah dilakukan oleh Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Yogyakarta ialah dengan menggunakan beberapa media. Di antaranya ialah media cetak berupa brosur dan mengadakan *event-event* tertentu. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan yang disampaikan oleh Bapak Triyanta selaku Kepala Pengembangan Perpustakaan Kota Yogyakarta dalam wawancara sebagai berikut :

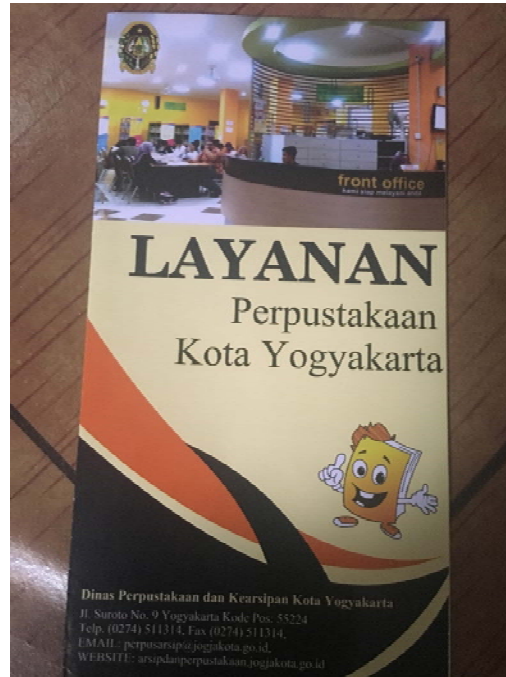
“Jadi konsep promosi kita menggunakan media yang ada. Kalau yang ada di induk kita menggunakan brosur, kemudian kita menggunakan event. Misalkan diskusi kami ada workshop, seminar kita selipkan informasi tentang perpustakaan.” (Pak Triyanta, Kepala Seksi Pengembangan Perpustakaan dan Perasyarakatan Budaya Baca, 10 Mei 2017).

Dalam penggunaan brosur-brosur, Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Yogyakarta memanfaatkan para lulusan SMK yang memiliki fokus studi multimedia. Sekaligus untuk memproduksi video-video pendek atau tayangan yang akan ditayangkan di televisi serta disebarluaskan kepada khalayak secara umum. Berikut penjelasan yang disampaikan oleh Bapak Triyanta dalam wawancara sebagai berikut :

“Karena setiap saat kita melakukan kegiatan itu tidak langsung begitu konsep. Jadi meluncur kita langsung jalankan. Mungkin dibawah tiga hari sudah jadi. Kami kemungkinan ada teman dari TIK anak SMK yang multimedia yang namanya mengelola sebuah brosur desain itu. Animasi, video pendek itu bisa. Sehingga mereka membuat konsep dapat kita tayangkan. Sehingga kita tidak harus membuat desain yang harus betul-betul desain grafis, video animasi ke pihak ketiga itu bisa kita lakukan sehingga cepatlh.” (Pak Triyanta, Kepala Seksi Pengembangan Perpustakaan dan Perasyarakatan Budaya Baca, 10 Mei 2017).

Gambar 3.6

Brosur Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Yogyakarta



Sumber : Dokumentasi Pribadi

Selain menggunakan brosur-brosur yang disebarakan kepada para pengunjung perpustakaan dan masyarakat Yogyakarta, Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Yogyakarta juga mengadakan *event-event* tertentu seperti seminar dan *workshop*. *Event* tersebut dilakukan agar dapat menjadi sarana promosi Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Yogyakarta. Media promosi lainnya yang juga digunakan oleh Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Yogyakarta adalah dengan memanfaatkan *customer service* yang ada. Sehingga bagi siapapun yang ingin memperoleh informasi mengenai perpustakaan dapat langsung bertanya kepada *customer service*. Oleh karena itu, *customer service* juga mempunyai peran untuk melakukan promosi kepada para pengunjung perpustakaan. Berikut kutipan wawancara yang dilakukan bersama Bapak Triyanta :

“Kemudian juga menggunakan sekiranya para pengelola kami kita jelaskan apa yang kita punya kepada pengunjung. Jadi pengunjung yang menanyakan apapun mereka tahu bisa nanya front office atau customer service.” (Pak Triyanta, Kepala Seksi Pengembangan Perpustakaan dan Permayarakatan Budaya Baca, 10 Mei 2017).

Adapun bentuk poster Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Yogyakarta yang dipampang di gerbang masuk perpustakaan. Poster ini dipajang dengan ukuran gambar yang besar supaya orang dapat melihat dan membaca dengan jelas. Poster terbesut berisikan mengenai penjelasan tentang layanan apa saja yang ada di Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Yogyakarta.

Gambar 3.7

Poster Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Yogyakarta



Sumber : Dokumentasi Pribadi

Di samping itu, Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Yogyakarta juga memanfaatkan media internet sebagai sarana promosi. Hal tersebut bertujuan agar promosi yang dilakukan dapat menjangkau seluruh khalayak. Serta memanfaatkan media elektronik yakni tayangan televisi. Berikut pernyataan yang disampaikan oleh Kepala Seksi Pengembangan Perpustakaan dalam wawancara :

“Kemudian di luarnya kita ada brosur, kita net working kepada pihak ketiga media sosial. Ada media elektronik media tv dan sebagainya mungkin di sosial kita juga ada web, ada email, ada ignya.” (Pak Triyanta, Kepala Seksi Pengembangan Perpustakaan dan Permayaaakatan Budaya Baca, 10 Mei 2017).

Dalam melaksanakan promosi melalui beberapa media yang telah disebutkan, konten promosi terlebih dahulu dipersiapkan oleh pihak Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Yogyakarta. Konten-konten promosi biasanya memuat profil perpustakaan dan layanan perpustakaan. Selain menyiapkan konten, pihak Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Yogyakarta juga terlebih dahulu menentukan sasaran yang ingin dituju sehingga kemasan promosi dapat disesuaikan. Berikut wawancara bersama Bapak Triyanta :

“Jadi kan kita harus menyiapkan profilnya seperti apa. Kemudian setelah profile, apa yang akan kita sasar. Kemudian activity kita tu apa. Nah berdasarkan profile kita, sasaran kita dan kemudian activity kita apa akan kita menuju ke objek daripada lokasi. Contoh misalkan sasaran kita para pengusaha, disini kita akan promosikan pembinaan kita, perpustakaan sekolah, perpustakaan instansi kita undang, kita siapkan materinya.” (Pak Triyanta, Kepala Seksi Pengembangan Perpustakaan dan Permayarakatan Budaya Baca, 10 Mei 2017).

Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Yogyakarta juga melakukan evaluasi pada promosi-promosi yang telah dilakukan. Hal tersebut bertujuan agar promosi-promosi ke depannya menjadi lebih baik dan sebagai ajang komunikasi dua arah antara pihak perpustakaan dan masyarakat. Evaluasi promosi dilakukan dengan melakukan dialog terbuka dan dilaksanakan setiap

akhir tahun. Sesuai dengan pernyataan yang disampaikan oleh Kepala Seksi Pengembangan Perpustakaan sebagai berikut :

“Kita juga melakukan evaluasi promosi juga. Jadi setiap akhir tahun kita ada satu event evaluasi kegiatan. Kita undang relasi relasi kita semacam ada dialog terbuka. Apa yang mereka kehendaki. Di samping itu, juga kita ada promosi terpajang di pintu masuk itu. Ada namanya siska, sesi informasi pustaka itu juga menjadi salah satu promosi. Itu menjadikan alat komunikasi dua arah. Baik kami ke mereka atau mereka ke kami. Masukannya seperti apa dan itu mesti tindak lanjuti.” (Pak Triyanta, Kepala Seksi Pengembangan Perpustakaan dan Permayarakatan Budaya Baca, 10 Mei 2017).

Selama melaksanakan kegiatan promosi, Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Yogyakarta juga mengalami beberapa hambatan. Hambatan utama ialah terkait dengan keuangan. Sering mengalami kendala yang berkaitan dengan dana untuk kegiatan promosi. Karena promosi juga membutuhkan dana yang cukup besar. Oleh karena itu, promosi yang dilakukan disesuaikan dengan dana yang disediakan. Berikut wawancara yang dilakukan bersama Bapak Triyanta :

“Kalau kendala sih memang kendala klasik keuangan juga. Untuk promosi yang terus menerus, event sekala besar tv selagi slot tv kan 48 juta setengah jam dan kita tidak mampu untuk dana itu dan paling kita sampaikan ke balkot. Disampaikan humas yang menyediakan dana itu sehingga kita dikasih ranah untuk promosi media tv lokal. Satu kali, durasi satu jam. Kemudian kalau ke KR kan memang promosi media cetak itu kan harusnya tidak berbayar tapi ya juga ternyata berbau uang gitu.” (Pak Triyanta, Kepala Seksi Pengembangan Perpustakaan dan Permayarakatan Budaya Baca, 10 Mei 2017).

Kendala lainnya yang dihadapi oleh Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Yogyakarta terkait dengan promosi yang dilakukan adalah kemampuan

Sumber Daya Manusia (SDM)-nya. Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Yogyakarta tidak memiliki SDM yang secara khusus melaksanakan kegiatan promosi sehingga promosi yang dilakukan belum cukup maksimal. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan yang disampaikan oleh Bapak Triyanta sebagai berikut :

“Kemudian selain dana kan kemampuan SDM. Terus terang kita tidak mempunyai SDM yang memang sangat konsen terhadap promosi itu seperti apa to. Orang-orang public relation kita tidak punya. Rata-rata temen tipenya adalah perpustakaan diploma, s1, s2 perpustakaan sehingga mereka promosi di bagian studi pemerintah. Kemudian juga kita punya kendala dalam komunikasi langsung. Alat-alatnya terbatas. Jadi kalo kita berbicara tentang kendala maka dari aspek itu.” (Pak Triyanta, Kepala Seksi Pengembangan Perpustakaan dan Permayarakatan Budaya Baca, 10 Mei 2017).

Keberhasilan dalam penyelenggaraan perpustakaan juga tergantung pada pengelolanya. Agar perpustakaan dapat berjalan dengan baik, perpustakaan juga membutuhkan sejumlah orang atau tenaga yang terampil dan profesional. Karena setiap orangnya akan ditempatkan di tempat yang berbeda- beda dalam pengelolaan atau pengurusan sebuah perpustakaan. Karena harus menyesuaikan kebutuhan masyarakat yang datang dan bertanya kepada setiap para petugas layanan perpustakaan. Sumber daya manusia pengelola sangat dibutuhkan pada setiap perpustakaan. Tidak hanya perpustakaan tertentu saja namun hampir semuanya perpustakaan membutuhkan sdm yang cukup untuk dapat mengelola sebuah perpustakaan. Secara umum sumber daya manusia pengelola perpustakaan juga harus mempunyai minat di bidang kerja perpustakaan.

Perpustakaan Kota juga masih kurang dalam pengelolaan perpustakaan hal ini dikarenakan kemampuan SDM yang masih kurang mengenai perpustakaan. Karena kemampuan dalam pengelolaan perpustakaan di perpustakaan juga cukup tinggi. Karena kemampuannya juga harus melalui pendekatan pribadi

yang baik. Perpustakaan Kota juga masih kurang sdm yang mengetahui tentang public relation karena kendalanya teman-teman di bagian public relation di tempatkan pada promosi pemerintahan Kota bukan di perpustakaan. Dan alat komunikasi yang digunakan pada perpustakaan Kota juga masih terbatas.

Tabel 3.3

Rincian Event pada Dinas Perpustakaan Kearsipan Jogja Tahun 2017

1.	LOMBA PERPUSTAKAAN SEKOLAH	
	Diskripsi	: Undang-Undang Nomor 43 Tahun 2007 tentang Perpustakaan mengamanatkan bahwa setiap satuan pendidikan agar mengupayakan fasilitas perpustakaan sekolah. Sebagai satu-satunya penyelenggara perpustakaan umum di wilayah Kota Yogyakarta, DPK Kota Yogyakarta bertanggung jawab untuk ikut berperan serta dalam membina perpustakaan sekolah. Dalam rangka meningkatkan kualitas perpustakaan sekolah, sekaligus sebagai wahana pembinaan, maka diselenggarakan lomba perpustakaan sekolah tahun 2017.
	Pelaksanaan	: Bulan April-September (6 bulan) 2017
	Anggaran	: Rp 27.000.000,-
	Tujuan	: Meningkatkan kualitas pengelolaan perpustakaan di tingkat SD/MI di wilayah Kota Yogyakarta
	Pelaksanaan	: Bentuk lomba berupa penilaian terhadap aktifitas perpustakaan baik secara administrasi maupun pelaksanaan perpustakaan dan kepustakawanan di sekolah.
	Materi lomba	: Penilaian aktifitas perpustakaan menyangkut aktifitas aspek-aspek perpustakaan meliputi:

			1. Status, Kedudukan dan SDM Perpustakaan 2. Sarana dan Prasarana 3. Koleksi Bahan Pustaka 4. Layanan Koleksi 5. Pengolahan dan Konservasi Bahan Pustaka 6. Anggaran Perpustakaan 7. Jaringan Kerjasama dan Pengembangan Perpustakaan
	Hasil	:	Terpilihnya beberapa sekolah SD terbaik 1-3 sebagai berikut: 1. Kategori SD Negeri, yaitu SDN Golo Yogyakarta; SDN Ungaran Yogyakarta; SDN Tegaltrejo 1 Yogyakarta 2. Kategori SD Swasta, yaitu SD Muhammadiyah Sapen Yogyakarta; SDIT Luqman Al-Hakim Yogyakarta; SD Muhammadiyah Wirobrajan 3 Yogyakarta
	Evaluasi	:	Perlu kesinambungan kegiatan lomba perpustakaan sekolah agar mutu penyelenggaraan perpustakaan sekolah dapat meningkat.
2.	LOMBA BERCERITA SISWA SD TINGKAT KOTA TAHUN 2017		
	Diskripsi Kegiatan	:	Dalam menumbuhkan gemar membaca dan rasa cinta tanah air siswa, DPK Kota Yogyakarta menyelenggarakan sebuah Lomba bercerita bagi siswa SD/MI se-Kota Yogyakarta Tahun 2017 dengan materi cerita diambil dari buku cerita rakyat nusantara, khususnya Daerah Istimewa Yogyakarta.

		Lomba ini berjenjang dari tingkat kabupaten/kota hingga tingkat nasional. Diharapkan dengan adanya lomba ini, disamping menumbuhkan budaya membaca juga menumbuhkan kecintaan akan tanah air, sehingga akan semakin memperkuat rasa persatuan dan kesatuan bangsa.
	Pelaksanaan	: Maret 2017 (1 bulan) , final 05 Maret 2017
	Anggaran	: Rp. 23.800.000
	Dasar Pelaksanaan	: 1. Undang-Undang No. 43 Tahun 2007 tentang Perpustakaan Bab XIII Pasal 48(1) mengisyaratkan bahwa pembudayaan kegemaran membaca dilakukan melalui tiga jalur yaitu keluarga, satuan pendidikan, dan masyarakat. 2. Gemar membaca semestinya menjadi suatu kegiatan sejak dini yang berkesinambungan. Hal tersebut menumbuhkan kebiasaan berbekal pendampingan yang baik dari orang tua maupun guru di sekolah. 3. Pertumbuhan budaya baca siswa dapat didorong dengan penyediaan bahan bacaan yang bermutu dan menarik minat siswa. 4. Bahan bacaan yang baik dan bermutu adalah bahan bacaan yang mampu memberikan manfaat bagi perkembangan mental, moral dan mengandung unsur pendidikan karakter siswa. 5. Bahan bacaan seperti buku cerita rakyat nusantara, buku cerita kepahlawanan dapat memberikan manfaat dalam membangun karakter anak dan menumbuhkan rasa cinta tanah air dan nasionalisme siswa yang dewasa ini semakin pudar.

	Tujuan	:	1. Tujuan umum adalah untuk mengembangkan budaya gemar membaca pada siswa; serta menumbuhkan rasa nasionalisme siswa. 2. Tujuan khusus adalah untuk meningkatkan minat baca siswa tentang buku-buku cerita budaya daerah dan sejarah; menumbuhkan rasa nasionalisme dan kecintaan akan budaya lokal dengan cerita rakyat nusantara; serta meningkatkan rasa percaya diri dan memotivasi siswa untuk berprestasi.
	Ketentuan lomba	:	Setiap sekolah hanya boleh mengirimkan maksimal 1 peserta putra dan 1 peserta putri.
	Sasaran Peserta	:	Siswa kelas 4 dan atau 5 utusan Sekolah Dasar Negeri/Swasta di wilayah Kota Yogyakarta, yang mendaftarkan diri, dikelompokkan dalam 2 kategori (kategori A adalah peserta putra, kategori B adalah peserta putri).
	Hasil	:	Diikuti 62 peserta putri dan 44 peserta putra dengan terpilih 5 peserta terbaik putra dan 5 peserta terbaik putri. Adapun urutan hasil peserta terbaik (1-5) Kategori putra : Kelvin Valerian (SD Muh Wirobrajan 3); Gede Narendra (SDN Timuran); Tamam Nauval (SD Muh Sapan 1); Akinza Chevalier (SDN Pujokusuman 1); Rangga Diaz (SD Muh Tegalrejo). Sedangkan kategori Putri Fathin Ajwa I (SD Muh Suronatan); Naura Izzati A (SD Muh Wirobrajan 3); Annisa Nuraini (SDN Terbansari); Rr Mahasasi D (SDN Serayu); Rr Nadia Marfath (SDN Gedongkiwo).
	Evaluasi	:	Kegiatan lomba ini menjadi salah satu agenda utama gerakan literasi di sekolah yang bertujuan

			untuk meningkatkan minat baca, tulis dan bicara anak Indonesia agar mereka nantinya menjadi warga negara yang cerdas serta berwawasan luas. Kegiatan ini sekaligus diharapkan menjadi kegiatan nyata dalam meningkatkan budaya baca masyarakat Kota Yogyakarta.
3.	Persiapan Lomba Bercerita Tk. Propinsi		
	Diskripsi Kegiatan	:	Dalam rangka memberikan apresiasi peserta Lomba siswa bercerita yang memperoleh predikat juara I kategori putera dan juara 1 kategori Puteri untuk mengikuti lomba sejenis ditingkat propinsi DIY
	Pelaksanaan	:	April - September 2017, Pendampingan intensif selama 1 bulan
	Anggaran	:	Rp. 4.070.000
	Tujuan	:	1. Meningkatkan kemampuan literasi siswa. 2. Menjadikan keteladanan berapresiasi literasi membaca menulis bagi siswa lainnya.
	Hasil	:	1. Utusan dari Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Yogyakarta kategori siswa putri atas nama Fathin Ajwa Isnaini menjadi juara I Tk Propinsi, sekaligus juara Nasional. 2. Utusan dari Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Yogyakarta kategori siswa putra atas nama Kelvin Valerian menjadi juara II Tk Propinsi.
	Evaluasi	:	Perlunya dukungan sekaligus kerjasama yang baik antara DPK Kota Yogyakarta, BPAD DIY, orang tua siswa, serta pembimbing dalam

			menghantarkan siswa maju ke jenjang yang lebih tinggi.
4.	Festival Literasi		
	Diskripsi Kegiatan	:	Festival Literasi diselenggarakan dalam rangka menyemarakkan Hari Kunjung Perpustakaan (14 September). Kegiatan ini dalam upaya mengingatkan kembali masyarakat akan arti pentingnya perpustakaan untuk mereka manfaatkan/kunjungi sebagai sarana pencerdasan bangsa. Berbagai kegiatan dikemas agar masyarakat tergerak untuk memanfaatkan Perpustakaan Kota Yogyakarta.
	Pelaksanaan	:	Selama 1 bulan. Pada bulan September 2017, berupa serangkaian kegiatan literasi dalam upaya menyambut hari kunjung perpustakaan 14 September 2017. Kegiatan ini terdiri dari serangkaian kegiatan, antara lain: 1. Workshop kepenulisan bagi siswa SLTP se-Kota Yogyakarta, sejumlah 50 orang dengan pemateri utama bertema membuat artikel layak terbit, literasi informasi berbasis TI oleh Heri Habibur Hakim dan ST Kartono. Bertempat di Lt 2 Perpustakaan kota Yogyakarta. 2. Diskusi Komunitas; dilaksanakan pada hari Kamis, tanggal 14 September 2017 jam 08.00-11.00 wib. Kegiatan ini berupa forum sarasehan antar perpustakaan sekolah dalam upaya mendukung Gerakan Literasi Sekolah melalui Pojok Baca Sekolah. 3. Semarak Hari Kunjung Perpustakaan

		Kegiatan ini dilaksanakan pada hari Kamis, 14 September 2017 di Perpustakaan Kota Yogyakarta, mulai jam buka (08.00 wib) sampai dengan jam tutup layanan (20.00 wib). Adalah berupa penjelasan/sosialisasi kepada masyarakat akan arti pentingnya perpustakaan untuk mereka manfaatkan. Seiring bertepatan dengan hari kunjung perpustakaan, maka hari istimewa tersebut personalia meningkatkan mutu layanan. Agar masyarakat lebih tertarik mengunjungi perpustakaan, maka disiapkan welcome drink, serta beberapa undian yang menarik yang dimiliki oleh Perpustakaan Kota Yogyakarta. 4. Apel Besar Hari Kunjung Perpustakaan Dilaksanakan pada hari Senin, 18 september 2017 di Halaman Balaikota Yogyakarta. Apel besar ini diikuti oleh segenap jajaran pegawai di lingkup Pemerintah Kota Yogyakarta dengan Inspektur Upacara Bapak Walikota Yogyakarta. Kegiatan ini bertemakan Hari Kunjung Perpustakaan tahun 2017. Apel Besar juga diisi dengan pembagian hadiah lomba perpustakaan sekolah tingkat SD/MI dan Lomba Perpustakaan Khusus di lingkup Pemerintah Kota Yogyakarta
	Anggaran	: Rp 4.930.000,-
	Tujuan	: Meningkatkan kepedulian masyarakat Kota Yogyakarta dan sekitarnya akan arti pentingnya

			perpustakaan sebagai pusat pembelajaran masyarakat sepanjang hayat.
	Evaluasi	:	Perlu kesinambungan kegiatan Festival Literasi agar masyarakat dan pemustaka memberikan perhatian khusus terhadap hari istimewa berupa Hari Kunjung Perpustakaan
4.	Pembacaan Cerita di radio		
	Diskripsi Kegiatan		Memberikan apresiasi kepada finalis (5 Besar) juara lomba siswa bercerita kategori putera dan kategori putri untuk lebih meningkatkan literasi membaca dengan membaca cerita pada radio RRI Yogyakarta sub radio anak. Juga sebagai media berekspresi seni melalui media elektronik agar mempunyai kompetensi <i>value</i> diri
	Pelaksanaan	:	Persiapan sampai dengan pelaksanaan selama 6 bulan (April-September) 2017. Rekaman dan siaran bulan September 2017
	Anggaran	:	Rp. 7.500.000,-
	Tujuan	:	Meningkatkan kemampuan literasi membaca siswa/anak
	Hasil	:	Peran serta dalam membaca cerita di radio RRI Yogyakarta oleh 5 siswa putera dan 5 siswa puteri. Judul cerita yang dibawakan antara lain Terjadinya Danau Toba; Legenda Ikan Patin; Legenda Pulau Kemaro; Asal usul Batang Aren; Legenda Pulau Sanua; Asal Mula Kota Cianjur; Legenda Gunung Tidar; Terjadinya Selat Bali; Asal Mula bukit Catu; Asal-Usul Sungai Landak.

			Cerita lainnya adalah Legenda Bukit Kelam; Legenda Sumber Garam Sepang; Legenda Gunung Batu Bangkai; Legenda Pesut mahakam; Legenda Danau Lipan; Asal Usul Pohon Sagu dan Palembang; Asal Mula Tenaga Biru; Asal Usul Nama Irian; Asal Usul Burung Cendrawasih.
	Evaluasi	:	Ber-ekspresi melalui bercerita/membaca cerita melalui media elektronik bagi siswa harus senantiasa dikembangkan. Karena hal tersebut sangat positif bagi pengembangan karakter anak.
5.	Sanggar Menulis Cahaya		
	Diskripsi Kegiatan	:	Dalam upaya memupuk sekaligus mengembangkan kecintaan anak akan membaca dan menulis, Perpustakaan Kota Yogyakarta memberikan wadah kepenulisan anak Sanggara Menulis Cahaya (SMC). Pelatihan menulis tersebut bekerjasama sama dengan Forum Penggiat Kepenulisan Anak dan Remaja “Forum Lingkar Pena (FLP)” cabang Yogyakarta, sub divisi Kreatif Writing Circle (CWC). Keanggotaan SMC berasal dari seleksi siswa SD Kelas 4-6 se-Kota Yogyakarta yang terpilih sejumlah 40 siswa. Siswa SMC diberikan pelatihan selama 20 kali tatap muka, dimana pada akhirnya akan menghasilkan antologi karya dalam sebuah buku.
	Pelaksanaan	:	Bulan Maret-Nopember 2017
	Anggaran	:	Rp. 19.330.000,-

	Tujuan	:	1. Meningkatkan minat dan budaya anak untuk membaca sekaligus menulis secara menyenangkan 2. Menkuatkan karakter siswa melalui kemampuan menulis-membaca
	Evaluasi	:	Variasi materi, kejelasan kurikulum, keberimbangan antar personal pada tiap sekolah sepatutnya ditingkatkan agar kualitas peserta semakin meningkat
6.	Diskusi Buku		
	Diskripsi Kegiatan	:	Kebiasaan membaca buku dapat dimulai dari rasa ketertarikan terhadap isi buku beserta manfaat buku tersebut. Berawal dari buku itu, maka perlu adanya penilaian terhadap buku secara keseluruhan melalui acara diskusi buku. Diskusi buku dalam kerangka yang lebih luas daripada bedah buku, karena bukan hanya pada fokus mereview buku yang ada. Lebih dari itu, maka tema dari buku tersebut menjadi topik pembahasan diskusi selanjutnya.
	Pelaksanaan	:	Pada Bulan Pebruari, Maret, April, Mei, Agustus, September 2017 (6 bulan)
	Anggaran	:	Rp17.780.000,-
	Tujuan		Untuk memasyarakatkan kegemaran membaca buku di kalangan pemustaka dan masyarakat umum.
	Hasil Kegiatan	:	1. Diskusi Buku SMC angkatan ke-8, Jumat 17 Pebruari 2017 dengan peserta 57 orang

		2. Diskusi Buku “Resep Membuat Jagad Raya, Selasa 14 Maret 2017 dengan peserta 60 orang 3. Diskusi Buku Rahasia Cinta dan Cerita Lainnya, Rabu 19 April 2017 diikuti oleh 60 orang 4. Diskusi Buku Aplikasi Teknologi Informasi di Perpustakaan, Kamis 18 Mei 2017 diikuti oleh 44 orang 5. Diskusi Buku Cerita Penaku, Jumat 11 Agustus 2017 diikuti oleh 61 orang 6. Diskusi Buku Lets Travel Kamis 7 September 2017 diikuti oleh 60 orang
	Evaluasi	Perlu kegiatan yang berkesinambungan dan secara masif akan adanya kegiatan diskusi buku sebagai alat untuk meningkatkan pemberdayaan masyarakat sebagai tonggak perpustakaan aktifasi, yaitu perpustakaan umum yang mampu meningkatkan tata nilai, daya upaya masyarakat melalui media bahan pustaka.
7.	Diskusi Konunitas	
	Dikripsi Kegiatan	: Kegiatan diskusi komunitas dalam rangka mengenalkan kepada masyarakat bahwa perpustakaan bukan semata mata tempat membaca. Lebih dari itu perpustakaan merupakan pusat belajar masyarakat tanpa membedakan umur jenis kelamin, ras dan golongan. Diskusi apapun dapat diselenggarakan di perpustakaan dengan bahan pustaka menjadi

			salah satu referensi dalam upaya pemberdayaan masyarakat.
	Pelaksanaan	:	Diskusi komunitas dilaksanakan 2 kali (2 bulan), yaitu pada tanggal 17 maret 2017 dan 14 September 2017 (berkaitan dengan hari kunjung perpustakaan)
	Anggaran	:	Rp. 5.300.000,-
	Tujuan	:	Menjadikan perpustakaan kota menjadi perpustakaan yang dinamis
	Hasil	:	Terlaksananya kegiatan diskusi komunitas, antara lain: 1. Komunitas Ibu-Ibu, mengangkat tema “Kreasi jilbab cantik dan modis” dengan tim Kreasi WARDAH, diikuti oleh 42 orang peserta. 2. Komunitas perpustakaan sekolah, mengangkat tema “Pojoy Baca Siswa” dengan narasumber penggerak literasi sekolah Septi Suciani dan Anna Nurhayati.
	Evaluasi	:	Banyaknya komunitas aktif di Kota Yogyakarta seyogyanya Perpustakaan dapat lebih aktif melakukan berbagai diskusi komunitas, hanya dikarenakan keterbatasan anggaran maka kesempatan tersebut belum mampu diraih oleh seksi pengembangan perpustakaan.
8.	Program Bank Buku		
	Diskripsi Kegiatan	:	Bank Buku diselenggarakan dalam upaya meningkatkan kepedulian masyarakat akan arti penting buku sebagai referensi pemberdayaan

			masyarakat sekaligus meningkatkan akses ketersebaran buku di masyarakat
	Pelaksanaan	:	Bulan Januari-Desember 2017 (12 bulan)
	Anggaran		Rp. 12.625.000,-
	Tujuan	:	Meningkatkan minat baca masyarakat
	Hasil	:	Tereasisasinya program Bank Buku, berupa mengumpulkan Buku dari counter-counter yang ada di 8 titik di wilayah Kota Yogyakarta, dimana selanjutnya diserahkan kepada berbagai pihak yang membutuhkan, baik di wilayah Kota Yogyakarta dan sekitarnya, bahkan diwilayah luar Jawa. Sampai Bulan Nopember 2017 jumlah donasi yang ada sejumlah 87925 eksemplar, serta disalurkan sejumlah 87559 eksemplar.
	Evaluasi	:	Kegiatan Program Bank Buku senantiasa harus terus didengungkan ke segenap lapisan masyarakat agar nantinya terjadi keseimbangan sekaligus ketersebaran bahan pustaka buku di tengah-tengah masyarakat. Juga adanya berbagai kegiatan dalam upaya menguatkan program Bank Buku seperti gerakan PNS Peduli Buku, Mahasiswa-Pelajar Peduli Buku; Masyarakat Peduli Buku, Penerbit Peduli Buku dan sebagainya.
9.	Liburan di Perpustakaan Kota		
	Diskripsi Kegiatan	:	Guna memberikan liburan alternatif yang murah, mudah, menyenangkan, edukatif bagi anak maka Perpustakaan Kota Yogyakarta

		menyelenggarakan kegiatan Liburan di Perpustakaan Kota.
	Pelaksanaan	Selama 1 bulan: 1. Liburan di Perpus Kota ke-9 pada tanggal 4-7 Juli 2017 , dengan tema “cinta keluarga, lingkungan, seni-budaya” 2. Movie maker dengan tema “Asyiknya Membuat Film” pada tanggal 4-7 juli 2017 3. Junior Smart Camp pada tanggal 9 Juli 2017, Lokasi: hutan wisata pinus, Imogiri Bantul
	Anggaran	: Rp 44.120.000,-
	Tujuan	1. Tujuan Umum: Meningkatkan semangat kebangsaan, cinta budaya, dan lingkungan bagi anak-anak Indonesia 2. Tujuan Khusus: a. Mengisi waktu liburan sekolah dengan kegiatan yang bermanfaat. b. Menanamkan cinta tanah air c. Mengenalkan keragaman budaya Indonesia. d. Mengembangkan interaksi, rasa kepedulian antar sesama peserta. e. Meningkatkan imajinasi dan daya kreasi anak-anak. f. Lebih mengenalkan dan mendekatkan anak-anak dengan perpustakaan. g. Mengembangkan budaya baca sejak dini.
	Hasil Kegiatan	: 1. Pelaksanaan Liburan di PerpusKota tahun 2017, diikuti oleh 50 siswa dengan pengampu dari Komunitas Sekolah Gadjah Wong.

			2. Pelaksanaan Movie Maker tahun 2017, diikuti oleh 50 Siswa dengan Pengampu Komunitas Sedekah Laut 3. Pelaksanaan Junior Smart Camp, diikuti oleh 50 siswa dengan pengampu dari Forum Longkar Pena.
	Evaluasi		1. Adanya variasi materi kegiatan perlu terus diupayakan demi meningkatkan kualitas kegiatan. 2. Mencari area alternatif dengan tidak meninggalkan icon Perpus Kota untuk kegiatan Movie Maker dan JSC. 3. Mencari area out bound yang murah, murah, rekreatif serta terjangkau hendaknya terus diupayakan.
10.	Lomba Perpustakaan khusus Instansi		
	Diskripsi	:	Berbagai upaya dilakukan oleh DPK Kota Yogyakarta guna meningkatkan kualitas Perpustakaan Khusus/Instansi. Salah satu wujud pembinaan adalah Lomba Perpustakaan dengan melibatkan semua perpustakaan di SKPD lingkup Kota Yogyakarta. Hal ini dilakukan agar terdapat kesamaan pembinaan, sekaligus mampu melihat aktifitas perpustakaan secara riil tanpa adanya polesan dalam kerangka lomba. Tahap pertama Lomba Perpustakaan Khusus Instansi yaitu sosialisasi dan pengisian instrumen lomba. Kemudian DPK Kota Yogyakarta akan melaksanakan verifikasi lapangan terhadap instrumen lomba dan dilanjutkan dengan tahap

			terakhir yaitu penentuan hasil verifikasi terhadap instrumen lomba dan pengumuman lomba.
	Tujuan	:	Meningkatkan kualitas pengelolaan perpustakaan di tingkat OPD/Unit Kerja pada Pemerintah Kota Yogyakarta
	Pelaksanaan	:	Bulan Maret-September 2017, dengan efektifitas selama 6 bulan. Bentuk lomba berupa penilaian terhadap aktifitas perpustakaan baik secara administrasi maupun pelaksanaan perpustakaan di OPD/Unit Kerja. Penilaian aktifitas perpustakaan menyangkut aktifitas aspek-aspek perpustakaan meliputi: Status, Kedudukan dan SDM Perpustakaan; Sarana dan Prasarana; Koleksi Bahan Pustaka; Layanan Koleksi; Pengolahan dan Konservasi Bahan Pustaka; Anggaran Perpustakaan; dan Jaringan Kerjasama dan Pengembangan Perpustakaan
	Anggaran	:	Rp 35.400.000,-
	Hasil	:	Terpilihnya juara I, II dan III yang terbagi dalam 5 (lima) kategori, yaitu: 1. Kategori Dinas, Badan, Sekretariat Dewan, Inspektorat, RSUD (terbaik 1-3) yaitu Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta; RSUD Kota Yogyakarta; Dinas Kesehatan Kota Yogyakarta. 2. Kategori Bagian, BPBD, Kantor Kesbang (terbaik 1-3) yaitu Bagian Protokol Setda Kota Yogyakarta; Bagian Organisasi Setda

			Kota Yogyakarta; Bagian Hukum Setda Kota Yogyakarta 3. Kategori : Kecamatan (terbaik 1-3) yaitu Kecamatan Kotagede; Kecamatan Danurejan; kecamatan Umbulharjo 4. Kategori : Puskesmas (terbaik 1-3) yaitu Puskesmas jetis; Puskesmas Kotagede 1; Puskesmas Pakualaman 5. Kategori : Kelurahan (terbaik 1-3) Kelurahan Ngupasan; Kelurahan Muja Muju; Kelurahan Mantrijeron
	Evaluasi	:	Perlu kesinambungan kegiatan lomba perpustakaan Khusus Instansi agar mutu penyelenggaraan perpustakaan OPD/Unit Kerja dapat meningkat.
11.	Ramadhan di Perpustakaan		
	Diskripsi	:	Dalam rangka peningkatan semangat keberagaman pada bulan Ramadhan di kalangan pegawai DPK Kota Yogyakarta, pustakawan dan para penggiat literasi perpustakaan melaksanakan acara Ramadhan di Perpustakaan Kota Yogyakarta.
	Tujuan	:	Untuk meningkatkan keimanan dan ketakwaan melalui kegiatan literasi informasi .
	Anggaran	:	Rp 2.920.000,-
	Pelaksanaan	:	Persiapan sampai dengan pelaksanaan selama 1 bulan. Acara Ramadhan di Perpustakaan Kota Yogyakarta dilaksanakan di halaman Perpustakaan Kota Yogyakarta mulai pukul pada

			hari Jumat, 8 Juni 2017 jam 16.30 Wib sd 18.00 Wib.
	Hasil		Diikuti oleh personalia DPK Kota Yogyakarta sebanyak 60 orang
	Evaluasi	:	Perlu kesinambungan kegiatan Ramadhan Di Perpustakaan Kota Yogyakarta sebagai bagian dari upaya pengembangan budaya baca.
12.	Lomba Minat baca		
	Diskripsi	:	Seiring dengan fungsi perpustakaan umum sebagai sumber belajar, maka Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Yogyakarta melaksanakan Lomba Minat Baca dimana pada tahun ini dengan menyentuh segmentasi pengelola perpustakaan sekolah di tingkat Kota Yogyakarta. Dengan kegiatan tersebut, diharapkan akan semakin meningkatkan eksistensi Yogyakarta sebagai Kota Pendidikan dimana dikuatkan dengan tingginya kemampuan literasi para pengelola perpustakaan sekolah di wilayah Kota Yogyakarta.
	Pelaksanaan	:	Selama 1 bulan, pelaksanaan tanggal 4-30 Mei 2017
	Anggaran	:	Rp 6.200.000,-
	Tujuan	:	Meningkatkan minat membaca dan menulis bagi masyarakat Kota Yogyakarta, terutama bagi guru dan pengelola perpustakaan.
	Hasil	:	Pemenang Lomba Minat Baca (urutan 1-3) adalah Lia mahmudah A.Md dengan judul artikel

			Meningkatkan Literasi Melalui Pojok Baca di SD Muhammadiyah Wirobrajan 3; Ernawati SIP dengan judul Pembelajaran Berbasis Peprustakaan Sekolah dengn Kurikulum 2013; Aditya Rizkia R dengan artikel Serunya Belajar di Perpustakaan.
	Evaluasi	:	Perlu kesinambungan kegiatan Lomba Minat Baca untuk meningkatkan minat baca masyarakat.
13.	Seminar Regional		
	Diskripsi	:	Seminar Regional merupakan usaha peningkatan kualitas SDM Perpustakaan Khusus dalam kerangka pertemuan ilmiah. Kegiatan ini diisi dengan pemahaman perpustakaan, kegiatan curah gagasan, dan informasi tentang kebijakan Pemerintah terhadap penyelenggaraan perpustakaan khusus.
	Anggaran	:	Rp 6.140.000,-
	Tujuan	:	Meningkatkan kualitas penyelenggaraan perpustakaan khusus instansi di lingkungan Pemerintah Kota Yogyakarta
	Pelaksanaan	:	Persiapan sampai dengan pelaksanaan selama 1 bulan. Dilaksanakan pada hari Rabu, 20 September 2017 jam 08.00-13.00 wib di Komplek Balaikota Yogyakarta. Seminar ini mengambil tema Optimalisasi Peran SDM dalam Pengelolaan Perpustakaan Khusus. Peserta seminar adalah para pengelola perpustakaan khusus di lingkup Pemerintah kota Yogyakarta sebanyak 70 orang

	Evaluasi	:	Perlu kesinambungan kegiatan penyelenggaraan perpustakaan khusus instansi di lingkungan Pemerintah Kota Yogyakarta agar mutu penyelenggaraan perpustakaan khusus instansi dapat meningkat.
14.	Forum Komunikasi Perpustakaan		
	Diskripsi	:	Forum Komunikasi Perpustakaan, merupakan forum silaturahmi antar perpustakaan umum kabupaten/Kota/Propinsi se-DIY. FORKOM ini dalam upaya saling sinergi antar perpustakaan anggota, saling bertukar informasi sekaligus media komunikasi BPAD DIY sebagai lembaga Pembina perpustakaan di tingkat daerah/propinsi. FORKOM dilaksanakan dua bulan sekali bergantian tiap anggota. Dengan menyatunya lembaga perpustakaan dan kearsipan pada tiap-tiap anggota maka mulai bulan Agustus kegiatan FORKOM diikuti oleh cluster perpustakaan dan kearsipan. Pada bulan Nopember 2017 DPK Kota Yogyakarta sebagai tempat penyelenggaraan FORKOM tersebut.
	Pelaksanaan	:	Selasa, 14 Nopember 2017.
	Anggaran	:	Rp 5.080.000.
	Tujuan	:	1. Sebagai media koordinasi dan informasi antar perpustakaan umum/BPAD DIY 2. Meningkatkan kompetensi SDM Perpustakaan dan kearsipan
	Hasil	:	Telah terselenggaranya FORKOM pada tanggal 14 Nopember 2017 diikuti oleh 75 orang peserta,

			mengangkat tema diskusi Inovasi di Lingkup Perpustakaan dan Kearsipan
	Evaluasi	:	Kesibukan antar anggota FORKOM, menjadikan kesulitan tersendiri masing-masing DPK se-DIY untuk mengikuti secara penuh.

*Sumber : Arsip Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota
Yogyakarta*

C. Komunikasi Pemasaran Balai Layanan Perpustakaan BPAD DIY

Balai Layanan Perpustakaan BPAD DIY melaksanakan kegiatan komunikasi pemasaran untuk meningkatkan jumlah pengunjung perpustakaan. Kegiatan komunikasi pemasaran Balai Layanan Perpustakaan BPAD DIY sesungguhnya tidak memiliki staf khusus. Hanya saja, sementara ini kegiatan tersebut dilaksanakan oleh Bidang Pelayanan Perpustakaan. Bidang Pelayanan Perpustakaan sementara ini melakukan kegiatan-kegiatan pemasaran, meliputi promosi dan publikasi.

Balai Layanan Perpustakaan BPAD DIY bahkan hanya berfokus pada kegiatan promosi semata sehingga tidak terlalu melaksanakan kegiatan pemasaran. Namun, publikasi tetap dilakukan dengan media yang dimiliki seadanya. Khususnya menggunakan media sosial perpustakaan, seperti Facebook dan Instagram. Pada dua media sosial tersebut, seringkali terjadi komunikasi dua arah sehingga terjadi pertukaran informasi antara masyarakat dengan perpustakaan. Informasi yang disampaikan kemudian sekaligus berusaha untuk memasarkan Balai Layanan Perpustakaan BPAD DIY. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan yang disampaikan dalam wawancara bersama Bapak Nasrul selaku Bagian Pelayanan Perpustakaan :

“Bagi yang punya akun facebook ya mereka di facebook. Kalau mereka punya instagram ya instagram. Kalau komunikasi mereka ya lumayan. Kalau mereka butuh bertanya, ya bertanya

di direct message.” (Pak Nasrul Wahid, Bagian Pelayanan Perpustakaan, 24 Mei 2017).

Dalam wawancara diatas, pemasar menggunakan media online untuk dapat berinteraksi dengan masyarakat. Dengan adanya media online tersebut pemasar dapat memberikan jawaban sesuai dengan pertanyaan yang mereka tanyakan melalui media online tersebut. Pihak perpustakaan pun mempunyai beberapa akun media sosial untuk dapat berinteraksi seperti facebook, instagram.

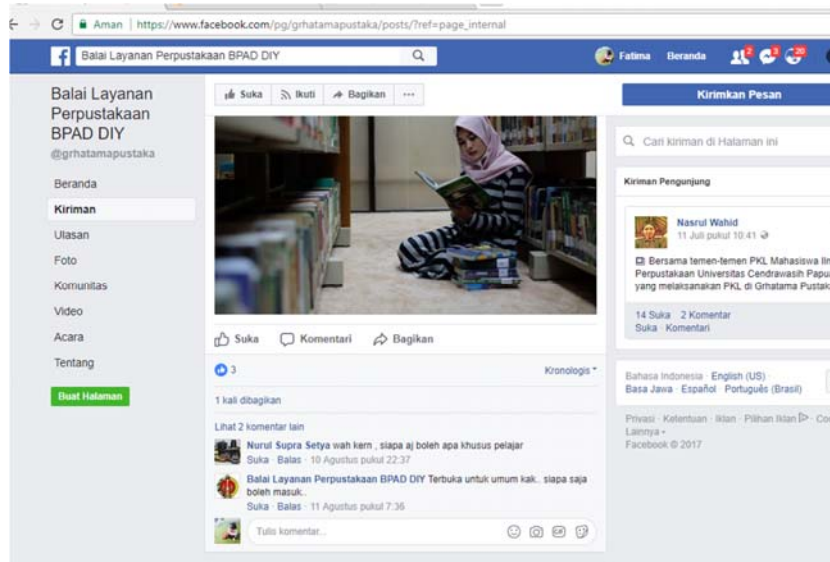
Gambar 3.8
Facebook Balai Layanan Perpustakaan BPAD DIY



Sumber : Facebook

Berikut ini interaksi yang dilakukan oleh pihak perpustakaan kepada masyarakat:

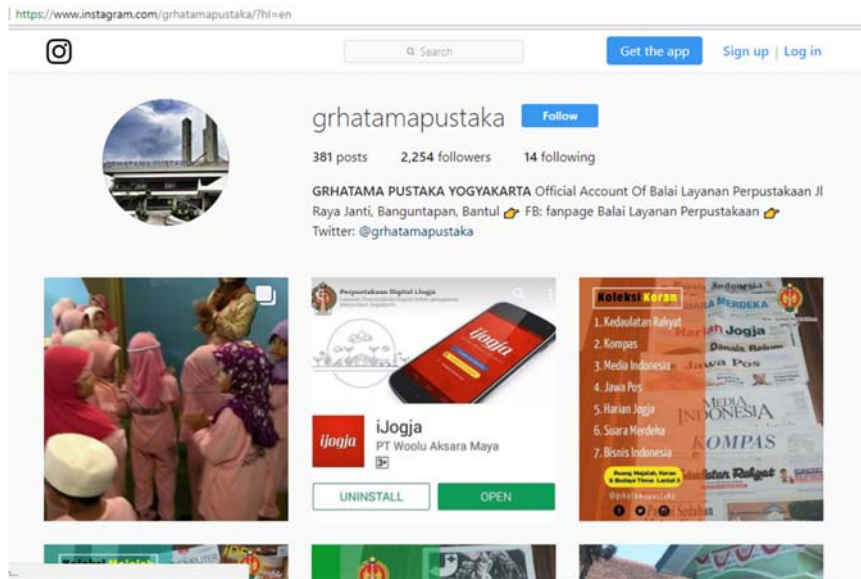
Gambar 3.9
Facebook Balai Layanan Perpustakaan BPAD DIY



Sumber : Facebook

Dalam gambar diatas pihak perpustakaan menjawab pertanyaan yang di tanyakan oleh masyarakat. Dalam akun Facebook Perpustakaan Ghratama masih banyak masyarakat yang kurang interaktif di dalam akun Facebook tersebut. Terdapat hanya bebrapa orang saja yang komentar dalam postingan Facebook. Pemasar pada umumnya masih kurang mengoptimalkan humas padahal program humas dirancang dengan baik agar mendapatkan elemen bauran promosi lainnya. Agar bauran promosinya lebih efektif. Sebagaimana dalam komunikasi pemasaran seorang pemasar harus bisa semaksimal mungkin untuk membuat khalayak tertarik dalam setiap pesan pemasar. Namun sudah terlihat dari beberapa postingannya di facebook khalayak belum terlalu banyak meresponnya. Ketertarikan masyarakat untuk melihat setiap postingan di Facebook bisa dikatakan rendah. Jadi masih banyak masyarakat yang belum tahu setiap postingan yang di *upload* di akun Facebook Perpustakaan Ghratama. Hal ini membuktikan bahwa pihak Perpustakaan menggunakan cara lain komunikasi pemasaran agar masyarakat mempunyai daya tarik tersendiri.

Gambar 3.10
Instagram Balai Layanan Perpustakaan BPAD DIY



Sumber : Instagram

Gambar 3.11
Instagram Balai Layanan Perpustakaan BPAD DIY



Sumber : Instagram

Gambar diatas juga menyatakan bahwa beberapa *followers* Instagram Perpustakaan Ghratama ada yang merespon dan ada yang tidak. Namun disetiap postingan foto ataupun video yang diunggah di Instagram tersebut cukup membuat masyarakat paham mengenai aktifitas atau kegiatan apa saja yang akan dilakukan dan sedang dilakukan perpustakaan. Berbagai macam program yang dilakukan perpustakaan untuk mempromosikan dan melindungi citra perusahaan atau produk individualnya. Setiap alat promosi mempunyai karakter dan biaya yang berbeda hal ini dikarenakan setiap perusahaan yang hanya mengandalkan satu atau dua alat promosinya untuk dapat mencapai tujuan komunikasinya. Untuk itu setiap pemasar harus bisa memadukan seluruh bauran pemasaran dapat mengefektifkan pesan komunikasinya kepada setiap konsumen. Apalagi di zaman maju seperti sekarang ini banyak munculnya jenis media baru dan tuntutan konsumen yang semakin canggih. Walau pengembangan zaman yang semakin maju dan teknologi yang semakin canggih setiap perusahaan tentunya menyesuaikan bauran komunikasi pemasaran terhadap konsumennya.

Gambar 3.12
Data Statistik Balai Layanan Perpustakaan BPAD DIY

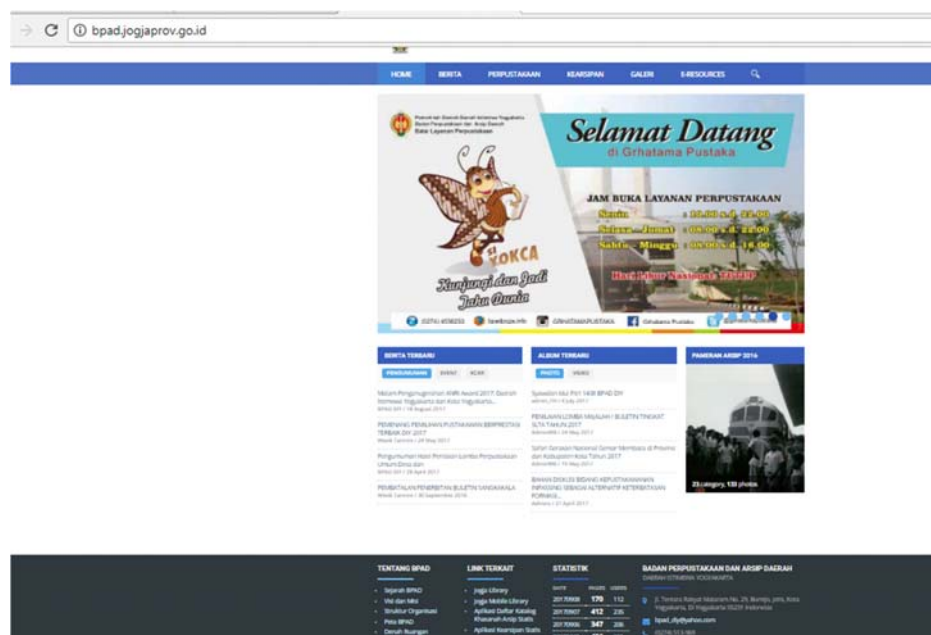
STATISTIK			BADAN PERPUSTAKAAN DAN ARSIP DAERAH	
			DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA	
DATE	PAGES	USERS		
20170908	170	112	Jl. Tentara Rakyat Mataram No. 29, Bumijo, Jetis, Kota Yogyakarta, Di Yogyakarta 55231 Indonesia bpad_diy@yahoo.com (0274) 513-969	
20170907	412	235		
20170906	347	206		
20170905	436	206		
Statistik				

Sumber : <http://bpad.jogjaprovo.go.id/>

Dari gambar diatas, masyarakat yang mengunjungi *website* Perpustakaan Ghratama masih terbilang sedikit. Dari empat hari mulai tanggal lima sampai delapan bukannya bertambah tetapi ada yang banyak dan ada yang sedikit. Seharusnya untuk *website* Perpustakaan Ghratama menambah tetapi ini justru naik turun. Hal ini membuktikan kurangnya promosi dalam *website* resminya tersebut.

Seharusnya dapat memperluas konsep komunikasi pemasaran pada *website* Perpustakaan Ghratama. Guna untuk komunikasi pemasaran yang luas agar tidak terlalu sempit dalam komunikasi pemasaran. Karena pasar sasaran dalam komunikasi pemasaran harus tepat dan sesuai dengan rencana yang sudah ditetapkan. Dengan adanya komunikasi pemasaran yang luas dapat menjalin suatu hubungan kepada masyarakat yang menerimanya. Dan juga dapat memantapkan loyalitas merek perusahaan (produk dan korporat). Mengembangkan komunikasi pemasaran yang efektif dalam suatu perpustakaan juga sangat diperlukan pada dasarnya. Karena dapat memaksimalkan daya tarik pelanggan atau pengunjung yang datang.

Gambar 3.13
Website Balai Layanan Perpustakaan BPAD DIY



Sumber : <http://bpad.jogjaprovo.go.id/>

Gambar diatas merupakan *website* resmi Perpustakaan Ghratama. Di *website* tersebut terdapat profil perpustakaan, berita, informasi mengenai seputar kegiatan

perpustakaan. Namun *website* Perpustakaan Ghratama hanya untuk memberikan sekedar informasi tanpa adanya kolom komentar untuk para visitor.

Terbatasnya kegiatan komunikasi pemasaran tersebut kemudian dinyatakan oleh pihak Balai Layanan Perpustakaan BPAD DIY tidak dapat diukur apakah memberi pengaruh pada jumlah pengunjung perpustakaan. Bapak Nasrul, “*Kita belum bisa mengukur, mengukur itu artinya ketika sudah pemasaran atau promosi besoknya mereka datang gara-gara ini itu belum pernah.*” (Pak Nasrul Wahid, Bagian Pelayanan Perpustakaan, 24 Mei 2017). Namun, untuk data yang dimiliki oleh Balai Layanan Perpustakaan BPAD DIY mengenai jumlah pengunjung perpustakaan mengalami peningkatan dari segi jumlah secara umum. Berikut data yang dimiliki oleh perpustakaan :

Tabel 3.4
Perkembangan Pengunjung di Balai Layanan Perpustakaan
BPAD DIY 2016

No.	Waktu Kunjungan	Status Pengunjung	Jumlah
1.	Desember 2016	Non Anggota	8.596
		Anggota	3.510
2.	November 2016	Non Anggota	5.354
		Anggota	2.825
3.	Oktober 2016	Non Anggota	6.093
		Anggota	3.552
4.	September 2016	Non Anggota	9.072
		Anggota	3.877
5.	Agustus 2016	Non Anggota	6.698
		Anggota	2.987
6.	Juli 2016	Non Anggota	4.471
		Anggota	2.101
7.	Juni 2016	Non Anggota	7.721
		Anggota	3.314
8.	Mei 2016	Non Anggota	8.693
		Anggota	3.596
9.	April 2016	Non Anggota	12.661
		Anggota	4.842
10.	Maret 2016	Non Anggota	13.181
		Anggota	5.669
11.	Februari 2016	Non Anggota	14.173
		Anggota	5.948
12.	Januari 2016	Non Anggota	10.113

	Anggota	2.645
Jumlah		151.692

Sumber : Arsip Balai Layanan Perpustakaan BPAD DIY

Sedangkan, jumlah pengunjung pada tahun 2017 disebutkan dalam data yang dimiliki oleh Balai Layanan Perpustakaan BPAD DIY sebagai berikut :

Tabel 3.5
Perkembangan Pengunjung di Balai Layanan Perpustakaan
BPAD DIY 2017

No.	Waktu Kunjungan	Status Pengunjung	Jumlah
1.	Januari 2017	Non Anggota	9.185
		Anggota	4.285
2.	Februari 2017	Non Anggota	9.110
		Anggota	4.426
3.	Maret 2017	Non Anggota	11.936
		Anggota	6.077
4.	April 2017	Non Anggota	8.513
		Anggota	4.129
5.	Mei 2017	Non Anggota	7.033
		Anggota	3.311
6.	Juni 2017	Non Anggota	3.688
		Anggota	2.289
7.	Juli 2017	Non Anggota	6.253
		Anggota	3.287
8.	Agustus 2017	Non Anggota	6.780
		Anggota	3.505
9.	September 2017	Non Anggota	9.749
		Anggota	4.760
10.	Oktober 2017	Non Anggota	11.758
		Anggota	5.398
11.	November 2017	Non Anggota	7.940
		Anggota	4.092
12.	Desember 2017	Non Anggota	7.113
		Anggota	3.390
Jumlah			150.698

Sumber : Arsip Balai Layanan Perpustakaan BPAD DIY

Tabel 3.6

**Rincian Event dan Kegiatan pada Balai Layanan Perpustakaan BPAD DIY
Tahun 2017**

1.	TELAAH PUSTAKA BUDAYA JAWA		
	Diskripsi	:	Badan Perpustakaan dan Arsip Daerah DIY adalah perpustakaan yang diterapkan sebagai koordinator Center of Excellence Budaya Jawa, drngan ruang lingkup informasi budaya jawa di wilayah jawa, meliputi Provinsi Jawa Barat, DKI Jakarta, Jawa Tengah, Jawa Timur, Banten dan Daerah Istimewa Yogyakarta. Dengan adanya informasi budaya yang dapat diakses dengan mudah oleh masyarakat diharapkan dapat menyerap unsur budaya asing tetap dapat mempertahankan dan memperkuat budaya lokal, sehingga budaya jawa dapat tumbuh berkembang sesuai kemajuan zaman dan bermanfaat bagi masyarakat maupun khalayak.
	Pelaksanaan	:	27 April 2017, 27 Juli 2017, 23 Agustus 2017, 19 September 2017, 24 Oktober 2017.
	Tujuan	:	Untuk mengelola dan mengembangkan bahan pustaka dan arsip sebagai warisan budaya.
	Pelaksanaan	:	Bentuk kegiatan ini berupa seminar yang diadakan di gedung perpustakaan ghratama dan mengundang pengunjung yang memiliki kartu anggota perpustakaan. Pengunjung yang tidak memiliki kartu anggota tidak bisa mengikuti kegiatan seminar tersebut. Dan terbatasnya kuota bagi pengunjung yang ingin mengikuti kegiatan seminar.
	Materi Kegiatan	:	Adapun beberapa materi yang disampaikan oleh pemateri seminar Telaah Pustaka Budaya Jawa :

			1. Lokal Konten Pustaka Sejarah dan Adat Istiadat Budaya Sunda 2. Pengembangan Koleksi Lokal Konten Center of Excellence 3. Lokal Konten Pustaka Budaya Madura 4. Wirausaha dalam Bidang Budaya Jawa 5. Lokal Konten Pustaka Daerah Banten dan Pengembangan Center of Excellence
	Hasil	:	Semua kegiatan yang dilakukan sudah dilaksanakan dengan baik dan maksimal serta tidak ada kendala yang berarti. Semua itu terlaksanakan oleh tim yang mampu bekerja dengan baik.
	Evaluasi	:	Pada tahun depan supaya lebih meningkatkan pelaksanaan telaah pustaka jawa, abstraksi koleksi budaya jawa untuk Jogja Istimewa.
2.	Kegiatan Hari Anak Nasional		
	Diskripsi Kegiatan	:	Kegiatan ini ditujukan kepada masyarakat Indonesia untuk memperingati Hari Anak Nasional (HAN) untuk merenungkan apa yang harus kita lakukana sebagai orang dewasa maupun orang tua untuk mewujudkan dunia anak agar lebih baik kedepannya. Yang diadakan pada setiap tahunnya dalam rangka mensejahterakan anak secara keseluruhan. Menggunakan pameran permainann tradisional.
	Pelaksanaan	:	29 Juli 2017
	Dasar Pelaksanaan	:	Menggunakan beberapa mainan tradisional untuk dijadikan pameran dan permainan kepada setiap pengunjung yang datang. Pengunjung yang datang pun boleh memainkan permainan yang disediakan oleh pihak perpustakaan.

	Tujuan	:	Agar anak-anak zaman sekarang mengetahui dan masih mengingat permainan dulu yang harus dilestarikan hingga saat ini
	Sasaran	:	Pengunjung yang datang
	Hasil	:	Masih banyak anak-anak yang menyukai pameran permainan tradisional sehingga ini berdampak pada ingatan anak-anak zaman sekarang
	Evaluasi	:	Akan dikembangkan dalam rangkaian acara pameran Hari Anak Nasional
3.	Kunjungan ke Perpustakaan Ghratama		
	Diskripsi Kegiatan	:	Kegiatan ini dilaksanakan ketika ada pihak sekolah lain yang ingin mengunjungi dan mengelilingi kegiatan apa saja yang dilakukan oleh perpustakaan ghratama.
	Pelaksanaan	:	13 Desember 2017
	Tujuan	:	Dari kegiatan promosi yang dilakukan oleh Perpustakaan Ghratama yaitu keliling perpustakaan dengan adanya kegiatan ini akan menambah jumlah pengunjung pada setiap harinya
	Hasil	:	Peserta yang mengikuti kegiatan ini berjumlah 400 peserta dari SMK Negeri 2 Magelang.
	Evaluasi	:	Untuk kedepannya akan sering diadakan kegiatan keliling perpustakaan atau kunjungan ke perpustakaan dari pihak instansi lainnya.
4.	Kunjungan ke Perpustakaan dari MAN 2 PONOROGO		
	Diskripsi Kegiatan	:	Kunjungan ke perpustakaan merupakan salah satu kegiatan yang dinantikan dari pihak perpustakaan dan instansi lain. Karena dengan adanya kunjungan dari sekolah maupun instansi lainnya membuat pihak perpustakaan sangat senang dan memperlihatkan apa

			saja kegiatan dan juga fasilitas yang dimiliki oleh pihak perpustakaan.
	Pelaksanaan	:	22 November 2017
	Tujuan	:	Memperlihatkan apa saja kegiatan dan fasilitas yang dimiliki oleh perpustakaan ghratama.
	Evaluasi	:	Perlu menambahkan beberapa kegiatan lainnya yang mencakup kegiatan promosi.
5.	Lomba Mading Tingkat SMP/MTs sederajat		
	Diskripsi Kegiatan	:	Kegiatan lomba ini dilaksanakan untuk mengenang nilai- nilai pahlawan. Peserta lomba adalah siswa sekolah lanjutan tingkatan pertama atau madrasah tsanawiyah kelas 7-9. Dan satu tim terdiri dari 3 orang anak (satu sekolah diperbolehkan mengirimkan lebih dari satu tim)
	Pelaksanaan	:	Pendaftaran : 6 – 17 November 2017 Pelaksanaan : 21 November 2017 Penilaian : 21 November 2017
	Anggaran	:	Pemenang akan mendapatkan hadiah sebesar Rp. 10.000.000,- ditambah sertifikat
	Tujuan	:	Variasi materi, kejelasan kurikulum, keberimbangan antar personal pada tiap sekolah sepatutnya ditingkatkan agar kualitas peserta semakin meningkat.
	Evaluasi	:	Variasi materi, kejelasan kurikulum, keberimbangan antar personal pada tiap sekolah sepatutnya ditingkatkan agar kualitas peserta semakin meningkat
6.	Pameran ARSI		
	Diskripsi Kegiatan	:	Kegiatan pameran yang dilaksanakan bertempat Sasana Hinggil Dwi Abad, kegiatan ini dilaksanakan untuk memperringati perjuangan semesta rakyat Yogyakarta

			menuju keistimewaan Yogyakarta. Dan juga untuk memperingati bulan kemerdekaan Indonesia.
	Pelaksanaan	:	23 – 29 Agustus 2017
	Tujuan		Mengenang para jasa pahlawan semasa berjuang untuk Indonesia.
	Hasil Kegiatan	:	Banyak pengunjung yang datang ketika pameran sedang berlangsung.
	Evaluasi		Menambahkan beberapa kegiatan lainnya akan mendapat daya tarik terhadap pengunjung.
7	Pemustaka Istimewa		
	Dikripsi Kegiatan	:	Kegiatan ini seperti layanan pesan antar peminjaman dan pengembalian koleksi berlaku di seluruh wilayah DIY. Layanan ini dikhususkan kepada pustakawan yang memiliki kartu anggota perpustakaan ghratama dan sudah meminjam buku sebanyak 60 kali selama satu tahun terakhir.
	Pelaksanaan	:	25 April – 31 Mei 2017
	Tujuan	:	Mempermudah pustakawan dalam peminjaman dan pengembalian buku.
	Hasil	:	Banyak pustakawan yang menggunakan layanan ini.
	Evaluasi	:	Tidak ada hal buruk ataupun tidak baik, kegiatan ini terbilang cukup baik artinya tidak ada kendala.
8.	Pemilihan Pustakawan		
	Diskripsi Kegiatan	:	Kegiatan ini dilaksanakan kepada pustakawan perpustakaan ghratama yang memiliki tingkat berprestasi sehingga akan memberi pengaruh baik kepada kegiatan- kegiatan yang sudah dilaksanakan di perpustakaan ghratama.
	Pelaksanaan	:	25 April – 16 Mei 2017

	Tujuan	:	Untuk memberikan penghargaan kepada pustakawan yang berprestasi dari pihak perpustakaan ghlatama kepada pustakawan.
	Hasil	:	Banyak pustakawan yang mengikuti kegiatan ini sehingga pihak perpustakaan harus berusaha mencari pustakawan yang terbaik dari pustakawan lainnya.
	Evaluasi	:	Tidak ada kendala dalam pelaksanaan kegiatan artinya sudah baik dalam pelaksanaan kegiatan.

Sumber : Arsip Balai Layanan Perpustakaan BPAD DIY

D. Konsep Promosi Balai Layanan Perpustakaan BPAD DIY

Balai Layanan Perpustakaan BPAD DIY melakukan beberapa kegiatan promosi yang disebut sebagai layanan promosi oleh pihak perpustakaan. Layanan promosi biasanya dilaksanakan dalam bentuk pameran. Pameran tersebut diadakan sebagai sarana promosi perpustakaan dan untuk mengenalkan perpustakaan kepada masyarakat. Terkadang pihak Balai Layanan Perpustakaan BPAD DIY mengadakan pameran secara mandiri atau ikut serta dalam *event* tertentu yang membutuhkan pengisi *stand*. Berikut wawancara yang dilakukan bersama Bapak Nasrul selaku Bagian Pelayanan Perpustakaan :

“Ya selama ini kita mempunyai layanan promosi, promosi itu dilakukan dalam bentuk pameran atau ekspos itu penamaannya. Kalau tahun kemarin kita mengadakan yang diadakan mandiri (kita yang mengadakan) itu 4 kali. Terus kita sebagai peserta itu dua kali. Pameran pembangunan sama pameran sekaten. Itu kita diundang sebagai peserta. Kalau yang mandiri itu pernah kita lakukan pada bulan Maret tahun kemarin karena promosi ini yang 2016 kita yang melaksanakan dari balai layanan. Untuk yang tahun 2017 sudah dipindah pengampunya artinya kita tidak ikut langsung terlibat sekarang gitu.” (Pak Nasrul Wahid, Bagian Pelayanan Perpustakaan, 24 Mei 2017).

Berdasarkan wawancara yang dilakukan disebutkan bahwa pameran-pameran yang diadakan, baik itu secara mandiri atau ikut serta dalam *event* tertentu dijadikan sebagai sarana pengenalan Balai Layanan Perpustakaan BPAD DIY. Selain dapat menjangkau masyarakat secara lebih dekat, pameran juga diharapkan dapat meningkatkan jumlah pengunjung perpustakaan. Adapun kegiatan pameran permainan tradisional yang dilakukan pada Balai Layanan Perpustakaan BPAD DIY dalam rangka memperingati hari anak nasional. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan wawancara yang disampaikan oleh salah satu panitia pameran hari anak nasional sebagai berikut :

“iya, permainan tradisional anak soalnya ini memperingati hari anak nasional dan ini kita tujuannya tu untuk memberikan pengetahuan pengenalan mainan kepada anak-anak tentang permainan tradisional kan udah mulai terlupakan anak-anak jaman sekarang kan mainannya hp gadget dan untuk mengenalkan lagi dan juga ternyata biar lebih tau gitu lo” (Ibu Tiwi, Panitia Pameran Perpustakaan, 29 juli 2017).

Adapun bentuk kegiatan promosi Balai Layanan Perpustakaan BPAD DIY seperti brosur, poster ataupun artikel mengenai perpustakaan.

a. Brosur

Gambar 3.14
Brosur Balai Layanan Perpustakaan BPAD DIY



Sumber : dokumentasi pribadi

b. Poster

Gambar 3.15
Poster Balai Layanan Perpustakaan BPAD DIY



Sumber : dokumentasi pribadi

c. *New latter*

Gambar 3.16
Artikel Balai Layanan Perpustakaan BPAD DIY



Sumber : koranbogor.com

Balai Layanan Perpustakaan BPAD DIY membuat konsep promosi pameran yaitu menggunakan pameran permainan tradisional yang juga bertepatan dengan hari anak nasional. Hal ini dilakukan agar anak pada zaman sekarang ini masih ingat dengan permainan yang dulu tujuannya agar anak sekarang mengetahui permainan dulu yang harus dilestarikan hingga saat ini. Dan juga permainan tradisional tersebut tidak dilupakan oleh anak-anak.

Gambar 3.17
Pameran di Balai Layanan Perpustakaan BPAD DIY



Sumber : dokumentasi pribadi

Gambar 3.18
Pameran di Balai Layanan Perpustakaan BPAD DIY



Sumber : dokumentasi pribadi

Gambar 3.19
Pameran di Balai Layanan Perpustakaan BPAD DIY



Sumber : dokumentasi pribadi

Untuk mengadakan pameran sebagai sarana promosi, Balai Layanan Perpustakaan BPAD DIY memiliki anggaran dana khusus untuk pelaksanaannya. Selain melakukan penganggaran dana, Balai Layanan Perpustakaan BPAD DIY kemudian melakukan persiapan hingga akhirnya melaksanakan pameran tersebut. Hingga nantinya pameran sebagai sarana promosi yang dilakukan akan dievaluasi oleh pihak Balai Layanan Perpustakaan BPAD DIY. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan wawancara yang disampaikan oleh Bagian Pelayanan Perpustakaan sebagai berikut :

“Tahapannya tentu saja kalo ada anggaran kita anggarkan contoh kalo ada pameran itu ada anggarannya itu kita anggarkan setelah dianggarkan lalu kita persiapkan terus pelaksanaan yang terakhir evaluasi sama laporan untuk menggunakan gadget itu tidak menggunakan anggarannya pelaksanaannya berjalan dengan yang ada.” (Pak Nasrul Wahid, Bagian Pelayanan Perpustakaan, 24 Mei 2017).

Dalam pameran yang dilaksanakan sebagai sarana promosi perpustakaan, terdapat beberapa kegiatan yang dilakukan. Seperti pameran buku dan pengenalan profil perpustakaan. Biasanya pameran dilakukan dengan mengikuti tema tertentu sehingga pameran yang dilakukan bersifat tematik. Hal tersebut dilakukan agar dapat menarik perhatian masyarakat secara luas sehingga disertai dengan pentas seni dan hiburan. Berikut kutipan wawancara yang dilakukan bersama Bapak Nasrul.

“isinya ada kegiatan pameran buku terus apa namanya pengenalan tentang tema tertentu. Tematik itu. Terus ada pentas seninya juga dan lain-lain.” (Pak Nasrul Wahid, Bagian Pelayanan Perpustakaan, 24 Mei 2017).

Selain mengadakan pameran sebagai sarana promosi, Balai Layanan Perpustakaan BPAD DIY juga melakukan kerjasama dengan media cetak dan media elektronik. Penjalinan kerjasama dengan media cetak dan media elektronik dilakukan untuk menyebarluaskan konten promosi perpustakaan. Biasanya, promosi di media elektronik dilakukan dengan keikutsertaan dalam suatu program televisi tertentu. Pada program televisi tersebut nantinya akan dipromosikan mengenai perpustakaan. Sedangkan, media partner dengan media cetak seringkali dengan media cetak regional seperti Kedaulatan Rakyat. Hal tersebut disampaikan dalam wawancara yang disampaikan oleh Bapak Nasrul selaku Bagian Pelayanan Perpustakaan sebagai berikut :

“Kalau sifat kerja samanya gimana ya, kalau ada event kita pasti promosi. Kalau kemarin ada di angkringan acara TVRI. Terus ada wedang ronde ADI TV. Radio kemarin enggak terus yang media cetak itu KR. Terus Tribun itu enggak kayaknya. KR saja yang sering kita partner.” (Pak Nasrul Wahid, Bagian Pelayanan Perpustakaan, 24 Mei 2017).

Kegiatan promosi yang dilakukan oleh Balai Layanan Perpustakaan BPAD DIY menggunakan anggaran khusus promosi yang telah disediakan oleh pihak perpustakaan. Bapak Nasrul menjelaskan bahwa, *“kalau promosi ada dana khusus ada termasuk ke media cetak dan elektronik itu ada.”* (Pak Nasrul Wahid, Bagian Pelayanan Perpustakaan, 24 Mei 2017). Namun, walaupun anggaran promosi sudah dipersiapkan dengan matang. Kendala mengenai

konten promosi masih sangat kurang dan menghambat kegiatan promosi Balai Layanan Perpustakaan BPAD DIY. Terlebih lagi promosi-promosi yang dilakukan di media internet, seperti media sosial masih sangat minim konten. Apalagi media internet memiliki pergerakan yang sangat cepat sehingga membutuhkan banyak konten promosi. Berikut kutipan wawancara yang dilakukan bersama Bapak Nasrul, *“materi-materi yang kita harus tingkatkan kembali apalagi di media sosial. Media sosial itu kan update, responsifnya cepat relatifnya juga cepat.”* (Pak Nasrul Wahid, Bagian Pelayanan Perpustakaan, 24 Mei 2017).

Selama melaksanakan kegiatan promosi, Balai Layanan Perpustakaan BPAD DIY mengalami kendala terutama dibidang Sumber Daya Manusia (SDM). SDM yang ada di Balai Layanan Perpustakaan BPAD DIY kebanyakan sudah pensiun atau mutasi sehingga SDM yang melaksanakan kegiatan promosi berkurang. Oleh karena itu, pihak Balai Layanan Perpustakaan BPAD DIY memanfaatkan bantuan tenaga kerja di luar Pegawai Negeri Sipil (Non-PNS). Namun, kewenangan dan tugas kerja yang dimiliki oleh karyawan Non-PNS terbatas sehingga masih membutuhkan penanganan khusus. Berikut kutipan wawancara yang dilakukan bersama Bapak Nasrul selaku Bagian Pelayanan Perpustakaan :

“Kita punya masalah di kepegawaian, karna PNS yang sudah-sudah tidak ada alias SDM nya kurang. Pada pensiun ada yang dipindah ada yang dimutasi. Kita disini kerjanya ya diawalnya banyak orang itu. Terus kita menghayer itu, kayak meminta bantuan orang teman-teman THL yang bukan PNS ketika dibantu. Kita mendapatkan support di bagian SDM tentu saja SDM PNS dan yang non PNS itu kan juga beda kewenangan dan ketegasannya juga beda. Kalau khusus yang dipromosiin ini jadi PR lah. Saya dan teman-teman yang lain karena melihat situasi di media itu harus responsif gitu lho. Sedangkan kita mempunyai job desk sendiri dengan costumer service khusus ini misalnya ya. Contohnya di KAI, call center khusus 24 jam mereka hanya melayani tidak punya job lain. Fokusnya cuma satu, selain kita melayani pustaka datang seperti ini kita juga gak melalui media sosial tentu saja kekurangan ini menjadi PR, artinya PR itu kita harus memanajemen dengan manajemen yang lebih baik.” (Pak Nasrul Wahid, Bagian Pelayanan Perpustakaan, 24 Mei 2017).

Keberhasilan penyelenggaraan perpustakaan tergantung pada pengelolaannya. Agar perpustakaan dapat berjalan dengan baik dibutuhkan sejumlah tenaga atau pustakawan yang terampil dan profesional dalam menjalankan tugasnya sebagai pustakawan. Hal ini dikarenakan keberhasilan dalam penyelenggaraannya perpustakaan. Selain memiliki ilmu tentang perpustakaan dan dapat memiliki informasi mengenai perpustakaan yang luas, diharapkan juga untuk memiliki kepribadian yang baik. Karena ini menyangkut pelayanan kepada masyarakat yang sedang berkunjung di perpustakaan. Sumber daya manusia pengelola perpustakaan menjadi salah satu faktor penting mengenai penyelenggaraan perpustakaan umum. Apalagi perpustakaan Ghratama ini memiliki kemegahan dan berbagi fasilitas yang dapat mengakomodir kebutuhan masyarakat. Balai Layanan Perpustakaan BPAD DIY merupakan perpustakaan modern yang dibangun oleh gubernur untuk dapat membangun kemudahan dan kenyamanan untuk masyarakat jogja dan sekitarnya. Apalagi sekarang ini mungkin perpustakaan Ghratama cukup dikenal dengan luas oleh banyak orang karena kemegahannya. Secara umum sumber daya manusia pada perpustakaan Ghratama masih dikatakan minim karena kekurangan orang. Pada dasarnya pengelolaan perpustakaan harus mempunyai minat di bidang kerja perpustakaan. Harus memiliki kepedulian yang tinggi terhadap perpustakaan. Dan juga mempunyai kepribadian yang baik terhadap masyarakat yang sedang berkunjung.

BAB IV

DINAS PERPUSTAKAAN KEARSIPAN JOGJA VERSUS BALAI LAYANAN PERPUSTAKAAN BPAD DIY: SEBUAH KOMPARASI

Pada bab pembahasan ini, peneliti telah berhasil mengumpulkan beberapa data sebagai hasil temuan penelitian ini. Data- data tersebut diperoleh dari sumber primer dan sumber sekunder yang ada dan data- data tersebut sesuai dengan topik penelitian ini. Hal ini ditujukan untuk mengetahui bagaimana proses komunikasi pemasaran dan promosinya sudah sesuai dengan kegiatan komunikasi pemasaran dan konsep promosi perpustakaan pada umumnya. Adapun perbedaan komunikasi pemasaran Dinas Perpustakaan Kearsipan Jogja dan Balai Layanan Perpustakaan BPAD DIY. Berdasarkan hasil temuan penelitian yang telah diuraikan peneliti dalam bab sebelumnya, maka kegiatan komunikasi pemasaran dapat dianalisis oleh peneliti sebagai berikut:

A. Komunikasi Pemasaran Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Yogyakarta

a. Komunikasi Pemasaran

Seperti yang kita tahu saat ini, komunikasi pemasaran menjadi hal sangat penting dalam suatu perusahaan besar. Dikarenakan dalam suatu komunikasi pemasaran menghubungkan dua pola pikir mengenai merek, iklan, promosi, penjualan dengan suatu hubungan masyarakat. Karena menurut Hermawan munculnya kesadaran itu sangat diperlukan dalam konsistensi yang digunakan untuk menghasilkan konsistensi reputasi antara citra merek dan citra korporat. Dengan adanya integrasi (menggabungkan semua elemen menjadi satu kesatuan yang utuh) ini dapat mengembangkan konsep komunikasi pemasaran menjadi tantangan untuk di masa yang akan datang. Dan juga untuk mengembangkan organisasi, lingkungan dan hubungan dengan konsumen ke dalam strategi- strategi komunikasi pemasaran yang baru. Karena pada dasarnya menciptakan suatu strategi atau konsep komunikasi pemasaran yang baru harus direncanakan secara matang

dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Agar dapat menciptakan suatu hubungan yang baik kepada masyarakat.

Marketing perpustakaan Kota dalam upaya untuk menarik pelanggan sebuah perusahaan mempunyai perencanaan atau upaya agar dapat diterima oleh masyarakat dengan baik. Proses ini diawali dengan menyesuaikan kebutuhan masyarakat. Hal ini dapat membuat bertahannya sebuah perusahaan dalam menjalankan perencanaan perusahaan untuk kedepannya. Akan tetapi dengan bertambahnya zaman yang semakin maju dan modern seperti sekarang ini. Seharusnya dalam perpustakaan mempunyai marketing yang berperan sebagai mempromosikan atau mengiklankan perpuastakaannya. Karena pentingnya peran marketing di suatu perpustakaan dapat membuat majunya perpustakaan untuk ke depannya. Dalam wawancara juga mengatakan bahwa belum adanya marketing untuk melakukan komunikasi pemasaran seperti periklanan, penjualan personal dan promosi penjualan. Karena dalam publikasi seharusnya ada pihak tertentu yang harus menanganinya. Dengan adanya peran publikasi ini sangat penting untuk komunikasi pemasaran ke depannya. Akan sangat berbeda apabila publikasi ditangani oleh bagian pengembangan atau pihak *customer service* dengan pihak seperti bagian marketingnya. Karena memang marketing yang mengerti dan bekerja pada bagian publikasi suatu perusahaan atau perpustakaan. Untuk itu akan lebih baik kedepannya apabila ada marketing dalam perpustakaan.

Dengan adanya marketing dapat berinteraksi langsung dengan masyarakat atau pelanggan. Sesuai dengan kegiatan komunikasi pemasaran pada umumnya seperti mempromosikan penjualan secara langsung dengan pengunjung seperti menarik perhatian pengunjung dengan cara setiap pengunjung yang datang meminta waktunya sebentar untuk memberikan brosur dan memberi sedikit penjelasan mengenai kegiatan- kegiatan apa saja yang dilakukan di perpustakaan. Setelah itu marketing bisa menawarkan berbagai macam barang yang diperjualkan untuk pengunjung. Hal ini sangat membantu dalam komunikasi pemasaran perpustakaan. Selanjutnya

penjualan personal hal ini interaksi secara langsung dengan pengunjung atau calon pembeli karena dapat melakukan presentasi secara langsung dengan pengunjung. Dengan penjualan secara personal dapat melibatkan interaksi secara pribadi kemungkinan akan menimbulkan hubungan pemasar dengan calon pembeli. Pemasar juga bisa menggunakan perangkat promosi yang bagus atau mahal agar dapat menarik perhatian masyarakat.

Adapun cara selanjutnya, pemasar untuk dapat berkomunikasi secara langsung dengan pengunjung yaitu menggunakan surat mengenai hal perpustakaan adanya kegiatan pameran atau acara- acara yang ada pada perpustakaan. Karena semakin kedepannya kondisi lingkungan dunia bisnis akan semakin bertambah maju dan banyak persaingan. Untuk itu gunakan konsep komunikasi pemasaran secara bagus dan semaksimal mungkin. Agar mendapatkan konsumen atau pengunjung sesuai target komunikasi pemasaran perpustakaan.

Pihak perpustakaan Kota beranggapan bahwa dalam komunikasi pemasaran di perpustakaan Kota lebih *powerfull* atau maju dibandingkan dengan perpustakaan lainnya. Hal ini dapat dikatakan bahwa komunikasi pemasaran yang dilakukan di perpustakaan Kota lebih efektif sehingga dapat berdampak pada kunjungan masyarakat untuk perpustakaan Kota tersebut. Namun, untuk kedepannya juga bagi pihak perpustakaan juga tetap mengembangkan bagaimana cara untuk lebih efektif dalam komunikasi pemasaran sehingga dapat meningkatkan pengunjung atau masyarakat untuk datang ke perpustakaan.

Untuk mengembangkan komunikasi pemasaran agar lebih efektif menurut Hermawan komunikator pemasaran harus

1. Mengidentifikasi khalayak yang dituju maksudnya adalah menentukan karakter pengunjung seperti pengunjung orang tua kita sebagai pemasar berbicara di depan mereka sesopan mungkin supaya dapat menghargai yang lebih tua kepada para pengunjung. Untuk selanjutnya apabila pengunjung remaja, anak- anak, mahasiswa kita berbicara sesuai dengan karakter atau usia mereka.

2. Menentukan tujuan komunikasi yang dimaksud adalah pemasar melakukan tujuan komunikasi pemasaran sesuai dengan rencana seperti promosi kepada pengunjung.
3. Merancang pesan adalah bagaimana seorang pemasar harus bisa merancang bahan pembicaraan ketika sedang berbicara dengan beberapa pengunjung. Apakah sudah sesuai atau belum dengan kegiatan komunikasi pemasaran yang sudah direncanakan.
4. Memilih saluran komunikasi yang dimaksud adalah misalnya pemasar bisa bekerja sama dengan beberapa media iklan seperti TV, radio, majalah, surat kabar dll.
5. Menentukan total anggaran promosi adalah pemasar menentukan anggaran yang dikeluarkan sesuai dengan dana anggaran yang sudah disediakan oleh pihak perpustakaan.
6. Membuat keputusan atas bauran promosi adalah perusahaan dan pemasar juga harus bisa menyesuaikan total anggaran dengan bauran promosi yang sudah ditetapkan.
7. Mengukur hasil promosi adalah setelah melakukan kegiatan promosi pemasar atau komunikator harus mengukur dampaknya kepada masyarakat atau khalayak. Hal ini terkait sasaran mereka dapat mengingat atau tidak dalam pesan yang telah disampaikan. Dan bagaimana sikap pemasar ketika melakukan komunikasi pemasaran buruk atau tidaknya.
8. Mengelola dan mengoordinasikan proses komunikasi pemasaran terintegrasi maksudnya adalah saat ini masih banyak perusahaan yang hanya menggunakan satu atau dua alat komunikasi pemasaran padahal di zaman yang semakin canggih seperti sekarang ini masih banyak alat untuk komunikasi pemasaran agar lebih maju dan efektif. Untuk itu perpustakaan dan pemasar harus bisa mengelola dan mengoordinasikan perpustakaan secara efektif.

Public presentation Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Yogyakarta dalam menawarkan produk yang mereka punya atau presentasi secara

umum. Ada pihak- pihak khusus dalam melakukan hal tersebut. Namun tidak semua orang yang berkunjung dapat penawaran secara khusus. Hanya di acara tertentu pada saat pameran, atau ada sekolah yang melakukan keliling perpustakaan. Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Yogyakarta belum ada melakukan pengulangan iklan. Karena menurut mereka media iklan yang mereka gunakan sudah cukup untuk dijadikan sebagai komunikasi pemasaran perpustakaan. Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Yogyakarta melakukan beberapa iklan yang dapat masyarakat tertarik untuk melihatnya. Pengunjung yang datang tidak semua merespon hanya sebagian saja yang merespon kita pihak perpustakaan memberikan sebuah informasi mengenai perpustakaan.

Adapun kegiatan promosi penjualan yang dilakukan oleh Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Jogja menggunakan media yang ada. Konsep promosi penjualan yang dilakukan menggunakan brosur yang ada di perpustakaan kemudian perpustakaan kota juga menggunakan event dimana di dalam event tersebut terdapat diisi dengan informasi- informasi mengenai perpustakaan. Kemudian pihak perpustakaan juga menjelaskan kepada para pengunjung ketika meminta bantuan mengenai seputar informasi perpustakaan yang kurang jelas. Kegiatan komunikasi antara pihak perpustakaan dengan pengunjung tidak hanya dilakukan pada saat event- event saja melainkan melalui datang ke perpustakaan lalu bertanya kepada bagian *front office* maupun *customer service*. Bisa juga bertanya seputar perpustakaan melalui media sosial yang ada. Pihak perpustakaan akan menjawab sesuai jawaban yang dibutuhkan pengunjung. Pihak perpustakaan memudahkan pengunjung untuk dapat berkomunikasi kepada pihak perpustakaan.

Bentuk promosi Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Jogja melalui media tv lokal hanya diberikan durasi waktu satu jam saja. Bentuk kegiatan promosi ini tidak dilakukan setiap harinya adapun jangka waktu yang ditentukan oleh media tv lokal yang bekerja sama dengan pihak perpustakaan. Selain media tv, pihak perpustakaan juga melakukan kegiatan

promosi di media cetak yaitu KR (Kedaulatan Rakyat) untuk media cetak ini, pihak perpustakaan juga harus mengadakan bentuk kerja sama kepada media cetak KR. Ketika ada event- event yang menarik pihak perpustakaan akan menghubungi langsung pihak KR untuk dimasukkan berita event tersebut.

Promosi undangan ini adalah dengan mendatangkan siswa- siswi dari sekolah yang ada di Jogja maupun di luar Jogja untuk datang ke perpustakaan melihat isi dari Perpustakaan Kota. Baik dari segi fasilitas, kegiatan yang ada di perpustakaan dll. Hal ini bertujuan untuk siswa- siswi yang ada di Jogja maupun di luar Jogja dapat menggunakan fasilitas yang disediakan oleh perpustakaan dan juga dapat mengajak teman- temannya untuk belajar di perpustakaan. Karena pihak perpustakaan mengatakan bahwa perpustakaan sekolah dengan perpustakaan umum akan jelas berbeda baik dari segi apapun.

Kemajuan teknologi seperti sekarang ini membuat pihak Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Jogja menggunakan media sosial sebagai alat promosi perpustakaan. Dengan berbagi macam jenis media sosial saat ini, pihak perpustakaan menggunakan media sosial yang sering digunakan oleh masyarakat seperti instagram, twitter, facebook dll. Hal ini bertujuan agar masyarakat dapat melihat setiap harinya informasi- informasi mengenai perpustakaan kota.

Adapun kepala seksi pengembangan perpustakaan kota mengembangkan berbagai macam kegiatan dalam upaya mengembangkan minat baca masyarakat. Kegiatan pengembangan berbagai macam kegiatannya berupa lomba, seminar ataupun kegiatan sosialisasi. Dengan kegiatan- kegiatan tersebut pihak perpustakaan juga mengajak masyarakat untuk datang ke perpustakaan dan pihak perpustakaan juga berharap masyarakat yang datang ke perpustakaan menjadi sebuah aktifitas. Sehingga dengan masyarakat datang ke perpustakaan menjadi salah satu visi dan misi Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Jogja. Karena semua fasilitas yang

disediakan oleh perpustakaan *free*. Tidak ada batasan umur masyarakat untuk datang ke perpustakaan mulai dari anak- anak hingga orang tua.

Pada setiap tahunnya Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Jogja mempunyai event di sekaten Jogja yang berada di alun- alun utara. Nah dengan adanya event di sekaten Perpustakaan tidak menyiakan- nyiakan kesempatan ini untuk dapat berkomunikasi secara langsung kepada masyarakat mengenai kegiatan maupun informasi Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Jogja. Karena di acara sekaten ini perpustakaan kota mendapatkan kesempatan dari pemerintah menggunakan stand untuk mengisi acara di Sekaten.

Adapun bauran pemasaran yang ada pada Dinas Perpustakaan Kearsipan Jogja. Marketing mix atau bauran promosi yang ditemukan oleh Zeithamil dan Bitner dalam (Ratih Hurriyati, 2010:48) yaitu tradisional marketing mix terdiri dari 4 p yaitu product, price, place, dan promotion. Sementara itu, pemasaran diperluas sehingga menambah unsur non tradisional marketing mix yaitu people (orang), physical evidence (fasilitas fisik) dan process (proses) sehingga menjadi 7 p. Apabila dianalisis secara 7p :

1. Produk Jasa

Menurut Kotler dalam (Ratih Hurriyati, 2010:50) segala sesuatu yang ditawarkan perusahaan untuk diminta, dicari, diperhatikan, dikonsumsi dan digunakan sehingga dapat memenuhi kebutuhan perusahaan. Produk Jasa yang dimaksud adalah pelayanan jasa yang diberikan perusahaan oleh konsumen atau pengunjung ketika masyarakat atau pengunjung datang ke perpustakaan. Sehingga produk jasa sendiri memiliki kehandalan dan kecepatan dalam pemberian informasi.

Dinas Perpustakaan Kearsipan Jogja memiliki beberapa layanan yang ada di perpustakaan. Seperti layanan sirkulasi, kartu anggota, pinjam paket, pinjam untuk difotocopy, REFA, Koleksi anak, Billy (Mobil Keliling), Molly (Motor Keliling), Internet, PUSPITA, MONIKA, Baby (Bank buku), BELINDA, Audio Visual, Pinjam

Ruang, RAISA, SISKI, DIANA dll Sehingga masyarakat yang berkunjung tidak kebingungan ketika pengunjung hendak bertanya kepada petugas perpustakaan sesuai dengan bidangnya. Dengan adanya beberapa pelayanan, hal ini dapat mempermudah pengunjung ketika bertanya informasi perpustakaan.

2. Price (Harga)

Penerapan harga juga harus dimiliki pada setiap perusahaan. Karena dengan adanya penetapan harga hal ini dapat mempermudah masyarakat untuk berkunjung. Hal ini dapat dibuktikan pada konsep Ruri Harriyati (2010:52-53) disusulkan oleh Kotler (1996) dikutip oleh Bitner Perusahaan harus bisa menetapkan dan mempertimbangkan harga. Karena dalam penetapan harga sebuah perusahaan tidak harus mendapatkan profit atau keuntungan namun perusahaan dapat memaksimalkan penguasaan pasar pada umumnya.

Penerapan harga pada Dinas Perpustakaan Kearsipan Jogja yaitu denda pengembalian buku. Untuk masuk ke perpustakaan Dinas Perpustakaan Kearsipan Jogja tidak berbayar. Sehingga akan dikenakan denda kepada pengunjung yang tidak tepat waktu dalam pengembalian buku.

3. Promotion (Promosi)

Dalam Ratih Hurriyati (2010:58) konsep promosi adalah bentuk komunikasi pemasaran pada sebuah perusahaan yang menyebarluaskan informasi perusahaan melalui beberapa alat promosi. Pada Dinas Perpustakaan Kearsipan Jogja memiliki beberapa alat promosi yang digunakan untuk memberikan informasi perpustakaan kepada khalayak. Seperti web resmi perpustakaan kota, media sosial perpustakaan kota, event- event yang diselenggarakan oleh perpustakaan kota.

4. Place (tempat)

Dalam sebuah pelayanan yang ada pada perusahaan harus bisa mendapatkan lokasi yang strategis atau yang mudah ditemukan oleh

khalayak. Sehingga khalayak tidak susah untuk menemukan perusahaan yang akan dikunjunginya. Seperti Dinas Perpustakaan Kearsipan Jogja memiliki letak yang strategis yaitu di tengah- tengah kota. Sehingga masyarakat mudah untuk menemukan perpustakaan kota.

5. *People* (Orang)

Menurut Zeithml dan Bitner dalam Ruri Hurriyati (2010:62) *people* (orang) adalah semua pelaku yang memerankan peranan dan penyajian jasa dalam sebuah perusahaan. Sehingga hal ini berpengaruh pada proses pembelian antara konsumen dengan produsen. Elemen-elemen dari *people* sendiri adalah pegawai perusahaan, konsumen.

People disini dapat diartikan kepada petugas ataupun pegawai yang ada di Perpustakaan Kota dan pengunjung. Bagaimana petugas perpustakaan kota memberikan pelayanan yang terbaik kepada setiap pengunjung yang datang ke perpustakaan. Dimulai dari penampilan, bersikap kepada pengunjung membuat pengunjung nyaman dengan keramahan atau sikap yang dimiliki oleh petugas perpustakaan kota.

6. *Process* (Proses)

Menurut Zeithml dan Bitner dalam Ratih Hurriyati (2010:64) proses adalah semua prosedur, kegiatan dan mekanisme yang ada pada perusahaan. Dalam menjalankan aktifitasnya perusahaan dapat memenuhi sesuai kebutuhan konsumen.

Proses yang ada pada Dinas Perpustakaan Kearsipan Jogja yaitu mematuhi peraturan dan tata tertib yang sudah ditentukan oleh pihak perpustakaan. Sehingga pengunjung yang datang ke perpustakaan kota mematuhi semua peraturan yang ada pada perpustakaan kota.

7. *Physical Evidence*

Sarana fisik yang dimiliki oleh sebuah perusahaan. Dinas Perpustakaan Kearsipan Jogja memiliki beberapa sarana fisik yang sudah

pas dalam bentuk lampu pencahayaannya, tata ruang namun untuk sarana gedung sendiri cukup terbilang kurang luas.

b. Marketing Concept

Konsep marketing yang dimiliki oleh Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Jogja bagaimana mengefektifkan publikasi data informasi perpustakaan. Kegiatan publikasi ini juga berbasis media sosial, dengan adanya media sosial bagian pengembangan perpustakaan dapat mengembangkan media sosial perpustakaan supaya lebih efektif dan maju. Untuk bagian marketingnya sendiri pihak perpustakaan juga menggunakan tiga seksi yaitu seksi pengembangan minat baca, seksi pengelolaan perpustakaan, serta seksi data dan informasi.

Konsep marketing perpustakaan sangat diperlukan dalam perpustakaan. Karena dengan adanya konsep marketing perpustakaan, dapat melayani kebutuhan pengunjung dengan baik. Dengan adanya konsep marketing perpustakaan dimulai dari lokasi gedung yang strategis, fasilitas yang disediakan oleh pihak perpustakaan, bahan perpustakaan atau buku- buku yang disediakan oleh pihak perpustakaan.

B. Konsep Promosi Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Yogyakarta

Menurut Hartono (2016;282) promosi perpustakaan merupakan forum pertukaran informasi antara organisasi perpustakaan dan pemakai dengan tujuan yaitu memberi informasi mengenai produk atau jasa perpustakaan yang disediakan oleh organisasi atau pihak- pihak perpustakaan. Promosi sangat bermanfaat untuk sarana atau alat untuk memperkenalkan suatu produk kepada khalayaknya agar produk tersebut lebih dikenal atau diketahui oleh masyarakat.

Adapun kegiatan-kegiatan promosi yang telah dilakukan oleh Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Yogyakarta ialah dengan menggunakan beberapa media. Di antaranya ialah media cetak berupa brosur dan

mengadakan *event-event* tertentu. Adapun promosi menggunakan event, workshop, ataupun seminar nah didalam kegiatan- kegiatan tersebut pihak perpustakaan akan menyelipkan informasi- informasi mengenai perpustakaan. Dengan adanya kegiatan seperti event, worksop, seminar pihak perpustakaan juga menggunakan kegiatan tersebut untuk dapat melakukan promosi perpustakaan.

Promosi yang digunakan oleh pihak perpustakaan Kota menggunakan media yang ada. Maksudnya dalam menggunakan media yang ada berarti seperti media yang sering digunakan pihak perpustakaan untuk melakukan promosi perpustakaan. Pihak perpustakaan memanfaatkan media yang ada untuk melakukan promosi seperti induk menggunakan brosur. Dalam brosur perpustakaan Kota tersebut berisi tentang motto, visi, misi, dan berbagai jenis layanan perpustakaan seperti layanan sirkulasi, layanan kartu anggota, layanan pinjam untuk difotocopy, layanan pinjam paket, layanan REFA, layanan koleksi anak, layanan internet, layanna mobil keliling (billy), layanan puspita, layanan monika, layanan bank buku (baby), layanan belinda, layanan audio visual, layanan pinjam ruang, layanan raisa, layanan siska, layanan diana. Untuk penjelasan di setiap layanan bisa dilihat di bab dua.

Menjadi salah satu bentuk kegiatan promosi berupa kertas cetakan yang didalam kertas cetakannya mengandung informasi suatu barang atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan kepada konsumen. Di dalam brosur ini juga terdapat informasi- informasi penting mengenai perpustakaan. Dengan adanya brosur pengunjung mengetahui berbagai macam layanan apa saja yang diberikan oleh Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Yogyakarta.

Gambar brosur perpustakaan Kota, merupakan salah satu bentuk promosi berupa kertas cetakan yang mengandung informasi berupa kegiatan yang ada di perpustakaan, barang atau jasa yang ditawarkan kepada pembaca atau konsumennya. Harapan dari perpustakaan terhadap brosur yang dibuat agar dapat dimanfaatkan oleh konsumennya. Atau menjadi informasi penting mengenai layanan apa saja yang diberikan oleh pihak perpustakaan. Dengan

adanya promosi, diharapkan masyarakat juga mengetahui layanan apa saja yang diberikan oleh perpustakaan Kota sehingga membuat mereka tertarik untuk mengunjungi perpustakaan dan dapat memanfaatkan fasilitas dan koleksi yang diberikan oleh pihak perpustakaan Kota.

Adapun kegiatan-kegiatan promosi yang telah dilakukan oleh Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Yogyakarta ialah dengan menggunakan beberapa media. Di antaranya ialah media cetak berupa brosur dan mengadakan *event-event* tertentu. Dalam kegiatan promosi perpustakaan sama halnya dengan mempromosikan dagang dalam dunia bisnis. Promosi perpustakaan sifatnya lebih luas atau besar karena promosi perpustakaan ditujukan untuk banyak orang atau khalayak yang menerimanya. Dan sifat promosinya pun secara menyeluruh. Seperti yang dikatakan pada wawancara diatas perpustakaan Kota menggunakan media yang ada saat konsep promosi jadi siap untuk dipromosikan namun apabila ada induk dari perpustakaan menggunakan brosur sebagai mekanisme promosi perpustakaan. Sementara brosur di dalam mekanisme promosi dapat diartikan sebagai bahan informasi tertulis mengenai suatu masalah yang disusun secara bersisten. Namun biasanya promosi melalui brosur hanya untuk disampaikan kepada orang-orang tertentu yang memiliki hubungan atau dapat diyakini orang tersebut dapat tertarik akan promosi tersebut.

Poster merupakan media promosi yang berupa kertas dengan ukuran besar. Pembuatan poster perpustakaan beruapakan untuk menyampaikan pesan melalui gambar atau tulisan kepada masyarakat agar lebih efektif. Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Yogyakarta juga mempunyai konsep sendiri tema pembuatan poster agar mempunyai daya tarik sendiri terhadap masyarakat. Mulai dari tema poster, gambar, tulisan, memilih kata- kata. Menggunakan huruf sebaik mungkin agar bisa dibaca oleh masyarakat. Dan Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Yogyakarta juga menempatkan poster di tempat yang strategis hal ini dilakukan agar banyak yang melihat poster perpustakaan.

Media yang dapat digunakan untuk memberi informasi- informasi secara khusus kepada khalayak. Informasi ini bisa berupa berita- berita yang ada di Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Yogyakarta dimasukkan dalam suatu media tersebut untuk dilihat banyak orang. Artikel tersebut ditulis secara singkat dengan bahasa yang tidak terlalu formal. Adapun dari media lain yang membuat artikel Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Yogyakarta. Hal ini tentunya bekerja sama antara pihak media tersebut dengan pihak perpustakaan. Walaupun media tersebut yang ingin membuat artikel mengenai perpustakaan yang ada di Jogja.

1. Bentuk Kegiatan Promosi Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Yogyakarta

Dalam Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Yogyakarta setiap tahunnya mengadakan pameran. Pameran tersebut diadakan pada acara sekaten (acara perayaan jogja pada setiap tahunnya). Dalam acara sekaten jogja, Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Jogja mendapat kesempatan dari pemerintah Kota untuk dapat mengisi stand yang ada pada acara sekaten. Dalam kesempatan ini, perpustakaan Kota tidak menyia- nyiakan kesempatan untuk melakukan kegiatan promosi perpustakaan. Di dalam pameran tersebut Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Yogyakarta melakukan penyebaran brosur kepada setiap pengunjung yang lewat di depan stand tersebut.

Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Yogyakarta melakukan kegiatan seminar pada setiap tahunnya namun tidak berkala. Tahap pengadaan seminar yang pertama menayangkan slide tentang perpustakaan berupa profil perpustakaan dan profil staff perpustakaan. Kegiatan seminar sendiri tidak hanya di adakan di dalam kota saja melainkan bisa di luar kota. Untuk persiapan seminar di luar kota membuat persiapan yang lebih maksimal daripada seminar sebelumnya. Kegiatan seminar yang dilakukan oleh Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Yogyakarta tidak hanya dilakukan di Yogyakarta saja melainkan bisa dilakukan seminar di Jakarta.

Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Yogyakarta sering mendapat kunjungan dari berbagai sekolah ataupun organisasi dari luar. Hal ini biasa

dilakukan pada bulan- bulan tertentu saja. Memang dari pihak perpustakaan sering menerima pengunjung dari kopma ataupun sekolah lain yang ingin mengunjungi perpustakaan untuk berkeliling dan melihat- lihat isi dari perpustakaan kota. Dengan adanya wisata perpustakaan, pihak perpustakaan juga memberikan seputar informasi dan kegiatan apa saja yang dilakukan oleh Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Yogyakarta.

2. Metode Promosi Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Yogyakarta

Adapun kegiatan promosi lainnya dari pihak perpustakaan seperti yang kita ketahui dari wawancara diatas, kegiatan promosi Kota berupa workshop dan seminar dalam bentuk kegiatan promosi untuk bertujuan untuk mempromosikan layanan perpustakaan sebagai proses pendidikan pemakai. Dengan diadakannya *event*, masyarakat akan menjadi lebih tau mengenai informasi yang terbaru yang ada pada perpustakaan Kota. Namun masih ada sebagian dari masyarakat kita yang belum memahami atau mengetahui arti fungsinya perpustakaan bagi kehidupan kita atau pun masyarakat. Menurut mereka perpustakaan hanya untuk dikonsumsi oleh orang- orang tertentu saja. Padahal perpustakaan Kota sebagai tempat perpustakaan umum yang boleh dikunjungi oleh masyarakat siapapun. Untuk itu dalam kegiatan promosi perpustakaan pihak perpustakaan Kota meminta tolong kepada anak smk untuk fokus dalam pembuatan video atau iklan pendek tentang perpustakaan Kota.

Karena pada saat ingin melakukan kegiatan- kegiatan itu begitu konsep jadi pihak perpustakaan langsung menjalankan konsep kegiatan tersebut. Hal ini tidak perlu waktu yang lama dengan beberapa hari saja kegiatan sudah jadi ataupun sudah siap. Karena pihak perpustakaan juga mempunyai orang- orang yang khusus menangani kegiatan- kegiatan tersebut. Jadi begitu selesai di diskusikan kegiatan langsung dijalankan. Pihak perpustakaan juga mempunyai orang- orang khusus dalam pengerjaan desain grafis begitu jadi gambarnya atau desainnya langsung di publikasikan. Tidak hanya foto atau gambar saja melainkan video pendek yang ditayangkan pada tv yang ada di dalam maupun diluar perpustakaan. Hal ini bertujuan agar masyarakat yang datang ke perpustakaan dapat melihat video atau gambar.

C. Pemasaran Interaktif Dinas Perpustakaan Kearsipan Jogja

Menurut Morissan (2010:23) perubahan pemasaran pada sekarang ini adalah adanya dorongan kemajuan teknologi komunikasi yang dilakukannya komunikasi secara interaktif melalui media massa. Dalam hal utamanya adalah internet. Media interaktif memungkinkan pengguna mendapatkan arus informasi timbul balik yang memungkinkan pengguna mendapatkan informasi disaat itu juga. Kehadiran internet di era sekarang ini mempermudah pengguna perusahaan untuk memberikan pelayanan- pelayanan informasi kepada konsumen. Hanya melalui internet konsumen dapat mengetahui informasi-informasi apa saja yang diberikan oleh perusahaan tersebut. Dan konsumen dapat menanyakan hal- hal yang kurang dipahami atau dimengerti mengenai informasi perusahaan. Dan dapat menanyakan secara langsung kepada perusahaan.

Kehadiran internet juga mengubah cara- cara perusahaan dalam merancang sebuah strategi untuk kedepannya. Karena seperti yang kita ketahui saat ini banyak perpustakaan lain yang menggunakan internet sebagai salah satu alat media promosi kepada masyarakat. Sehingga Dinas Perpustakaan Kearsipan Jogja juga tak mau kalah dengan perpustakaan lainnya. Menggunakan internet sebagai media promosi atau pemasaran.

Dinas Perpustakaan Kearsipan Jogja memiliki media sosial dan web untuk terhubung dengan pengunjung setia atau masyarakat. Sehingga dapat berinteraksi secara langsung antara petugas perpustakaan kota dengan masyarakat. Karena saat ini internet dianggap sebagai media iklan yang menarik. Dapat menarik perhatian masyarakat daripada media lainnya. Semakin berkembangnya teknologi masyarakat lebih sering menggunakan gadget sebagai salah satu alat komunikasi internet dengan hal lainnya.

Adapun petugas khusus perpustakaan kota yang melayani pengunjung web dan juga pengunjung media sosial yang dimiliki oleh perpustakaan kota. Selain berfungsi sebagai media promosi, internet juga dipandang sebagai instrumen komunikasi pemasaran pada perusahaan. Banyak perusahaan lain yang mengakui bahwa internet dapat meningkatkan jumlah pengunjung

maupun pembeli pada perusahaan. Sehingga Perpustakaan Kota pun menggunakan media internet terutama web yang dimiliki perpustakaan kota yang sangat aktif berinteraksi dengan pengunjung. Namun dengan demikian, iklan di media massa lainnya tetap berjalan karena memiliki peran penting juga untuk mengajak masyarakat datang ke perpustakaan kota.

D. Analisis SWOT Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Jogja

a. Faktor Pendukung

Dinas perpustakaan dan kearsipan Kota Yogyakarta memiliki beberapa faktor mengenai komunikasi pemasarannya, adapun faktor pendukung dalam komunikasi pemasaran Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Yogyakarta. Faktor pendukung pada Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Yogyakarta yaitu dari masyarakat yang berkunjung ke perpustakaan. Karena dengan adanya kunjungan masyarakat. Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Yogyakarta akan terus meningkatkan berbagai informasi dan bentuk layanan terhadap masyarakat.

Seperti yang kita tahu, Jogja merupakan yang sebagian penduduknya adalah pelajar maupun mahasiswa. Hal ini dapat membantu perpustakaan menjadi salah satu faktor pendukung komunikasi pemasaran perpustakaan. Karena dengan banyaknya pelajar ataupun mahasiswa mudah dan menerima informasi- informasi seputar perpustakaan kota. Banyaknya universitas maupun sekolah yang ada di Jogja membuat Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Jogja membantu kegiatan belajar dengan cara menyediakan buku yang mereka butuhkan atau perlukan.

Selama ini Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Yogyakarta merasa pengunjung yang datang terutama mahasiswa dan pelajar lebih memahami dan menerima apa isi pesan informasi yang Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Yogyakarta lakukan kepada pengunjungnya. Dan dari perpustakaan juga lebih mudah menjelaskan mengenai hal- hal tentang perpustakaan dan dapat diterima terutama oleh kalangan mahasiswa dan pelajar. Pihak perpustakaan juga memberikan beberapa bentuk media yang dapat di lihat oleh masyarakat baik berupa informasi dan layanan lainnya hal ini digunakan untuk mempermudah pihak perpustakaan memberikan informasi kepada masyarakat.

Banyaknya media cetak atau media audio yang digunakan pihak perpustakaan menjadi pilihan masyarakat untuk memahami informasi yang diberikan oleh perpustakaan. Untuk informasi sendiri pihak perpustakaan akan memuat ulang kembali informasinya. Agar masyarakat tidak lupa mengenai kegiatan yang dilakukan oleh perpustakaan dan masyarakat dapat memahaminya. Sebisanya mungkin pihak perpustakaan juga memberikan informasi dengan bahasa dan intonasi yang dapat membuat tertarik masyarakat.

a. Kekuatan (*Strengths*)

Secara keseluruhan, Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Yogyakarta dalam melaksanakan komunikasi pemasaran perpustakaan sudah memiliki beberapa kekuatan. Hal tersebut terbukti dalam pengunjung yang bertambah setiap harinya. Dengan bertambahnya pengunjung membuat pihak Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Yogyakarta mempromosikan perpustakaan secara berkala. Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Yogyakarta memiliki web yang berinteraksi langsung admin perpustakaan dengan pengunjung web. Tidak hanya web saja adapun media sosial lainnya seperti facebook dan instagram. Disini pengunjung bisa bertanya mengenai seputar informasi perpustakaan.

b. Peluang (*Opportunities*)

Peluang yang diberikan oleh Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Yogyakarta adalah bekerja sama dengan beberapa media yang ada di Jogja baik media cetak maupun media tv. Sehingga nama perpustakaan kota sudah tidak asing lagi diketahui oleh beberapa media yang ada di Jogja.

Tabel 4.1
Analisis SWOT Komunikasi Pemasaran Perpustakaan Dinas
Perpustakaan dan Kearsipan Yogyakarta

No	Analisis SWOT	Keterangan
----	---------------	------------

1.	Kekuatan (Strength)	Web yang aktif
2.	Peluang (Opportunities)	Bekerja sama dengan media cetak dan media tv yang ada di Jogja.

b. Faktor Penghambat

Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Yogyakarta melakukan beberapa hal dalam kegiatan komunikasi pemasaran. Namun terdapat kendala atau penghambat dalam komunikasi pemasaran. Akan tetapi bapak Triyanti selaku seksi pengembangan perpustakaan kendala komunikasi pemasaran bukan berarti masalah yang besar. Kendala atau penghambat tersebut masih bisa di atasi oleh pihak- pihak perpustakaan. Adapun faktor penghambat yang ada pada Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Yogyakarta. Seperti melayani kaum difabel, seperti yang kita tahu kaum difabel membutuhkan pendamping. Pihak perpustakaan sendiri kurang menguasai hal itu secara keilmuan. Namun mau tidak mau pihak perpustakaan juga harus mempelajarinya karena perpustakaan menyediakan fasilitas untuk kaum difabel.

Hal ini menjadi salah satu penghambat kemajuan komunikasi pemasaran perpustakaan. Melayani kaum difabel dibutuhkan orang- orang khusus yang dapat memahami kaum difabel. Mengerti dalam arti buku apa yang dia mau, kebutuhan apa yang dia inginkan semuanya harus mengerti. Pihak perpustakaan juga belum menemukan bagaimana solusi yang baik untuk penanganan pengunjung kaum difabel. Karena sebagian dari pihak perpustakaan belum cukup mengerti bagaimana cara menjelaskan bagi kaum difabel selagi mereka membutuhkan kita.

Pihak perpustakaan juga masih ingin belajar mengenai hal ini untuk ke depannya. Karena masih beberapa dari kaum difabel yang berkunjung di perpustakaan. Terkadang pihak perpustakaan juga harus membantu kaum difabel tersebut dan dapat melayani apa yang mereka butuhkan. Dana sendiri bukan menjadi hal utama dalam menjalankan komunikasi pemasaran bagi Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Yogyakarta. Karena menurut pihak perpustakaan selama kita bisa menjalankannya dengan baik dan mengolahnya dengan baik untuk ke depannya dan bukan menjadi masalah utama.

Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Yogyakarta, keterbatasan dana yang mereka miliki menjadi bukan hal utama dalam menjalankan komunikasi pemasaran perpustakaan. Karena pihak perpustakaan sudah memahami bagaimana masyarakat jogja dalam berpendapat untuk kemajuan perpustakaan. Adapun kendalanya dalam komunikasi pemasaran, tetapi hal itu bukan hal besar untuk masyarakat jogja berkunjung ke perpustakaan. Adapun sebagian masyarakat jogja sudah merasa nyaman dengan semua fasilitas yang tersedia dalam Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Yogyakarta. Tidak hanya masyarakat jogja saja yang dapat menikmati fasilitas yang sudah disediakan oleh pihak perpustakaan. Untuk pelajar jogja dan mahasiswa jogja juga dapat menikmati fasilitas yang diberikan oleh pihak perpustakaan. Banyaknya orang luar Kota ataupun Jawa yang bersekolah ataupun kuliah di jogja, yang dapat menikmati fasilitasnya. Banyaknya fasilitas dan tempat nyaman juga dapat mempengaruhi bertambahnya pengunjung.

Salah satu aktivitas komunikasi yang dilakukan Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Yogyakarta adalah komunikasi pemasarannya. Komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Yogyakarta berguna untuk mengenalkan adanya perpustakaan yang baru kepada masyarakat Yogyakarta sehingga dapat berdampak pada peningkatan jumlah pengunjung perpustakaan. Untuk dapat meraih tujuan tersebut, maka Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Yogyakarta melakukan seluruh kegiatan komunikasi pemasaran yang telah ditentukan dalam elemen-elemen tertentu yang telah ditetapkan. Kegiatan komunikasi pemasaran Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Yogyakarta telah menemukan faktor pendukung dan faktor penghambatnya.

Metode yang digunakan penulis adalah teknik analisis SWOT, penggunaan teknik analisis SWOT tersebut bertujuan untuk dapat menentukan *strength* (kekuatan), *weakness* (kelemahan), *opportunities* (peluang), dan *threats* (ancaman) yang mungkin dimiliki atau terdapat dalam perusahaan:

c. Kelemahan (*Weaknesses*)

Kelemahan yang dimiliki oleh Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Yogyakarta yang dapat teridentifikasi oleh penulis adalah kurang aktif dalam media sosial, seperti yang kita tahu saat ini, banyak masyarakat

lebih sering membuka media sosial daripada hal lainnya. Sehingga masyarakat belum mengetahui kegiatan apa saja yang dilakukan oleh perpustakaan kota melalui media sosial.

d. Ancaman (*Threats*)

Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Yogyakarta juga memiliki ancaman yang serius yang dapat teridentifikasi oleh penulis. Kurangnya variasi pada perpustakaan, sehingga ini mengakibatkan pengunjung atau masyarakat merasa nyaman di perpustakaan. Karena sekarang ini banyak perpustakaan yang sudah memodel perpustakaan jaman sekarang. Fasilitas yang bagus, fasilitas yang memadai, pelayanan yang baik dll.

Untuk dapat melihat kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dimiliki Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Yogyakarta dalam pelaksanaan kegiatan komunikasi pemasaran perpustakaan secara singkat dan jelas, maka faktor- faktor tersebut dapat dilihat dari tabel berikut:

Tabel 4.2
Analisis SWOT Komunikasi Pemasaran Perpustakaan Dinas
Perpustakaan dan Kearsipan Yogyakarta

No	Analisis SWOT	Keterangan
1.	Kelemahan (Weakness)	Media sosial yang kurang aktif, SDM yang kurang baik pns maupun non pns, finansial yang tidak menentu.
2.	Ancaman (Threats)	Banyaknya perpustakaan lain yang lebih berkembang.

E. Komunikasi Pemasaran Balai Layanan Perpustakaan DIY

a. Komunikasi Pemasaran

Dalam melakukan komunikasi pemasaran, pemasar lebih memilih aktivis tertentu untuk dapat menarik perhatian masyarakat atau khalayaknya. Begitupun kepada setiap perusahaan atau perpustakaan mereka mempunyai perencanaan yang berbeda untuk melakukan komunikasi pemasaran. Namun seperti yang kita tahu saat ini, perpustakaan Ghratama memiliki gedung dan fasilitas yang cukup menarik untuk dapat dikunjungi. Dikarenakan memiliki gedung dan fasilitas yang cukup menarik bagi pengunjung.

Balai Layanan Perpustakaan BPAD DIY memberikan semacam informasi mengenai *event* yang akan diadakan. Hal ini bertujuan untuk masyarakat datang dalam event yang diadakan oleh perpustakaan. Dalam pemasar atau pihak perpustakaan akan memberikan pengulangan pesan yang mereka sampaikan dalam melakukan komunikasi pemasaran. Hal ini bertujuan agar khalayak jelas dan mengerti mengenai pesan yang disampaikan oleh pemasar perpustakaan. Pihak perpustakaan tentunya akan membuat iklan semenarik mungkin agar khalayak atau masyarakat dapat tertarik terhadap iklan yang dibuat oleh Balai Layanan Perpustakaan BPAD DIY. Pengunjung perpustakaan hanya sekedar tahu mengenai kegiatan apa saja yang akan dilakukan oleh pihak perpustakaan terutama mengadakannya *event*.

Dalam melakukan promosi penjualan tentunya adanya komunikasi anatar pemasar dan khalayak. Hal ini membuat komunikasi satu ke orang lain dan dapat memprosikan apa yang perusahaan atau perpustakaan jual. Balai Layanan Perpustakaan BPAD DIY tentunya sering melakukan interaksi dengan pengunjung hal ini agar terjadinya hubungan baik antara pihak perusahaan dan masyarakat. Penawaran kontrak mengenai promosi pastinya harus ada antara pemasar dan konsumen. Hal ini biasa dilakukan oleh Balai Layanan Perpustakaan BPAD DIY mengenai wisata perpustakaan. Hal ini pastinya adanya kontrak antara pihak perpustakaan dengan pihak rombongan pengunjung. Balai Layanan Perpustakaan BPAD DIY ketika mempunyai kegiatan dan mau untuk diliput pihak perpustakaan

memperbolehkan mereka bertugas dari pemda untuk meliput kegiatan apa saja yang ada di dalam Balai Layanan Perpustakaan BPAD DIY.

Balai Layanan Perpustakaan BPAD DIY mempunyai layanan promosi, diaman promosi itu dilakukan dalam bentuk pameran. Perpustakaan sering mengadakan kegiatan- kegiatan yang bertujuan untuk mendatangkan pengunjung. Agar pengunjung lebih tertarik dengan kegiatan- kegiatan yang dilakukan oleh Balai Layanan Perpustakaan BPAD DIY. Pemberitaan pada media cetak tentang Balai Layanan Perpustakaan BPAD DIY seringkali berita mengenai kegiatan- kegiatan yang diadakan oleh perpustakaan. Baik pameran, maupun event- event diluar perpustakaan. Sehingga masyarakat akan melihat sendiri bagaimana bentuk kegiatan yang dilakukan oleh perpustakaan.

Balai Layanan Perpustakaan BPAD DIY mempunyai beberapa layanan yang mempunyai tugas untuk memajukan komunikasi pemasaran perpustakaan. Salah satunya dengan membuat masyarakat untuk datang ke Balai Layanan Perpustakaan BPAD DIY atau sering kali disebut masyarakat perpustakaan Ghratama. Beberapa staff perpustakaan juga ikut terjun langsung dalam masyarakat untuk hal ini. Kegiatan ini dilakukan ketika mengadakan event di sekaten. Dalam pengadaan event di sekaten Balai Layanan Perpustakaan BPAD DIY diberi kesempatan pada setiap tahunnya untuk mengisi stan di salah satu stan yang ada di sekaten. Dengan adanya event sekaten ini, pastinya banyak masyarakat yang datang untuk bermain areana sekaten dan ada juga yang melihat ada pameran apa saja di stand sekaten. Pihak perpustakaan tentunya sudah mempersiapkan segala kebutuhan ketika pameran berlangsung baik dari humasnya maupun kegiatannya.

Pada tahap ini, Balai Layanan Perpustakaan BPAD DIY mempunyai strategi sendiri untuk dapat menarik perhatian masyarakat. Dan setiap staf perpustakaan tentunya mempunyai cara sendiri dalam penyampaian pesan kepada masyarakat. Dengan menjalan penjualan personal tentunya akan membuat hubungan baik antara perpustakaan dengan masyarakat. Artinya

tidak hanya hubungan pihak perpustakaan dengan pengunjung perpustakaan akan tetapi bisa menjalin hubungan pribadi misal menjadi teman. Hal ini pihak perpustakaan akan tau respon pengunjung secara langsung ketika adanya komunikasi secara langsung. Hal ini juga sering terjadi ketika di perpustakaan maupun di luar perpustakaan semisal ketika ada kegiatan perpustakaan.

Adapun bauran pemasaran yang ada pada Balai Layanan Perpustakaan BPAD DIY. Marketing mix atau bauran promosi yang ditemukan oleh Zeithamil dan Bitner dalam (Ratih Hurriyati, 2010:48) yaitu tradisional marketing mix terdiri dari 4 p yaitu product, price, place, dan promotion. Sementara itu, pemasaran diperluas sehingga menambah unsur non tradisional marketing mix yaitu people (orang), physical evidence (fasilitas fisik) dan process (proses) sehingga menjadi 7 p. Apabila dianalisis secara 7p :

1. Produk Jasa

Menurut Kotler dalam (Ratih Hurriyati, 2010:50) segala sesuatu yang ditawarkan perusahaan untuk diminta, dicari, diperhatikan, dikonsumsi dan digunakan sehingga dapat memenuhi kebutuhan perusahaan. Produk Jasa yang dimaksud adalah pelayanan jasa yang diberikan perusahaan oleh konsumen atau pengunjung ketika masyarakat atau pengunjung datang ke perpustakaan. Sehingga produk jasa sendiri memiliki kehandalan dan kecepatan dalam pemberian informasi.

Balai Layanan Perpustakaan BPAD DIY memiliki beberapa layanan yang ada di perpustakaan. Seperti layanan surat bebas pustaka, keanggotaan bebas pustaka, loker penitipan, peminjaman buku, pengembalian buku, baca ditempat (koleksi umum, referensi, braile, langka, deposit, skripsi dll) Sehingga masyarakat yang berkunjung tidak kebingungan ketika pengunjung hendak bertanya kepada petugas perpustakaan sesuai dengan bidangnya. Dengan

adanya beberapa pelayanan, hal ini dapat mempermudah pengunjung ketika bertanya informasi perpustakaan.

2. Price (Harga)

Penerapan harga juga harus dimiliki pada setiap perusahaan. Karena dengan adanya penetapan harga hal ini dapat mempermudah Ruri Harriyati (2010:52-53) disusulkan oleh kotler (1996) dikutip mempertimbangkan harga. Karena dalam penetapan harga sebuah perusahaan tidak harus mendapatkan profit atau keuntungan namun perusahaan dapat memaksimalkan penguasaan pasar pada umumnya.

Penerapan harga pada Balai Layanan Perpustakaan BPAD DIY yaitu denda pengembalian buku, kartu bebas perpustakaan dan menonton film 6D. Untuk masuk ke perpustakaan Balai Layanan Perpustakaan BPAD DIY tidak berbayar. Sehingga akan dikenakan denda kepada pengunjung yang tidak tepat waktu dalam pengembalian buku.

3. Promotion (Promosi)

Dalam Ratih Hurriyati (2010:58) konsep promosi adalah bentuk komunikasi pemasaran pada sebuah perusahaan yang menyebarluaskan informasi perusahaan melalui beberapa alat promosi. Balai Layanan Perpustakaan BPAD DIY memiliki beberapa alat promosi yang digunakan untuk memberikan informasi perpustakaan kepada khalayak. Seperti web resmi perpustakaan kota, media sosial perpustakaan kota, event- event yang diselenggarakan oleh perpustakaan ghratama.

4. Place (tempat)

Dalam sebuah pelayanan yang ada pada perusahaan harus bisa mendapatkan lokasi yang strategis atau yang mudah ditemukan oleh khalayak. Sehingga khalayak tidak susah untuk menemukan perusahaan yang akan dikunjunginya. Balai Layanan Perpustakaan BPAD DIY memiliki letak yang terbilang cukup jauh dari kota

namun hal ini tidak mempengaruhi pengunjung untuk berkunjung ke perpustakaan.

5. *People* (Orang)

Menurut Zeithml dan Bitner dalam Ruri Hurriyati (2010:62) *people* (orang) adalah semua pelaku yang memerankan peranan dan penyajian jasa dalam sebuah perusahaan. Sehingga hal ini berpengaruh pada proses pembelian antara konsumen dengan produsen. Elemen- elemen dari *people* sendiri adalah pegawai perusahaan, konsumen.

People disini dapat diartikan kepada petugas ataupun pegawai yang ada di Perpustakaan ghratama dan pengunjung. Bagaimana petugas perpustakaan kota memberikan pelayanan yang terbaik kepada setiap pengunjung yang datang ke perpustakaan. Dimulai dari penampilan, bersikap kepada pengunjung membuat pengunjung nyaman dengan keramahan atau sikap yang dimiliki oleh petugas perpustakaan ghratama.

6. *Process* (Proses)

Menurut Zeithml dan Bitner dalam Ratih Hurriyati (2010:64) proses adalah semua prosedur, kegiatan dan mekanisme yang ada pada perusahaan. Dalam menjalankan aktifitasnya perusahaan dapat memenuhi sesuai kebutuhan konsumen.

Proses yang ada pada Balai Layanan Perpustakaan BPAD DIY yaitu mematuhi peraturan dan tata tertib yang sudah ditentukan oleh pihak perpustakaan. Sehingga pengunjung yang datang ke perpustakaan ghratama mematuhi semua peraturan yang ada pada perpustakaan ghratama.

7. *Physical Evidence*

Sarana fisik yang dimiliki oleh sebuah perusahaan. Balai Layanan Perpustakaan BPAD DIY memiliki beberapa sarana fisik yang sudah pas dalam bentuk lampu pencahayaannya, tata ruang namun untuk sarana gedung yang luas dan memiliki fasilitas ruang

di dalam gedung perpustakaan cukup terbilang bagus. Penataan ruang- ruang yang pas dan mudah ditemukan oleh pengunjung.

b. *Marketing Concept*

Balai Layanan Perpustakaan BPAD DIY mempunyai tahapan untuk mempersiapkan pemasaran perpustakaan. Tahapannya itu sendiri mempunyai *marketing concept* guna memenuhi kebutuhan perpustakaan dan mendapatkan kepuasan pengunjung ketika datang ke perpustakaan. Dengan adanya lokasi gedung yang strategis, fasilitas yang memadai, ataupun bahan perpustakaan dan buku- buku yang dicari oleh pengunjung. Konsep marketing pada Balai Layanan BPAD DIY mempunyai tahapannya. Tahapan yang pertama ketika akan diadakannya pameran lalu dirinci berbagai macam kegiatannya termasuk juga biaya atau anggaran untuk pamerannya. Setelah ditetapkan anggarannya lalu melaksanakan kegiatan tahapan pamerannya. Dan untuk yang terakhir setelah kegiatan adalah evaluasi kegiatan.

c. *Konsep Promosi Balai Layanan Perpustakaan DIY*

Untuk mengenalkan serta memasarkan sebuah perpustakaan, perpustakaan tidak cukup hanya membangun sebuah informasi saja mengharapkan sebuah konsep promosi agar khalayak bisa mengetahui mengenai sebuah perpustakaan tersebut. Namun di zaman yang semakin modern seperti sekarang ini, masyarakat perlu diingatkan secara terus menerus agar masyarakat mengetahui informasi- informasi perpustakaan hal ini juga bisa terbilang supaya promosi perpustakaan efektif. Hal ini dilakukan agar tidak mengandalkan media yang sudah ada atau melanjutkan promosi- promosi sebelumnya melainkan pihak perpustakaan juga dapat mengembangkan konsep promosi menjadi lebih baik dan matang. Dan juga pihak perpustakaan membuat publisitas mereka melalui berbagai bentuk serta namun sesuai dengan kemampuan dan keuangan yang ada.

Balai Layanan Perpustakaan BPAD DIY melakukan beberapa kegiatan promosi yang disebut sebagai layanan promosi oleh pihak perpustakaan. Layanan promosi biasanya dilaksanakan dalam bentuk pameran. Pameran tersebut diadakan sebagai sarana promosi perpustakaan dan untuk mengenalkan perpustakaan kepada masyarakat. Terkadang pihak Balai Layanan Perpustakaan BPAD DIY mengadakan pameran secara mandiri atau ikut serta dalam *event* tertentu yang membutuhkan pengisi *stand*. Berikut wawancara yang dilakukan bersama Bapak Nasrul selaku Bagian Pelayanan Perpustakaan:

Kegiatan promosi yang dilakukan oleh perpustakaan ghratama menurut konsep promosi. Promosi perpustakaan merupakan forum pertukaran informasi antara organisasi perpustakaan dan pemakai dengan tujuan utama memberikan informasi tentang produk atau jasa yang disediakan oleh organisasi perpustakaan (Hartono, 2016:282). Promosi yang berfungsi sebagai alat atau sarana untuk memperkenalkan produk yang kita punya kepada khalayak yang kita tuju. Hal ini dilakukan agar lebih diketahui oleh masyarakat atau khalayak yang dituju. Dan dalam melakukan sebuah promosi perpustakaan, pihak perpustakaan perlu menyiapkan beberapa konsep dan persiapan yang matang. Hal ini dilakukan agar promosi yang dilakukan perpustakaan tidak sia-sia atau mengecewakan masyarakat yang datang dalam pameran perpustakaan Ghratama. Berdasarkan prinsipnya promosi adalah memperkenalkan perpustakaan yaitu berupa koleksi perpustakaan, jenis layanannya dan manfaat apa saja yang diperoleh pengguna perpustakaan.

Dengan adanya promosi, pastinya Perpustakaan Ghratama akan lebih dikenal oleh masyarakat. Dalam setahun perpustakaan melakukan promosi pameran tidak hanya satu atau dua kali saja melainkan 4 kali dalam setahun. Dalam 4 kali tersebut pihak perpustakaan sendiri yang mengadakan. Namun untuk tahun 2017 sudah dipindah pengampunya dalam urusan promosi perpustakaan. Menurut hartono (2016:283) pada dasarnya secara sadar atau tidak sadar pustakawan sudah banyak melakukan promosi. Namun dalam kegiatan promosi pasti ada kekurangan atau kendalanya untuk itu pihak perpustakaan terkadang merasa tidak sesuai dengan tujuan dan sasaran perpustakaan.

Brosur merupakan suatu bentuk media cetak promosi Balai Layanan Perpustakaan BPAD DIY yang diberikan kepada konsumen. Pembuatan brosur di Balai Layanan BPAD DIY tidak setiap bulan di buat namun pada bulan- bulan tertentu saja. Pembuatan brosur sendiri dibuat sesuai kesepakatan pihak perpustakaan apabila ingin dibuat ya dibuat apabila tidak masih bisa memakai brosur yang terakhir dibuat. Seharusnya untuk brosur sednri dapat di update dalam dua bulan sekali atau sebulan sekali. Hal ini ditujukan agar dapat memberi informasi perpustakaan yang terbaru dan dapat diberikan oleh masyarakat.

Poster Balai Layanan Perpustakaan BPAD DIY cukup membuat tertarik masyarakat karena ditempel pda pintu masuk perpustakaan. Hal ini membuat masyarakat yang datang akan langsung melihat poster. Untuk pembuatan poster sendiri juga tidak menentu dikarenakan tidak terlalu fokus untuk membuat poster dibandingkan kegiatan lainnya. Bentuk poster perpustakaan dibilang besar berukuran majalh dinding sekolah pada umumnya. Adapun dari media lain yang meliput informasi informasi tentang perpustakaan. Hal ini di dapat pada *koranbogor.com* pada media tersebut memberitakan mengenai Balai Layanan Perpustakaan BPAD DIY yang berisi tentang perpustakaan terbesar se Asia Tenggara. Hal ini cukup menarik dilihat untuk para pembaca ataupun khalayak.

Kegiatan promosi pameran yang dilakukan oleh Balai Layanan Perpustakaan BPAD DIY tidak pada setiap bulannya. Hanya di bulan- bulan tertentu saja diadakannya pameran. Kegiatan promosi yang satu ini dilakukan pada ruang anak. Karena di ruang anak tersebut ada pihak perpustakaan yang bercerita mengenai seputar dongeng atau apapun mengenai anak- anak suka. Hal dilakukan karena banyaknya anak- anak yang datang minta diceritakan atau didongengkan. Pihak Balai Layanan Perpustakaan BPAD DIY juga terdapat ruangan khusus untuk bercerita yaitu ruang dongeng terdapat di lantai satu.

Adapun kegiatan promosi wisata perpustakaan yang dilakukan oleh Balai Layanan Perpustakaan BPAD DIY. Hal ini bertujuan mengajak rombongan pelajar atau dari organisasi lain untuk mengelilingi perpustakaan. Kegiatan promosi ini sering dilakukan oleh Balai Layanan Perpustakaan BPAD DIY. semuanya layanan tidak ada yang berbayar kecuali di 6D, 6D itu berbayar Rp

20.000. Adapun fasilitas yang diberikan oleh pihak perpustakaan yaitu menonton film 6Dimensi, untuk fasilitas yang satu dikenakan biaya.

Metode promosi yang dilakukan oleh pihak perpustakaan tentunya akan membuat khalayak tertarik untuk dapat berkunjung di perpustakaan. Seperti fasilitas yang disediakan gratis, fasilitas yang gratis ini membuat pengunjung atau masyarakat akan sering berkunjung karena tidak membayar sama sekali. Adapun yang tidak gratis seperti menonton film 6Dimensi, bebas pustaka. Meski ada yang tidak gratis pengunjungpun tetap menggunakan fasilitas tersebut karena fasilitas seperti film 6 Dimensi tidak ada di perpustakaan lainnya. Fasilitas tersebut hanya terdapat di Balai Layanan Perpustakaan BPAD DIY. Selain itu layanan digratiskan oleh pengunjung yang datang.

Balai Layanan Perpustakaan BPAD DIY sering mengadakan kegiatan promosi di luar perpustakaan hal ini bertujuan untuk menarik perhatian masyarakat. Dengan banyaknya lomba- lomba yang diadakan Balai Layanan Perpustakaan BPAD DIY membuat antusias masyarakat Jogja untuk mengikutinya. Ketika Balai Layanan Perpustakaan BPAD DIY mempunyai event, Perpustakaan tersebut juga memasang iklan di berbagai tempat seperti memasang iklan di baliho perempatan jalan lampu merah. Hal ini yang sedang berhenti di lampu merah akan meihatnya.

d. Pemasaran Interaktif Balai Layanan Perpustakaan BPAD DIY

Menurut Morissan (2010:23) perubahan pemasaran pada sekarang ini adalah adanya dorongan kemajuan teknologi komunikasi yang dilakukannya komunikasi secara interaktif melalui media massa. Dalam hal utamanya adalah internet. Media interaktif memungkinkan pengguna mendapatkan arus informasi timbul balik yang memungkinkan pengguna mendapatkan informasi disaat itu juga. Kehadiran internet di era sekarang ini mempermudah pengguna perusahaan untuk memberikan pelayanan-pelayanan informasi kepada konsumen. Hanya melalui internet konsumen dapat mengetahui informasi- informasi apa saja yang diberikan oleh perusahaan tersebut. Dan konsumen dapat menanyakan hal- hal yang

kurang dipahami atau dimengerti mengenai informasi perusahaan. Dan dapat menanyakan secara langsung kepada perusahaan.

Kehadiran internet juga mengubah cara- cara perusahaan dalam merancang sebuah strategi untuk kedepannya. Karena seperti yang kita ketahui saat ini banyak perpustakaan lain yang menggunakan internet sebagai salah satu alat media promosi kepada masyarakat. Sehingga Dinas Perpustakaan Kearsipan Jogja juga tak mau kalah dengan perpustakaan lainnya. Menggunakan internet sebagai media promosi atau pemasaran.

Balai Layanan Perpustakaan BPAD DIY memiliki media sosial dan web untuk terhubung dengan pengunjung setia atau masyarakat. Sehingga dapat berinteraksi secara langsung antara petugas perpustakaan kota dengan masyarakat. Karena saat ini internet dianggap sebagai media iklan yang menarik. Dapat menarik perhatian masyarakat daripada media lainnya. Semakin berkembangnya teknologi masyarakat lebih sering menggunakan gadget sebagai salah satu alat komunikasi internet dengan hal lainnya.

Adapun petugas khusus perpustakaan ghlatama yang melayani pengunjung web dan juga pengunjung media sosial yang dimiliki oleh perpustakaan kota. Selain berfungsi sebagai media promosi, internet juga dipandang sebagai instrumen komunikasi pemasaran pada perusahaan. Banyak perusahaan lain yang mengakui bahwa internet dapat meningkatkan jumlah pengunjung maupun pembeli pada perusahaan. Sehingga Perpustakaan ghlatama pun menggunakan media internet terutama web yang dimiliki perpustakaan kota yang sangat aktif berinteraksi dengan pengunjung.

e. Analisis SWOT Balai Layanan Perpustakaan BPAD DIY

a. Faktor Pendukung

Kegiatan komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Balai Layanan Perpustakaan BPAD DIY membuahkan hasil bagi pihak perpustakaan. Hal ini

menjadikan pihak perpustakaan untuk memperbaiki kesalahan- kesalahan yang ada pada saat komunikasi pemasaran. Hasil yang diterima oleh pihak perpustakaan meningkatnya pengunjung. Dengan adanya peningkatan pengunjung membuat kabar baik bagi Balai Layanan Perpustakaan BPAD DIY. Hal ini dijadikan salah satu dari faktor pendukung komunikasi pemasaran perpustakaan.

Dengan bertambahnya pengunjung dalam setiap bulannya, komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Balai Layanan Perpustakaan BPAD DIY membuahkan hasil yang baik. Hal ini dapat mengembangkan berbagai koleksi yang ada dan dapat menyesuaikan kebutuhan pengunjung saat ini. Karena pengunjung yang datang di perpustakaan juga tidak hanya remaja ataupun dewasa saja. Melainkan banyaknya anak- anak sd yang menyempatkan waktu mereka untuk berkunjung ke perpustakaan. Dengan adanya media sosial yang mereka punya, pihak perpustakaan akan sering melakukan komunikasi pemasaran melalui media sosial yang mereka punya. Sebagai berikut kekuatan dan peluang yang dimiliki oleh Balai Layanan Perpustakaan BPAD DIY:

a. *Strenght* (Kekuatan)

Kekuatan yang dimiliki oleh Balai Layanan Perpustakaan BPAD DIY adalah adanya kegiatan- kegiatan promosi yang disebut sebagai layanan promosi yang biasanya dilaksanakan dalam bentuk pameran. Pameran tersebut diadakan sebagai sarana promosi perpustakaan kepada masyarakat Yogyakarta. Adapun kekuatan lainya yang dimiliki seperti bertambahnya pengunjung pada setiap harinya hal ini tentunya membuat kabar baik bagi Balai Layanan Perpustakaan BPAD DIY. Gedung yang bagus, fasilitas yang memadai hal ini akan membuat akan berkunjung pada setiap harinya.

b. *Opportunities* (Peluang)

Balai Layanan perpustakaan BPAD DIY memiliki peluang- peluang agar dapat mengembangkan komunikasi pemasaran perpustakaan. Peluang tersebut seperti menjalin hubungan komunikasi yang baik dengan beberapa media cetak dan juga tv yang ada di Jogja. Sehingga

menjalin kerja sama yang baik untuk kedepannya baik dari perusahaan maupun media.

Tabel 4.3
Analisis SWOT Komunikasi Pemasaran Perpustakaan Balai
Layanan Perpustakaan BAD DIY

No	Analisi SWOT	Keterangan
1.	<i>Strenght</i> (Kekuatan)	Sering mengadakan event di perpustakaan, berbagai macam layanan mereka miliki (layanan koleksi umum, referensi umum, koleksi digital, koleksi skripsi dll).
2.	<i>Opportunities</i> (Peluang)	Bekerja sama dengan beberapa media tv dan media cetak yang ada di Jogja.

b. Faktor Penghambat

Adapun faktor penghambat yang dialami oleh Balai Layanan Perpustakaan BPAD DIY. Pengunjung yang datang, ada sebagian dari mereka yang tidak mendaftarkan dalam daftar pengunjung di perpustakaan. Hal ini dapat membuat perpustakaan yang tidak tahu kedatangan pengunjung dalam perharinya. Masih ada sebagian dari mereka yang tidak tahu, dan memang ada sebagian dari mereka yang memang tidak menuliskan namanya dalam daftar pengunjung perpustakaan. Balai Layanan Perpustakaan BPAD DIY harapannya dapat meningkatnya pengunjung. Meskipun masih banyak pengunjung yang kurang tahu mengenai menulis di daftar pengunjung.

Dalam implemestasinya, Balai Layanan Perpustakaan BPAD DIY pasti memiliki faktor pendukung dan penghambat yang berhasil teridentifikasi oleh peneliti. Peneliti mengidentifikasi faktor- faktor tersebut berdasarkan teknik analisis SWOT, penggunaan teknis analisis SWOT tersebut bertujuan untuk dapat menentukan *weakness* (kelemahan) dan *treats* (ancaman) yang mungkin dimiliki atau terdapat dalam perpustakaan. Pelaksanaan kegiatan komunikasi pemasaran

yang dilakukan oleh Balai Layanan Perpustakaan BPAD DIY dengan menggunakan teknis analisis SWOT yang berhasil diidentifikasi oleh peneliti.

a. *Weakness* (Kelemahan)

Adapun kelemahan yang dimiliki oleh Balai Layanan Perpustakaan BPAD DIY. Dari yang kita tahu sebelum mengunjungi perpustakaan akan ada daftar nama pengunjung yang wajib diisi untuk pengunjung yang datang. Namun ada sebagian pengunjung yang tidak menuliskan namanya di dalam daftar nama pengunjung. Hal ini tentu membuat pihak perpustakaan tidak bisa menjumlah data pengunjung yang benar- benar datang pada hari itu.

c. *Treats* (Ancaman)

Balai Layanan Perpustakaan BPAD DIY juga memiliki ancaman dalam melakukan kegiatan komunikasi pemasaran perpustakaan. Selama melaksanakan kegiatan komunikasi pemasaran perpustakaan, Balai Layanan Perpustakaan BPAD DIY mengalami kendala terutama di bidang sumber daya manusia (SDM). SDM yang ada di Balai Layanan Perpustakaan BPAD DIY kebanyakan sudah pensiun atau mutasi sehingga SDM yang melakukan kegiatan komunikasi pemasaran berkurang. Namun pihak perpustakaan memanfaatkan bantuan tenaga kerja non PNS sehingga masih membutuhkan penanganan khusus.

Untuk dapat melihat kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dimiliki Balai Layanan Perpustakaan BPAD DIY dalam pelaksanaan Komunikasi Pemasaran Perpustakaan secara singkat dan jelas. Maka faktor- faktor tersebut dapat dilihat dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 4.4
Analisis SWOT Komunikasi Pemasaran Perpustakaan Balai
Layanan Perpustakaan BPAD DIY

1.	<i>Weakness</i> (Kelemahan)	Media sosial dan web yang kurang aktif, kurangnya kemampuan SDM.
2.	<i>Treats</i> (Ancaman)	Banyaknya <i>ebook</i> yang mudah diakses.

F. Studi Perbandingan Dinas Perpustakaan Kearsipan Kota dan Balai Layanan Perpustakaan BPAD DIY

Tabel 4.5
Studi Perbandingan Komunikasi Pemasaran Dinas
Perpustakaan Kearsipan Yogyakarta dan Balai Layanan
Perpustakaan BPAD DIY

No	Elemen Perbandingan	Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Yogyakarta	Balai Layanan Perpustakaan BPAD DIY
1.	Pelaku Komunikasi Pemasaran	seksi pengembangan minat baca, seksi pengelolaan perpustakaan, serta seksi data dan informasi	Bidang Pelayanan Perpustakaan
2.	Kegiatan Komunikasi Pemasaran	Seksi pengelolaan perpustakaan menjalankan peran sebagai <i>customer service</i> dalam kegiatan komunikasi pemasaran. Sedangkan, seksi data dan informasi menjalankan tugas yang berkaitan dengan komunikasi pemasaran yang dilakukan melalui media sosial.	Tidak melakukan kegiatan komunikasi pemasaran secara langsung namun pihak perpustakaan hanya memanfaatkan media sosial yang ada seperti facebook dan instagram.

3.	Bentuk promosi tercetak melalui brosur	Dalam penggunaan brosur-brosur, Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Yogyakarta memanfaatkan para lulusan SMK yang memiliki fokus studi multimedia. Sekaligus untuk memproduksi video-video pendek atau tayangan yang akan ditayangkan di televisi serta disebarluaskan kepada khalayak secara umum.	kegiatan promosi berupa media cetak seperti brosur, Balai Layanan Perpustakaan memanfaatkan bagian pelayanan untuk membuat brosur. Hal ini ditujukan lebih mudah memberikan bentuk iklan berupa cetak kepada pengunjung atau masyarakat.
4.	Bentuk kegiatan promosi	Pameran: mengadakan pameran tidak secara berkala. Memutar film atau video: ada pemutaran video yang ditampilkan sebelum maemasuki gedung perpustakaan. Wisata Perpustakaan: kegiatan promosi sudah ada sejak lama, karean pihak perpustakaan juga ingin menunjukkan bebrapa kegiatan ataupun fasilitas yang ada pada perpustakaan.	Pameran: mengadakan baperan tidak secara berkala namun dalam pengadaan pameran bisa sampai 3 – 4 hari. Memutar film atau video: ada pemutaran video yang ditampilkan sebelum maemasuki gedung perpustakaan.

			Wisata Perpustakaan: adapun kegiatan wisata perpustakaan yang ada pada Balai Layanan Perpustakaan BPAD DIY, kegiatan ini ada pada setiap bulannya tapi tidak menenti dalam satu bulan maupun dua bulan sekali hal ini tergantung pada pihak perpustakaan yang sudah mengizinkan pihak kampus atau sekolah lain yang ingin mengunjungi dan mengililingin isi dan fasilitas yang disediakan oleh perpustakaan.
--	--	--	---

5.	Metode Promosi	Advertising: Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Jogja bekerjasama dengan beberapa media surat kabar yang ada di jogja. Namun hal ini tidak menentu pada perbulan ataupun pertahunnya. Personal selling/ personal service: pihak perpustakaan akan melayani pengunjung yang datang apabila pengunjung mengalami kesulitan dalam mencari buku atau kebutuhan yang diinginkan oleh pengunjung. Hal ini bertujuan untuk pihak perpustakaan memberikan pelayanan yang terbaik kepada setiap pengunjungnya. Sales promotion: kegiatan promosi ini dilakukan tidak setiap namun dihari hari tertentu ataupun disaat ada event.	Advertising: di angkringan acara TVRI dan wedang ronde ADI TV. Radio kemaren enggak trus yang media cetak itu KR terus tribun itu enggak kayaknya. KR aja yang sering kita partner. Personal selling/ personal service: untuk menanyakan hal mengenai peminjaman buku atau ingin mencari buku biasanya akan dibantu. Dan untuk menayakan skripsi sebisa dari pihak perpustakaan. Jadi tidak semuanya bisa menjawab. Sales promotion: kegiatan promosi ini tidak dilakukan pada setiap harinya namun dihari hari tertentu ataupun disaat ada event.
----	----------------	---	--

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Pada bab ini, peneliti akan memaparkan jawaban tentang masalah yang menjadi bahasan dalam penelitian ini. Perpustakaan sebagai penyedia informasi memiliki peran penting dalam menambah pengetahuan. Selain, sebagai akses kepada pengetahuan, perpustakaan juga memberikan ide-ide baru. Penulis menarik kesimpulan atas komunikasi pemasaran dan konsep promosi Perpustakaan Kota dan Perpustakaan Ghratama sebagai berikut.

Perpustakaan Kota dalam melakukan komunikasi pemasaran menggunakan beberapa media. Melalui media cetak, Perpustakaan Kota memberikan brosur yang mencakup informasi. Melalui media sosial, Perpustakaan Kota memberikan informasi melalui update via Instagram dan Facebook. Selain itu, Perpustakaan Kota juga memiliki bentuk layanan berupa website dimana para pengunjung dapat berinteraksi aktif. Media *website* ini digunakan karna media yang paling dekat dengan masyarakat serta bisa memberikan pendapat secara langsung. Strategi komunikasi pemasaran yang digunakan oleh Perpustakaan Kota bisa menjadikan perpustakaan ini semakin dikenal luas oleh masyarakat.

Perpustakaan Ghratama melakukan komunikasi pemasaran menggunakan strategi yang sama dengan Perpustakaan Kota. Perpustakaan Ghratama menggunakan brosur sebagai media pengenalan dan juga memberikan informasi melalui Instagram, Facebook dan *webiste*. Namun, perbedaan dari komunikasi pemasaran antara Perpustakaan Kota dan Perpustakaan Ghratama adalah interaksi aktif dalam *website* yang digunakan Perpustakaan Kota. Selain itu, isi *website* milik Perpustakaan Kota menyediakan kolom komentar sehingga apabila masyarakat ingin bertanya sesuatu atau memberikan keluhan bisa langsung mengetik disana. Keaktifan penggunaan website Perpustakaan Kota juga bisa dilihat dari *headline* berita dalam *website* yang selalu diperbaharui setiap harinya sesuai dengan kegiatan Perpustakaan di hari itu.

Selain itu, pihak yang menangani bagian publikasi dari dua perpustakaan itu juga berbeda. Jika di Perpustakaan Kota bagian publikasi ditangani oleh salah satu pustakawan. Sedangkan di Perpustakaan Grhatama di urusi oleh bagian layanan. Kedua, perpustakaan ini sama-sama belum memiliki bagian marketing sehingga praktik komunikasi pemasaran kedua perpustakaan ini belum bisa dikatakan baik. Oleh sebab itu, Perpustakaan Kota dan Perpustakaan Grhatama tidak terlalu memiliki perbedaan yang mencolok dalam strategi pemasarannya.

Namun, komunikasi pemasaran yang digunakan Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Jogja lebih *powerfull* atau interaktif dibandingkan dengan Balai layanan perpustakaan BPAD DIY . Hal ini dapat dikatakan bahwa komunikasi pemasaran yang dilakukan di Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Jogja lebih efektif sehingga dapat berdampak pada kunjungan masyarakat untuk perpustakaan Kota tersebut. Selain itu, Perpustakaan Kota juga beroperasi lebih dulu dibanding Perpustakaan Grhatama. Perpustakaan Grhatama sendiri baru mulai beroperasi pada Januari 2016. Sehingga, Perpustakaan Kota lebih memiliki pengalaman lebih lama mengenai kinerja perpustakaan dibanding Perpustakaan Grhatama.

B. Keterbatasan Penelitian

Peneliti menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari kesempurnaan, dalam penelitian ini juga menyiasakan beberapa kekurangan dan keterbatasan, terutama dalam hal pengumpulan data dari dua perpustakaan. Dikarenakan pada saat pengambilan data dua perpustakaan tersebut belum memiliki devisi marketing. Sehingga strategi pemasaran kedua perpustakaan itu masih kurang mendalam dan hanya bagian umumnya saja.

Penulis juga masih mempunyai keterbatasan penelitian dalam melakukan penelaahan penelitian. Yakni bahasa pengetahuan yang kurang serta literatur yang kurang. Keterbatasan yang dimiliki oleh peneliti mengenai pembahasan pengolahan bahasa pada penelitian ini. Selain itu juga pada tulisan ini masih banyak terdapat kesalahan atau kekeliruan baik dari sisi materi tulisan maupun dari sisi

penulisan sehingga penulis mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun untuk kesempurnaan tulisan ini.

C. Saran

1. Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Yogyakarta

Beberapa saran penulis untuk Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Yogyakarta adalah adanya devisi marketing perpustakaan karena dengan adanya devisi marketing akan lebih efektif untuk kemajuan strategi komunikasi pemasaran pada perpustakaan. Secara keseluruhan kegiatan promosi yang dilakukan Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Yogyakarta sudah dilaksanakan dengan baik. Namun alangkah baiknya apabila ada devisi marketing yang terjun menangani kegiatan komunikasi pemasaran di Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Yogyakarta. Dan adanya penambahan kegiatan promosi- promosi lainnya agar meningkatkan data pengunjung dibulan- bulan berikutnya.

2. Balai Layanan Perpustakaan BPAD DIY

Beberapa saran penulis untuk Balai Layanan Perpustakaan BPAD DIY adalah adanya devisi marketing perpustakaan. Kareana dengan adanya devisi marketing dan ditambahkannya kegiatan promosinya Balai Layanan Perpustakaan BPAD DIY akan lebih efektif dalam kegiatan promosi melalui media sosial ataupun web. Karena sekarang ini masyarakat lebih sering menggunakan media sosial dan web sehingga pihak perpustakaan lebih efektif dalam kegiatan tersebut.

3. Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya yang ingin mengangkat tema mengenai Komunikasi Pemasaran Perpustakaan dapat menggunakan penelitian ini sebagai bahan referensi. Dan untuk peneliti selanjutnya tentang Komunikasi Pemasaran Perpustakaan bisa lebih dikembangkan dan didetailkan secara rinci oleh peneliti selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Basuki, Sulistyo. 1991. *Pengantar Ilmu Perpustakaan*. Jakarta: Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama.
- Bungin, Burhan. 2001. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Habermas, Jurgen. 2007. *Ruang Publik*. Yogyakarta: Kreasi Wacana
- Hartono, SS, M.Hum. 2016. *Manajemen Perpustakaan Sekolah*. Yogyakarta: Ar-ruzz Media.
- Hartono, SS, M.Hum. 2016. *Manajemen Perpustakaan Profesional*. Jakarta: CV. Sagung Seto
- Hermawan, Agus. 2012. *Komunikasi Pemasaran*. Malang: Penerbit Erlangga.
- Hurriyati, Ratih. 2010. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: CV Alfabeta.
- Idrus, Muhammad. 2007. *Metodologi Penelitian Ilmu- Ilmu Sosial*. Yogyakarta: UII Press Yogyakarta.
- Kotler, Philip., Gary Amstrong. 2008. *Prinsip- Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- M.A., Morissan. 2010. *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Prenada Media Group.
- NS, Sutarno. 2006. *Perpustakaan dan Masyarakat*. Jakarta: CV Agung Seto.
- Sulaksana, Uyung. 2003. *Integrated Marketing Communication*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Suwarno, Wiji. 2010. *Ilmu Perpustakaan dan Kode Etik Perpustakaan*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Suwarno, Wiji. 2010. *Dasar- dasar Ilmu Perpustakaan*. Jogjakarta: Penerbit Ar-ruzz Media.

Internet

<https://gudeg.net/direktori/7478/grahatama-pustaka-yogyakarta.html> (diakses pada tanggal 20 maret 2017)

<https://gudeg.net/direktori/1749/perpustakaan-kota-yogyakarta.html> (diakses pada tanggal 20 maret 2017)

<http://download.portalgaruda.org/article.php?article=298793&val=7280&title=URGENSI%20STRATEGI%20KOMUNIKASI%20DI%20PERPUSTAKAAN> (diakses pada tanggal 20 maret 2017)

<http://download.portalgaruda.org/article.php?article=298725&val=7280&title=PERAN%20KOMUNIKASI%20INTERPERSONAL%20DALAM%20UPAYA%20%20MENINGKATKAN%20KUALITAS%20PELAYANAN%20PERPUSTAKAAN> (diakses pada tanggal 20 maret 2017)

<http://id.portalgaruda.org/?ref=browse&mod=viewarticle&article=298684> (diakses pada tanggal 20 Maret 2017)

<http://download.portalgaruda.org/article.php?article=437891&val=9287&title=KOMUNIKASI%20%20PUSTAKAWAN> (diakses pada tanggal 20 Maret 2017)

[http://download.portalgaruda.org/article.php?article=477219&val=8351&title=Strategi%20%20Manajemen%20Perpustakaan%20dalam%20Menghadapi%20Vandalisme%20\(Studi%20Kasus%20Mengenai%20Strategi%20Manajemen%20Perpustakaan%20dalam%20Menghadapi%20Vandalisme%20oleh%20Pengguna%20di%20Perpustakaan%20Universitas%20Sumatera%20Utara](http://download.portalgaruda.org/article.php?article=477219&val=8351&title=Strategi%20%20Manajemen%20Perpustakaan%20dalam%20Menghadapi%20Vandalisme%20(Studi%20Kasus%20Mengenai%20Strategi%20Manajemen%20Perpustakaan%20dalam%20Menghadapi%20Vandalisme%20oleh%20Pengguna%20di%20Perpustakaan%20Universitas%20Sumatera%20Utara) (diakses pada tanggal 20 Maret 2017)

LAMPIRAN

Transkrip wawancara pengunjung perpustakaan kota

Tempat : perpustakaan kota

Tanggal : 10 Mei 2017

Narasumber : Resa (pengunjung)

Saya : mbaknya namanya siapa?

Resa : Resa

Saya : kuliah atau apa?

Resa : kerja

Saya : asli Jogja?

Resa : enggak, asli orang Semarang

Saya : berarti disini ngekos?

Resa : iya

Saya: sering ke perpustakaan gak?

Resa: sering

Saya: biasanya ke perpustakaan mana?

Resa : dulu sih pas di Semarang seringnya di perpustakaan Semarang tapi kalo disini ya perpustakaan Jogja sini.

Saya : kenapa milih perpustakaan kota?

Resa : karena belum tau perpustakaan daerah dimana

Saya : trus biasanya kalo di perpustakaan ngapain aja?

Resa : di perpustakaan itu biasanya wifi, baca buku itu doang

Saya : trus biasanya berapa lama ngabisin waktu di perpustakaan?

Resya : lama sih mbak bisa sehari

Saya : dari pagi gitu bisa sampe malem?

Resya : sampe malem biasanya, pernah nih dari sore sampe jam dua belas malem

Saya : tau perpustakaan kota dari mana mbak?

Resya : nyari nyari mbak browsing, kan suka nongkrong di perpustakaan trus pas pindah di jogja browsing perpustakaan dimana akhirnya nemunya disini perpustakaan kota.

Saya : kalo menurut mbak fasilitas di perpustakaan kota ini udah puas belum mbak?

Resya : perbandingannya dari perpustakaan semarang sama jepara itu ya, ini yang paling fasilitasnya paling lengkap

Saya : berarti udah puas gitu ya?

Resya : hoooh, banyak siswa banyak orang. Di perpustakaan semarang sama jepara itu sedikit gak sebanyak ini.

Saya : harapan kedepannya untuk perpustakaan ini apa mbak?

Resya : lebih gede kali ya tempatnya.

Saya : makasih ya mbaknya

Resya : iya

Transkrip wawancara

Tempat : perpustakaan kota

Tanggal : 10 mei 2017

Narasumber : pak triyanta (kepala seksi pengembangan perpustakaan)

Pak tri : saya pak tri, pak triyanta kepala seksi pengembangan perpustakaan saya mengembangkan berbagai macam kegiatan dalam upaya mengembangkan minat baca masyarakat. Kegiatan pengembangan itu berbagai macam kegiatan dalam upaya meningkatkan minat baca masyarakat dapat berupa lomba dapat berupa kegiatan insudeta dapat berupa peran cerita atau seminar dan sosialisasi sebagainya itu yang kita lakukan. Misalkan kita mau menganut dinamik library perpustakaan yang dinamis begitu sehingga dapat mengajak masyarakat bukan hanya datang perpustakaan tetapi datang ke perpustakaan menjadi sebuah aktifitas. Sehingga dengan begitu masyarakat akan merasa nyaman menggunakan perpustakaan kota ini dan masyarakat diskusipun atau menggunakan semua disini free itu paling ndak profil kami seperti itu.

Saya : untuk selanjutnya sejarah perpustakaan ini gimana?

Pak tri : kalo berbicara untuk sejarah, awalnya dulu ini adalah UPT (unit pelaksana teknis perpustakaan) dibawah dinas pendidikan kota jogjakarta itu sebelum tahun 2007 mbak. Kemudian pada awal tahun 2008 menjadi kantor arsip dan sekretaris daerah, kepala kantor. Kemudian seiring dengan undang undang pemerintah daerah undang undang no 23 2014 kita menjadi sebuah dinas kearsipan dan perpustakaan sampai sekarang ini

Saya : trus untuk struktur organisasi perpustakaan bagaimana pak?

Pak tri : struktur nya mungkin di web nanti bisa dilihat tapi secara makro kepala dinas kemudian dibawahnya ada sekretariat membawa tiga sub bidang kemudian dibawahnya ada dua urusan dua besar tadi arsip dan perpustakaan untuk urusan perpustakaan ada dua bidang urusan arsip ada dua bidang masing masing ada seksi itu yang kita lakukan.

Saya : untuk bagiannya bagian apa saja ya pak?

Pak tri : jadi bidang perpustakaan itu kan bidang satu bidang pembinaan dan pengembangan koleksi itu seksinya seksi pengelolaan perpustakaan kemudian yang satu seksi pengembangan minat baca kemudian di bidang dua perpustakaan itu bidang manajemen koleksi data dan informasi seksinya adalah seksi manajemen koleksi dan seksinya data dan informasi itu yang perpustakaan yang arsip hampir sama satu bidang pengelolaan dan kearsipan yang manajemen pelestarian dan koleksi arsip seksi hampir sama kemungkinan besar

Saya : untuk bagian promosi itu ada gak sih pak?

Pak tri : bagian promosi e...

Saya : kayak marketing gitu

Pak tri : iya marketing. Kalo sayakan pengembangan di kami mempunyai kewajiban moral untuk bagaimana mengefektifkan publikasi tapi di bagian pengelolaan juga ada customer service untuk e.. publikasi kemudian di data informasi juga ada informasi berbasis media sosial itu yang kita kembangkan sehingga untuk marketingnya kita menggunakan tiga seksi.

Saya : bagian promosinya itu bagaimana konsep promosinya?

Pak tri : jadi konsep promosi kita menggunakan media yang ada kalo yang ada di induk kita menggunakan brosur kemudian kita menggunakan event misalkan diskusi kami ada workshop, seminar

kita selipkan informasi tentang perpustakaan kemudian juga menggunakan sekiranya para pengelola kami kita jelaskan apa yang kita punya kepada pengunjung. Jadi pengunjung yang menanyakan apapun mereka tau bisa tanya front office atau customer service kemudian diluarnya kita ada brosur kita net working kepada pihak ketiga media sosial ada media elektronik media tv dan sebagainya mungkin di sosial kita juga ada web ada email ada ignya ada

Saya : berarti untuk staf bagian pemasaran itu juga ada ya pak?

Pak tri : kalo staf khusus gak ada jadi itu melekat pad tugas masing masing belum menyatu misal seksi promosi atau bagian promosi itu belum ada

Saya : biasanya apa saja yang dipersiapkan kepada pengelolaan perpustakaan ketika akan melakukan pemasaran atau promosi perpustakaan?

Pak tri : jadi kan kita harus menyiapkan profilnya seperti apa kemudian setelah profile apa yang akan kita sasar kemudian aktifitas kita tu apa nah berdasarkan profile kita sasaran kita dan kemudian aktifitas kita apa akan kita menuju ke objek daripada lokasi contoh misalkan sasaran kita para pengusaha disini kita akan promosikan pembinaan kita perpustakaan sekolah perpustakaan instansi kita undang kita siapkan materinya kemudian kita siapkan materinya apa yang kita aktifitas stan stan bagi mereka terutama baru kita. Kita juga melakukan evaluasi promosi juga jadi setiap akhir tahun kita ada satu event evaluasi kegiatan kita undang relasi relasi kita semacam ada dialog terbuka apa yang mereka kehendaki disamping itu juga kita ada promosi terpajang di pintu masuk itu ada namanya siska sesi informasi pustaka itu juga menjadi salah satu promosi itu

menjadikan alat komunikasi dua arah baik kami ke mereka atau mereka ke kami masukannya seperti apa dan itu mesti tindak lanjuti

Saya : apa saja kendala atau penghambat yang ditemukan ketika melakukan komunikasi pemasaran

Pak tri : kalo kendala sih memang kendala klasik keuangan juga. Untuk pemasaran yang terus menerus event sekala besar tv selagi selot tv kan 48 juta setengah jam dan kita tidak mampu untuk dana itu dan paling kita sampaikan ke balkot disampaikan humas yang menyediakan dana itu sehingga kita dikasih ranah untuk promosi media tv lokal satu kali durasi satu jam kemudian kalo ke KR kan memang promosi media cetak itu kan harusnya tidak berbayar tapi ya juga ternyata berbau uang gitu kemudian selain dan kan kemampuan SDM. Terus terang kita tidak mempunyai SDM yang memang sangat konsen terhadap promosi itu seperti apa to orang orang public relation kita tidak punya rata rata temen tipenya adalah perpustakaan diploma, s1, s2 perpustakaan sehingga mereka promosi di bagian studi pemerintah kemudian juga kita punya kendala dalam komunikasi langsung alat alatnya terbatas jadi kalo kita berbicara tentang kendala maka dari aspek itu

Saya : kira kira berapa lama ya pak jangka waktu yang dibutuhkan ketika melakukan event atau promosi

Pak tri : karena setiap saat kita melakukan kegiatan itu tidak langsung begitu konsep jadi meluncur kita langsung jalankan mungkin dibawah tiga hari sudah jadi kami kemungkinan ada temen dari TIK anak SMK yang multimedia yang namanya mengelola sebuah brosur desain itu animasi, video pendek itu bisa. Sehingga mereka membuat konsep dapat kita tayangkan. Sehingga kita tidak harus membuat desain yang harus betul betul desain grafis, video animasi kepihak ketiga itu bisa kita lakukan sehingga cepetlah

- Saya : setelah melakukan komunikasi pemasaran apa saja perbedaannya di perpustakaan ini
- Pak tri : ya kami masih menganggap komunikasi pemasaran di kami lebih powerfull daripada perpustakaan daerah kabupaten yang di DIY ini ya sehingga yang kami rasakan perpustakaan kami meningkat dibandingkan yang lain kami tanya ke masyarakat cukup mengenali perpustakaan kota begitu kami klik atau googling atau apa pun tentang perpustakaan yang muncul perpustakaan kota jogjakarta sehingga yang melihat yang memanfaatkan media kami cukup banyak. Jadi kita sudah merasa dekat dengan audiens dengan subjek dengan masyarakat kita kalo dulu kan kesannya jauh gitu.
- Saya : apakah jumlah pengunjung meningkat?
- Pak tri : meningkat banget mbak jadi kita kan target kami kunjungan kita kan sekitar 5% pertahun dan faktanya diatas 5% pertahun itu jadi kami berfikir dengan melesatnya pengunjung daya tampung dan daya muat kami sangat terbatas banyak banget pengunjung kami. Kami sudah sampai ke angka terakhir 222 ribu sekian pada tahun 2015 itu belum termasuk yang kunjungan kami keluar ke keliling tadi ini baru yang intern kunjungan perhari juga diatas 1000 orang dengan jumlah dan area sekecil ini kan menurut kami sangat tidak mungkin tapi dari data manual itu mungkin
- Saya : bagaimana harapan dr pihak perpustakaan agar perpuatakaan lebih maju?
- Pak tri : ya harapan karena ini milik publik layanan publik milik pemerintah ini gratis marilah kita miliki bersama keinginan dibicarakan secara terbuka sehingga solusi yang mereka inginkan sehingga kita tau betul apa yang mereka kehendaki
- Saya : untuk fasilitasnya menurut bapak udah puas belum pengunjungnya dengan fasilitasnya?

- Pak tri : fasilitas rata rata dengan pengunjung itu kurang luas. Area parkir, ruang baca, ruang koleksi kurang luas solusi yang kita tempuh kita sudah mencari satelit. Ini kan dikawasan utara jogja kita akan mencari di kawasan selatan perpustakaan cabang kami selatan. Mudah mudahan 2018 kami bisa
- Saya : untuk koleksi di perpustakaan ini sudh banyak diperoleh dari mana saja?
- Pak tri : kalo koleksi kami tidak punya kami hanya punya kurang lebih 32000 eksemplar buku buku intern bukan termasuk buku yang ini. Tapi kalo buku buku kita pilih yang bagus yang hard cover sehingga buku yang lama kita turunkan sehingga buku buku itu tidak mengurangi jumlah pengunjung jumlah koleksi sedikit peminatpun tinggi kemudian kita memang buka sebuah dialog apa yang pengunjung kehendaki kita bisa menuliskan dan kita bisa sampaikan
- Saya : untuk di perpustakaan kota pns itu ada berapa?
- Pak tri : saya gak hafal secara real tapi kalo di TU. Paling sekitar 25 an TU sama perpus tapi tenaga tekhnis kita sampai 35. Tenaga tekhnis itu bukan pns
- Saya : setiap pns itu berbeda beda ya pak bagiannya?
- Pak tri : iya berbeda beda tapi dari kita, kita sif sikan yang pns dari pagi jam 8 sampai setengah empat kalo sif yang malem dr jam 12 siang sampai 8 malam kemudian pns kan harus masuk pagi. Soalnya kalo sore kita lembur untuk koordinator piket. Cukup? Nanti silahkan diolah kalo kurang bisa melihat di web kami.

Transkrip wawancara

Tempat : perpustakaan ghratama

Tanggal : 24 mei 2017

Narasumber : mas nasrul (bidang layanan perpustakaan)

Saya : untuk yang pertama saya ingin tahu bagaimana sejarah awal berdirinya perpustakaan ini?

Bapak nasrul : ya waktu berdirinya perpustakaan itu dirancang sekitar tahun 2012 dan mulai diresmikan pada tahun 2015 pada tanggal 21 desember 2015. Diresmikan langsung oleh gubernur sultan hamengku buwono ke 10 setelah itu layanan buka pada tanggal 4 januari 2016

Saya : untuk sruktur organisasi perpustakaan ini bagaimana?

Bapak nasrul : struktur organisasi kita merupakan salah satu upt dari badan dan arsip perpustakaan daerah karena sudah mempunyai gedung layanan disebut apa anmanya ghratama pustaka ini kemudian sudah disahkan juga melalui pergub kita uptnya namanya balai layanan perpustakaan dulu sebelum kita upt itu salah satu bidang , bidang di BPAD namanya bidang layanan setelah ini ada balai layanan ada

Saya : untuk struktur organisasinya ada berapa macam disini?

Bapak nasrul : disini ada satu kepala namanya kepala balai layanan perpustakaan oleh ibu monika lestari dibantu ibu astuti dan dibantu dua seksi seksi layanan bu miranti nurani dan seksi balai layanan pustaka itu ibu ratih ada empat struktural untuk bagian struktur tersebut bagian promosinya ada gak mas? Secara seksi tidak disebutkan itu merupakan salah satu kegiatan dari layanan

Saya : untuk bagian visi dan misinya disini?

Bapak nasrul : kalo visi misinya kita masih mengikuti badan perpustakaan daerah visinya untuk memajukan minat baca dan wujudkan berkarakter dan berbudaya gitu

Saya : kalo misinya?

Bapak nasrul : kalo misinya ya itu untuk meningkatkan minat baca masyarakat dan memberikan informasi kepada masyarakat

Saya : bagaimana kondisi para pengunjung perpustakaan didominasi perempuan atau laki laki dan kisaran jenjangnya berapa?

Bapak nasrul : kalo itu nanti saya kasih statistiknya saja karena berkembang soalnya

Saya : untuk koleksi buku di perpustakaan itu ada berapa jumlahnya trus bukunya itu di dapat darimana?

Bapak nasrul : kalo datanya juga sama nanti saya kasih statistiknya kalo perolehannya itu ada pembelian ada hadiah ada hibah ada tukar menukar tapi ini yang belum berjalan. Yang berjalan pembelian, hadiah dan hibah itu. Deposit deposit itu

Saya : kalo tukar menukar itu baru rencana atau apa

Bapak nasrul : itu yang tukar menukarnya belum ada

Saya : itu maksudnya tukar menukar itu bagaimana mas?

Bapak nasrul : tukar menukar itu kita punya koleksi ini di perpustakaan lain punya koleksi ini itu nanti ditukar karena sana punya koleksinya lebih satu judul ada 20 eksemplar trus yang sini juga punya 1 judul 20 eksemplar nanti kita tukar menukar. Tapi yang sini saya juga belum pernah tahu karena itu bukan bidang saya. Tapi yang saya tahu pembelian hadiah sama hibah sama koleksi deposit itu dari apa namanya undang undang kewajiban KJKR itu yang diperpustakaan

lain gak ada kecuali perpustakaan daerah dan perpusnas. KJKR karya cetak karya simpan

Saya : fasilitas yang disediakan oleh perpustakaan bagi pengunjung sudah meuskan dan mendapat kritikan apa belum?

Bapak nasrul : pastilah namanya pelayanan publik itu jarang mendapatkan 100 nilai memuaskan pasti akan ada peningkatan peningkatan atau pemasukan pemasukan berdasarkan survei yang kita lakukan kemaren memuaskan hasilnya tentu saja itu nanti survei tahun ini belum pasti apa namanya hasilnya belum kita lihat terus juga fasilitas fasilitasnya itu juga kita berikan semaksimal mungkin dengan apa namanya kondisi yang ada, ada beberapa perubahan juga penambahan penambahan fasilitas yang sebelumnya di perpustakaan di badan itu tidak ada disini ada kayak penambahan bioskop 6Dimensi itu belum ada di perpustakaan lain terus ruang khusus anak anak itu juga baru banyak pilihan gazebo yang luas itu baru banyak fasilitas yang baru.

Saya : ini kira ada berapa ruang?

Bapak nasrul : aduh saya gak hafal e..

Saya : terus bagaimana sistem peminjaman dan pengembalian di perpustakaan. Misalnya kalo minjem itu apa namanya minimal maksimal minjemnya. Atau itu minjemnya ibarat di padang diambil apa ngambil sendiri.

Bapak nasrul : kalo disini sistem peminjamannya terbuka artinya terbuka masyarakat bisa langsung menuju ke rak milih buku sendiri dan tidak ada campur tangan dr petugas bedanya dengan tertutup kalo mau pinjam atau menelusur itu harus petugas yang mencari kemudian untuk peminjaman diberlakukan tujuh hari satu buku tujuh hari dengan maksimal pinjam pemustaka masimal dua buku

kalo terlambat dikenakan denda 200 rupiah satu hariny satu hari satu buku

Saya : layanan apa saja yang ada di perpustakaan?

Bapak nasrul : layanannya ada keanggotaan ada bebas pustaka ada peminjaman ada pengembalian ada layanan kanak kanank ada layanan rsbm rumah khusus belajar modern di sewon itu terus ada layanan jogja library center yang ada di malioboro terus juga ada layanan perpustakaan keliling layanan minat baca layanan buku terus layanan yang berbasis web ada layanan apa namanya jogja library for all ada layanan center office

Saya : untuk layanan di web sendiri kita bisa konsultasi gak

Bapak nasrul : kita sediakan di media sosial punya akun facebook fanpage punya akun instagram punya akun twitter yak itu 3 yang jalan

Saya : berarti bisa kalau mau konsul atau tanya tanya

Bapak nasrul : ya bisa sudah berjalan kalau yang itu kalau di web tidak ada komunikasi dua arah kalau adapaun satu arah itu melalui email. Email sudah ada

Saya : kalo disini sendiri ada pelayanan konsultasi, misalnya tentang skripsi gitu gitu terus mau nanya

Bapak nasrul : kalo layanan khusus tidak ada tapi kalo layanan sepanjang yang kita jalankan itu kalo ada yang kesulitan kita bantu oleh petugas semaksimal mungkin. Contohnya kalo di skripsi mereka kesulitan untuk mencari buku apapun tentang subjek tertentu mereka pasti tanya ke petugas masuk dengan akses ejurnal yang ada, ejurnal itu kan sifatnya terbatas harus apa namanya alamat jurnalnya nanti ditanyakan ke petugas nah nanti kesulitan kesulitan itu langsung dibantu. Kalo kita buka layanan khusus untuk konsultasi apa

namanya khusus tadi itu ya itu tidak ada ya itu apa namanya istilahnya bimbingan pembaca.

Saya : untuk menarik perhatian masyarakat bagaimana pemasaran yang dilakukan oleh pengelola perpustakaan

Bapak nasrul : ya selama ini kita mempunyai layanan promosi, promosi itu dilakukan dalam bentuk pameran atau ekspos itu penamaannya kalo tahun kemaren kita mengadakan yang diadakan mandiri (kita yang mengadakan) itu 4 kali trus kita sebagai peserta itu dua kali pameran pembangunan sama pameran sekaten itu kita diundang sebagai peserta kalo yang mandiri itu pernah kita lakukan pada bulan maret tahun kemaren karena promosi ini yang 2016 kita yang melaksanakan dari balai layanan untuk yang tahun 2017 udah dipindah pengampunya artinya kita tidak ikut langsung terlibat sekarang gitu.

Saya : pemasarannya untuk menarik pengunjung itu bagaimana

Bapak nasrul : kita mengadakan pameran itu trus mengadakan...

Saya : sendiri disini?

Bapak nasrul : ya itu yang 4 kali itu tadi

Saya : digedung ini?

Bapak nasrul : ya di gedung ini

Saya : di ruang mana mas?

Bapak nasrul : di ruang pameran, ada ruang pameran yang kita sediakan

Saya : biasanya kalo pameran itu berapa hari?

Bapak nasrul : pamerannya sekitar 3 sampai 4 hari

Saya : untuk promosinya sendiri ada pake medsos gitu gak

Bapak nasrul : ya pake medsos itu tadi fb dan sebagainya

Saya : tahap tahap pelaksanaan komunikasi pemasarannya gimana mas

Bapak nasrul : tahapannya tentu saja kalo ada anggaran kita anggarkan contoh kalo ada pameran itu ada anggarannya itu kita anggarkan setelah dianggarkan lalu kita persiapkan terus pelaksanaan yang terakhir evaluasi sama laporan untuk menggunakan gadget itu tidak menggunakan anggarannya pelaksanaannya berjalan dengan yang ada

Saya : kalo boleh tau pameran nya apa aja dan isinya apa aja

Bapak nasrul : yang pertama itu tentang habis sembilan (hamengku buwono ke sembilan) terus yang kedua itu tempo dulu terus ada pustaka istimewa

Saya : itu isinya apa aja mas

Bapak nasrul : isinya ada kegiatan pameran buku terus apa namanya pengenalan tentang tema tertentu tematik itu terus ada pentas seninya juga dan lain lain

Saya : terus kalo pentas seni itu ada? Nari gitu?

Bapak nasrul : iya

Saya : kalo nari itu diambil dari mana? Sekolahan atau mana?

Bapak nasrul : ada lagi ini hari anak nasional itu dari sekolah kalo nari itu dari sekolah

Saya : berarti ngundang?

Bapak nasrul : iya

Saya : terus apa saja penghambat atau kendala saat melakukan pemasaran atau promosi?

Bapak nasrul : kendala tu apa ya.. menurut saya SDM, anggaran, apalagi ya kendalanya saya kira itu

Saya : kalo waktu?

Bapak nasrul : kalo waktu sudah diukur setahun sebelumnya

Saya : misalnya acaranya bulan juni itu rapatnya bulan apa

Bapak nasrul : setahun sebelumnya, untuk anggaran itu setahun sebelumnya jadi untuk tahun besok itu bulan maret april sekarang sudah kita anggarkan karena kita menyangkut anggaran itu sudah dirumuskan mau kapan teknisnya itu biasanya sebulan sebelumnya kalo dia perlu lelang atau sebagainya berarti kita perlu lelang dua bulan sebelumnya . dua bulan itu sudah mepet

Saya : untuk disini sendiri ada rapat seminggu sekali atau sebulan sekali?

Bapak nasrul : kalo rapat lebih dari dua kali bisa empat kali dalam sebulan ya kalo harinya bisa menyesuaikan sebulan itu bisa empat kali tapi tidak terkait dengan promosi saja. Promosi itu kan bagian kegiatan tertentu

Saya : berarti dari pihak pengelola perpustakaan menyediakan dana khusus untuk melakukan komunikasi pemasaran tidak?

Bapak nasrul : kalo promosi ada dana khusus ada termasuk ke media cetak dan elektronik itu ada

Saya : setelah melakukan kegiatan promosi atau pemasaran apakah ada perbedaan yang dirasakan oleh pihak perpustakaan

Bapak nasrul : kalo yang sifatnya apa namanya promosi itu di pameran peningkatan pengunjung di hari pameran itu ada terus apa namanya kalo yang media sosial terus televisi talkshow terus yang melalui media cetak itu kita belum bisa mengukur, mengukur itu artinya ketika sudah pemasaran atau promosi besoknya mereka datang gara gara ini itu belum pernah

Saya : terus disini pernah bkerja sama denga media surat kabar atau apa media televisi di jogja

Bapak nasrul : kalo sifat kerja samanya gimana ya kalo ada event kita pasti promosi

Saya : di media apa?

Bapak nasrul : kalo kemaren ada di angkringan acara TVRI terus ada wedang ronde ADI TV

Saya : radio?

Bapak nasrul : radio kemaren enggak trus yang media cetak itu KR terus tribun itu enggak kayaknya. KR aja yang sering kita partner

Saya : berarti udah lama ya mas kerja samanya apa baru baru ini

Bapak nasrul : aduh kalo kerja sama dari tahun berapa yaa.. kalo kita punya kegiatan pak atau mas siap mereka yang bertugas meliput di pemda mereka pasti kasih kabarkan mereka meliput nah seperti itu kalo mulai kapan gak tahu dulu hampir semua kegiatan kita di ekspos mau di cetak kapan itu tergantung redaksinya

Saya : apa saja kekurangan yang dirasakan oleh pihak perpustakaan pada saat promosi dilakukan

Bapak nasrul : ya mungkin ketika pelaksanaan itu karena perpustakaan ini apa namanya pengunjungnya hampir mayoritas mahasiswa masyarakat umum ketika kita membaca pameran kita. Sekarang apalagi kalo cenderung membaca buku itu ya gak drastis kayak di android kecenderungannya mereka merak yang pengen mereka yang ingin tahu tentang buku mereka pengen tahu disitu nah kekurangannya masih kita perlu perbaiki jadi sasarannya masyarakat itu kita mau memberikan apa namanya materi iklan nah itu yang perlu kita kembangkan kekurangannya disitu dikita basicnya perpustakaan otomatis

mengelola promosi nah materi materi yang kita harus tingkatkan kembali apalagi di media sosial media sosial itu kan update responsifnya cepat relatifnya juga cepat

Saya : itu ke twitter atau mana?

Bapak nasrul : sama tiga tiganya jalan semua

Saya : pengunjung ghratama ini lebih aktif di medsos mana? Atau sama saja?

Bapak nasrul : sama saja bagi yang punya akun facebook ya mereka di facebook kalo mereka punya instagram ya instagram kalo komunikasi mereka ya lumayan kalo mereka butuh bertanya ya bertanya di direct message

Saya : kira2 fast respon atau gimana?

Bapak nasrul : kalo disini kita ya punya tim artinya ya tim itu di bantu oleh temen2 di media sosial customer service sekali ada apa namanya ada nanya ya langsung di respon siapapun itu tergantung siapa yang menjawab ya fast responnya kita tidak bisa mengukur baik dari menit ya paling nggak dalam satu hari itu sudah terjawab

Saya : bagaimana pengelola perpustakaan agar perpustakaan lebih dikenal dan maju dan banyak dikenal oleh masyarakat?

Bapak nasrul : ya harapannya ya euforia terhadap perpustakaan ini tetap meningkat karena trennya mengalami penurunan setelah kita launching jadi kita 2016 pertama di launching masyarakat itu mempunyai harapan yang lebih ya karena itu yang paling tinggi dan kita sebagai pusatnya informasi perpustakaan terbesar seasia tenggara label2 seperti itu harapannya masyarakat DIY didapatkan disini berhubung apa namanya ya euforia kalo awal2 mereka kesininya tuh penasaran seperti apa sih perpustakaan yang dianggap besar seperti apasih perpustakaan yang DIY megah dsb, kemudian

sampai disini itu kan kita bisa melihat bahwa yang berkunjung disini trennya oh berarti perpustakaan yang dikunjungi seperti ini ya sekitar 12.000 atau 13.000 perbulan kunjungan ya dan itu yang tercatat yang gak tercatat kita ya gak tau karena luas apa halamannya lebih besar daripada luas gedungnya untuk statistik kunjungan itu ya kita bisa mendeteksinya melalui pintu masuk gedung. Kalo mereka hanya masuk ke halaman saja, tanpa menikmati gedungnya atau mereka masuk dan tidak di jaga mereka tidak menulis. Itu apa namanya bisa jadi kunjungan itu tidak tercatat. Harapannya kedepannya kita tetap meningkat. Terus kemudian keuntungannya untuk media sosial ini memang PR besar ya, terutama ketika kita punya masalah di pegawaian, karna PNS yang sudah tidak alias SDM nya kurang pada pensiun ada yang dipindah ada yang dimutasi kita disini kerjanya ya diawalnya banyak orang itu terus kita menghayar itu kayak meminta bantuan orang temen2 THL yang bukan PNS ketika dibantu kita mendapatkan support di bagian SDM tentu saja SDM PNS dan yang non PNS itu kan juga beda kewenangan dan ketegasannya juga beda kalo khusus yang di promosiin ini jadi PR lah. Saya dan temen2 yang lain karna melihat situasi di media itu harus responsif gitu lho. Sedangkan kita mempunyai job desk sendiri dengan costumer service khusus ini misalnya ya contohnya di KAI, call center khusus 24 jam mereka hanya melayani gapunya job lain fokusnya Cuma satu, selain kita melayani pustaka datang seperti ini kita juga gak melalui media sosial tentu saja kekurangan ini menjadi PR, artinya PR itu kita harus memenejemen dengan memejemen yang lebih baik. Itu harapannya tentunya pemustaka harus lebih banyak yang datang kesini apa caranya dengan promosi dengan datang membawa peningkatan layanan, yang ketiga meningkatkan koleksi. Kalo itu bisa berupa koleksi media cetak. Kalo yang non cetak sudah bisa di akses di media internet di android bisa itu namanya iJogja itu

juga bisa inovasi layanan kita tapi nampaknya itu apa sih yang dibutuhkan masyarakat, apa sih yang kita berikan ke masyarakat, ada yang nyambung dan ada yang mungkin bergeser karena banyak faktor artinya faktor itu kalo yang berbasis android itu kan mereka yang punya android terus mereka yang pengen mendownload terus mereka yang ingin memanfaatkan, kalo tidak berjalan ya gak bisa kita fasilitas dipasarkan tapi masyarakat lain yang kita harapkan padahal disini tuh layanan gratis dan semuanya layanan tidak ada yang berbayar kecuali di 6D, 6D itu berbayar Rp 20.000, terus berbayar itu yang denda dan surat bebas pustaka, lainnya gratis disini tuh kalo ada yang tanya ya gratis. Kalaupun bayar itu namanya pungli. Karena komitmen pimpinan sangat kuat, kalau kita kan pimpinannya Pak Gubernur, Pak Gubernur itu menginginkan sini tuh menjadi pusat segala informasi, jadi perpustakaan dibuat megah. Harapan Pak Gubernur sangat besar tidak jauh dari apa namanya pusat pemerintahan, tidak jauh dari pusat pendidikan, kalo sini kan pusatnya UGM, UIN di tengah kota ya selain disini itu deket ya Pak Gubernur yang menghendaki disini, tanpa ikut campur tangan beliau tidak bisa.

Saya : Beda ya sama perpustakaan Universitas? Kalo pengunjung lain kan bayar.

Bapak nasrul : Ya Beda.

Saya : terus disini tuh pengelolanya ada berapa mas? Pengelola Perpustakaan?

Bapak nasrul : kalo yang non PNS itu ada berapa ya....

Saya : SDM?

Bapak nasrul : Nanti tak kasih aja yang SDM nya. Yang tenaga non PNS nya ada 93. Kalo PNS nya ada 20an. Jadi disini PNS itu mendaftar dahulu. nah nanti pas ada pembukaan baru direkrut

Saya : terus katanya ada bidang kepastakawannya ya?

Bapak nasrul : ya disini ada 4 orang tp masih ikut BPAD. Ditugaskan diperbantukan disini, dilayanan bisa dipengolahan bisa di pelestarian bisa di pengembangan sana bisa, kalo pustakawan itu multitasking ya. Kalo staf layanan sendiri itu khusus layanan. Staf pengelolaan ya khusus pengelolaan.

Transkrip wawancara

Tempat : perpustakaan

Tanggal : 29 July 2017

Narasumber : tiwi (panitia pameran hari anak nasional)

Saya : kalau boleh tau saya berbicara dengan siapa ya?

Tiwi : tiwi

Saya : bagian apa ya mbak kalo boleh tau

Tiwi : biasanya dilayanan to tapi kalo misalnya disini ya kita disini bebas aja

Saya : ini pamerannya dari kapan mbak

Tiwi: pamerannya kita mulai bukanya tanggal 26 sampe terakhir tanggal 1

Saya : terus tujuannya dengan adanya pameran ini? Pameran anak?

Tiwi : iya, permainan tradisional anak soalnya ini memperingati hari anak nasional dan ini kita tujuannya tu untuk memberikan pengetahuan pengenalan mainan kepada anak anak tentang permainan tradisional kan udah mulai terlupakan anak anak jaman sekarang kan mainnanya hp gadget dan untuk mengenalkan lagi dan juga ternyata biar lebih tau gitu lo

Saya : terus ramainya ini dari pertama buka itu udah rame belum?

Tiwi : rame mbak soalnya kita itu ada tamu undangan juga setiap hari yang selain hari sabtu minggu tapi hari senin sampe jumat itu satu hari kita mengundang perwakilan itu dua sekolah SD itu dari dua sekolah itu sekitar 30 sampe 50 an siswa. Jadi kita udah ada jadwalnya selain itu juga terbuka untuk pengunjung lainnya. Jadi ya pengunjungnya lumayan banyak sih mbak

Saya : kalo itu lagi bikin apa sih mbak?

Tiwi : kalo itu kerajinan bunga, ngajarin buat kreatifitas anak aja bisa dari kain flanel, origami di lipet lipet

Saya : bukanya pameran dari jam berapa sampe jam berapa mbak

Tiwi : kita ikut jam buka layanan perpustakaan kalo senin sampe jumat jam delapan pagi sampe jam empat sore eh dari jam delapan pagi sampe jam sepuluh malem tapi kalo sabtu minggu dari jam delapan pagi sampe jam empat hoooh sama kayak layanan perpustakaan

Saya : terimakasih ya mbak

Tiwi : iya

Tempat : Perpus Kota

Tanggal : 10 mei 2017

Narasumber : Ocha (pengunjung)

Saya : mbaknya namanya siapa?

Ocha : ocha

Saya : kuliah atau kerja?

Ocha : ni mau maju sbmptn

Saya : oh sbmptn?

Ocha : iya baru lulus

Saya : asli jogja?

Ocha : iya asli jogja

Saya : mau kuliah dimana mbak? Rencananya?

Ocha : uny sih

Saya : sering ke perpustakaan gak?

Ocha : lumayan, lumayan sering

Saya : seringnya ke perpustakaan di daerah mana?

Ocha : perpustakaan sini aja daerah jogja aja

Saya : maksudnya perpustakaan kota atau mana?

Ocha : oh iya perpustakaan kota, sama di sekolah juga sih

Saya : kenapa milih perpustakaan kota?

Ocha : enak sih gak ribet terus apa ya kondusif aja

Saya : terus biasanya di perpustakaan ngapain aja?

Ocha : ngerjain soal, belajar terus sama biasanya baca baca novelnya aja

Saya : terus kalo di perpustakaan ngabisin berapa lama?

Ocha : ee... gak pernah kurang dari dua jam pasti lebih dari dua jam

Saya : terus tau perpustakaan kota dari mana?

Ocha : dari dulu dari smp

Saya : terus menurut mbak fasilitas di perpustakaan kota itu udah lengkap belum?

Ocha : ee.. sekarang ini? Belum sih soalnya masih padat banget tempatnya gak seluas yang biasanya gitu

Saya : harapan kedepannya untuk perpustakaan apa mbak?

Ocha : makin diluaskan, makin dikencengin wifinya

Saya : oh oke oke makasih mbak atas partisipasinya mbak

Ocha : oke sama sama mbak

Saya: faktor pendukung dan penghambat di perpustakaan kota ini?

Pak triyanta: kalo faktor pendukung komunikasi pemasaran dinas ini kan kebetulan kan kalo masyarakat sini itu kan masyarakat yang pembelajar ya mbak ya pengunjungnya juga rata rata mahasiswa sama pelajar jadi informasi itu lebih mudah mereka pahami kemudian kita kan ada banyak media baik media cetak atau audio itu menjadikan pilihan teman teman untuk memahami juga kemudian informasi itu kan kita berikan berulang ulang kalo informasi informasi layanan dan informasi informasi kegiatan itu kan layanannya di customer service. Masyarakat akan tahu kegiatan kita dan apa yang harus dilakukan. Itu faktor faktor pendukung. Pimpinan secara hierarki juga kepala bidang melalui kepala seksi koordinator harian layanan itu selalu menandakan informasi yang layak untuk masyarakat sehingga pelaku sendiri akan sadar melakukan hal tersebut. Empat faktor itu yang menjadi penunjang kondisi demokratis masyarakat kemudian petugas kemudian faktor sarana (beberapa media kita gunakan jadi tidak hanya media cetak) kemudian kebijakan pimpinan. Kalo faktor penghambat apa ya istilahnya jadi apa ya, kalo komunikasi kita runing saja tidak ada masalah hanya kadang – kadang apa ya tapi faktor orang orang bawahan terkecil sudah kita jelaskan tidak paham paham jadi yaa.. karna kita perpustakaan umum yang melayani masyarakat jadi dalam segmen masyarakat kecil saja susah untuk kita menjelaskan tentang informasi perpustakaan contoh misalkan kaum difabel kesini itu kan selayaknya butuh pendamping, kami kurang menguasai itu secara keilmuan tau tapi praktiknya susah. Cara penanganannya seperti apa sih kita tidak tau untuk itu kemudian juga akses buku kepada mereka yang dikehendaki seperti apa. Sekali lagi faktor penghambatnya adalah kalangan masyarakat sangat terbatas mbak dalam arti tanda petik minoritas itu ya misalkan kaum disabilitas juga kita sering melayani jompo yang sudah kita jelaskan tapi lupa saatnya harus dikembalikan juga lupa. Saya kira

Saya: kalo dana sendiri bagaimana pak

Pak triyanta: kalo dana siii memang kalo dipakekan menjadi sebuah kendala bisa sih tapi kita menisiasi kendala apapun ya kita lakukan contoh misalkan karena kita hanya perpustakaan pemerintah kota dibandingkan dengan perpustakaan tingkat

provinsi contoh misalkan diskusi buku bisa nyampe 35 juta. Namun kita hanya bisa dua juta tapi kita yaa dana terbatas bukan menjadi kendala yang real karena bagaimana kita mensiasati dengan keterbatasan dana toh jogja itu kan kaya pendapat miskin pendapatan jadi bukan itu jumlah nominal yang kita utamakan memaksimalkan dana yang ada . SDM juga menurut kami cukuplah temen temen s1 perpustakaan juga cukup menguasai public relation.

Saya: kemajuan komunikasi pemasarannya sekarang apa pak

Pak triyanta: kalo kemajuan memang dengan adanya tren media sosial jadi kita memang push media sosialnya. Komunikasi langsung disini ada media tweet ada media ig juga pokoknya da media tren yang skarang kita gunakan. Trus adminnya itu yang nom nom (muda) itu lebih mahir.

Saya: pameran bazar brisur itu dibuat?

Pak triyanta: kalo brosur itu pasti kita buat nanti kita pasang diluar

Saya: itu kira kira berapa bulan sekali pak

Pak triyanta: kalo brosur itu ada dua hal yang sifatnya layanan begitu stoknya habis itu kita isi terus tapi kalau sifatnya isidental itu setiap kita ada event satu kecil pun mesti kita buat brosur misalkan kita akan buat hari kunjung buat perpustakaan itu kita buat brosur juga karena informasi kemudian kalo pameran itu kan kita wajib sekaten

Saya: pameran sekaten itu bagaimana pak

Pak triyanta: pameran sekaten itu.. mbaknya orang jogja bukan

Saya: bukan pak,

Pak triyanta: setiap tahun itu kan jogja ada event sekaten itu kan di alun alun utara sana dari pemerintah kota itu mengisi stand termasuk perpustakaan jadi disitu kita menyebarkan brosur mengenai pengenalan tentang perpustakaan kota.

Saya: kalo seminar gitu pak acara acara diluar gtu pak

Pak triyanta: yaa kalo seminar itu dua hal kan secar intern kita pre sebelum kegiatan utama kita tayangkan slide tentang perpustakaan gitu dan sebagainya mau pegawai perpustakaan dan sistem layanan lainnya tapi kalo seminar seminar yang pra kita lihat eventnya kalo misal di jakarta kita kawal prasarana pendukung komunikasi kita brosur yang paling akan sering dikeluarkan atau sebar.

Saya: terus misalnya ada gak sih pak perpustakaan lain yang ingin keliling mengunjungi perpustakaan?

Pak triyanta: jadi kita memang sering menerima teman teman dari perpustakaan satu dari sekolah bahkan dari kopma kemaren juga datang kesini untuk melihat perpustakaan kota meskipun perpustakaan mereka beda karena mereka perpustakaan sekolah dan kita perpustakaan umum itu beda tapi ruhnyanya kan sama proses pembelajaran masyarakat berbasis. Sering itu dapet tamu

Saya: itu biasanya sebulan berapa kali pak

Pak triyanta: tergantung trndnya kalo misalkan awal tahun pelajaran itu bisa setiap hari mbak karena mereka kan biasanya mengisi mos itu awal awal tahun atau bulan itu kan juli tapi kalo udah musim musim gin sudah klasikal tinggal individual masing- masing sekolah saja.

Saya: terus untuk efek komunikasi pemasrannya itu apa pak

Pak triyanta: efeknya ya masyarakat lebih mengerti tentang apa yang diselenggarakan oleh perpustakaan kemudian kita ya merasa lebih dekat dengan masyarakat itu yang kita rasakan.