

PROMOSI JASA LAYANAN PERPUSTAKAAN PADA GENERASI MILLENNIAL DI MASA PANDEMI

Fadillah Aulia¹

Program Studi Ilmu Perpustakaan, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Islam Negeri
Sumatera Utara, Jl. Willièm Iskandar Pasar V, Medan, Sumatera Utara, Indonesia

Email: fadillahaulia1314@gmail.com

Abstrak: Generasi millennial dalam kajian informasi menjadi sesuatu yang sangat menarik bagi pelaku kebijakan untuk mengubah paradigma lama dari perpustakaan. Era generasi millennial saat ini berprinsip bahwa mengakses informasi bisa dilakukan dengan mudah dengan berselancar internet kapan dan dimana saja, tidak harus ke perpustakaan. Apalagi di masa pandemi saat ini, banyak perpustakaan ditinggal pemustakanya, maka perpustakaan harus berbenah dalam penyediaan berbagai sarana prasarana, fasilitas, infrastuktur, dan aspek kebijakan organisasi perpustakaan yang mendukung generasi millennial. Selain itu, yang tidak boleh ketinggalan pengelola perpustakaan dan pustakawannya juga harus *information literate* terhadap adanya pergeseran perubahan generasi millennial dalam kajian informasi saat ini. Sehingga dibutuhkan strategi promosi jasa layanan perpustakaan di masa pandemi saat ini dengan menggunakan teknologi digital, karena generasi millennial akan menuntut layanan serba praktis dan cepat, disini perpustakaan dituntut menyediakan layanan yang dapat memuaskan penggunanya. Kehadiran Teknologi informasi haruslah dimanfaatkan seoptimal mungkin dalam menunjang pengelolaan perpustakaan.

Kata Kunci: Jasa layanan, Perpustakaan, Generasi millennial, Masa pandemi

Abstract: *Millennials in information studies are very attractive for policy actors to change the old paradigm of libraries. The current millennial era has the principle that accessing information can be done easily by surfing the internet anytime and anywhere, not necessarily to the library. Especially in the current pandemic era, many libraries have been left behind by their librarians, so libraries must improve in providing various infrastructure, facilities, infrastructure, and aspects of library organizational policies that support the millennial generation. Apart from that, library managers and librarians must also be information literate about the shifting changes in the millennial generation in current information studies. So it takes a strategy to promote library services in the current pandemic by using digital technology, because the millennial generation will demand practical and fast services, here libraries are required to provide services that can satisfy their users. The presence of information technology must be utilized optimally in supporting library management.*

Keywords: *Services, Library, Millennial generation, Pandemic period*

PENDAHULUAN

Kini Indonesia harus menghadapi ancaman krisis yang disebabkan oleh pandemi. Sehingga perpustakaan harus dapat memberikan karya terbaiknya untuk negeri ini. Perpustakaan yang dahulu mewajibkan pengunjung untuk meluangkan waktu pada jam sibuk untuk meminjam buku dan harus tepat waktu untuk mengembalikannya, dengan kemajuan teknologi informasi maka semuanya dapat teratasi. Peminjaman buku tidak lagi mewajibkan anggota/ pengguna untuk datang pada jam kerja, karena dimanapun dan kapanpun mereka membutuhkan literatur mereka dapat meminjamnya dan tidak perlu takut untuk didenda karena lupa mengembalikannya. karena dalam mengembalikan literature/koleksi (file-file dokumen yang berwujud digital) pengguna tidak harus mendatangi perpustakaan melainkan cukup melakukan transaksi di depan komputer yang telah terhubung ke internet dan pengguna tinggal mengunjungi situs dari perpustakaan itu untuk melakukan transaksi pengembalian koleksi. Teknologi akan melakukannya dengan sendirinya.

Pada perkembangannya, promosi tidak sekedar hanya supaya pengguna mengingat perpustakaan memiliki produk apa saja tetapi promosi bertujuan sebagai alat komunikasi. Komunikasi adalah suatu proses pertukaran informasi antar individu melalui system yang biasa (lazim) baik dengan simbol-simbol, sinyal-sinyal, maupun perilaku dan tindakan (Purwanto, 2003). Dalam komunikasi setidaknya melibatkan dua orang atau lebih bisa secara verbal (lewat tulisan maupun lisan) maupun secara non

verbal (gerakan maupun bahasa tubuh). Pada prinsipnya promosi berarti memberitahukan pengguna apa yang anda kerjakan dan apa yang anda bisa lakukan. Manfaat bagi mereka yang mempromosikan adalah: peningkatan penggunaan dan berubahnya persepsi.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi promosi perpustakaan pada generasi millennial ini di masa pandemi. Dalam penulisan ini peneliti menggunakan penelitian kepustakaan yaitu dalam proses pengambilan datanya tidak perlu terjun ke dalam lapangan secara langsung tetapi mengambil berbagai sumber referensi yang mendukung suatu penelitian ini. Penelitian ini berjenis penelitian kualitatif. Teknik pengumpulan data yaitu mencatat atau mengambil informasi penting dalam melakukan analisis data dengan cara reduksi data, display data dan gambaran kesimpulan, sehingga mendapatkan suatu gambaran dan kesimpulan mengenai studi literatur untuk dikembangkan dalam penelitian.

PEMBAHASAN

Tujuan Promosi Perpustakaan

Promosi perpustakaan merupakan rangkaian kegiatan perpustakaan yang dirancang agar masyarakat mengetahui manfaat sebuah

perpustakaan melalui koleksi, fasilitas, dan produk/layanan yang disediakan. Tujuan dari promosi adalah untuk :

1. Menarik perhatian, artinya berupaya agar produk yang ditawarkan dapat menimbulkan rasa ketertarikan pelanggan.
2. Menciptakan kesan, artinya bagaimana agar pemakai memiliki kesan yang baik terhadap produk kita.
3. Membangkitkan minat, dengan tampilan yang menarik dan menimbulkan kesan yang baik maka akan dapat meningkatkan minat seseorang untuk mengetahui lebih lanjut serta mempergunakan, memanfaatkan produk yang telah ditawarkan.
4. Memperoleh tanggapan, dengan promosi yang dilakukan diharapkan muncul tanggapan dalam hal ini tentunya tanggapan yang positif (Yuventia, 2009).

Sedangkan menurut Qolyubi, adalah:

1. Memperkenalkan fungsi perpustakaan kepada masyarakat pemakai.
2. Mendorong minat baca dan mendorong masyarakat agar menggunakan koleksi perpustakaan semaksimalnya dan menambah jumlah orang yang gemar membaca.
3. Memperkenalkan pelayanan dan jasa perpustakaan kepada masyarakat.

4. Memberikan kesadaran masyarakat akan adanya pelayanan perpustakaan dan menggunakannya, serta mengembangkan pengertian masyarakat , agar mendukung kegiatan perpustakaan dan
5. Memasyarakatkan slogan “tak kenal maka tak sayang”.

Strategi Promosi Layanan Perpustakaan

Perpustakaan perlu memahami strategi yang digunakan dalam melihat dan menganalisis dari sisi internal dan eksternal untuk menemukan kekuatan, kelemahan, hambatan, dan peluang pada lembaganya. Dengan analisis yang tepat akan dapat dibuat perencanaan program kegiatan yang lebih baik dan tepat sasaran.

Dalam mempromosikan produk dan layanan perpustakaan, maka perpustakaan harus mempersiapkan hal-hal berikut ini, yaitu:

1. Menyiapkan kompetensi SDM yang memadai
 - Menyelenggarakan TOT (Training of Trainer) pengelolaan perpustakaan, dokumentasi, dan informasi bagi pustakawan dan pengelola perpustakaan, seperti TOT Pelatihan Membangun Jurnal Elektronik (OJS), Penulisan Karya Ilmiah di Era Digital, Pelayanan Referensi, Preservasi Dokumen, Metodologi Penelitian Kepustakawanan, serta Publikasi Informasi Ilmiah dan Kemasan Informasi.

- Menyelenggarakan Call For Paper untuk knowledge sharing ide, pikiran, dan pengetahuan yang menjadi kompetensi pustakawan dalam acara Lokakarya Nasional Dokinfo setiap tahun.
- Memberikan kesempatan dan peluang kepada pustakawan/petugas perpustakaan untuk “mandiri” dalam mengembangkan kreativitas di perpustakaan.

2. Mengidentifikasi kebutuhan informasi pengguna

- Melakukan knowledge sharing dengan pemustaka
- Menawarkan informasi atau jasa lain kepada pemustaka
- Menjalin kerjasama berbasis kemitraan dengan stakeholder

3. Menyiapkan produk kemasan informasi/pengetahuan

- Mengidentifikasi isu-isu terkini kebutuhan informasi pengguna
- Mengelompokkan topik pembuatan kemasan informasi/pengetahuan
- Membuat paket-paket kemasan (cetak dan elektronik)

4. Menyiapkan sarana dan bahan promosi sesuai tema dan tujuan kegiatan

- Menetapkan sumber daya promosi (SDM, perlengkapan/peralatan, bahan promosi, dsb)

- Menawarkan paket-paket pelatihan perpustakaan (tatap muka atau online)
- Inovasi program promosi yang bersifat edutainment (pendidikan yang menghibur)

Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Saran Promosi

Sosial media atau media sosial adalah media yang didesain untuk memudahkan interaksi sosial yang bersifat interaktif atau dua arah. Media sosial berbasis pada teknologi internet yang mengubah pola penyebaran informasi dari yang sebelumnya bersifat satu ke banyak audiens menjadi banyak audiens ke banyak audiens (Paramitha, 2011). Teknologi Web 2.0., merupakan teknologi generasi kedua layanan internet. Teknologi ini memungkinkan partisipasi lebih dari pengguna internet. Seperti Wikipedia maupun Blog yang memungkinkan pengguna internet untuk aktif berpartisipasi. Situs jejaring sosial juga masuk dalam kategori ini. Facebook, Friendster, Flickr dan Twitter mengadopsi teknologi ini.

Library 2.0 sebagai aplikasi teknologi berbasis web yang interaktif, kolaboratif serta multi media dalam koleksi dan layanan perpustakaan berbasis web (Mannes, 2006). Penggunaan sistem OPAC dan layanan yang memungkinkan timbal balik dari penggunanya merupakan aplikasi Library 2.0. Media sosial adalah tempat, alat bantu, layanan yang

memungkinkan individu untuk mengekspresikan diri mereka untuk bertemu dan berbagi dengan rekan lainnya melalui teknologi internet. Sosial media adalah fase perubahan bagaimana orang menemukan, membaca, berbicara dan membagi-bagikan informasi, berita dan data kepada orang lain. Sosial media menjadi sangat populer karena kemudahan dan memberikan kesempatan kepada orang-orang untuk dapat terhubung secara online dalam bentuk hubungan personal, politik serta kegiatan bisnis. Selain itu juga merupakan alat promosi paling murah dan berdampak signifikan terhadap bisnis karena memiliki banyak pengguna serta tidak memerlukan biaya untuk membuat sebuah akun.

Berikut beberapa contoh promosi media sosial dalam layanan perpustakaan 2.0 (Manees, 2006) :

1. *Chat Reference* atau *Instance messaging* yaitu layanan yang dapat langsung berbungandengan pustakawan secara On-line, tanpa menunggu waktu untuk mendapatkan balasannya.
2. Media Streaming, yaitu salah satu bagian dari layanan Chat Reference, yang menambahkan pangkalan data tutorial dengan bahan ajar On-line (Peer Reviewed Instructional Material Online / PRIMO). Dalam prakteknya dapat dilakukan dengan penambahan layanan Repository Digital
3. Blog dan Wikis. Blogs untuk perpustakaan-perpustakaan merupakan bentuk lain dari publikasi. Wiki utamanya adalah halaman Web yang terbuka, dimana setiap orang

yang terdaftar dengan Wiki dapat mempublikasikannya, mengembangkannya dan merubahnya. Hal tersebut dapat merubah kepastakawanan, pengembangan koleksi yang kompleks dan instruksikeberaksaraan informasi (information literacy).

4. Jaringan sosial. MySpace, Facebook, Del.icio.us, Frappr dan Flickr, Instagram dll adalah jaringan kerja yang telah menikmati popularitas besar-besaran dalam Web 2.0. Jaringan sosial lain yang patut dilakukan di perpustakaan adalah *LibraryThing* yang memungkinkan pemakai mengkatalog buku mereka sendiri dan melihat apa yang dilakukan pemakai lain men-share-kan buku tsb.
5. RSS Feed. RSS Feeds dan teknologi lainnya yang semacam memberikan kepada pemakaisuatu cara untuk mempersatukan dan mempublikasikan kembali isi dari situs lain atau blogs, mengumpulkan isi dari dari situs lain ke dalam suatu tempat tersendiri. Setelah perpustakaanmengkreasikan RSS Feeds untuk pemakai untuk melanggannya, termasuk meng update artikel-artikel baru dalam suatu koleksi, layanan baru, dan isi baru dalam pangkalan datalanggan, perpustakaan tersebut juga mempublikasikan kembali isi dari situs mereka.
6. Mashups. Mashup adalah aplikasi yang dicangkokkan, dimana dua atau lebih layanandigabung ke dalam satu

layanan yang benar-benar baru. Library 2.0 adalah mashup. Mashup tersebut adalah suatu blog hibrida (suatu blog yang dihasilkan dari 2 sistem yang berbeda), wikis, media streaming, pengumpul isi, berita instant, dan jaringan sosial.

Dengan menggunakan sosial media akan dapat memudahkan pemustaka mengerti buku-buku yang lebih terupdate atau edisi yang terbaru, perpustakaan akan jauh lebih dikenal dengan kalangan masyarakat, akan lebih cepat mendapatkan suatu informasi tentang perpustakaan, bersifat fleksibel, dan memiliki jaringan yang luas bagi pemustaka. Sosial media merupakan cara yang mudah untuk mencari tahu lebih banyak mengenai pemustaka. Sosial media juga membantu pencarian target konsumen lebih efektif, sosial media membantu menemukan konsumen baru dan memperluas target pasar, pembagian informasi lebih cepat dengan sosial media, dan meningkatkan brand awareness dan promosi dengan biaya yang minim.

KESIMPULAN

Bisa disimpulkan bahwa tujuan utama dari analisis ini adalah melihat strategi promosi perpustakaan pada generasi millennial ini di masa pandemi yang akan membantu segala aspek kehidupan masyarakat. Sehingga diharapkan dapat membantu terselenggaranya promosi perpustakaan dengan bantuan teknologi digital ini. Hal yang patut kita sadari,

sesederhana apapun bentuk layanan dan tugas layanan yang di berikan kepada pemakai akan lebih terarah dan berguna apabila dikerjakan secara terorganisasi dengan baik menggunakan perkembangan teknologi digital.

Tentunya banyak ketidaksempurnaan dalam isi bahkan analisis ini. Hasilnya sangat mungkin mengandung kesensitifan terhadap asumsi yang dikritik. Dalam artikel ini penulis telah mencoba untuk membuat asumsi sebaik mungkin. Kritik dan saran untuk penyempurnaan hasil dari analisis ini akan disambut dengan tangan terbuka dan apresiasi.

DAFTAR PUSTAKA

Jack M., Maness , 2006. *Library 2.0 Theory: Web 2.0 and Its Implications for Libraries* *Webology*, Volume 3, No. 2, June.

Paramitha, Cindy Rizal Putri. 2011. *Analisis Faktor Pengaruh Promosi Berbasis Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan dalam Bidang Kuliner*. Thesis. Semarang: fak. Ekonomi UNDIP

Purwanto, Djoko. *Komunikasi Bisnis*. (Jakarta, Erlangga, 2003)

Qolyubi, Syihabuddin dkk. *Dasar-dasar Ilmu Perpustakaan dan Informasi*. Yogyakarta: Jurusan Ilmu Perpustakaan dan Informasi Fakultas Adab UIN Sunan Kalijaga, 2003.

Yuniwati, Yuventia. *Strategi Promosi Layanan Perpustakaan.*

www.yuni_yuven.blog.undip.ac.id. diakses tanggal 5 Mei 2015.