



**STRATEGI PROMOSI PENINGKATAN KUNJUNGAN
DI TAMAN BACAAN MASYARAKAT
TENGGU LUCKMAN SINAR**

SKRIPSI

**Diajukan Ke Fakultas Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sumatera Utara
Medan untuk Memenuhi Salah Satu Pesyaratan Memperoleh Gelar Sarjana
Ilmu Perpustakaan (S.IP)**

OLEH:

IMA SATRIANI LUBIS

NIM: 61154028

PROGRAM STUDI ILMU PERPUSTAKAAN

FAKULTAS ILMU SOSIAL

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA MEDAN

2019



**STRATEGI PROMOSI PENINGKATAN KUNJUNGAN
DI TAMAN BACAAN MASYARAKAT
TENGGU LUCKMAN SINAR**

SKRIPSI

**Diajukan ke Fakultas Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sumatera Utara
Medan untuk memenuhi sebagian dari syarat-syarat memperoleh gelar
Sarjana Ilmu Perpustakaan (S.IP)**

Oleh

**IMA SATRIANI LUBIS
NIM 61154028**

Pembimbing I

Abdul Karim Batubara, M.A
NIP. 197001122005011008

Pembimbing II

Franindya Purwaningtyas, M.A
NIP. 199009132018032001

Ketua Prodi Perpustakaan

Dra. Retno Sayekti, M. LIS
NIP. 196912281995032002

**PROGRAM STUDI ILMU PERPUSTAKAAN
FAKULTAS ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA MEDAN
2019**

Surat Persetujuan Skripsi

Hal :
Lamp :
Kepada
Yth. Dekan Fakultas Ilmu Sosial
UIN Sumatera Utara
Di Medan

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi Saudara:

Nama : Ima Satriani Lubis

Nim : 61154028

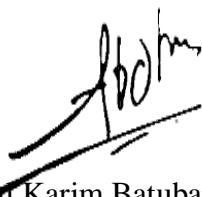
Judul Skripsi : Strategi Promosi Peningkatan Kunjungan di Taman Bacaan Masyarakat Tengku Luckman Sinar

Sudah dapat diajukan ke Fakultas Ilmu Sosial Jurusan/Program Studi Ilmu Perpustakaan UIN Sumatra Utara sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Stara Satu.

Dengan ini kami mengharapkan agar skripsi Saudara tersebut di atas dapat segera dimunaqasyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih.

Medan, November 2019

Pembimbing I



Abdur Karim Batubara, M.A
NIP. 197001122005011008

Pembimbing II



Franindya Purwaningtyas, M.A
NIP.199009132018032001

LEMBAR VALIDASI

**STRATEGI PROMOSI PENINGKATAN KUNJUNGAN
DI TAMAN BACAAN MASYARAKAT
TENGGU LUCKMAN SINAR**

Ditulis
Ima Satriani Lubis
61154028

Telah disidangkan pada tanggal kamis, 14 Nopember 2019
Di Program Studi Ilmu Perpustakaan Universitas Islam Negeri Sumatera Utara
(UINSU) Medan dengan:
Dosen Penguji:

1. Dr. Muhammad Dalimunte, S.Ag.,S.S., M.Hum
NIP. 197103281999031003



.....

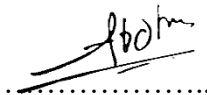
2. DR. H. Sori Monang, M.Th
NIP: 197410102009011013



.....

Dosen Pembimbing:

1. Abdul Karim Batubara, M.A
NIP. 197001122005011008



.....

2. Franindya Purwaningtyas, M.A
NIP.199009132018032001



.....

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini.

Nama : Ima Satriani Lubis
Nim : 61154028
Tempat, Tgl Lahir : Padang Sidempuan, 12 Januari 1997
Pekerjaan : Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial UIN-SU Medan
Alamat : Jln. Gurilla no.50

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang berjudul “**Strategi Promosi Peningkatan Kunjungan di TBM Tengku Luckman Sinar**” adalah benar karya asli saya, kecuali kutipan kutipan yang disebutkan sumbernya. Apabila terjadi kesalahan dan kekeliruan di dalamnya sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya.

Demikian surat pernyataan ini saya perbuat dengan sesungguhnya

Medan, Oktober 2019

Yang membuat pernyataan

Ima Satriani Lubis
NIM. 61154028

MOTTO

“Orang yang mulia adalah orang yang akan memaafkan kekeliruan orang lain”

(Safii Efendi)

“Jangan terus memperdulikan apa yang orang pikirkan dan kau akan selalu menjadi” tahanan mereka

(Lao Tza)

“Yakinlah, ada sesuatu yang menantimu setelah banyak kesabaran (yang kau jalani), yang akan membuatmu terpana hingga kau lupa betapa pedihnya rasa sakit”

(Sayidina Ali Bin Abi Tholib)

ABSTRAK

Nama : Ima Satriani Lubis
Nim : 61154028
Pembimbing I : Abdul Karim Batubara, M.A
Pembimbing II : Franindya Purwaningtyas, M.A
Judul : Strategi Promosi Peningkatan
Kunjungan di TBM Tengku Luckman
Sinar

Penelitian ini dilakukan di Taman Bacaan Masyarakat Tengku Luckman Sinar yang bertujuan untuk mengetahui strategi promosi taman bacaan masyarakat Tengku Luckman Sinar dalam meningkatkan kunjungan, faktor yang mempengaruhi promosi taman bacaan masyarakat, serta bagaimana evaluasi dari pelaksanaan strategi promosi yang telah dilakukan taman bacaan masyarakat Tengku Luckman Sinar. Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode kualitatif deskriptif dengan membuat penggambaran data yang telah terkumpul sebagaimana adanya. Penentuan informan dilakukan dengan metode *purposive sampling*. Informan penelitian ini adalah kepala Taman Bacaan Masyarakat Tengku Luckman Sinar beserta dua staf pegawai. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan wawancara mendalam, observasi, dan studi dokumentasi. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa Strategi Promosi Taman Bacaan Masyarakat Tengku Luckman Sinar hanya mencakup kegiatan pameran, diskusi, sosialisasi, website, dan penyebaran booklet. Adapun kendala yang dihadapi Taman Bacaan Masyarakat Tengku Luckman Sinar dalam melakukan kegiatan promosi yaitu dana yang masih minim, masyarakat yang kurang peduli keberadaan Taman Bacaan Masyarakat.

Kata kunci: Strategi Promosi, Perpustakaan, Taman Bacaan Masyarakat

ABSTRACT

Name : Ima Satriani Lubis
ID : 61154028
Thesis Supervisor I : Abdul Karim Batubara, M.A
Thesis Supervisor II : Franindya Purwaningtyas, M.A
Title : Promotion Strategy for Increasing Visits
at the Tengku Luckman Sinar
Community Reading Park

This research was conducted at the Tengku Luckman Sinar Community Reading Park which aimed to find out the promotion strategy of the Tengku Luckman Sinar community reading park in increased visits, the factors that influenced the promotion of community reading parks, and how the evaluation of the implementation of the promotion strategy that has been carried out by the reading community of Tengku Luckman Sinar community. The methodology used in this research is descriptive qualitative method by make the depiction of data that has been collected . Determination of informants is done by purposive sampling method. The informant of this research was the owner of the Tengku Luckman Sinar Community Reading Park and two staff employees. Data collection is done by used in-depth interviews, observation, and study documentation. To maintain the validity of the data the researcher uses the triangulation method. The results of this research stated that the Promotion Strategy for the Tengku Luckman Sinar Community Reading Park only included exhibitions, discussions, socialization, websites, and booklet distribution. The obstacles faced by the Tengku Luckman Sinar Community Reading Park in carrying out promotional activities, namely funds that are still minimal, people who do not care about the existence of Community Reading Gardens.

Keyword: Promotion strategy, Library, Community Reading Park

KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah, penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini sebagai salah satu persyaratan bagi mahasiswa UIN Sumatera Utara untuk menyelesaikan studi jurusan Ilmu Perpustakaan. Teriring salawat dan salam kepada junjungan Rasulullah Nabi Muhammad SAW, dengan cahaya kebenaran yang disampaikan menuntut kita kejalan yang lurus Amin.

Meskipun dalam penyusunan skripsi ini banyak menghadapi berbagai macam masalah dan hambatan yang harus dilalui tetapi berkat pertolongan dari Allah SAW dan berbagai pihak sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Olehnya itu penulis ucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada Ayahanda Raindra Wajah Lubis, S.E. dan Ibunda Rosmalemna, S.pd, M.M. yang selalu memberikan perhatian, bimbingan, kasih sayang, dan doa yang tulus sepanjang hidupnya.

Tanpa mengurangi rasa hormat dan penghargaan, penulis menyampaikan terima kasih serta penghargaan yang sebenar-benarnya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Saidurrahman, M. Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sumatera utara.
2. Bapak Prof. Dr. Ahmad Qorib, M.A selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial
3. Ibu Retno Sayekti M.Lis selaku ketua Jurusan Ilmu Perpustakaan yang telah banyak membantu dan memberikan arahan terhadap kemajuan dan perkembangan jurusan ilmu perpustakaan.
4. Bapak Abdul Karim Batubara, M.A selaku sekretaris prodi Ilmu Perpustakaan sekaligus pembimbing skripsi pertama yang membimbing dan meletakkan pemikiran terhadap penelitian ini.
5. Ibu Franindya Purwaningtyas, M.A selaku pembimbing skripsi kedua saya yang membimbing dan meletakkan pemikiran terhadap penelitian ini.
6. Dosen Fakultas Ilmu Sosial UIN Sumatera Utara, denga segala jerih payah dan ketulusan dalam membimbing dan memandu perkuliahan, sehingga memperluas wawasan keilmuan penulis.

7. Staf Tata Usaha di lingkungan Fakultas Ilmu Sosial UIN Sumatera Utara yang telah banyak membantu penulis dalam penyelesaian administrasi selama perkuliahan dan penyelesaian skripsi ini.
8. Ibu Tengku Mira Sinar selaku kepala TBM Tengku Luckman Sinar yang telah memberikan izin penulis untuk melaksanakan penelitian..
9. Terkhusus kepada kakak tercinta Marnida Uli Lubis, S.Hut, yang telah banyak mendoakan, menyemangati dan membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Terima kasih kepada sahabatku Nurlaini Nasution, Dwi Ira Maulila, Anggi Kharisma, yang telah bersedia meluangkan waktu menemani dan membantu dalam melakukan penelitian.
11. Terima kasih kepada sahabatku Fitriyani Siagian, yang telah menyemangati dan membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.
12. Teman-teman seperjuangan stambuk 2015 jurusan Ilmu Perpustakaan : Rifqa Shadrina, Mariatun Jalila, Darmayanti, Sri Melani, Marlina, Fitri, Ulfah, Rika, salnia, Nanda dan yang lainnya terima kasih untuk dukungan, doa dan kebersamaan yang kalian berikan.
13. Teman-teman KKN Desa Firdaus, Kabupaten Serdang Bedagai, Ais, dan yang lainnya Terima kasih untuk semua bantuannya

Pada akhirnya semoga amal baik yang telah diberikan kepada penulis, mendapat imbalan dari Allah SWT dan dilipatgandakan dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca khususnya pada jurusan Ilmu Perpustakaan.

Medan, 13 Oktober 2019

Ima Satriani Lubis

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
SURAT PERNYATAAN	ii
MOTTO	iii
ABSTRAK.....	iv
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah	4
C. Rumusan Masalah	4
D. Tujuan Penelitian	4
E. Manfaat Penelitian	4
F. Sistematika Pembahasan	5
BAB II KAJIAN TEORI	7
A. Kerangka Teori	7
1. Strategi Promosi	10
2. Strategi Promosi Perpustakaan.....	11
3. Minat Kunjung perpustakaan.....	19
4. Taman Bacaan Masyarakat	22
B. Profil TBM Tengku Luckman Sinar	28
1. Sejarah TBM Tengku Luckman Sinar.....	28
2. Visi dan Misi TBM Tengku Luckman Sinar	29
3. Tujuan TBM Tengku Luckman Sinar	29
C. Penelitian Terdahulu	30
BAB III METODE PENELITIAN	32
A. Desain Penelitian.....	32
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	32
C. Pemilihan Subyek	33
D. Teknik Pengumpulan Data	34

E. Instrumen Pengumpulan Data.....	35
F. Teknik Analisis Data.....	36
G. Teknik Penjamin Keberhasilan Data.....	37
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	39
A. Hasil dan Pembahasan.....	39
BAB V PENUTUP	57
A. Kesimpulan.....	57
B. Saran.....	58
DAFTAR PUSTAKA.....	60
LAMPIRAN	

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Tempat penyedia sumber informasi tidak hanya dikaitkan dengan nama perpustakaan saja. Taman bacaan masyarakat (TBM) kini mulai dikenal oleh masyarakat umum sebagai salah satu tempat alternatif untuk memperoleh informasi. TBM merupakan salah satu tempat pendidikan non-formal yang menyediakan berbagai informasi yang dapat diperoleh masyarakat secara cuma-cuma.

Taman Bacaan Masyarakat (TBM) adalah sarana atau lembaga pembudayaan kegemaran membaca masyarakat yang menyediakan dan memberikan layanan di bidang bahan bacaan berupa: buku, majalah, tabloid, koran, komik, dan bahan multimedia lain yang dilengkapi dengan ruangan untuk membaca, diskusi, bedah buku, menulis, dan kegiatan literasi lainnya, dan didukung oleh pengelola yang berperan sebagai motivator (Kemendikbud, 2013, p. 4). TBM memberikan layanan kepada masyarakat seperti ruang baca termasuk buku bacaan, kegiatan literasi serta tenaga pengelola yang terampil untuk memenuhi kebutuhan masyarakat yang dilayani.

Tujuan berdirinya TBM sama seperti perpustakaan, yaitu untuk melayani kebutuhan informasi masyarakat dengan menyediakan koleksi buku dan kegiatan-kegiatan pendidikan lainnya. Hal tersebut dimungkinkan saat keberadaan TBM berada di tengah-tengah kehidupan masyarakat dapat menjadi sumber informasi bagi masyarakat dengan berbagai macam latar belakang. Kegiatan yang diadakan juga menyesuaikan kebutuhan masyarakat. Kegiatan maupun pelatihan yang diadakan oleh TBM pada dasarnya bertujuan untuk memperkenalkan keberadaan TBM dan menarik minat masyarakat sekitar maupun masyarakat luas agar merasa tertarik untuk datang ke TBM bahkan juga ikut memanfaatkan fasilitas yang ada.

Adapun kegiatan-kegiatan yang umum dilakukan oleh TBM biasanya berupa perlombaan, sosialisasi, penempelan dan penyebaran pamflet, brosur di tempat-tempat tertentu, bazar buku, bedah buku, dan kegiatan-kegiatan lainnya yang bertujuan untuk memperkenalkan TBM pada masyarakat yang tinggal

disekitar TBM maupun kepada masyarakat luas. Hal inilah yang menjadikan TBM juga ikut berperan dalam pemberian atau penyebarluasan informasi.

Pemberian atau penyebarluasan informasi merupakan salah satu bentuk promosi yang dapat dilakukan oleh TBM. Proses promosi erat kaitannya dengan penyebarluasan informasi, karena dalam proses promosi juga berlaku penyebarluasan informasi sebagai cara agar informasi dapat tersalurkan untuk kemudian diterima oleh masyarakat itu sendiri. Kegiatan promosi dipengaruhi oleh beberapa hal, salah satunya adalah media promosi. Berdasarkan jenisnya media promosi terdiri dari, media cetak, media elektronik maupun media penyelenggara. Media penyelenggara ini biasanya berupa kegiatan-kegiatan seperti, bazar buku, bedah buku, pelatihan literasi informasi, dan kegiatan lapangan (outdoor) lainnya (Mustafa, 1996, p. 71).

Dalam Q.S. Al-Ma'idah/5: 97. Allah swt. Berfirman yang Artinya:

Allah telah menjadikan Ka'bah, rumah suci itu sebagai qiyaman bagi manusia, dan (demikian pula) bulan Haram, bad-y dan qalaid. Yang demikian itu agar kamu tahu, bahwa sesungguhnya allah mengetahui apa yang ada di langit serta apa yang ada di bumi dan bahwa sesungguhnya Allah Maha mengetahui segala sesuatu (Tafsir al-Misbah, Q.S. Al-Ma'idah/5:97).

Ka'bah yang merupakan tempat berkaitan dengan kegiatan *duniawi* dan *ukhrawi*, bulan *Haram* (bulan *Zulkaidah*, *Zulhijjah*, *Muharam* dan *Rajab*), tanah *Haram* (Mekah) dan *Ihram* (bulan yang dilarang melakukan peperangan) merupakan berbagai contoh hal-hal yang diberitahukan (dipromosikan) oleh Tuhan melalui wahyu yang selanjutnya termediasi melalui media al-Quran. Promosi yang baik dengan mengedepankan kaidah-kaidah yang islami akan memberikan pengetahuan terhadap orang-orang yang menerima informasi (promosi) tersebut. (Mathar & Quraisy, 2012, p. 168) .

Promosi erat kaitannya dengan pemasaran. Kotler dalam (Santoso, 2007, p. 3) menjelaskan pemasaran sebagai suatu organisasi pengelolaan yang menganut pandangan bahwa tugas/kunci organisasi adalah menetapkan kebutuhan dan keinginan pasar yang menjadi sasaran dengan tujuan memberikan kepuasan yang diinginkan. Sedangkan (Sudarmini, 2001, p. 6) mendefinisikan pemasaran dengan penerapan terhadap perpustakaan sebagai suatu pendekatan terencana untuk mengidentifikasi dan mendapatkan dukungan masyarakat pengguna,

selanjutnya perpustakaan mengembangkan jasa yang tepat dan menguntungkan bagi kedua belah pihak, yaitu pemustaka dan perpustakaan sebagai pemberi jasa informasi.

Jadi, dengan diadakan promosi TBM, pengunjung tahu jenis dan bahan pustaka apa yang di miliki oleh TBM, serta fasilitas apa yang disediakan oleh TBM tersebut yang dapat dimanfaatkan oleh pengunjung .

TBM Tengku Luckman Sinar sebagai TBM yang memiliki koleksi lebih dari tujuh ribu judul koleksi yang sebagian besar koleksinya adalah koleksi buku hasil karya pemilik perpustakaan yaitu Tengku Luckman Sinar. Koleksi di perpustakaan Tengku Lucman Sinar yang mendominasi adalah koleksi Kebudayaan Melayu Kesultanan Deli.

Melalui wawancara singkat dengan staf di TBM Tengku Luckman Sinar, informasi yang didapat pada tahun 2012 TBM Tengku Luckman Sinar berhasil meraih predikat Taman Baca terbaik Sumatera Utara di ajang lomba taman baca oleh Badan Perpustakaan, Arsip dan Dokumentasi (BPAD) Sumut, Juli 2012. Predikat ini diberikan karena TBM Tengku Luckman Sinar dinilai dapat memenuhi kebutuhan pengguna dalam mencari referensi terutama untuk penelitian.

Prestasi tersebut justru berbanding terbalik dengan tingkat kunjungan perpustakaan. Hasil pengamatan sementara di TBM Tengku Luckman Sinar dengan lokasi yang strategis dan dengan koleksi koleksi khusus kebudayaan melayu memiliki ciri khas tersendiri, akan tetapi dari hasil pengamatan pengunjung TBM sangat sepi dan juga masih banyak juga masyarakat yang belum mengetahui bahwa ada TBM Tengku Luckman Sinar. Padahal, menurut informasi dari staf TBM pada tahun 2011 sejak dibukanya TBM Tengku Luckman Sinar pengunjung yang datang rata-rata lebih dari seratus pengunjung per minggunya, dalam sekarang 2 tahun terakhir jumlah pengunjung TBM mengalami penurunan. Melihat penting adanya pengunjung TBM Tengku Luckman Sinar maka peneliti merasa perlu melakukan penelitian di TBM Tengku Luckman Sinar dalam mempromosikan TBM nya.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah di uraikan, maka dapat dilakukan identifikasi masalah sebagai berikut:

1. Penurunan jumlah kunjungan ke TBM Tengku Luckman Sinar dalam 2 Tahun Terahir
2. Kurangnya SDM Humas yang dimiliki TBM Tengku Luckman Sinar

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang ada maka rumusan masalah adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana strategi promosi yang dilakukan TBM Tengku Luckman Sinar dalam meningkatkan minat kunjung ?
2. Apa sajakah faktor yang mempengaruhi strategi promosi TBM Tengku Luckman Sinar?
3. Bagaimana evaluasi pelaksanaan strategi promosi yang dilakukan TBM Tengku Luckman Sinar?

D. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian adalah:

1. Untuk mengetahui bagaimana strategi TBM Tengku Luckman Sinar dalam menarik minat kunjung
2. Untuk mendeskripsikan hambatan dan mengatasi hambatan dalam meningkatkan minat pengunjung TBM Tengku Luckman Sinar
3. Untuk mengetahui evaluasi pelaksanaan strategi promosi yang dilakukan TBM Tengku Luckman Sinar

E. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini bermanfaat baik secara praktis maupun teoritis.

1. Secara praktis
 - a. Bagi TBM Tengku Luckman Sinar
Dapat dijadikan referensi maupun masukan tentang strategi dalam meningkatkan minat kunjung ke TBM
 - b. Bagi Tenaga TBM

Dapat dijadikan pedoman dalam meningkatkan kualitas TBM pada khususnya dan angka kunjungan TBM pada umumnya

c. Bagi Peneliti

Memahami dan mengetahui lebih dalam bagaimana strategi dalam meningkatkan minat kunjung serta dapat memberikan saran kepada perpustakaan dalam hal ini tentang promosi.

2. Secara Teoritis

Untuk mengembangkan pengetahuan dan ilmu perpustakaan dalam melakukan strategi promosi perpustakaan berupa informasi dan referensi dalam meningkatkan kualitas pendidikan khususnya dalam mengembangkan wawasan dan materi dalam bidang manajemen humas.

F. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam tugas akhir ini, disusun sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika pembahasan.

BAB II KAJIAN TEORI

Bab ini berisikan Kerangka Teori tentang strategi pemasaran dan minat kunjung, Kajian terdahulu, dan Kerangka Berfikir.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisikan desain penelitian, lokasi dan waktu penelitian, pemilihan subyek, langkah-langkah penelitian, teknik pengumpulan data, instrumen pengumpulan data, teknik analisis data, dan teknik penjamin keberhasilan data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisikan hasil dan pembahasan dari observasi dan wawancara yang telah dilakukan

BAB V KESIMPULAN

Bab ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian dan saran

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Promosi Perpustakaan

Promosi dianggap sebagai kegiatan penting pada suatu organisasi, apalagi untuk organisasi yang bergerak dalam bidang jasa dan usaha (Darmono, 2001, p. 206). Jasa atau produk yang dihasilkan harus diperkenalkan agar diketahui dan dapat dimanfaatkan oleh sebagian besar konsumennya. Apabila tidak ada konsumen yang memanfaatkan, tentu jasa dan produk tersebut tidak ada nilai gunanya. (Qalyubi, 2007, p. 260). mengartikan promosi perpustakaan merupakan aktivitas memperkenalkan perpustakaan dari segi fasilitas, koleksi, jenis layanan, dan manfaat yang dapat diperoleh oleh setiap pemakai perpustakaan.

Pendapat lain juga diungkapkan (Darmono, 2007, p. 207) Promosi perpustakaan merupakan forum pertukaran informasi antara organisasi dan konsumen dengan tujuan utama memberi informasi berkaitan dengan jasa atau produk yang telah disediakan organisasi, sekaligus membujuk konsumen untuk bereaksi terhadap produk atau jasa yang ditawarkan. Berdasarkan pendapat di atas, diketahui bahwa pengertian dari promosi perpustakaan adalah bentuk komunikasi dengan pertukaran informasi yang didalamnya terdapat kegiatan memperkenalkan, mempengaruhi, atau membujuk konsumen agar bereaksi untuk menggunakan produk atau jasa perpustakaan yang ditawarkan.

1. Tujuan Promosi Perpustakaan

Tujuan dari promosi adalah mendorong timbulnya kesadaran akan keberadaan produk atau jasa bahkan sampai pada tindakan untuk memanfaatkan. Menurut (Qalyubi, 2007, p. 206) secara lebih terperinci, tujuan promosi perpustakaan adalah:

- a. Memperkenalkan fungsi perpustakaan kepada masyarakat pemakai,
- b. Mendorong minat baca dan mendorong masyarakat agar menggunakan koleksi perpustakaan semaksimalnya dan menambah jumlah orang yang gemar membaca,

- c. Memperkenalkan pelayanan dan jasa perpustakaan kepada masyarakat,
- d. Memberikan kesadaran masyarakat akan adanya pelayanan perpustakaan dan menggunakannya, serta mengembangkan pengertian masyarakat, agar mendukung kegiatan perpustakaan, dan
- e. Memasyarakatkan slogan “tak kenal maka tak sayang”.

Tujuan promosi perpustakaan menurut (Lasa, 2007, p. 290) yaitu: menarik perhatian, menciptakan kesan, membangkitkan minat, memperoleh tanggapan, mempengaruhi untuk menerima ide, konsep atau barang yang dipromosikan.

Berdasarkan kedua pendapat tersebut dapat diketahui bahwa tujuan dari promosi perpustakaan adalah pemustaka diharapkan dapat menyadari tentang adanya pelayanan perpustakaan, mendorong masyarakat untuk menggunakan perpustakaan dengan menciptakan kesan dan membangkitkan minat pemustaka. Dengan adanya upaya dari perpustakaan untuk memperkenalkan fungsi dan pelayanannya, diharapkan dapat meningkatkan persepsi tanggapan masyarakat mengenai perpustakaan, sehingga masyarakat dapat ikut berperan aktif dalam menghidupkan kembali perpustakaan untuk setiap kegiatannya.

2. Unsur-Unsur Promosi Perpustakaan

Hal yang harus diketahui untuk mempromosikan perpustakaan adalah unsur-unsur promosi. Menurut (Qalyubi, 2007, p. 261) unsur-unsur promosi yang harus diperhatikan yakni: a) attention/perhatian, b) interest/ketertarikan, c) desire/keinginan, d) action/tindakan, e) satisfy/kepuasan.

Menurut Ushawood dalam (Yuni, 2013, p. 26) ada beberapa faktor yang harus diperhatikan dalam melaksanakan kegiatan promosi yaitu:

- a. Motivasi promosi. Perlu dikaji apakah sebenarnya yang diinginkan oleh pemakai perpustakaan, seperti bentuk-bentuk promosi yang diinginkan untuk keperluan apa mereka memerlukan informasi.
- b. Minat pemakai. Perlu dikaji beragam minat baca pengguna. Pengetahuan tentang minat pengguna akan membantu perpustakaan memberi informasi yang tepat kepada pengguna.

- c. Latar belakang. Latar belakang sosial, ekonomi, dan pendidikan pemakai akan sangat membantu jika dapat diperhatikan dalam melaksanakan kegiatan
- d. promosi yaitu: diketahui secara umum.

Dari uraian pendapat tersebut dapat diketahui bahwa unsur promosi lebih menekankan pada kepuasan pengguna perpustakaan dengan memperhatikan beberapa faktor seperti kebutuhan, minat, dan latar belakang pengguna. Faktor tersebut perlu dikaji berdasarkan lingkungan di sekitar perpustakaan agar perpustakaan mengetahui secara lebih dalam apa yang sesuai dengan keinginan pengguna untuk menghasilkan kepuasan dari pengguna.

3. Bentuk-bentuk Promosi

Bentuk bentuk promosi perpustakaan menurut (SinggihWidodo, 2004, p. 8) adalah sebagai berikut:

a. Publisitas

Publisitas adalah salah satu alat promosi yang ditawarkan melalui berita di media penerbitan seperti surat kabar, majalah, majalah dinding, publikasi sekolah maupun melalui radio, televisi, internet ataupun panggung. Publisitas dapat dilakukan dalam pelbagai bentuk seperti: *press release* dalam rangka pembukaan ataupun penutupan acara pameran, lomba, kursus, dsb. Ulasan suatu masalah dengan mengaitkan salah satu layanan perpustakaan, artikel ilmiah, wawancara bedah buku, story telling, dsb.

b. Iklan

Iklan dapat disampaikan dalam bentuk media cetak, seperti surat kabar, majalah, surat edaran, brosur, bulletin, poster, spanduk, ataupun papan pengumuman. Iklan yang dimuat dalam media massa dalam bentuk elektronik seperti radio, dan televisi, atau multi media seperti CD-ROM, internet, dsb. Iklan dapat pula berupa souvenir seperti buku tulis, alat tulis, kalender.

c. Kontak perorangan

Kontak pribadi dapat dilakukan dengan melalui ceramah, peragaan atau demo, diskusi, wawancara, forum terbuka, ataupun layanan yang dari masing-masing staf perpustakaan.

d. Insentif

Termasuk dalam kategori insentif adalah pemberian penghargaan/hadiah pada peminjam terbanyak, wawancara khusus bagi pengguna aktif, publikasi karya pengguna dalam media, memberikan kemudahan dalam perolehan layanan, misalnya memberikan jasa penelusuran gratis untuk peminta jasa selama bulan-bulan tertentu.

e. Suasana dan lingkungan perpustakaan

Kenyamanan ruang perpustakaan (sejuk/ber-AC), penataan ruang baca yang baik dan luwes, ruang koleksi yang tertata, serta keadaan lingkungan perpustakaan yang menyenangkan, merupakan beberapa hal yang dapat dijadikan ajang promosi positif.

f. Program khusus perpustakaan

Perpustakaan dapat merencanakan program-program khusus, seperti pembentukan klub/organisasi Sahabat Perpustakaan, program magang perpustakaan, program Gemar Membaca, lomba, Bimbingan Pemakai, dan sebagainya.

(LasaH.S,2005, p.238-241) mengemukakan bahwa untuk mempromosikan informasi, antara lain dengan pembuatan leaflet, penyebaran brosur, map kemas khusus, papan nama, pertemuan ilmiah, pengelolaan, pameran buku, kunjungan dan promosi melalui homepage atau website di internet.

Kedua pendapat yang telah disebutkan, diketahui bahwa dalam kegiatan promosi perpustakaan dapat dilakukan dengan berbagai bentuk baik dalam media cetak, media elektronik, maupun dalam bentuk kegiatan dengan harapan masyarakat dapat lebih dalam untuk mengenal dan memiliki ketertarikan terhadap

perpustakaan. Melalui media massa elektronik dan cetak tentunya memiliki karakteristik yang berbeda-beda, dan masing-masing media memiliki kelemahan dan kekuatan. Pemilihan media dihubungkan dengan berapa besar biaya yang harus disiapkan.

4. Strategi Promosi Perpustakaan

Menurut Hax dan Majluf dalam (J.Salusu, 2006, p. 100) mencoba menawarkan rumusan yang komprehensif tentang strategi sebagai berikut.

- a. Ialah suatu pola keputusan yang konsisten, menyatu, dan integral;
- b. Menentukan dan menampilkan tujuan organisasi dalam artian sasaran jangka
- c. Panjang, program bertindak, dan prioritas alokasi sumber daya;
- d. Menyeleksi bidang yang akan digeluti atau akan digeluti organisasi;
- e. Mencoba mendapatkan keuntungan yang mampu bertahan lama, dengan memberikan respon yang tepat terhadap peluang dan ancaman dari
- f. Lingkungan eksternal organisasi, dan kekuatan serta kelemahannya (analisis SWOT).
- g. melibatkan semua tingkat hierarki dari organisasi

Strategi menurut (Nawawi, 2005, p. 147) yakni strategi dalam manajemen sebuah organisasi dapat diartikan sebagai kiat, cara dan taktik utama yang dirancang secara sistematis dalam melaksanakan fungsi-fungsi manajemen, yang terarah pada tujuan strategik organisasi.

Dari kedua pendapat diketahui bahwa strategi adalah suatu pendekatan keseluruhan yang berkaitan dengan pelaksanaan gagasan, perencanaan dan eksekusi sebuah aktivitas atau penerapan suatu kegiatan. Strategi yang baik terdapat tim kerja yang memiliki koordinasi, tema, identifikasi faktor yang sesuai dengan prinsip pelaksanaan gagasan.

Strategi promosi menurut (Moekijat, 2000, p. 433) strategi promosi adalah kegiatan perusahaan untuk mendorong penjualan dengan mengarahkan komunikasi-komunikasi yang meyakinkan kepada para pembeli. Menurut (Lamb, Hair, & McDaniel, 2001, p. 146) strategi promosi adalah rencana untuk

penggunaan yang optimal dari elemen-elemen promosi: periklanan, hubungan masyarakat, penjualan pribadi dan promosi penjualan.

Berdasarkan pendapat yang dikemukakan tersebut dapat dilihat bahwa strategi promosi merupakan kegiatan yang direncanakan dengan maksud membujuk, merangsang konsumen agar bereaksi untuk menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan sehingga tujuan yang diharapkan dapat tercapai.

Dari pernyataan di atas mengenai definisi strategi promosi, maka dalam perpustakaan dapat diketahui bahwa strategi promosi perpustakaan dilakukan dengan membuat program promosi yang meliputi: penetapan sasaran, menentukan prosedur/tindakan serta menyusun rencana kerja. Adapun dalam pembuatan program promosi ini perlu menetapkan pendekatan yang dipakai yaitu melalui: iklan, kontak pribadi atau penciptaan “suasana” (*atmosphere*), melalui publikasi.

Diperlukan adanya proses promosi yang jelas untuk menentukan strategi yang baik, yaitu meliputi:

1) Perencanaan Promosi Perpustakaan

Kauffman dalam (Komariah & Engkoswara, 2010, p. 132) menyatakan bahwa perencanaan adalah suatu proses penentuan tujuan atau sasaran yang akan dicapai, menetapkan jalan dan sumber yang diperlukan untuk mencapai suatu tujuan seefisien dan seefektif mungkin. Pengertian perencanaan menurut (Komariah & Engkoswara, 2010, p. 132) adalah sebagai berikut.

Perencanaan adalah suatu kegiatan untuk menetapkan aktivitas yang berhubungan dengan jawaban pertanyaan 5W 1H, yaitu: apa (*what*) yang akan dilakukan, mengapa (*why*) hal tersebut dilakukan, siapa (*who*) yang melakukannya, di mana (*where*) melakukannya, kapan (*when*) dilakukan, dan bagaimana (*how*) melakukan.

Berdasar dari kedua pendapat di atas dapat diketahui bahwa perencanaan adalah aktivitas menetapkan tujuan-tujuan, sumber-sumber, dan teknik atau metode yang dipilih dalam menjalankan kegiatan dalam mewujudkan tujuan tujuan tersebut. Apabila pengertian perencanaan dituangkan dalam promosi perpustakaan, maka perencanaan kegiatan promosi tersebut merupakan kegiatan untuk menetapkan tujuan diadakannya promosi, sumber apa saja yang diperlukan dalam mencapai tujuan promosi, dan teknik atau metode apa yang dipilih dalam

kegiatan promosi agar pengunjung perpustakaan dapat meningkat. Perencanaan kegiatan promosi di sini dapat lebih jelas dengan adanya 5W 1H, yaitu dimulai dari pertanyaan: 1) *what*, strategi apa yang akan dilakukan dalam promosi?, 2) *why*, mengapa strategi promosi perlu dilakukan?, 3) *who*, siapa yang melaksanakan strategi promosi?, 4) *where*, di mana strategi promosi dilaksanakan?, 5) *when*, kapan dilaksanakannya strategi promosi?, 6) *how*, bagaimana proses dilaksanakannya strategi promosi?.

Perencanaan dibutuhkan sebagai strategi untuk dapat mengkomunikasikan atau menyampaikan pesan kepada masyarakat agar program kerjanya dapat terwujud. Dalam perencanaan menggunakan model perencanaan Robert E. Simon dalam (Khariryan, 2015, p. 30) terdapat beberapa langkah yang perlu diperhatikan dalam menyusun sebuah perencanaan, yaitu:

- a) *Problem analysis*
- b) *Identification of target audience and controlling variables for each.*
- c) *Work analysis and plan*
- d) *Budget.*

Menurut (As'adi, 2009, pp. 37-51) terdapat beberapa langkah yang biasa dilakukan oleh banyak orang dalam upaya perencanaan promosi diantaranya (a) Menentukan sasaran audiens, (b) Menentukan *tagline*, (c) Memilih media, untuk media ini juga memperhatikan tiga hal yaitu luasan sasaran, segmen, dan biaya, (d) Memilih *endorser*, (e) Memilih biro iklan.

Berdasarkan pernyataan di atas mengenai langkah perencanaan suatu program, maka dalam strategi promosi pun harus direncanakan terlebih dahulu. Adapun langkah-langkah dalam perencanaan promosi perpustakaan (harahap, 2016, p. 56) adalah sebagai berikut:

- a) Menganalisis masalah, yaitu analisis dilakukan untuk mengidentifikasi permasalahan yang akan menjadi dasar dari promosi.
- b) Menetapkan target sasaran. Diperlukan adanya segmentasi audiens untuk mengenali keseluruhan audien dan digunakan sebagai pertimbangan pemilihan media.

- c) Penyusunan rencana kerja melibatkan sejumlah besar aktivitas dan sebagai perencana promosi, serta hubungannya untuk merencanakan, pendelegasian tugas dan monitoring.
- d) Penyusunan anggaran merupakan hal yang penting dalam perencanaan, karena dalam perencanaan harus memperhitungkan anggaran yang akan dikeluarkan dalam persiapan maupun pelaksanaan promosi.
- e) Apabila perencanaan telah dilakukan dalam strategi promosi maka selanjutnya tahap implementasi atau pelaksanaan strategi promosi.

2) Pelaksanaan Promosi Perpustakaan

Nurdin Usman dalam (Sofia, 2011, p. 34) menyatakan bahwa implementasi bermuara pada aktivitas, aksi, tindakan, atau adanya mekanisme suatu sistem. Guntur Setiawan dalam (Sofia, 2011, p. 34) menyatakan implementasi adalah perluasan aktivitas yang saling menyesuaikan proses interaksi antara tujuan dan tindakan untuk mencapainya, serta memerlukan jaringan pelaksana dan birokrasi yang efektif.

Berdasarkan kedua pengertian implementasi di atas dapat diketahui bahwa implementasi tidak hanya sekadar aktivitas tetapi suatu kegiatan yang terencana dan dilakukan untuk mencapai tujuan yang ingin dicapai. Apabila pelaksanaan disini dituangkan dalam promosi, maka pelaksanaan strategi promosi dapat diartikan sebagai aktivitas atau kegiatan yang terencana oleh para tenaga perpustakaan untuk mencapai tujuan yang diharapkan dari kegiatan promosi.

Menurut (Tjiptono, 2008, p. 233) menjabarkan ada empat strategi pokok dalam strategi promosi, yaitu: (1) strategi pengeluaran promosi, adalah berapa besar dana yang dialokasikan untuk melaksanakan promosi, (2) strategi bauran promosi adalah berupaya memberikan distribusi yang optimal dari setiap metode promosi, (3) strategi pemilihan media adalah cara memilih media yang tepat untuk promosi, (4) strategi copy periklanan adalah isi dari iklan yang berfungsi menjelaskan manfaat produk dan memberi alasan kepada pembacanya mengapa

harus membeli atau memanfaatkan produk tersebut. Dari pendapat yang telah dikemukakan tersebut dapat diketahui bahwa terdapat empat strategi pokok dalam strategi promosi yang harus dipertimbangkan untuk mengetahui apa saja yang harus dipersiapkan dan dilakukan agar dalam pelaksanaan promosi nantinya dapat berjalan dengan lancar. Hal tersebut juga dapat dijadikan pedoman bagi pustakawan atau pembuat keputusan dalam perencanaan kegiatan program perpustakaan.

Menurut Robert E. Simon dalam (Khariryan, 2015, pp. 30-31) pelaksanaan merupakan suatu proses pembuatan keputusan dari suatu teori yang berhubungan dengan perencanaan pesan serta pemilihan saluran yang tepat untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Di dalam pelaksanaan promosi perpustakaan, menurut Edinger dalam (Khariryan, 2015, p. 23) mengemukakan tiga pendekatan informasi yaitu:

- a) Melalui iklan
- b) Melalui kontak pribadi
- c) Melalui penciptaan “suasana”

Dari penjabaran mengenai pendekatan di atas diketahui bahwa perpustakaan dapat memilih bagaimana promosi akan dilaksanakan dengan melalui pendekatan-pendekatan yang ada. Bagaimanapun perpustakaan akan berusaha agar tujuan kegiatan promosi dapat semaksimal mungkin, sehingga ketiga pendekatan dapat dilaksanakan secara bersamaan.

Pada kegiatan promosi perpustakaan tidak terlepas dari komunikasi pemasaran, dalam artian bahwa promosi merupakan kegiatan lembaga untuk mengenalkan secara luas dengan menampilkan produknya berupa jasa layanan informasi kepada masyarakat, dengan tujuan agar masyarakat mengenal, tertarik lebih dalam. Hal tersebut berdasar pendapat (Darmono, 2007, p. 207) yang menyatakan promosi adalah mekanisme komunikatif persuasif pemasaran dengan memanfaatkan teknik-teknik hubungan masyarakat. Komunikasi yang terjalin dalam kegiatan promosi menjadi suatu perhatian tersendiri.

Komunikasi dari suatu organisasi ke publik pada umumnya bersifat informatif dan persuasif. Berdasarkan (Effendy & Inong, 2009, pp. 25-33)

komunikasi dari organisasi ke khalayak dapat dilakukan dengan berbagai teknik, baik secara langsung tanpa media, maupun dengan media. Komunikasi langsung adalah komunikasi antara komunikator dengan komunikan secara tatap muka atau saling melihat. Komunikasi tidak langsung atau sering pula dinamakan komunikasi bermedia karena dalam prosesnya komunikator menggunakan media untuk menyalurkan pesan-pesannya kepada komunikan. Digunakannya media tersebut disebabkan komunikan berada di tempat yang jauh atau jumlahnya terlalu banyak sehingga tidak bisa dicapai dengan komunikasi tatap muka atau saling melihat.

Program promosi perpustakaan umumnya dilakukan secara internal maupun eksternal. Secara internal, promosi dilakukan oleh pustakawan di bagian layanan. Karena pekerjaan di bagian layanan dianggap sebagai ujung tombak yang membentengi performa perpustakaan secara keseluruhan, maka baik tidaknya perpustakaan di mata masyarakat tergantung pada pustakawan di bagian layanan. Secara eksternal, biasanya promosi dilakukan lewat penyebaran pamphlet yang berisi profil perpustakaan, iklan di media massa baik tercetak maupun elektronik, lomba membaca, menulis, menggambar, membuat poster atau lomba mendongeng (Laksmi, 2006, p. 148).

Dari paparan di atas, apabila pelaksanaan di sini dituangkan dalam promosi, maka pelaksanaan strategi promosi perpustakaan diartikan sebagai aktivitas atau kegiatan terencana yang dilakukan oleh pustakawan dengan penggunaan saluran yang tepat agar tujuan promosi dapat semaksimal mungkin.

5. Evaluasi Promosi Perpustakaan

(Arikunto, 2010, p. 3) menyatakan, bahwa evaluasi meliputi dua langkah yaitu mengukur dan menilai. Mengukur merupakan kegiatan membandingkan sesuatu dengan satu ukuran yang pengukurannya bersifat kuantitatif, sedangkan menilai adalah mengambil suatu keputusan terhadap sesuatu dengan ukuran baik atau buruk dengan penilaian bersifat kualitatif.

Menurut Ralph Tyler dalam (Arikunto, 2009, p. 4) menyatakan bahwa evaluasi merupakan sebuah proses pengumpulan data untuk menentukan sejauh

mana, dalam hal apa, dan bagian mana tujuan pendidikan sudah tercapai. Apabila belum tercapai, bagian mana yang belum dan apa penyebabnya. Dari kedua pendapat di atas mengenai evaluasi atau penilaian dapat diketahui bahwa evaluasi merupakan kegiatan mengukur dan menilai untuk mengetahui sejauh mana tujuan dapat tercapai.

(Peter & Olson, 2000, p. 210) menyatakan bahwa mengevaluasi dampak sebuah strategi promosi adalah melakukan perbandingan hasil yang didapat dengan tujuan yang ditetapkan. Dikatakan kegagalan apabila tujuan strategi tidak dapat dicapai, sedangkan apabila tujuan strategi dapat tercapai maka strategi tersebut berhasil.

Berdasarkan pemaparan mengenai evaluasi, maka yang dimaksud dengan evaluasi strategi promosi perpustakaan adalah mengukur dan menilai sejauh mana dampak yang diperoleh setelah kegiatan promosi dengan melakukan perbandingan hasil yang didapat dengan tujuan yang ditetapkan.

Strategi promosi perpustakaan yang dijabarkan sebelumnya telah memuat beberapa aspek penting. Perencanaan strategi promosi perpustakaan menetapkan tujuan, sasaran, alasan pemilihan program, susunan program kerja, serta penyusunan anggaran. Pelaksanaan strategi promosi ditujukan untuk program kegiatan yang dipilih dengan menggunakan saluran, pendekatan, dan media yang tepat, sedangkan evaluasi strategi promosi untuk mengetahui dampak yang diperoleh setelah melakukan kegiatan promosi.

6. Hambatan dalam Promosi Perpustakaan

Pelaksanaan promosi perpustakaan tentunya tidak terlepas dari berbagai masalah yang menjadi penghambat sehingga mengakibatkan kegiatan promosi tidak berjalan maksimal. Kendala yang ada dapat disebabkan dari faktor internal maupun eksternal perpustakaan. Lebih lanjut (Laksmi, 2006, p. 162) menyatakan kendala dalam kegiatan promosi antara lain, pustakawan kurang proaktif menyebarkan informasi tentang perpustakaan, misalnya brosur perpustakaan yang hanya diletakkan di meja informasi, iklan di televisi yang kurang persuasif, pengumuman dan undangan seminar tentang perpustakaan yang hanya beredar di

kalangan pustakawan, bukan kepada masyarakat luas. Di samping itu juga rendahnya keterampilan komunikator dalam menyampaikan pesan dikarenakan perasaan rendah diri pustakawan sehingga menimbulkan perasaan tidak percaya pada masyarakat.

Menurut (Qalyubi, 2007, p. 263) kendala-kendala yang dihadapi oleh perpustakaan dalam melaksanakan promosi perpustakaan, yaitu:

a. Kendala dari dalam (internal)

- 1) Pengetahuan pustakawan tentang ilmu dan teknik pemasaran masih lemah
- 2) Pandangan tradisional terhadap perpustakaan yang melihat perpustakaan hanya sebagai sebuah gudang buku
- 3) Gedung/fasilitas perpustakaan tidak memadai
- 4) Dana untuk membeli bahan pustaka dan membuka layanan-layanan baru kurang memadai, dan
- 5) Apresiasi pustakawan terhadap pengguna perpustakaan lemah

b. Kendala dari luar (eksternal)

- 1) Komitmen dari pimpinan dalam mendukung terhadap eksistensi perpustakaan masih sangat kurang
- 2) Pengguna perpustakaan hanya bersifat sementara, kecuali yang terdapat pada jenis perpustakaan khusus dan perpustakaan umum.
- 3) Manajemen organisasi lemah
- 4) Budaya baca masyarakat dengan memanfaatkan perpustakaan sangat lemah.

Dari pendapat-pendapat di atas dapat diketahui bahwa dalam promosi perpustakaan permasalahan atau hambatan muncul dari lingkungan internal maupun lingkungan eksternal. Lingkungan eksternal terkait dengan kinerja perpustakaan di dalam masyarakat. Sementara itu, lingkungan internal mencakup masalah-masalah yang bersumber dari pihak pustakawan maupun lembaga

B. Minat Kunjung Perpustakaan

Menurut (Bafadal, 2008, p. 191) minat adalah sifat atau sikap yang memiliki kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu. Sedangkan menurut (Sutarno, 2003, p. 19) minat adalah kecenderungan hati yang tinggi, gairah atau keinginan seseorang terhadap sesuatu. Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan minat adalah keadaan dimana seseorang mempunyai keinginan yang tinggi terhadap sesuatu.

(KBBI, 2018, p. 476) menjelaskan kunjung adalah kegiatan untuk mendatangi. Peneliti mengambil kesimpulan, minat kunjung adalah keadaan dimana seseorang mempunyai keinginan untuk berkunjung. Menurut (Lasa H. , 2009, p. 14) minat kunjung juga merupakan *indikator* minat baca dan minat ilmu yang tinggi diukur dari tinggi rendahnya kunjungan. Seseorang mengunjungi perpustakaan tentunya untuk meminjam koleksi di perpustakaan, namun tidak sedikit pemustaka sengaja datang ke perpustakaan untuk mencari informasi tertentu yang dibutuhkan.

Menurut (Sutarno, 2003, p. 29) ada beberapa hal yang mempengaruhi minat kunjung, yaitu :

1. Rasa ingin tahu yang tinggi Seseorang yang berminat terhadap sesuatu karena tertarik dan ingin tahu. Keinginan pada dasarnya sudah ada pada setiap orang sejak kecil dan terus berkembang. Seseorang akan tertarik tentang sesuatu apabila sesuatu itu berguna dan menyenangkan sehingga termotivasi untuk mengetahui lebih dalam dengan serius. Oleh karena itu, perpustakaan perlu melakukan inovasi untuk menciptakan perpustakaan yang menarik.
2. Keadaan lingkungan yang memadai Menurut (Sutarno, 2006, p. 122) lingkungan yang baik memiliki andil dalam penyelenggaraan perpustakaan. Lingkungan tersebut mencakup lokasi yang *strategis*, mudah dikenal dan dijangkau masyarakat, bebas banjir, bersih, tenang, dan terdapat akses kendaraan. Pemeliharaan gedung merupakan bagian yang penting dan perlu mendapat perhatian. Gedung yang terpelihara dengan baik dan tampak rapi dan bersih menyebabkan pengunjung betah berada di

perpustakaan. Untuk membuat lingkungan tampak indah dan asri juga perlu memperhatikan lingkungan penunjang di sekitar perpustakaan seperti pemeliharaan taman. Manfaat penataan ruang perpustakaan dapat mempermudah siswa, guru dan pengunjung lainnya dalam memperoleh bahan pustaka yang diinginkan. Dengan kemudahan tersebut mempengaruhi minat kunjung di perpustakaan. Hal yang perlu diperhatikan dalam penataan ruang yaitu penerangan, pengaturan sirkulasi udara, penataan meja dan kursi belajar dan penataan ruang kerja petugas. Lingkungan yang baik membuat pemustaka nyaman dan senang berada di perpustakaan. Lingkungan yang demikian merupakan salah satu factor yang berpengaruh positif terhadap peran perpustakaan (Darmono, 2007, p. 199).

3. Minat kunjung Perpustakaan sebagai kebutuhan koleksi perpustakaan yang diminati oleh seseorang akan memiliki manfaat, nilai yang sesuai dengan apa yang diinginkan pemustaka. Nilai dan manfaat tersebut dapat menambah pengetahuan, memberikan hiburan, kepuasan bahkan menimbulkan rasa bangga pada diri seseorang. Selain itu, akan menghasilkan perubahan pada kemampuan, sikap maupun keterampilan. Manusia yang tekun belajar dan mengunjungi perpustakaan diharapkan dapat menjadi manusia yang menguasai informasi, pengetahuan, wawasan, berperilaku arif dan bijaksana (Sutarno, 2006, p. 108). Mengembangkan minat dan respon masyarakat untuk berkunjung dan memanfaatkan perpustakaan secara maksimal diperlukan kesadaran diri bukan paksaan. Sehingga dengan berprinsip mengunjungi perpustakaan dapat memaksimalkan fungsi dan merasakan manfaat dari perpustakaan. Jika masyarakat sudah merasa membutuhkan perpustakaan, disanalah peran, fungsi dan tugas perpustakaan diaplikasikan (Suwarno, 2013, p. 23). Intensitas kunjungan di perpustakaan dapat diukur melalui daftar hadir pengunjung perpustakaan. Setiap pemustaka yang datang berkunjung ke perpustakaan diwajibkan mengisi daftar hadir pengunjung perpustakaan. Daftar hadir pengunjung perpustakaan tersebut dapat secara manual

ataupun elektronik. Hasilnya dapat terlihat dari tabel dan grafik kunjungan yang berada di perpustakaan. (Saliyo, 2016, p. 10)

C. Pengertian Taman Bacaan Masyarakat (TBM)

Adalah merupakan upaya pemerintah untuk penyediaan bahan-bahan bacaan bagi masyarakat melalui pembentukan Taman Bacaan Masyarakat baru yang mampu melayani kegiatan membaca-menulis dan kegiatan literasi lainnya kepada masyarakat. (Kemendikbud, 2013, p. 24).

Menurut (Sutarno, 2006, p. 19) Taman Bacaan Masyarakat mempunyai tanggung jawab, wewenang, dan hak masyarakat setempat dalam membangunnya, mengelola dan mengembangkannya. Dalam hal ini perlu dikembangkan rasa untuk ikut memiliki (*sense of belonging*), ikut bertanggung jawab. Sementara (Holik, 2013, p. 56) menjelaskan kehadiran TBM di tengah tengah masyarakat dengan berbagai jenis kegiatannya telah memberikan alternatif pilihan bagi masyarakat dalam mengakses ilmu pengetahuan, menggali dan menganalisa informasi yang dibutuhkan serta sebagai tempat rekreasi keluarga yang aman.

Dari beberapa definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa taman bacaan masyarakat merupakan sebuah tempat atau wadah yang dimiliki, dikelola, dan dikembangkan oleh masyarakat sebagai salah satu tempat penyedia informasi bagi masyarakat sekitar.

1. Tujuan Penyelenggaraan Taman Bacaan Masyarakat (TBM)

Penyelenggaraan Taman Bacaan Masyarakat dimaksudkan untuk menyediakan akses sarana pembelajaran yang menyediakan dan memberi layanan bahan bacaan yang merata, meluas, dan terjangkau oleh masyarakat dengan mudah dan murah. Adapun tujuannya adalah:

- 1) meningkatkan kemampuan keberaksaraan dan keterampilan membaca;
- 2) menumbuhkembangkan minat dan kegemaran membaca;
- 3) membangun masyarakat membaca dan belajar;
- 4) mendorong terwujudnya masyarakat pembelajar sepanjang hayat;
- 5) mewujudkan kualitas dan kemandirian masyarakat yang

- 6) berpengetahuan, berketerampilan, berbudaya maju, dan beradab;
(Rahayu & Widiastuti, 2018, p. 5)

2. Fungsi Taman Bacaan Masyarakat (TBM)

Menurut (Holik, 2013, p. 56) Taman Bacaan Masyarakat berfungsi sebagai lembaga pendidikan nonformal yang secara langsung memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk melaksanakan pendidikan sepanjang hayat. Lebih lanjut fungsi TBM yang melekat dan identik seperti yang dikemukakan (Kemendikbud, 2013, p. 25) Fungsi yang melekat pada TBM adalah sebagai (1) sumber belajar, (2) sumber informasi, dan (3) sarana rekreasi-edukasi.

- a. **Sebagai sumber belajar – Taman Bacaan Masyarakat** dengan menyediakan bahan bacaan utamanya buku merupakan sumber belajar yang dapat mendukung masyarakat pembelajar sepanjang hayat, seperti buku pengetahuan untuk membuka wawasan, juga berbagai keterampilan praktis yang dapat dipraktikkan setelah membaca, misalnya praktik memasak, budidaya ikan, menanam cabe dan lainnya.
- b. **Sebagai sumber informasi – Taman Bacaan Masyarakat** dengan menyediakan bahan bacaan berupa koran, tabloid, referensi, booklet-leaflet, dan/atau akses internet dapat dipergunakan masyarakat untuk mencari berbagai informasi.
- c. **Sebagai tempat rekreasi-edukasi** - dengan buku-buku nonfiksi yang disediakan memberikan hiburan yang mendidik dan menyenangkan. Lebih jauh dari itu, taman bacaan masyarakat dengan bahan bacaan yang disediakan mampu membawa masyarakat lebih dewasa dalam berperilaku, bergaul di masyarakat lingkungan.

3. Layanan Taman Bacaan Masyarakat (TBM)

Dari pengertian Taman Bacaan Masyarakat yang telah disebutkan di atas pengelola taman bacaan masyarakat berperan sebagai motivator, artinya pengelola taman bacaan masyarakat diharapkan dengan kreativitasnya dapat memberikan

layanan yang mampu menarik simpati dan mendorong masyarakat dan khususnya pengunjung untuk mau dan mampu meningkatkan keterampilan membaca.

Layanan yang dapat diberikan Taman bacaan masyarakat adalah:

- a. membaca di tempat, dengan menyediakan ruangan yang nyaman didukung dengan variasi bahan bacaan bermutu sesuai dengan kebutuhan pengunjung. Untuk dapat menyediakan bahan bacaan sesuai dengan kebutuhan perlu berupaya untuk menemukenali minat dan karakteristik pengunjung;
- b. meminjamkan buku, artinya buku dapat dibawa pulang untuk dibaca di rumah, dan dalam waktu tertentu dan peminjam wajib mengembalikan buku;
- c. pembelajaran, dengan menggunakan berbagai pendekatan, misalnya:
 - 1) membimbing teknik membaca cepat (scanning dan skimming);
 - 2) menemukan kalimat dan kata kunci dari bacaan;
 - 3) Belajar efektif;
- d. Praktik keterampilan
Dengan buku keterampilan yang ada, masyarakat/pengunjung diajak untuk mempraktikkan bersama, seperti memasak.
- e. Kegiatan literasi
Melaksanakan kegiatan literasi yang menyenangkan dan bermanfaat seperti: bedah buku, diskusi isu yang sedang berkembang, temu penulis, belajar menulis cerpen.
- f. Melaksanakan lomba-lomba
- g. Lomba kemampuan membaca (menceriterakan kembali buku yang telah dibaca), cerdas cermat.

4. Sumber Daya Taman Bacaan Masyarakat (TBM)

Agar dapat melaksanakan peran dan fungsinya taman bacaan masyarakat didukung oleh sumber daya untuk menjamin eksistensi dan mampu memberikan layanan kepada masyarakat dengan baik dan bermutu. Secara kelembagaan sumber daya TBM meliputi: sumber daya fisik, sumber daya manusia, dan sumber daya finansial.

a. Sumber Daya Fisik

Sumber daya fisik TBM dapat dibedakan menjadi 2 (dua), yaitu: sumber daya fisik utama, dan sumber daya fisik pendukung.

- 1) Sumber daya fisik utama, adalah bahan bacaan yaitu: semua jenis bahan bacaan dalam pelbagai bentuk media seperti: buku, majalah, tabloid, koran, CD, dan lainnya. Perlu disadari bahwa bahan bacaan yang disediakan tiada lain untuk melayani masyarakat sehingga masyarakat sebagai kelompok sasaran perlu diperhatikan secara sungguh-sungguh. Oleh karenanya penentuan bahan bacaan yang harus disediakan agar memperhatikan: karakteristik masyarakat, kebutuhan nyata masyarakat, kemampuan baca masyarakat, dan sesuai dengan potensi lokal.
- 2) Sumber daya pendukung, adalah segala sesuatu yang diperlukan untuk mendukung pengelolaan TBM, antara lain: rak/lemari buku, display buku baru, rak majalah, gantungan koran, meja kerja, perangkat peralatan elektronik, dan lain-lain.

b. Sumber Daya Manusia

Faktor utama dalam pengelolaan taman bacaan masyarakat adalah orang sebagai sumber daya manusia, sekurang-kurangnya terdapat 3 orang yang duduk dalam susunan organisasi yang melaksanakan pengelolaan taman bacaan masyarakat, terdiri atas: 1 orang Ketua, 1 orang yang mengurus administrasi dan teknis pemeliharaan, dan 1 orang memberikan layanan kepada masyarakat. Dengan kata lain, susunan organisasi TBM sekurang-kurangnya terdiri atas:

- 1) Ketua, mempunyai tugas: (a) memimpin TBM, (b) menyusun dan menetapkan program, (c) memajukan dan mengembangkan TBM, (d) melakukan hubungan kerjasama, dan (e) mengelola keuangan,
- 2) Urusan Administrasi dan Teknis, mempunyai tugas: (a) mengurus administrasi dan surat menyurat, (b) mengadakan seleksi dan pengadaan bahan bacaan, (c) melaksanakan pengolahan bahan bacaan, dan (d) melaksanakan pengembangan bahan bacaan,

- 3) Urusan Layanan, mempunyai tugas: (a) membuat tata tertib, (b) memberikan layanan TBM, dan (c) melaksanakan administrasi keanggotaan; (Ridang & Nurislaminingsih, 2018, p. 8)

5. Inovasi-Kreatif Taman Bacaan Masyarakat (TBM)

Masyarakat Indonesia belum menyadari betapa pentingnya kegiatan membaca, mengajak untuk membiasakan membaca bukan sekedar menyediakan TBM dengan segala macam bahan bacaan yang disediakan. Menurut (Pramudyo, Gani, Roby, & dkk, 2018, p. 6) Tetapi perlu melakukan berbagai upaya untuk mendorong masyarakat mau dan mampu membaca dengan berbagai kiat berikut:

- a. Mengetahui masyarakat dan berbagai kebutuhannya
- b. Agar dapat mengajak masyarakat mau membaca di TBM perlu mengenal lebih dahulu masyarakat di sekitar TBM sebagai sasarannya dengan maksud untuk mengetahui sosial-budaya-ekonomi, agama, potensi lingkungan, latar belakang pendidikan, serta kebutuhan nyata yang diperlukan. Hal ini penting sekali sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan kegiatan yang akan dilaksanakan, juga penting dalam penyediaan koleksi bahan-bahan bacaan yang akan disediakan.
- c. Melakukan sosialisasi TBM dan memberi kesadaran arti pentingnya kepada masyarakat
- d. TBM sebagaimana perpustakaan, memberikan layanan di bidang bahan bacaan kepada masyarakat, dengan jumlah bahan bacaan yang terbatas baik jumlah maupun jenisnya perlu dioptimalkan pemanfaatannya dengan cara mengenalkan TBM kepada masyarakat melalui sosialisasi keberadaan TBM, dan sekaligus memberi kesadaran terhadap manfaat yang dapat diperoleh dari kegiatan membaca. Kegiatan membaca ibaratnya mengasah otak sehingga meningkatkan kemampuan diri seseorang, demikian pula belajar adalah identik dengan membaca, karena biasanya kegiatan belajar dilakukan dengan cara belajar. Dengan membaca maka terbukalah jendela dunia, terbukalah wawasan, dari tidak tahu menjadi tahu, dari tidak

mengerti menjadi mengerti, dari tidak bisa menjadi bisa, dari tidak terampil menjadi terampil. Pendek kata: ”Tahu dan Bisa karena Membaca”

- e. Membentuk kelompok sasaran berdasarkan kemampuan baca/kebutuhan
- f. Membentuk kelompok sasaran berdasarkan kemampuan baca/ kebutuhan dengan maksud untuk mempermudah melakukan pendekatan dan bimbingan. Seperti membentuk kelompok sasaran: (a) pelajar, (b) mahasiswa, (c) petani/nelayan, (d) pedagang/wiraswasta; (e) religius, dan (f) pegawai/karyawan.
- g. Membimbing dan meningkatkan kemampuan baca kelompok sasaran
Salah satu faktor penyebab masyarakat Indonesia belum berbudaya baca antara lain kemampuan membaca yang rendah. Kemampuan membaca dalam arti: a) memahami isi bacaan, b) menginterpretasikan bacaan, atau c) mengkombinasikan bacaan satu dengan yang lain. Sehubungan dengan hal tersebut, maka pengelola TBM perlu sekali meningkatkan kemampuan membaca dengan cara membimbing dan mengajarkan teknik membaca yang efektif dan efisien.
- h. Menyelenggarakan kegiatan yang bermanfaat
- i. Agar TBM dapat melakukan tugas dan fungsinya, pengelola dituntut untuk kreatif menciptakan kegiatan sebagai upaya untuk menarik masyarakat untuk berkunjung dan memanfaatkan TBM. TBM berfungsi sebagai sarana pembelajaran, sumber informasi, dan rekreasi-edukatif, bahan bacaan apapun jenisnya dapat menjadi penunjang dalam pembelajaran. Praktik keterampilan dari buku-buku yang tersedia di TBM dengan cara pengelola mencarikan narasumber teknis di bidang keterampilan tertentu misalnya membuat sampho, sabun cuci, kecap, atau minyak kelapa dengan cara demo. Demo membuat sabun cuci ini akan memotivasi masyarakat untuk membaca penjelasan lengkap melalui buku. Beberapa contoh kegiatan yang bisa dipadukan dengan bahan bacaan antara lain:
 - 1) Mempraktikan isi buku (keterampilan), seperti praktik memasak, budi daya ikan, dan bercocok tanam;
 - 2) Mendiskusikan isi buku baru;

3) Lomba-lomba, seperti:

- a) lomba menulis sinopsis, caranya peserta lomba disuruh untuk mengambil satu buku yang ada dan membaca pada waktu tertentu. Selanjutnya diminta untuk membuat sinopsis dari buku yang dibaca tersebut. Sinopsis sederhana tidak perlu terlalu panjang tetapi disesuaikan dengan tingkat kemampuan dan latar belakang pendidikan masyarakat. Lomba ini sangat bermanfaat bagi masyarakat yang baru melek huruf karena tidak saja melatih keterampilan membaca tetapi juga menulis sehingga akan menjaga ketarmpilan yang sudah diperolehnya tidak akan hilang/lupa;
- b) lomba memasak, caranya peserta lomba diminta untuk membaca resep masakan, selanjutnya diminta untuk mempraktikkan sesuai dengan resep yang telah dibaca. Memasak dengan bahan sederhana yang mudah diperoleh di lingkungan masyarakat setempat. Kegiatan ini baik juga bila melibatkan PKK;
- c) mengadakan acara cerdas cermat dengan pertanyaan seputar buku yang sudah disediakan oleh TBM. Acara cerdas cermat ini bisa diadakan sebulan sekali tergantung keperluan dan respon masyarakat. Acara ini akan menumbuhkan rasa bersaing dalam kegiatan membaca pada masing-masing kelompok peserta. Tentu saja diusahakan ada hadiah yang diberikan kepada pemenang lomba sebagai daya tarik. Hadiah bisa dicarikan dengan mencari donatur atau sponsor. Untuk kegiatan ini pihak pengelola harus merangkul berbagai pihak, seperti karang taruna.

6. Membangun Kemitraan

Membangun kemitraan dan kerjasama merupakan salah satu modal dasar yang perlu dibina dan dikembangkan terutama dengan struktur lembaga dan masyarakat, seperti rukun tetangga, rukun wilayah, karang taruna, remaja masjid, dan PKK sekitar TBM. Banyak manfaat dari kemitraan ini, misalnya, kebiasaan

arisan ibu-ibu adalah potensi untuk digunakan menyebarkan kebiasaan membaca, dengan cara membawa buku keterampilan memasak dan melakukan praktik memasak di tempat arisan. Selain itu, jaringan dengan perpustakaan, sesama TBM, sekolah (SD dan SLTP), meminta agar sekolah mewajibkan para siswanya untuk membaca buku, misal membaca satu buku dalam seminggu dan membuat resumennya. Hal ini akan melatih dan mendidik para siswa tersebut cinta buku dan gemar membaca. Dengan kegemaran membaca akan mendukung siswa rajin belajar. (Kemendikbud, 2013, p. 31).

D. Profil Taman Bacaan Masyarakat (TBM) Tengku Luckman Sinar

1. Sejarah Taman Bacaan Masyarakat (TBM) Tengku Luckman Sinar

Sejarah kejayaan dan kemajuan teknologi suatu bangsa yang ada di dunia ini pasti tidak akan pernah luput dari keberadaan perpustakaan. Perpustakaan sangatlah sarat dengan ilmu pengetahuan, hal ini yang sampai sekarang belum disadari oleh banyak kalangan Indonesia.

Tengku Luckman Sinar, SH. Telah diakui sebagai Sejarahwan Nasional Indonesia oleh Masyarakat Sejarahwan Indonesia. Sejak muda beliau sudah menjadi penulis tetap di surat kabar lokal. Karya buku perdananya berjudul Sari Sedjarah Serdang jilid I dan II, diterbitkan pada tahun 1971, buku ini kemudian diambil alih cetak oleh Balai Pustaka. Atas kepakarannya di bidang Sejarah, Adat dan Budaya Melayu, beliau dianugerahkan sebagai Pakar Melayu Islam Beraja oleh Sultan Brunei. Sebagai Dosen Luar Biasa dibidang Sejarah, Budaya dan Etnomusikologi, berbagai hasil penelitian dan seminar yang beliau hadiri di berbagai belahan dunia baik sebagai peserta maupun pembentang kertas kerja beliau kumpulkan, sehingga banyak hasil-hasil atau resume yang melengkapi koleksi di perpustakaan Tengku Luckman Sinar.

Tengku Luckman Sinar memulai dengan membuat sebuah peprustakaan kecil dan seadanya, bertujuan untuk menjaga ilmu pengetahuan yang dapat diwariskan untuk anak cucunya kelak. Seiring waktu, koleksi buku-buku tersebut semakin bertambah dan semakin banyaknya minat masyarakat untuk membaca dan meneliti, maka Yayasan Kesultanan Serdang mengambil alih perpustakaan

tersebut untuk dikelola dengan lebih terorganisir dan terbuka untuk umum. Tujuannya adalah untuk menjaga kelestarian budaya, sumber informasi untuk penelitian bagi mahasiswa/I dan sumber rujukan sejarah budaya dan lain sebagainya. Sejak bulan Mei 2012, Perpustakaan Tengku Luckman Sinar telah memperluas jaringannya dibawah binaan Perpustakaan Kota Medan, dan sekarang dirubah menjadi Taman Bacaan Tengku Luckman Sinar.

2. Visi dan Misi Taman Bacaan Masyarakat (TBM) Tengku Luckman Sinar

VISI

Memaksimalkan upaya masyarakat menuju manusia yang cerdas dan berwawasan luas.

MISI

- a. Memfasilitasi masyarakat, menuju pola hidup cerdas dengan membaca.
- b. Memfasilitasi masyarakat, khususnya Akademisi dalam melakukan penelitian khususnya bidang sejarah dan budaya

3. Tujuan Taman Bacaan Masyarakat (TBM) Tengku Luckman Sinar

Tengku Luckman Sinar, SH. memulai dengan membuat sebuah perpustakaan kecil dan seadanya, bertujuan untuk menjaga ilmu pengetahuan yang dapat diwariskan untuk generasi selanjutnya.

Seiring waktu, koleksi buku-buku tersebut semakin bertambah dan semakin banyaknya minat masyarakat untuk membaca dan meneliti, maka Yayasan Kesultanan Serdang mengambil alih perpustakaan tersebut untuk dikelola dengan lebih terorganisir dan terbuka untuk umum.

Tujuannya adalah untuk menjaga budaya, sumber informasi untuk penelitian bagi mahasiswa/i dan sumber rujukan sejarah budaya dan lain sebagainya. Sejak bulan Mei 2012, Perpustakaan Tengku Luckman Sinar telah memperluas jaringannya dibawah binaan Perpustakaan Kota Medan menjadi Taman Bacaan Masyarakat. Keunikan TBM TLS adalah adanya koleksi buku-

buku langka yang tidak ada dipasaran dan manuscript serta arsip tua yang tidak dimiliki TBM lain bahkan Perpustakaan Nasional sekalipun.

E. Penelitian Terdahulu

Skripsi Dewi Fatma Wati (2015) yang berjudul **Strategi Pengembangan Taman Bacaan Masyarakat Rumah Asa Yogyakarta**. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Penelitian ini berfokus pada strategi pengembangan taman bacaan untuk mengetahui cara berfikir secara kreatif dalam mengelola suatu Taman Bacaan Masyarakat. Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa strategi pengembangan Taman Bacaan Masyarakat meliputi (1) membangun TBM berbasis Wirausaha (2) pemberdayaan masyarakat, (3) Menjalin relasi dengan pihak tertentu, (4) promosi di media sosial dan media massa serta, (5) bergabung dengan komunitas. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu penelitian ini hanya memfokuskan pada bagaimana evaluasi strategi promosi yang telah dilakukan oleh TBM Tengku Luckman Sinar. Alasan memilih Lokasi TBM Tengku Luckman Sinar dalam Penelitian ini adalah TBM Tengku Luckman Sinar berada di lokasi yang strategis yaitu berada di tengah-tengah Kota Medan dan juga TBM ini memiliki ciri khas yaitu dari segi koleksinya yang mendominasi adalah koleksi Kebudayaan Melayu serta tujuan utama didirikannya TBM Tengku Luckman Sinar adalah untuk menjaga melestarikan warisan budaya Melayu Tanah Deli.

Skripsi Ahdie Anwary (2017) yang berjudul **Pengaruh Media Promosi Terhadap Minat Kunjung Pemustaka Di Perpustakaan Grhatama Pustaka Yogyakarta**. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini berfokus untuk membuktikan ada tidaknya pengaruh antara media promosi perpustakaan terhadap minat kunjung pemustaka di perpustakaan Grhatama Pustaka Yogyakarta. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media promosi di perpustakaan grhatama tergolong baik, terbukti dari hasil perhitungan mean dan grand mean sebesar 2,90. Sedangkan minat kunjung pemustaka di perpustakaan grhatama pustaka Yogyakarta tergolong sangat baik, terbukti dari hasil perhitungan mean dan grand mean sebesar 3,55. Perbedaan peneliti dengan penelitian sebelumnya yaitu peneliti hanya memfokuskan bagaimana evaluasi

strategi promosi TBM Tengku Luckman Sinar untuk meningkatkan minat kunjung.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif atau naturalistik karena dilakukan pada kondisi yang alamiah. Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi. (Sugiyono, 2017, p. 9).

Obyek yang alamiah menurut Sugiyono adalah obyek yang berkembang apa adanya, tidak dimanipulasi, oleh peneliti dan kehadiran peneliti tidak mempengaruhi dinamika pada obyek tersebut. Jadi selama penelitian mengenai Strategi Perpustakaan Tengku Luckman Sinar dalam Meningkatkan Minat Kunjung, peneliti sama sekali tidak mengatur kondisi tempat penelitian berlangsung maupun melakukan manipulasi terhadap variabel.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di TBM Tengku Luckman Sinar yang beralamat di Jalan Abdullah Lubis No.47/42, Babura, Medan Baru, Babura, Medan Baru, Kota Medan, Sumatera Utara 20154

2. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan dalam jangka 3 bulan dimulai pada bulan Juli semenjak observasi awal, kemudian akan berakhir pada bulan Oktober guna untuk memperoleh hasil yang relevan.

NO	Kegiatan	Agustus				September				Oktober			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1.	Penyusunan proposal												
2.	Penyusunan instrumen penelitian												
3.	Mulai memasuki lapangan												
4.	Proses pengumpulan data di lapangan												
5.	Analisis data												
6.	Pembuatan hasil laporan penelitian												
7.	penyempurnaan skripsi												

Tabel 1. Jadwal Penelitian

C. Pemilihan Subyek

Informan adalah orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian. (Moleong, 2011, p. 132)

Kegunaan Informan bagi peneliti ialah agar dalam waktu yang relatif singkat banyak informasi yang terjaring, jadi sebagai sampling internal, karena informan dapat dimanfaatkan untuk menyampaikan informasi yang dibutuhkan, bertukar pikiran, atau membandingkan suatu kejadian yang ditemukan dari subjek lainnya.

Pada penelitian ini untuk menentukan informan adalah dengan cara *purposive sampling* yaitu suatu cara peneliti secara sengaja memilih individu yang dianggap dapat membantu peneliti dalam memahami fenomena peneliti. Peneliti menggunakan sampel purposif agar dapat mengarahkan peneliti mencari

informasi secara mendalam mengenai fenomena serta dapat mempermudah peneliti dalam menganalisis masalah-masalah tersebut. (Cresswel, 2015, p. 407)

Dalam hal tertentu, informan perlu di rekrut seperlunya dan diberi tahu tentang maksud dan tujuan penelitian jika hal itu mungkin di lakukan. (Moleong, 2011, p. 133)

Adapun informan yang peneliti temukan berjumlah, empat ditemukan sesuai dengan kriteria peneliti tentukan yaitu:

1. Subjek yang telah lama bekerja di TBM.
2. Subjek masih terikat secara penuh serta aktif pada lingkungan dan kegiatan yang menjadi sasaran atau penelitian
3. Subjek mempunyai cukup banyak waktu dan kesempatan unuk dimintai informasi.
4. Subjek yang dalam memberikan informasi tidak cenderung diolah atau dikemas terlebih dahulu dan mereka relatif masih lugu dalam memberikan informasi.

Informan penelitian:

No.	Nama	Jabatan
1.	Tengku Mira Sinar	Kepala TBM Tengku Luckman Sinar
2.	Ely Suryani	Koordinator TBM Tengku Luckman Sinar
3.	Amalia Syafira	Staff TBM Tengku Luckman Sinar

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan. (Sugiyono, 2017, p. 244).

Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data melalui 3 tahapan yaitu:

1. Observasi

Merupakan peninjauan langsung aktivitas di lapangan. Observasi dapat dilakukan sebelum dan selama penelitian berlangsung dengan menggunakan indra

penglihatan untuk mengumpulkan berbagai macam sumber informasi dari sumber data.

2. Wawancara mendalam (*depth interview*)

Wawancara adalah bentuk komunikasi antara peneliti dengan informan dan komunikasinya tanya jawab langsung secara tatap muka. dalam wawancara ini membutuhkan instrumen yaitu daftar pertanyaan dalam pedoman wawancara.

Wawancara dengan teknik ini adalah dengan mengajukan pertanyaan kepada informan mengenai permasalahan yang diteliti. Pertanyaan dalam wawancara ini telah dipersiapkan terlebih dahulu serta dibuat kerangkanya secara sistematis sebelum berada di lokasi penelitian. (Sugiyono, 2017, p. 233). pertanyaan – pertanyaan yang telah disiapkan tersebut dapat berkembang bahkan dapat diluar dari daftar pertanyaan yang sudah di persiapkan, dengan maksud untuk lebih mengetahui secara jelas jawaban yang dibutuhkan, namun tetap pada pokok permasalahan.

Wawancara mendalam dilakukan langsung dengan Kepala TBM Tengku Luckman Sinar dan juga pegawai TBM.

3. Studi dokumentasi

Selain melakukan teknik wawancara, peneliti juga melakukan studi dokumentasi demi menunjang kelengkapan data yaitu melalui buku, jurnal, majalah, artikel yang tersedia dalam media *online*.

E. Instrumen Pengumpulan Data

Instrumen pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Pedoman wawancara, pedoman ini berisikan hal – hal pokok yang akan di tanyakan kepada informan pada saat melakukan wawancara. Pedoman wawancara ini bersifat fleksibel, tidak mengikat, dan hanya sebagai pembuka dan mengarah pada pembicaraan.
2. Perekam suara, perekam ini digunakan untuk merekam hasil wawancara dengan informan, dikarenakan catatan atau ingatan yang dimiliki masih terbatas sehingga diperlukan perekam suara.

F. Teknik Analisa Data

Menurut Miles dan Huberman ada tiga metode dalam analisis data kualitatif, yaitu reduksi data, model data, penarikan/verifikasi kesimpulan.

1. Reduksi Data

Reduksi data merujuk pada proses pemilihan, pemfokusan, penyederhanaan, abstraksi, dan pentransformasian “data mentah” yang terjadi dalam catatan-catatan lapangan yang tertulis. Sebagaimana kita ketahui, reduksi data terjadi secara berkelanjutan melalui kehidupan suatu proyek yang diorientasikan secara kualitatif. Faktanya, bahkan “sebelum” data secara aktual dikumpulkan. (Emzir, 2011, p. 129)

Sebagaimana pengumpulan data berproses, terdapat beberapa episode selanjutnya dari reduksi data (membuat rangkuman, pengodean, membuat tema-tema, membuat pemisah-pemisah, menulis memo-memo). Dan reduksi data/pentransformasian proses terus-menerus setelah kerja lapangan, hingga laporan akhir lengkap. (Emzir, 2011, p. 129)

Reduksi data bukanlah sesuatu yang terpisah dari analisis. Ia merupakan bagian dari analisis. Pilihan-pilihan peneliti potongan-potongan data untuk diberi kode, untuk ditarik ke luar, dan rangkuman pola-pola sejumlah potongan, apa pengembangan ceritanya, semua merupakan pilihan-pilihan analitis. Reduksi data adalah suatu bentuk analisis yang mempertajam, memilih, memokuskan, membuang, dan menyusun data dalam suatu cara di mana kesimpulan akhir dapat digambarkan dan diverifikasikan.

2. Model Data/Penyajian Data

Penyajian data adalah suatu kegiatan ketika sekumpulan informasi disusun. Seperti yang disebutkan Emzir dengan melihat sebuah tayangan membantu kita memahami apa yang terjadi dan melakukan sesuatu analisis lanjutan atau tindakan yang didasarkan pada pemahaman tersebut. Bentuk penyajian data kualitatif :

- a. Teks Naratif : berbetuk catatan lapangan;

Model tersebut mencakup berbagai jenis matrik, grafik, jaringan kerja, dan bagan. Semua dirancang untuk merakit informasi yang tersusun dalam suatu bentuk yang padu, bentuk yang praktis.

- b. Penarikan Kesimpulan/Verifikasi Kesimpulan

Langkah ketiga dari aktivitas analisis adalah penarikan dan verifikasi kesimpulan. Dari permulaan pengumpulan data, peneliti kualitatif mulai memutuskan apakah “makna” sesuatu., mencatat keteraturan, pola-pola, penjelasan, konfigurasi yang mungkin, alur kausal, dan proporsi-proporsi. Peneliti yang kompeten dapat menangani kesimpulan-kesimpulan ini secara jelas, memelihara kejujuran dan kecurigaan.

Kesimpulan “akhir” mungkin tidak akan terjadi hingga pengumpulan data selesai, tergantung pada ukuran korpus dari catatan lapangan, pengodean, penyimpanan, dan metode-metode perbaikan yang digunakan, pengalaman peneliti, dan tuntutan dari penyandang dana, tetapi kesimpulan sering digambarkan sejak awal, bahkan ketika seorang peneliti menyatakan telah memproses secara induktif. (Emzir, 2011, p. 132)

G. Teknik Pemeriksaan dan Keabsahan Data

Keabsahan data dilakukan untuk membuktikan apakah penelitian yang dilakukan benar-benar merupakan penelitian ilmiah sekaligus untuk menguji data yang diperoleh. Uji keabsahan data dalam penelitian kualitatif meliputi uji *credibility*, *transferability*, dan *confirmability* (Sugiyono, 2017, p. 270).

Agar data dalam penelitian kualitatif dapat dipertanggungjawabkan sebagai penelitian ilmiah perlu dilakukan uji keabsahan data. Adapun uji keabsahan data yang dapat dilaksanakan.

1. *Credibility*

Uji *Credibility* (krebilitas) atau uji kepercayaan terhadap hasil penelitian yang disajikan oleh peneliti agar hasil penelitian yang dilakukan tidak meragukan sebagai sebuah karya ilmiah.

a. Perpanjangan pengamatan

Dengan perpanjangan kelapangan peneliti kembali kelapangan untuk melakukan pengamatan, wawancara lagi dengan sumber data baru. Perpanjangan pengamatan hubungan antara peneliti dengan informan semakin akrab, saling percaya sehingga tingkat informasi yang diperoleh semakin terbuka.

b. Meningkatkan kecermatan dalam penelitian

Dalam meningkatkan kecermatan peneliti dapat melakukan dengan cara membaca berbagai referensi, buku dan hasil penelitian lainnya, dengan demikian peneliti akan semakin cermat dalam membuat laporan yang akan dibuatnya.

c. Triangulasi dimana triangulasi (William Wiersma 1986) mengatakan triangulasi dalam pengujian kredibilitas diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai waktu. Dengan demikian terdapat triangulasi sumber, triangulasi teknik pengumpulan data, dan waktu (Sugiyono, 2017, p. 273)

2. *Transferability*

Agar orang lain dapat memahami hasil penelitian kualitatif penelitian yang telah di dapat, maka peneliti dalam membuat laporannya harus jelas, memberikan uraian yang rinci, jelas, sistematis dan dapat dipercaya.

3. *Dependability*

Audit terhadap keseluruhan proses penelitian oleh auditor yang independen, atau pembimbing untuk mengaudit keseluruhan aktivitas penelitian dalam melakukan penelitian.

4. *Confirmability*

Penelitian bisa dikatakan objektif apabila hasil penelitian telah disepakati oleh lebih banyak orang. Validitas data harus dikonfirmasi data dengan informan dan informan yang berkompeten, dalam arti menguji hasil penelitian dengan mengkaitkan hasil penelitian yang dikaitkan dengan proses yang dilakukan.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil dan Pembahasan

1. Strategi Promosi yang Dilakukan Taman Bacaan Masyarakat (TBM) Tengku Luckman Sinar Dalam Meningkatkan Kunjungan

a. Cara Promosi yang dilakukan TBM Tengku Luckman Sinar

Salah satu kegiatan pemasaran jasa perpustakaan kepada masyarakat yaitu dengan promosi yang tentu saja ini adalah sarana yang digunakan pustakawan untuk mengenalkan perpustakaan kepada masyarakat luas agar mereka tahu dan tertarik untuk datang dan memanfaatkan perpustakaan tersebut karena perpustakaan tanpa pengunjung tentu tidak ada gunanya. Oleh karena itu, dari hasil penelitian yang dilakukan penulis mendapatkan informasi dari informan tentang bagaimana cara promosi yang dilakukan TBM Tengku Luckman Sinar dalam meningkatkan kunjungan, hasil wawancara dengan informan 1 menyatakan :

Promosi TBM yang kita lakukan disini pertama adalah dengan membangun kerjasama-kerjasama, pertama kali dengan perpustakaan USU yang membantu kita dengan katalog, tetapi tidak tuntas, lalu bekerja sama dengan perpustakaan kota medan sampai kita di bawah binaan perpustakaan kota medan, karena kita bekerjasama dengan perpustakaan kota medan, diikut sertakanlah kita pada acara-acara perpustakaan baik di dalam kota maupun di luar kota baik di forum nasional maupun internasional, pada saat ada kegiatan itulah kita berkesempatan mempromosikan TBM ini kepada perpustakaan Nasional, dan mereka tertarik dengan koleksi yang kita miliki, bahkan mereka datang ke TBM ini untuk melakukan preservasi dan konservasi koleksi-koleksi yang kita miliki. selain itu promosi yang kita lakukan dengan ikut serta di acara pameran-pameran yang di adakan perpustakaan kota medan maupun lomba-lomba TBM. (Mira, 7 Oktober 2019)

Sejalan dengan informan 1, informan 2 dan 3 yang mengatakan:

Akibat dari minimnya dana yang dimiliki oleh TBM Tengku Luckman Sinar yang selama berdiri sumber dana TBM ini di tanggung oleh pemilik TBM, jadi pihak TBM tidak mengalokasikan dana khusus untuk promosi TBM, di karena kan di TBM ini semua pengunjung mendapatkan fasilitas gratis dari kita pribadi yang menanggung semuanya, oleh karnanya saat ini cara promosi yang dilakukan dengan kontak perorangan di mana pustakawan

berinteraksi langsung ke masyarakat dengan kegiatan-kegiatan promosi guna untuk mengenalkan kemasyarakat tentang keberadaan TBM, namun TBM Tengku Luckman Sinar juga setiap tahun mengikuti kegiatan pameran perpustakaan yang diadakan oleh pemko Medan, dan kita selalu ikut serta memamerkan TBM ini, dan melalui kegiatan diskusi rutin tentang sejarah (Elly, 8 Oktober 2019)

Selama ini TBM Tengku Luckman Sinar melakukan promosi yaitu dari mulut ke mulut yang artinya jika pengunjung datang ke TBM, maka pengunjung tersebut akan mengajak atau menginformasikan TBM ke teman-temannya sehingga orang-orang akan berkunjung ke TBM Tengku Luckman Sinar ini Sendiri, selain itu promosi yang kita lakukan dengan cara bekerjasama dengan kampus-kampus dan perpustakaan serta melalui acara seminar perpustakaan disitu lah kita berkesempatan melakukan promosi TBM ini, melalui website dan penyebaran booklet. (Amelia, 11 oktober 2019)

Dari pendapat ketiga informan di atas bahwasanya cara promosi yang dilakukan TBM Tengku Luckman Sinar adalah dengan melakukan kerjasama, ikutserta kegiatan pameran yang diadakan pemko Medan, sosialisasi ke pengunjung dan masyarakat, melalui diskusi, melalui website dan penyebaran booklet.

Peneliti menyimpulkan bahwa cara promosi yang dilakukan TBM Tengku Luckman Sinar sebagai upaya peningkatan kunjungan sangat terbatas dikarenakan dana yang belum memadai . Cara promosi juga disesuaikan dengan kemampuan yang seadanya dilihat dari pernyataan informan 1 dan 3 yang mana menjelaskan bahwasanya TBM Tengku Luckman Sinar melakukan promosi dengan mengambil kesempatan adanya kerjasama dengan berbagai Universitas dan Perpustakaan dalam acara-acara seminar. Hal tersebut akan mempengaruhi penerimaan dan reaksi dari promosi yang disampaikan. Sesuai dengan pendapat Edinger yang mengemukakan tiga pendekatan untuk memasarkan dan mempromosikan informasi yaitu: melalui iklan, melalui kontak pribadi, dan melalui penciptaan suasana.

- b. Penerapan Strategi Promosi Taman Bacaan Masyarakat (TBM) Tengku Luckman Sinar

Dalam melakukan strategi promosi perlu adanya penerapan khusus yang dilakukan oleh TBM Tengku Luckman Sinar, dalam hal ini peneliti beracuan berdasarkan teori menurut (Gitsudarmo, 2008, p. 214) strategi promosi adalah kegiatan yang ditujukan untuk mempengaruhi konsumen agar mereka dapat dan kenal produk yang ditawarkan oleh perusahaan kemudian konsumen menjadi senang untuk membeli produk tersebut. Adapun alat yang digunakan untuk melakukan promosi yaitu dengan melakukan beberapa cara yaitu:

- 1) Periklanan (*Advertising*)
- 2) Promosi penjualan (*sales promotion*)
- 3) Kontak langsung (*personal selling*)
- 4) Publisitas (*publication*)

1) Periklanan (*Advertising*)

Iklan adalah media promosi dalam bentuk penyajian mengenai ide, produk, atau jasa dengan cara membayar. Tujuan iklan adalah untuk mendorong, membujuk agar masyarakat tertarik akan barang atau jasa yang ditawarkan atau dijual (Mustafa, 1996, p. 30) . Adapun kegiatan periklanan (*advertising*) yang dilakukan TBM Tengku Luckman Sinar dalam melakukan promosi adalah :

a) Papan reklame

Tujuan diadakan papan reklame adalah untuk menarik dan mendorong masyarakat agar menaruh perhatian terhadap perpustakaan dengan adanya papan reklame perhatian masyarakat akan tertuju ke perpustakaan. Dari hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan informan 1 menyatakan:

*Membuat papan reklame itu sebagai bentuk promosi ya agar orang-orang yang lewat dapat melihat kalau ada TBM Tengku Luckman Sinar ini.*_(Mira, 7 Oktober 2019)

Sejalan dengan pendapat informan 1 Ibu Elly menyatakan:

bahwa TBM Tengku Luckman Sinar membuat papan reklame sebagai salah satu kegiatan promosi TBM dengan tujuan untuk menarik perhatian masyarakat untuk menaruh perhatian terhadap TBM sehingga masyarakat akan tertarik untuk datang dan memanfaatkan fasilitas yang ada di TBM". (Elly, 8 Oktober 2019).

Dari pendapat informan diatas peneliti menyimpulkan bahwa TBM Tengku Luckman Sinar melakukan strategi promosi melalui papan reklame agar menaruh perhatian masyarakat yang lewat agar tertarik untuk berkunjung

ke TBM Tengku Luckman Sinar. Promosi melalui papan reklame ini dilakukan dengan maksud merubah sikap konsumen dan calon konsumen bereaksi dan memberikan tanggapan terhadap produk atau jasa yang ditawarkan. Teori ini sesuai dengan pendapat (Alma, 2006, p. 179), promosi adalah sejenis komunikasi yang memberi penjelasan dan meyakinkan calon konsumen mengenai barang dan jasa dengan tujuan untuk memperoleh perhatian calon konsumen.

b) booklet

Membagikan booklet kepada pemustaka maupun calon pemustaka, saat ini sarana promosi yang paling banyak dilakukan oleh masyarakat luas baik oleh perusahaan besar maupun kecil usaha besar maupun kecil yaitu menyebarkan *booklet*. Menurut pendapat informan 2 yang menyatakan bahwa:

Di TBM Tengku Luckman Sinar, setiap akan diadakan kegiatan yang berhubungan perpustakaan, selalu melakukan pembagian booklet kepada pengunjung. (Elly, 8 Oktober 2019)

Sesepakat dengan informan 2, informan 3 juga menyatakan bahwa:

Promosi kita dengan membagikan booklet juga dengan cara petugas TBM selalu sembari melakukan promosi langsung kepada pengunjung dengan membagikan booklet TBM Tengku Luckman Sinar ini, dengan membagikan booklet dari pemilik TBM juga tidak merasa membutuhkan banyak biaya dikarenakan kita bisa cetak sendiri. (Amalia, 11 Oktober 2019)

Dari pernyataan diatas peneliti menyimpulkan bahwasanya TBM Tengku Luckman Sinar mempromosikan TBM nya melalui booklet yang di bagikan dengan cara ketika ada kegiatan yang berhubungan dengan perpustakaan juga secara langsung ketika adanya pengunjung yang datang langsung ke TBM Tengku Luckman Sinar. Pemanfaatan booklet sebagai sarana promosi di TBM Tengku Luckman Sinar dianggap tidak memerlukan biaya yang cukup besar.

Dari pernyataan diatas dapat diketahui bahwa TBM Tengku Luckman Sinar telah melakukan kegiatan promosi dalam bentuk periklanan dan masih dalam tahap berkelanjutan. Adapun kegiatan periklanan (*advertising*) yang digunakan kegiatan yang menyebarluaskan berita (informasi) melalui papan reklame dan *booklet*. Tujuan diadakan papan reklame adalah untuk menarik dan

mendorong masyarakat agar menaruh perhatian terhadap perpustakaan dengan adanya papan reklame perhatian masyarakat akan tertuju ke TBM Tengku Luckman Sinar.

Dalam hal periklanan ini peneliti menganalisis bahwasanya apapun media yang digunakan sangatlah berperan dalam menarik perhatian pengunjung untuk datang berkunjung ke TBM dan hal yang terpenting adalah keberhasilan TBM dalam memberikan layanan yang prima kepada pemustaka. Dengan adanya layanan prima yang diterima oleh pengunjung sehingga pengunjung merasa puas, senang, dan nyaman untuk datang ke TBM maka akan memberikan citra positif untuk sebuah TBM. Citra yang baik akan membuat TBM ramai dikunjungi, sehingga jasa dan layanan di perpustakaan dapat dimanfaatkan dengan baik. Namun menurut hasil pengamatan langsung di TBM Tengku Luckman Sinar promosi melalui iklan masih kurang maksimal sehingga pengunjung yang datang juga masih sedikit per harinya .

2) Promosi penjualan (*sales promotion*)

Dalam kegiatan sales promotion adalah kegiatan yang dilakukan dengan cara pertunjukan, pameran, demonstrasi, dan berbagai macam usaha untuk memperkenalkan produk secara rutin ke pengguna. TBM Tengku Luckman Sinar dalam melakukan kegiatan strategi promosi TBM selalu menggunakan metode *sales promotion*. Dari hasil wawancara yang penulis lakukan pada Kepala TBM koordinator, dan Staff dapat disimpulkan bahwa kegiatan promosi yang dilaksanakan di TBM Tengku Luckman Sinar yaitu sebagai berikut:

a) Pameran

Pameran koleksi dalam pandangan penulis merupakan suatu kreasi TBM dalam hal menunjukkan koleksi terbaru yang tersedia di TBM, hal ini agar pengunjung dapat mengetahui dengan jelas koleksi apa saja yang tersedia di TBM. TBM Tengku Luckman Sinar setiap tahunnya mengikuti kegiatan pameran yang diadakan oleh Pemko Medan, menurut penjelasan informan 1,2,3 menyatakan:

kegiatan pameran ini ya dikatakan rutin setiap tahunnya karena setiap tahun kita selalu ikut serta dalam kegiatan pameran yang diadakan oleh pemko Medan, sebenarnya tujuan adanya pameran agar pengunjung dapat mengetahui seberapa banyak koleksi-koleksi bahan pustaka yang ada di TBM serta koleksi apa saja

yang dimiliki oleh TBM Tengku Luckman Sinar, kita biasanya memamerkan buku-buku kuno kebudayaan melayu, manuskrip serta peninggalan-peninggalan ayah saya yang perpustakaan nasional barang kali belum tentu punya arsip seperti itu, kegiatan ini sebenarnya bagus sehingga dapat memotivasi pemustaka untuk berkunjung di perpustakaan guna mencari literatur yang sesuai dengan kebutuhannya. (Mira, 7 oktober 2019)

Pada pendapat informan diatas bahwa TBM Tengku Luckman Sinar setiap tahunnya mengikuti kegiatan pameran yang diadakan Pemko Medan dengan memamerkan koleksi-koleksi langka yang dimiliki TBM Tengku Luckman Sinar.

Dari pendapat yang dinyatakan informan, peneliti menyimpulkan bahwa penyelenggaraan pameran seperti pameran yang dilaksanakan TBM Tengku Luckman Sinar merupakan salah satu langkah awal bagi atau TBM untuk memotivasi halayak atau publik tentang produk atau koleksi yang diterbitkannya atau yang dimilikinya. Sesuai dengan dua tujuan diadakannya pameran, yaitu : (1) untuk menarik perhatian pengguna atau calon pengguna, dan (2) untuk menunjukkan layanan atau apapun yang dimiliki sangat menarik untuk mereka. Berdasarkan kedua tujuan ini, maka dapat dirancang suatu pameran yang mencakup hal-hal yang dapat dipamerkan serta sasaran pengguna yang akan dicapai.

3) Kontak Langsung (*Personal Selling*)

Promosi dengan menggunakan cara kontak pribadi, merupakan bentuk yang paling ampuh diantara bentuk-bentuk promosi yang lain karena dengan adanya kontak secara pribadi, hubungan antara staf perpustakaan dan konsumen dapat dijalin dan ditingkatkan, kebutuhan, minat serta pribadi pengguna dapat lebih diketahui, sekaligus lebih jelas dalam menyampaikan informasi kepada pengguna.

Dalam hal ini TBM Tengku Luckman Sinar melakukan promosi melalui kontak perorangan (kontak langsung) yaitu dengan cara :

a) Sosialisasi Taman Bacaan Masyarakat (TBM)

Tidak semua masyarakat tahu akan peran TBM untuk itu sosialisasi perlu dilakukan sehingga masyarakat akan tahu sebenarnya peran TBM itu seperti apa. Untuk sosialisasi dikalangan pelajar dapat dilakukan dengan mengadakan kerjasama dengan Universitas untuk sosialisasi TBM. Sosialisasi ini juga dilaksanakan setiap hari. Sesuai dengan hasil wawancara penulis dengan informan 3 informan mengatakan bahwa:

Selama ini TBM Tengku Luckman Sinar melakukan promosi yaitu dari mulut ke mulut yang artinya jika pengunjung datang ke TBM, maka pengunjung tersebut akan mengajak atau menginformasikan TBM ke teman-temannya sehingga orang-orang akan berkunjung ke TBM Tengku Luckman Sinar ini Sendiri. (Amelia, 11 oktober 2019)

Dari pernyataan informan diatas peneliti menyimpulkan bahwapromosi TBM melalui *personal selling* dilakukan dengan sosialisasi dari mulut ke mulut yang di sosialisasikan langsung oleh petugas TBM dan juga pengunjung yang datang ke TBM Tengku Luckman Sinar. Melakukan sosialisasi dari mulut kemulut merupakan cara promosi secara kontak perorang dilakukan melalui pertemuan langsung. Dalam hal sosialisasi ini sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Bellardo dan Waldhart melaporkan bahwa penelitian mengenai efektivitas teknik-teknik promosi dan komunikasi di bidang perpustakaan dan informasi telah membuktikan bahwa kontak perorangan dari mulut ke mulut merupakan cara yang paling efektif untuk menyebarluaskan informasi mengenai produk dan jasa perpustakaan dan dalam menarik minat pengguna perpustakaan. Menurut Kotler fungsi kontak perorangan dapat diuraikan seperti berikut:

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

b) Diskusi

Salah satu kegiatan yang pernah diadakan oleh TBM Tengku Luckman Sinar adalah mengadakan kegiatan diskusi mahasiswa bersama pakar sejarah. Hal ini seperti yang diungkapkan oleh informan 1:

bahwasanya kegiatan ini diadakan biasanya rutin dua bulan sekali, disini kita mengajak para mahasiswa maupun siapa saja yang berkunjung untuk bersama-sama berdiskusi mengenai suatu topik sejarah yang sangat bagus untuk di bahas, dalam diskusi tersebut kita mengundang pakar sejarah seperti dosen-dosen dari USU, maupun pakar sejarah dari Malaysia. (Mira, 7 Oktober 2019)

Dari pendapat diatas peneliti menyimpulkan bahwa diskusi yang dilakukan TBM Tengku Luckman Sinar ini yaitu dengan mengajak mahasiswa dan siapa saja yang mau ikut bergabung diperbolehkan dalam mengikuti diskusi dengan tema-tema sejarah dan dengan mengundang pakar-pakar sejarah.

Melakukan kegiatan diskusi juga merupakan strategi promosi yang rutin dilakukan TBM Tengku Luckman Sinar. Diskusi adalah pertemuan ilmiah untuk bertukar pikiran mengenai suatu masalah. Biasanya dalam diskusi para peserta mencari penyelesaian suatu masalah, minimal mereka mengajukan usul atau ide yang mungkin bisa menyelesaikan masalah yang mereka diskusikan. Diskusi ilmiah ini sangat menumbuhkan minat pengunjung untuk selalu datang ke TBM Tengku Luckman Sinar dilihat dari buku kunjungan, jika ada jadwal diskusi maka pengunjung pun meningkat.

c) Kerjasama

Melakukan kerjasama termasuk kedalam strategi promosi yang dilakukan TBM Tengku Luckman Sinar, menurut hasil wawancara penulis dengan informan 1 kegiatan kerjasama ini sangat berdampak dalam kenaikan kunjungan ke TBM dikarenakan pengu

njung dapat mengetahui TBM dan memanfaatkan fasilitas yang disediakan oleh TBM Tengku Luckman Sinar.

Menurut hasil wawancara dengan informan 2 yang mengatakan:

saat ini kita sudah bekerjasama dengan kampus-kampus dan sejauh ini dari hasil kerjasama itu jumlah kunjungan kita meningkat, karena ya mungkin sudah di rekomendasikan dari

kampus-kampusnya untuk mencari informasi yang dibutuhkan ke TBM Tengku Luckman Sinar ini. (Elly, 8 Oktober 2019)

Pendapat informan 2 diatas bahwa dengan melakukan kerjasama sangat berpengaruh terhadap jumlah kunjungan pengunjung ke TBM Tengku Luckman Sinar.

Peneliti menyimpulkan bahwa TBM Tengku Luckman Sinar melakukan kerjasama dengan sejumlah Perpustakaan maupun Universitas yang gunanya adalah sebagai bentuk promosi, yang mana dengan adanya kerjasama maka akan ada hubungan timbal balik yang menguntungkan bagi satu sama lain, sejalan dengan pendapat Verzosa (2004) menyatakan kerjasama perpustakaan sebagai sebuah kegiatan berbagi manfaat timbal balik dari sumber daya perpustakaan, merupakan pengembangandari kegiatan yang sudah ada sebelumnya atau sebuah kegiatan baru yang dilaksanakan oleh dua atau lebih perpustakaan. Sebagaimana juga dalam islam Allah berfirman :

وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ ۖ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ ۗ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۖ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ

Artinya:

Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertakwalah kamu kepada Allah, sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya [al-Mâidah/5:2]

Maka melalui kerjasama TBM Tengku Luckman Sinar dengan sejumlah perpustakaan akan menghasilkan dampak yang saling menguntungkan dimana koleksi yang dimiliki TBM dapat di pergunakan orang yang membutuhkan dan TBM Tengku Luckman Sinar dapat dikenal banyak orang.

4) Publisitas (*Publication*)

Dalam kegiatannya publisitas merupakan sejumlah informasi yang disebarluaskan ke pada pengguna, dengan demikian suatu perpustakaan beserta produk-produknya dapat menjadi perhatian umum. Untuk melakukan publisitas tidak perlu membayar, disinilah letak perbedaan antara publisitas dengan promosi yang lain. Dalam hal publisitas TBM Tengku Luckman Sinar melakukan publikasi TBM nya dengan melalui *Website*.

Website adalah kumpulan halaman-halaman yang digunakan untuk mempublikasikan informasi berupa teks, gambar, dan program multimedia

lainnya berupa animasi (gambar gerak, tulisan gerak), suara, dan gabungan dari semuanya itu baik yang bersifat statis maupun dinamis yang membentuk satu rangkaian yang saling terkait antara satu *page* dan *page* yang lain, yang sering disebut sebagai *hyperlink*. *Website* dapat dijadikan salah satu sarana dalam melakukan kegiatan promosi di perpustakaan, dengan mendesain *website* perpustakaan memungkinkan pustakawan menempatkan pesan promosi perpustakaan, jasa dan layanan, koleksi atau informasi penting lainnya yang diadakan untuk dapat dinikmati oleh siapa saja, dimana saja di internet. Keefektifannya dalam menyebarkan informasi tidak diragukan lagi.

TBM Tengku Luckman Sinar menggunakan *website* sebagai salah satu kegiatan promosi yang dilakukannya untuk menyebar luaskan informasi yang diberikan oleh TBM, namun pada pelaksanaannya masih kurang berjalan dikarenakan tidak adanya admin yang mengelola *website* tersebut, tetapi sampai hari ini *website* TBM Tengku Luckman Sinar masih aktif hanya saja tidak update untuk sementara waktu. Berikut hasil wawancara melalui informan 1 yang menyatakan bahwa:

Selama ini kita aktif untuk mempromosikan TBM ini dengan cara aktif mempublikasi kegiatan-kegiatan di TBM dengan mengupload nya di website, namun sudah beberapa bulan ini website belum aktif kembali dikarenakan kita saat ini tidak mempunyai admin khusus yang memegang website, kedepannya kita akan mengaktifkannya kembali dan juga membuat instagram, dan facebook untuk promosi ya. (Mira, 7 Oktober 2019)

Dari pernyataan diatas, penulis menyimpulkan bahwasanya kegiatan operasional TBM dituangkan dalam sebuah halaman *website* di internet. Dengan portal *website* tersebut segala kebutuhan untuk interaksi antara pengunjung dan petugas dilaksanakan. Sejalan dengan pendapat (Muhsin,2008) bahwa *website* dapat dijadikan salah satu sarana dalam melakukan kegiatan promosi di perpustakaan, dengan mendesain *website* perpustakaan memungkinkan pustakawan menempatkan pesan promosi perpustakaan, jasa dan layanan, koleksi atau informasi penting lainnya yang diadakan untuk dapat dinikmati oleh siapa saja, dimana saja di internet. Keefektifannya dalam menyebarkan informasi tidak diragukan lagi. Dalam hal ini dapat disimpulkan promosi dapat dilakukan dengan

sarana apapun dan semua pustakawan atau staf perpustakaan dapat membantu melakukan kegiatan promosi perpustakaan.

2. Faktor yang mempengaruhi strategi promosi di TBM Tengku Luckman Sinar

Keberhasilan TBM dalam menjalankan kegiatan promosi sangat ditentukan dari staf TBM itu sendiri. Terutama yang menyangkut tentang kemampuan mengelola TBM, baik secara teknis maupun pelayanan. Baik buruknya keadaan perpustakaan sangat mempengaruhi keberhasilan promosi yang sedang dijalankan.

Pelaksanaan promosi perpustakaan tentunya tidak terlepas dari berbagai masalah yang menjadi penghambat sehingga mengakibatkan kegiatan promosi tidak berjalan maksimal. Kendala yang ada dapat disebabkan dari faktor internal maupun eksternal perpustakaan. Lebih lanjut (Laksmi, 2006, p. 162) menyatakan kendala dalam kegiatan promosi antara lain, pustakawan kurang proaktif menyebarkan informasi tentang perpustakaan, misalnya brosur perpustakaan yang hanya diletakkan di meja informasi, iklan di televisi yang kurang persuasif, pengumuman dan undangan seminar tentang perpustakaan yang hanya beredar di kalangan pustakawan, bukan kepada masyarakat luas. Di samping itu juga rendahnya keterampilan komunikator dalam menyampaikan pesan dikarenakan perasaan rendah diri pustakawan sehingga menimbulkan perasaan tidak percaya pada masyarakat.

Menurut (Qalyubi, 2007, p. 263) kendala-kendala yang dihadapi oleh perpustakaan dalam melaksanakan promosi perpustakaan, yaitu:

- a. Kendala dari dalam (internal)
 - 1) Pengetahuan pustakawan tentang ilmu dan teknik pemasaran masih lemah.
 - 2) Pandangan tradisional terhadap perpustakaan yang melihat perpustakaan hanya sebagai sebuah gudang buku.
 - 3) Gedung/fasilitas perpustakaan tidak memadai.
 - 4) Dana untuk membeli bahan pustaka dan membuka layanan-layanan baru kurang memadai, dan

- 5) Apresiasi pustakawan terhadap pengguna perpustakaan lemah.
- b. Kendala dari luar (eksternal)
- 1) Komitmen dari pimpinan dalam mendukung terhadap eksistensi perpustakaan masih sangat kurang.
 - 2) Pengguna perpustakaan hanya bersifat sementara, kecuali yang terdapat pada jenis perpustakaan khusus dan perpustakaan umum.
 - 3) Manajemen organisasi lemah.
 - 4) Budaya baca masyarakat dengan memanfaatkan perpustakaan sangat lemah.

Dari pendapat-pendapat di atas dapat diketahui bahwa dalam promosi perpustakaan permasalahan atau hambatan muncul dari lingkungan internal maupun lingkungan eksternal. Lingkungan eksternal terkait dengan kinerja perpustakaan di dalam masyarakat. Sementara itu, lingkungan internal mencakup masalah-masalah yang bersumber dari pihak pustakawan maupun lembaga.

Sejalan dengan teori yang dikemukakan di atas, dari hasil wawancara yang penulis lakukan disimpulkan bahwa kendala yang dirasakan untuk mengoptimalkan promosi perpustakaan dalam meningkatkan minat kunjung di TBM Tengku Luckman Sinar yaitu sebagai berikut:

1. Kurangnya kesadaran masyarakat (pembaca) akan pentingnya suatu TBM

Dari hasil wawancara dengan informan 1 mengatakan:

Bahwa masyarakat di Kota Medan masih banyak yang tidak tahu dan mengerti tentang apa itu Taman Bacaan Masyarakat, apa manfaat yang bisa diperoleh dan didapatkan di TBM serta manfaat yang didapat dari banyak membaca buku, kebanyakan masyarakat enggan untuk ke TBM .(Mira, 7 Oktober 2019)

Sejalan dengan pendapat informan 1,informan 3 menyatakan bahwasanya :

Jika dilihat dari daftar kunjungan ke TBM pengunjung hampir rata-rata hanya mahasiswa dan peneliti di bandingkan dengan pengunjung dari masyarakat. (Amalia, 11 Oktober 2019)

Dari pernyataan diatas penulis menyimpulkan bahwasanya faktor yang mempengaruhi strategi promosi di TBM Tengku Luckman sinar adalah masyarakat yang belum menyadari bahwa pentingnya akan adanya sebuah TBM yang mana dilihat dari daftar kunjungan bahwasanya rata-rata yang berkunjung ke TBM Tengku Luckman Sinar hanya mahasiswa dan peneliti. Dari kesimpulan ini kendala dari kurangnya kesadaran masyarakat pentingnya adanya TBM sejalan dengan teori yang dikemukakan (Qalyubi, 2007, p. 263) bahwa kendala dari dalam melakukan promosi perpustakaan adalah salah satunya adalah anggapan masyarakat yang masih menganggap bahwa perpustakaan hanyalah sebuah gudang buku.

Jadi untuk itulah kegiatan promosi TBM perlu dioptimalkan petugas harus lebih banyak melakukan sosialisasi langsung kemasyarakat umum tentang TBM untuk menunjang ilmu pengetahuan mereka sehingga bisa meningkatkan pengetahuan mereka.

2. Dana yang masih minim untuk melakukan kegiatan promosi

Permasalahan dana yang masih minim memang menjadi kendala utama institusi perpustakaan/ TBM dewasa ini, dimana-mana TBM mengaku kekurangan dana termasuk TBM Tengku Luckman Sinar. Menurut informan 1 menyatakan bahwa :

Jadi di TBM ini sendiri masalah dana yang sangat sangat minim ya, dikarenakan kita tidak mendapatkan bantuan dana dari mana pun, semua dana yang digunakan untuk TBM ini murni dari pihak keluarga Tengku Luckman Sinar, karena kita menyambung wasiat dari almarhun Tengku Luckman Sinar untuk melestarikan budaya melayu, disini kitalah sebagai ahli waris yang meneruskan wasiat beliau, jadi dana pribadi kita kelola sendiri untuk memfasilitasi TBM dan pengunjung yang mendapat fasilitas gratis dari kita. (Mira, 7 Oktober 2019)

Sejalan dengan pernyataan infroman 1, menurut wawancara dengan:

Faktor yang paling mempengaruhi adalah dana kita, dana TBM ini adalah murni dana pribadi penerus Tengku Luckman, jadi disini kita masih kesulitan juga dalam melakukan sesuatu ya. (Elly 8 Oktober 2019)

Dari pernyataan diatas penulis menyimpulkan bahwa dalam mempromosikan TBM Tengku Luckman Sinar, pihak keluarga yang mengola

masih sangat kesulitan melakukan kegiatan dikarenakan dana yang digunakan TBM adalah dana pribadi, jadi dana yang ada hanya terbatas untuk kepentingan TBM Tengku Luckman Sinar. Sejalan dengan teori yang dikemukakan (Qalyubi, 2007, p. 263) bahwa kendala dari dalam melakukan promosi adalah dana untuk membeli bahan pustaka dan membuka layanan-layanan baru kurang memadai. Dari sini penulis melihat bahwa perhatian pemerintah setempat terhadap perkembangan perpustakaan masih minim sehingga TBM tidak bisa mengoptimalkan segala promosinya, sehingga promosi di TBM Tengku Luckman Sinar sangat terbatas, padahal kegiatan promosi ini sangat penting guna untuk meningkatkan minat kunjung ke TBM.

3. Evaluasi pelaksanaan strategi promosi yang dilakukan TBM Tengku Luckman Sinar?

Evaluasi strategi promosi perpustakaan adalah mengukur dan menilai sejauh mana dampak yang diperoleh setelah kegiatan promosi dengan melakukan perbandingan hasil yang didapat dengan tujuan yang ditetapkan. Beberapa kategori yang berkaitan dengan evaluasi penerapan strategi promosi TBM pada TBM Tengku Luckman Sinar, yaitu :

a. Periklanan (*Advertising*)

Adapun kegiatan periklanan (*advertising*) di TBM Tengku Luckman Sinar telah dilaksanakan, hal ini diketahui berdasarkan pernyataan informan 1 yang menyatakan:

Kegiatan promosi melalui iklan TBM Tengku Luckman Sinar masih bersifat sebatas melalui papan reklame dan booklet, dan ini masih tetap berjalan dan berpengaruh juga terhadap kunjungan (Mira, 7 Oktober 2019)

Sama halnya dengan informan 1 menyatakan bahwa kegiatan promosi TBM Tengku Luckman Sinar dalam bentuk periklanan sedang berjalan dan berpengaruh terhadap kunjungan. Hal ini sejalan dengan informan 2 yang menyatakan

Promosi dalam bentuk iklan masih dalam tahap berjalan.(Elly, 8 Oktober 2019)

Hasil wawancara tersebut dapat diketahui bahwa TBM Tengku Luckman Sinar telah melakukan kegiatan promosi dalam bentuk periklanan dan masih dalam tahap berkelanjutan dan dinilai sangat ada pengaruh nya terhadap kunjungan yang meningkat.

b. Personal Selling

Pada evaluasi promosi di sini sesuai Sesuai penyampaian informan 1 bahwa kegiatan personal selling lebih menjurus kepada kegiatan pendidikan pengguna secara langsung. Namun tidak selalu kegiatan ini dilaksanakan secara konsisten. Hal ini berkaitan dengan pernyataan informan 2 yang menyatakan bahwa:

kegiatan promosi di TBM Tengku Luckman Sinar melalui personal selling telah dilaksanakan, dan sangat sangat berpengaruh langsung ke peningkatan kunjungan seperti sosialisasi, diskusi, dan kerjasama yang paling penting. (Elly, 8 Oktober 2019)

Begitu juga dengan ibu Amalia yang menyebutkan bahwa kegiatan promosi melalui personal selling di TBM Tengku Luckman Sinar telah dilaksanakan namun informan 3 menambahkan pernyataannya jika kegiatan personal selling yang sedang dilakukan hanya bagi pengunjung TBM Tengku Luckman Sinar yang datang berkunjung langsung sehingga kegiatan personal selling ini dapat dikatakan tidak secara menyeluruh sehingga dampaknya kurang efektif. Hal ini sesuai dengan pernyataan ibu informan 3 yang menyatakan :

Sudah efektif, akan tetapi promosi melalui sosialisasi ke pengguna langsung yang datang kurang efektif , jangkauannya tidak luas, kegiatan promosi melalui ini hanya di lakukan kepada pengunjung yang datang ke TBM saja.(Amalia, 11 Oktober 2019)

Kegiatan promosi TBM Tengku Luckman Sinar melalui bentuk personal selling mengindikasikan bahwa proses kegiatan personal selling telah terlaksana dengan sangat baik namun melalui sosialisasi belum efektif. Hal ini disebabkan terbatasnya ruang lingkup kegiatan personal selling yang hanya ditujukan bagi pengunjung yang berkunjung kepada TBM Tegku Luckman Sinar. Sementara kegiatan personal selling tersebut pun tidak terlaksana secara optimal dan tidak dapat dipastikan kegiatan personal selling sampai pada pemustaka yang tidak pernah berkunjung ke TBM Tengku Luckman Sinar.

c. Publisitas

Dalam kegiatannya publisitas merupakan sejumlah informasi yang disebarluaskan ke pada pengguna, dengan demikian suatu perpustakaan beserta produk-produknya dapat menjadi perhatian umum. Untuk melakukan publisitas tidak perlu membayar, disinilah letak perbedaan antara publisitas dengan promosi yang lain. Sesuai dengan informasi yang diberikan oleh informan 1 yang menyatakan bahwa :

Jadi TBM Tengku Luckman Sinar memilih strategi promosi melalui publisitas agar dapat dijangkau oleh pengguna dan pihak perpustakaan lebih mudah untuk menyebarkan informasi, tetapi sekarang publisitas dengan menggunakan website sudah tidak berjalan dengan baik lagi, dikarenakan tidak adanya admin yang mengelola website tersebut.(Mira, 8 Oktober 2019)

Begitu juga dengan informan 2 menyatakan bahwa strategi promosi TBM Tengku Luckman Sinar melalui publisitas dilakukan dengan menggunakan media elektronik. Adapun strategi promosi melalui media elektronik dipandang lebih efektif dan tepat sasaran, karena pengguna TBM Tengku Luckman Sinar dapat dipastikan memiliki gaya hidup millennial yang tidak terlepas dari jaringan internet. Selain dari gaya hidup pengguna perpustakaan cenderung mencari informasi melalui media elektronik yang tersambung jaringan internet. Hal ini diketahui berdasarkan pernyataan informan 2 sebagai berikut:

Yang pertama kita harus mengikuti perkembangan teknologi informasi dan kemampuan pengguna, sekarang ditahun 2019 pengguna lebih suka memegang handphone, dan melihat-lihat website. Jadi perpustakaan berusaha untuk mengikuti kepintaran kemampuan teknologi pengguna dengan cara perpustakaan menyediakan apa yang bisa dimanfaatkan pengguna dengan kemampuan yang mereka punyasekarang, ya tetapi TBM saat ini website yang dimiliki TBM sedang tidak berjalan dikarenakan ya tidak adanya admin yang mengelola saat ini. (Elly, 8 Oktober 2019)

Hasil dari wawancara tersebut dapat diketahui bahwa TBM Tengku Luckman Sinar telah melakukan kegiatan promosi dalam bentuk publisitas yaitu dengan menggunakan media elektronik sebagai salah satu bentuk cara untuk menyampaikan produk layanan yang dimiliki oleh TBM , Tetapi tidak berjalan dengan baik, melalui observasi peneliti melihat tidak berjalan dengan baiknya

promosi melalui publisitas disebabkan oleh faktor tidak adanya admin yang khusus mengelola *website* TBM Tengku Luckman Sinar

d. *Sales Promotion*

Dalam kegiatan *sales promotion* adalah kegiatan yang dilakukan dengan cara pertunjukan, pameran, demonstrasi dan berbagai macam usaha memperkenalkan produk secara rutin ke pengguna. TBM Tengku Luckman Sinar dalam melakukan kegiatan strategi promosi perpustakaan selalu menggunakan metode *sales promotion*. Sesuai dengan pernyataan informan 1 yaitu:

Ya setiap tahunnya kita rutin mengikuti kegiatan pameran dan imbas nya bagus ke TBM karena kan setelah kegiatan pameran hari hari berikutnya ada yang mengetahui TBM Tengku Luckman Sinar ini dan mereka datang berkunjung.(Mira, 7 Oktober 2019)

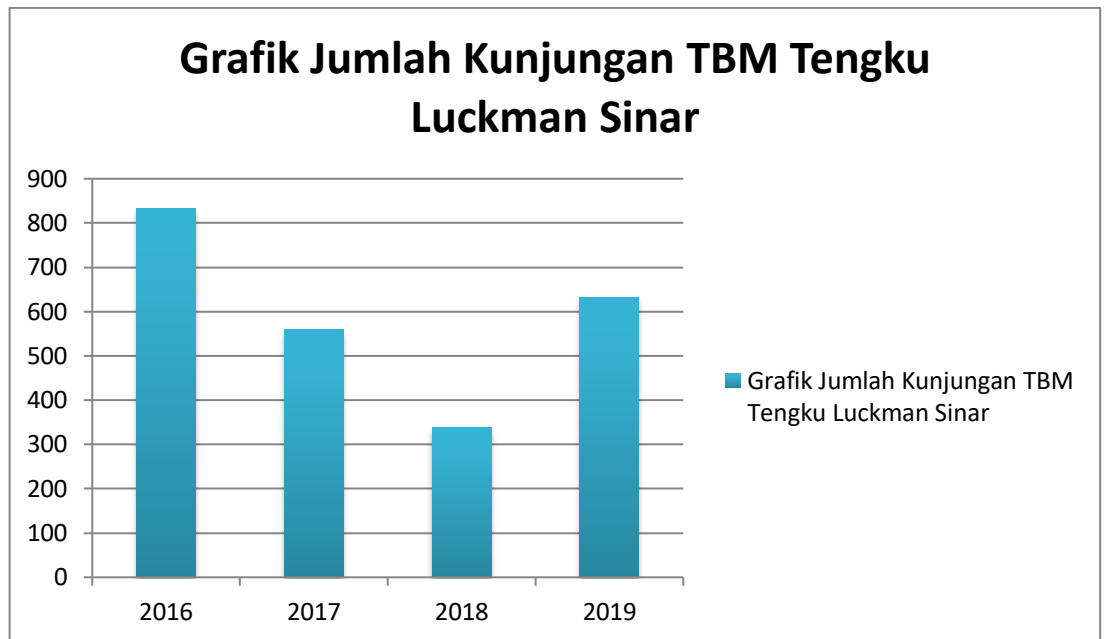
Tidak jauh beda dengan informan 2 yang menyatakan bahwa TBM Tengku Luckman melakukan strategi promosi melalui *sales promotion*, promosi TBM dilakukan dengan cara sosialisasi dan kegiatan pameran.

TBM Tengku Luckman Sinar melakukan sales promotion, yang mana kita setiap tahun mengikuti kegiatan pameran perpustakaan dan selalu melakukan sosialisasi. (Elly, 8 Oktober 2019)

Bahkan ibu Amalia menyatakan bahwa strategi promosi di TBM Tengku Luckman Sinar melalui *sales promotion* selalu dilakukan. Hal ini sesuai dengan pernyataan ibu Amalia berikut:

Sales promotion di TBM Tengku Luckman Sinar selalu dilakukan, kemungkinan untuk tahun-tahun kedepan akan di lakukan perencanaan program kerjanya lebih banyak kegiatan lainnya. (Amalia, 11 Oktober 2019)

Hasil wawancara tersebut diketahui bahwa TBM Tengku Luckman Sinar setiap tahunnya melakukan strategi promosi melalui *sales promotion* dilihat sangat berdampak bagus bagi TBM Tengku Luckman Sinar sendiri karena dengan kegiatan ini semakin banyak pengunjung yang datang untuk menggunakan koleksi yang dimiliki TBM Tengku Luckman Sinar. Dapat dilihat dari grafik peningkatan kunjungan pada tahun 2019 sebagai berikut:



Gambar 2: Grafik Peningkatan Kunjungan di TBM Tengku Luckman Sinar

Dari Grafik diatas terlihat bahwasanya pada tahun 2016 jumlah kunjungan TBM Mencapai 833 pengunjung, pada tahun 2017 mengalami penurunan menjadi 559 pengunjung, dan pada tahun 2018 mengalami penurunan yang sangat signifikan menjadi 338 pengunjung, dikarenakan jumlah pengunjung mengalami penurunan terus menerus maka pengelola TBM Tengku Luckman Sinar lebih menekankan promosi melalui *sales promotion* dengan melakukan pameran dan sosialisasi secara langsung kepada pengunjung yang datang, sehingga tahun ini pengunjung mengalami kenaikan menjadi 632 pengunjung.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang Strategi Promosi Peningkatan Kunjungan di Taman Bacaan Masyarakat (TBM) Tengku Lukman Sinar, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi promosi yang dilakukan di TBM Tengku Luckman Sinar adalah dengan cara interaksi perorangan (sosialisasi) ,dan melalui kerjasama, Pameran, diskusi, papan reklame, penyebaran booklet, dan website.
2. Faktor yang Mempengaruhi strategi promosi di TBM Tengku Luckman Sinar yaitu adalah Kurangnya kesadaran masyarakat (pemustaka) akan pentingnya suatu TBM , Dana yang masih minim untuk melakukan kegiatan promosi
3. Evaluasi pelaksanaan strategi promosi yang dilakukan TBM Tengku Luckman Sinar dikatakan berhasil, mestti pun ada juga yang belum berjalan dengan maksimal seperti sosialisasi dan melalui website, strategi promosi TBM Tengku Luckman Sinar melaui kerjasama, pameran, papan reklame, diskusi, dikatakan berhasil dilihat dari buku daftar kunjungan yang ada bahwasanya dengan melakukan kegiatan promosi tersebut jumlah kunjungan meningkat.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah disampaikan di atas dengan hasil penelitian yang telah diperoleh, saran-saran yang dapat penulis sampaikan disini adalah, sebagai berikut:

1. TBM Tengku Luckman sinar diharapkan dapat mengembangkan strategi promosi perpustakaan untuk menunjang minat kunjungan keTBM.
2. Mengingat kegiatan promosi perpustakaan dalam meningkatkan minat kunjung dilakukan belum terlalu optimal dikarenakan kurangnya dana sebaiknya kepala TBM selaku penanggung jawab harus berusaha memperjuangkan anggaran TBM kepada pemerintah daerah sehingga promosi dapat berjalan lancar.

3. Kepala TBM Tengku Luckman Sinar perlu menambah tenaga teknis TBM untuk membentuk pembagian tugas kepada pustakawan khusus untuk bagian promosi dan sebagai admin di bidang IT
4. TBM Tengku Luckman Sinar perlu merencanakan khusus tentang pengembangan promosi selanjutnya.
5. TBM Tengku Luckman Sinar hendaknya membuat kegiatan promosi dan menjadwalkan kegiatan, agar kegiatan promosi dapat dilakukan secara rutin sesuai dengan waktu dan kegiatan yang telah disepakati oleh pelaksana kegiatan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2006). *Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Arikunto, S. (2009). *Dasar-dasar Evaluasi Pendidikan*. Jakarta: Rosdakarya.
- Arikunto, S. (2010). *Evaluasi Program Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- As'adi, M. (2009). *Cara Pintar Promosi Murah dan Efektif*. Jogjakarta: Garailmu.
- Bafadal, I. (2008). *Pengelolaan Perpustakaan Sekolah*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Cresswel, J. W. (2015). *Penelitian Kualitatif dan Desain Riset: memilih di antara lima pendekatan* (edisi kedua ed.). Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Darmono. (2001). *Manajemen dan Tata Kerja Perpustakaan Sekolah*. Jakarta : Grasindo.
- Darmono. (2007). *Perpustakaan Sekolah: Pendekatan Aspek Manajemen dan Tata Kerja*. Jakarta: Grasindo.
- Effendy. (2007). *Ilmu Komunikasi (Teori dan Praktek)*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Effendy, & Inong, U. (2009). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Emzir. (2011). *Analisis Data: Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Gitsudarmo, I. (2008). *Manajemen Strategis*. Yogyakarta: BPFE.
- harahap, A. H. (2016). *Library POP Strategi Promosi Perpustakaan*. Medan: BPDASU.
- Holik, A. (2013). Peran Taman Bacaan Masyarakat (TBM) Sudut Baca Soreang dalam Meningkatkan Minat Baca Masyarakat di Kabupaten Bandung. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3 (1), 56.
- J.Salusu. (2006). *Pengambilan Keputusan Stratejik*. Jakarta: Grasindo.
- KBBI. (2018). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: <https://kbbi.kemdikbud.go.id/>.
- Kemendikbud. (2013). *Petunjuk Teknis Pengajuan, Penyaluran, dan Pengelolaan Bantuan Taman Bacaan Rintisan*. Jakarta: Direktorat Pembinaan Pendidikan Masyarakat, DITJEN PAUDNI.

- Khairiryan, A. (2015). *Strategi Promosi Perpustakaan Umum Daerah Tangerang Selatan Melalui Layanan Perpustakaan Keliling*. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah Jakarta <http://repository.uinjkt.ac.id>.
- Komariah, A., & Engkoswara. (2010). *Administrasi Pendidikan*. Bandung : Alfabeta.
- Laksmi. (2006). *Tinjauan Kultural Terhadap Kepustakawanan: Inspirasi Dari Sebuah Karya Umberto Eco*. Jakarta: Sagung Seto.
- Lamb, C. W., Hair, J. F., & Mcdaniel, C. (2001). *Pemasaran Edisi Pertama*. Jakarta: Salemba Empat.
- Lasa, H. (2007). *Manajemen Perpustakaan Sekolah*. Yogyakarta: Pinus Book Publisher.
- Lasa, H. (2009). *Manajemen Perpustakaan Sekolah*. Yogyakarta: Pinus Book Publisher.
- Moekijat. (2000). *Kamus Manajemen*. Bandung : Mandar Maju.
- Moleong, L. J. (2011). *Metode Penelitian Kualitatif edisi Revisi*. Bandung: Rosdakarya.
- Mustafa, B. (1996). *Promosi Jasa Perpustakaan*. Jakarta: Universitas Terbuka.
- Nawawi, H. (2005). *Manajemen Strategi* . Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2000). *Consumer Behavior Perilaku Konsumen*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Pramudyo, Gani, N., Roby, I., & dkk. (2018). Inovasi Kegiatan Taman Bacaan Masyarakat (TBM). *Lentera Pustaka* , 4 (1).
- Qalyubi, S. (2007). *Dasar-Dasar Ilmu Perpustakaan dan Informasi*. Yogyakarta: Jurusan Ilmu Perpustakaan dan Informasi Universitas Fakultas Adab UIN Sunan Kalijaga.
- Rahayu, R., & Widiastuti, N. (2018). Upaya Pengelolaan Taman Bacaan Masyarakat Dalam Memperkuat Minat Membaca (Studi Kasus TBM Silayung Desa Ciburuy Kecamatan Padalarang). *Jurnal Comm-Edu* , 1 (2), 5.
- Ridang, R. R., & Nurislaminingsih, R. (2018). Analisis Kegiatan Outing Sebagai Media Promosi di Taman Bacaan Masyarakat (TBM) Warung Pasinaan

- Kecamatan Bergas Kabupaten Semarang. *Jurnal Ilmu Perpustakaan* , 7 (1).
- Saliyo. (2016). Peran Perpustakaan Dalam Meningkatkan Kualitas Mahasiswa dengan Berbagai Latar Belakang Budaya. *Jurnal Libria* , 4 (1), 10.
- Santoso, H. (2007). Promosi Sebagai Media Pemberdayaan Perpustakaan Sekolah. *Jurnal Perpustakaan Sekolah* , 3.
- Santoso, H. (2007). Promosi Sebagai Media Pemberdayaan Perpustakaan Sekolah. *Jurnal Perpustakaan Sekolah* , 3.
- SinggihWidodo. (2004). *Panduan Pelatihan Informasi, Dokumentasi dan Perpustakaan: Perencanaan Perpustakaan dan Pusat Informasi*. Yogyakarta: UPT Perpustakaan Universitas Gadjah Mada.
- Sofia, D. (2011). *Impelementasi Kebijakan Sistem Informasi Keluarga Berencana (Stikencana) pada Badan Pemberdayaan Perempuan dan Keluarga Berencana (BPKB) Kota Bandung*. Bandung: Perpustakaan Unikom.
- Standar Nasional Perpustakaan. (2011). *Standar Nasional Perpustakaan (NSP)*.
- Sudarmini. (2001). Pemasaran Jasa Perpustakaan dan Informasi. *Jurnal Perpustakaan Pertanian* , 6.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sutarno. (2006). *Perpustakaan dan Masyarakat*. Jakarta: Sagung Seto.
- Sutarno, N. (2003). *Perpustakaan dan Masyarakat*. Jakarta: Sagung Seto.
- Suwarno, W. (2013). *Perpustakaan & Kode Etik Pustakawan*. Yogyakarta: AR-RUZ MEDIA.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Yuni, W. (2013). *Strategi Promosi Untuk Menarik Minat Pengunjung di*. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.

PEDOMAN WAWANCARA

1. Cara- cara promosi apa yang dilakukan di TBM Tengku Luckman Sinar?
2. Kebijakan promosi apa yang dilakukan dalam meningkatkan minat kunjung di TBM Tengku Luckman Sinar?
3. Kegiatan promosi apa yang dilakukan di TBM Tengku Luckman Sinar?
4. Kendala apa saja yang dirasakan kepala TBM untuk mengoptimalkan promosi dalam meningkatkan promosi di TBM Tengku Luckman Sinar?
5. Kegiatan promosi yang bagaimana yang sering dilakukan TBM Tengku Luckman Sinar?
6. Kendala apa saja yang di rasakan pustakawan untuk mengoptimalkan promosi dalam meningktkan kunjungan di TBM Tengku Luckman Sinar
7. Kegiatan promosi yang bagaimana yang paling mudah dan murah yang di lakukan TBM Tengku Luckman Sinar?
8. Kegiatan promosi seperti apa yang paling berhasil dalam meningkatkan kunjungan di TBM Tengku Luckman Sinar?
9. Bagaimana TBM memperkenalkan produknya secara langsung kepada pengguna?
10. Apakah hasil strategi promosi dengan menggunakan cara *personal selling* berjalan sesuai dengan target yang direncanakan?
11. Apakah TBM Tengku Luckman Sinar pernah mengadakan pameran atau pertunjukan?
12. Kenapa TBM Tengku Luckman Sinar memilih strategi promosi melalui publisitas?

Hasil Wawancara

Wawancara dengan Informan I (Tengku Mira)

Hari/Tanggal : Senin, 7 Oktober 2019

Waktu : 16.12 WIB

Lokasi : TBM Tengku Luckman Sinar

Keterangan

P : Penulis

I₁ : Informan 1

P : Selamat siang ibu .

I : Siang dek, ada keperluan apa ini ?

P : Saya Ima bu, saya mahasiswa UIN jurusan ilmu perpustakaan, kebetulan saya melakukan penelitian di TBM Tengku Luckman Sinar ini bu, jadi tujuan saya ingin mewawancarai ibu mengenai strategi promosi yang ada di TBM ini bu.

I₁ : Oh begitu

P : Apa boleh saya mewawancarai ibu ?

I₁ : Tentu saja boleh, silahkan.

P : Pertanyaan pertama saya, bagaimana strategi promosi di TBM Tengku Luckman Sinar ini bu?

I₁ : Promosi TBM yang kita lakukan disini pertama adalah dengan membangun kerjasama-kerjasama, pertama kali dengan perpustakaan USU yang membantu kita dengan katalog, tetapi tidak tuntas, lalu bekerja sama dengan perpustakaan kota medan sampai kita di bawah binaan perpustakaan kota medan, karena kita bekerjasama dengan perpustakaan kota medan, diikuti sertakanlah kita pada acara-acara perpustakaan baik di dalam kota maupun di luar kota baik di forum nasional maupun internasional, pada saat ada kegiatan itulah kita berkesempatan

mempromosikan TBM ini kepada perpustakaan Nasional, dan mereka tertarik dengan koleksi yang kita miliki, bahkan mereka datang ke TBM ini untuk melakukan preservasi dan konservasi koleksi-koleksi yang kita miliki. Selain itu promosi yang kita lakukan dengan ikut serta di acara pameran-pameran yang diadakan perpustakaan kota Medan maupun lomba-lomba TBM

P : Oh iya bu, pertanyaan selanjutnya kebijakan apa yang dilakukan dalam melakukan promosi TBM ini?

I₁ : kebijakan dalam mempromosikan TBM ini ya dengan cara menginstruksikan koordinator dan staf yang bekerja untuk mensosialisasikan TBM kepada pengunjung dengan mengasih booklet TBM dan menyarankan untuk mengajak kerabat sanak saudaranya untuk mengunjungi TBM, karena interaksi perorangan (sosialisasi) ini tidak memakan biaya dan akan cepat tersebar luas ke masyarakat bahwa ada lo TBM Tengku Luckman Sinar, koleksinya unik, peninggalan-peninggalan sejarah budaya melayu, manuscript, dan masih banyak lagi sehingga akan menarik minat masyarakat untuk berkunjung ke TBM ini. Selain itu kebijakannya tetap membangun kerjasama

P : oh iya bu, selain ini jadi promosi apa yang dilakukan TBM dalam bentuk kegiatan? Ada tidak bu?

I₁ : Ya ada, kita mengikuti kegiatan pameran yang diadakan pemko Medan

P : kegiatan pameran yang bagaimana ya bu?

I₁ : kegiatan pameran ini ya dikatakan rutin setiap tahunnya karena setiap tahun kita selalu ikut serta dalam kegiatan pameran, sebenarnya tujuan adanya pameran agar pengunjung dapat mengetahui seberapa banyak koleksi-koleksi bahan pustaka yang ada di TBM serta koleksi apa saja yang dimiliki oleh TBM Tengku Luckman Sinar, kita biasanya memamerkan buku-buku kuno kebudayaan melayu, manuskrip serta peninggalan-peninggalan ayah saya yang perpustakaan nasional barang

kali belum tentu punya arsip seperti itu,kegiatan ini sebenarnya bagus sehingga dapat memotivasi pemustaka untuk berkunjung di perpustakaan guna mencari literatur yang sesuai dengan kebutuhannya.

P : Selanjutnya, berapa kali dalam satu tahun TBM melakukan kegiatan promosi ini bu?

I₁ : Sebenarnya sih TBM ini ya tiap tahun selalu ikut serta dalam kegiatan pameran di kegiatan itukan kita memamerkan bagaimana saja tentang TBM kita

P : Selanjutnya kegiatan apa lagi bu yang dilakukan TBM?

I₁ : Kegiatan diskusi,bahwasanya kegiatan ini diadakan biasanya rutin dua bulan sekali, disini kita mengajak para mahasiswa maupun siapa saja yang berkunjung untuk bersama-sama berdiskusi mengenai suatu topik sejarah yang sangat bagus untuk di bahas,dalam diskusi tersebut kita mengundang pakar sejarah seperti dosen-dosen dari USU, maupun pakar sejarah dari Malaysia.

P : Selanjutnya ada tidak bu kegiatan promosi dalam bentuk tercetak yang dilakukan TBM Tengku Luckman Sinar ini?

I₁ : Ada, di TBM Tengku Luckman Sinar, setiap akan diadakan kegiatan yang berhubungan perpustakaan, selalu melakukan pembagian booklet kepada pengunjung, membuat papan reklame itukan sebagai bentuk promosi ya agar orang-orang yang lewat dapat melihat kalau ada TBM Tengku Luckman Sinar ini, ada juga pemasangan baliho, jadi sewaktu itu kita memasang baliho pada saat ada kegiatan.

P : Selanjutnya kegiatan promosi apa ni bu yang paling mudah dan murah yang dilakukan TBM?

I₁ : Ya yang paling mudah dan murah itu memasang baliho ini dikarenakan proses pemasangannya tidak sulit dan mudah dibaca oleh masyarakat

P : Selanjutnya, kegiatan promosi apa yang paling berhasil dalam meningkatkan minat kunjung di TBM ini bu?

I₁ : Kerjasama dengan universitas-universitas dan perpustakaan yang ada di kota Medan maupun di luar Kota

P : Selanjutnya faktor apa yang mempengaruhi strategi promosi di TBM Tengku Luckman Sinar ini bu?

I₁ : Bahwa masyarakat di Kota Medan masih banyak yang tidak tahu dan mengerti tentang apa itu Taman Bacaan Masyarakat, apa manfaat yang bisa diperoleh dan didapatkan di TBM serta manfaat yang didapat dari banyak membaca buku, kebanyakan masyarakat enggan untuk ke TBM. Disamping itu Jadi di TBM ini sendiri masalah dana yang sangat sangat minim ya, dikarenakan kita tidak mendapatkan bantuan dana dari mana pun, semua dana yang digunakan untuk TBM ini murni dari pihak keluarga Tengku Luckman Sinar, karena kita menyambung wasiat dari almarhum Tengku Luckman Sinar untuk melestarikan budaya melayu, disini kitalah sebagai ahli waris yang meneruskan wasiat beliau, jadi dana pribadi kita kelola sendiri untuk memfasilitasi TBM dan pengunjung yang mendapat fasilitas gratis dari kita. Faktor lainnya adalah TBM Tengku Luckman Sinar ini belum memiliki tenaga fungsional Pustakawan atau belum memiliki tenaga yang berlatar belakang pendidikan ilmu perpustakaan, semua hanya di kelola semampunya oleh keluarga, dan dalam pengolahan koleksi di pernah di bantu oleh perpustakaan nasional dan perpustakaan kota Medan, dan yang bertanggung jawab sebagai koordinator yaitu ibu Elly Suryani yang bertugas di bagian sirkulasi, dan ibu Amelia sebagai staf bagian pengelolaan koleksi, sehingga kesulitan untuk melakukan kegiatan promosi.

P : Pertanyaan terakhir, bagaimana evaluasi pelaksanaan strategi promosi yang di lakukan TBM ini dari segi periklanan, personal selling, publisitas, dan sales promotion bu?

I₁ : Dari segi periklanan Kegiatan promosi TBM Tengku Luckman Sinar masih bersifat sebatas sosialisasi TBM melalui, papan reklame, booklet, spanduk dan website , dari segi personal selling ya ketika pengunjung datang ke TBM, maka petugas sekalian mempromosikan TBM, dan ini selalu berjalan dengan baik. Dari segi publisitas jadi TBM Tengku Luckman Sinar memilih strategi promosi melalui publisitas agar dapat dijangkau oleh pengguna dan pihak perpustakaan lebih mudah untuk menyebarkan informasi, tetapi sekarang publisitas dengan menggunakan website sudah tidak berjalan dengan baik lagi, dikarenakan tidak adanya admin yang mengelola website tersebut. Dari segi sales promotion Ya setiap tahunnya kita rutin mengikuti kegiatan pameran.

P : Oke bu terimakasih sudah meluangkan waktunya

I₁ : iya nak, sama-sama

Hasil Wawancara

Wawancara dengan Informan 2 (Elly Suryani)

Hari/Tanggal : Senin, 8 Oktober 2019

Waktu : 10.22 WIB

Lokasi : TBM Tengku Luckman Sinar

Keterangan

P : Penulis

I₂ : Informan 2

P : Selamat siang ibu .

I : Siang dek, adek dari mana?

P : Saya Ima bu, saya mahasiswa UIN jurusan ilmu perpustakaan, kebetulan saya melakukan penelitian di TBM Tengku Luckman Sinar ini bu, jadi tujuan saya ingin mewawancarai ibu mengenai strategi promosi yang ada di TBM ini bu.

I₂ : Oh begitu

P : Apa boleh saya mewawancarai ibu ?

I₂ : ya boleh la dengan senang hati, silahkan.

P :Langsung saja ya bu pertanyaan pertama saya, bagaimana strategi promosi di TBM Tengku Luckman Sinar ini bu?

I₂ : Akibat dari minimnya dana yang dimiliki oleh TBM Tengku Luckman Sinar yang selama berdiri sumber dana TBM ini di tanggung oleh pemilik TBM, jadi pihak TBM tidak mengalokasikan dana khusus untuk promosi TBM,di karena kan di TBM ini semua pengunjung mendapatkan fasilitas gratis dari kita pribadi yang menanggung semuanya, oleh karnanya saat ini cara promosi yang dilakukan adalah dengan kontak perorangan di mana pustakawan berinteraksi langsung ke masyarakat dengan kegiatan-kegiatan promosi guna untuk mengenalkan kemasyarakat tentang keberadaan

perpustakaan, namun TBM Tengku Luckman Sinar juga setiap tahun mengikuti kegiatan pameran perpustakaan yang diadakan oleh pemko Medan, dan kita selalu ikut serta memamerkan TBM ini.

P : Selanjutnya promosi apa saja yang dilakukan TBM dalam bentuk kegiatan?

I₂ : Kita selalu ikut kegiatan pameran setiap tahunnya untuk mempromosikan TBM kita ini ke masyarakat

P : Selain itu kegiatan apa lagi yang dilakukan TBM bu?

I₂ : Kegiatan diskusi rutin pasti selalu diadakan di sini, sudah menjadi sebuah program rutin dari TBM

P : Diskusi rutin tentang apa ya bu?

I₂ : Diskusi rutin mengenai sejarah nak

P : Selanjutnya, kegiatan dalam bentuk tercetak apa yang dilakukan TBM ?

I₂ : Di TBM Tengku Luckman Sinar, setiap akan diadakan kegiatan yang berhubungan perpustakaan, selalu melakukan pembagian brosur kepada pengunjung, bahwa TBM Tengku Luckman Sinar membuat papan reklame sebagai salah satu kegiatan promosi TBM dengan tujuan untuk menarik perhatian masyarakat untuk menaruh perhatian terhadap TBM sehingga masyarakat akan tertarik untuk datang dan memanfaatkan fasilitas yang ada di TBM, selain itu juga poster, tetapi karena sampai sekarang posternya belum pernah diganti padahal terakhir poster tersebut dipasang pada tahun 2012 lalu dan sekarang sudah tidak keliatan lagi, ya sudah rusak, ya itu pun balik lagi karena pendanaan ya. Baliho juga kita pernah membuat tetapi sudah lama tidak dilakukan lagi.

P : Selanjutnya, kegiatan promosi apa yang paling mudah dan murah untuk dilakukan oleh TBM?

I₂ : Baliho, karena dinilai dapat bertahan dengan waktu yang lama

P : Selanjutnya, kegiatan promosi apa yang paling berhasil dalam meningkatkan minat kunjung di TBM ini bu?

I₂ : Kerjasama dikarenakan Hal ini pada saat kita sudah bekerjasama dengan kampus-kampus itu jumlah kunjungan kita meningkat, karena ya mungkin sudah di rekomendasikan dari kampus-kampusnya untuk mencari informasi yang dibutuhkan ke TBM Tengku Luckman Sinar ini.

P : Selanjutnya faktor apa yang mempengaruhi strategi promosi di TBM Tengku Luckman Sinar ini bu?

I₂ : Faktor yang paling mempengaruhi adalah dana kita, dana TBM ini adalah murni dana pribadi penerus Tengku Luckman, jadi disini kita masih kesulitan juga dalam melakukan sesuatu ya, ada juga fasilitas yang kurang memadai sehingga pustakawan merasa kesulitan untuk melakukan kegiatan promosi salah satunya yaitu tidak adanya yang mengelola akses media sosial, yang ada saat ini hanyalah website, sebenarnya dengan adanya petugas yang mengelola media sosial, maka TBM Tengku Luckman Sinar ini bisa menggunakan facebook, instagram sebagai media promosinya dimana semua orang bisa melihatnya

P : Pertanyaan terakhir, bagaimana evaluasi pelaksanaan strategi promosi yang di lakukan TBM ini dari segi periklanan, personal selling, publisitas, dan sales promotion bu?

I₂ : Untuk periklanan promosi dalam bentuk iklan masih dalam tahap berjalan. kegiatan promosi di TBM Tengku Luckman Sinar melalui personal selling telah dilaksanakan, akan tetapi masih belum maksimal. Publisitas yang pertama kita harus mengikuti perkembangan teknologi informasi dan kemampuan pengguna, sekarang ditahun 2019 pengguna lebih suka memegang handphone, dan melihat-lihat website. Jadi perpustakaan berusaha untuk mengikuti kepintaran kemampuan teknologi pengguna dengan cara perpustakaan menyediakan apa yang bisa dimanfaatkan pengguna dengan kemampuan yang mereka punyasekarang, ya tetapi TBM saat ini website yang dimiliki TBM sedang tidak berjalan

dikarenakan ya tidak adanya admin yang mengelola saat ini. TBM Tengku Luckman Sinar melakukan sales promotion, yang mana kita setiap tahun mengikuti kegiatan pameran perpustakaan dan selalu melakukan sosialisasi

P : Oke bu terimakasih sudah meluangkan waktunya

I₂ : iya nak, sama-sama

Hasil Wawancara

Wawancara dengan Informan 3 (Amalia Syafira)

Hari/Tanggal : Jum'at, 11 Oktober 2019

Waktu : 13.55 WIB

Lokasi : TBM Tengku Luckman Sinar

Keterangan

P : Penulis

I₃ : Informan 3

P : Selamat siang ibu .

I₃ : Siang dek, adek dari mana?

P : Saya Ima bu, saya mahasiswa UIN jurusan ilmu perpustakaan, kebetulan saya melakukan penelitian di TBM Tengku Luckman Sinar ini bu, jadi tujuan saya ingin mewawancarai ibu mengenai strategi promosi yang ada di TBM ini bu.

I₃ : Oh begitu

P : Apa boleh saya mewawancarai ibu ?

I₃ : Ya boleh la dengan senang hati, silahkan.

P :Langsung saja ya bu pertanyaan pertama saya, bagaimana strategi promosi di TBM Tengku Luckman Sinar ini bu?

I₃ : Selama ini TBM Tengku Luckman Sinar melakukan promosi yaitu dari mulut ke mulut yang artinya jika pengunjung datang ke TBM, maka pengunjung tersebut akan mengajak atau menginformasikan TBM ke teman-temannya sehingga orang-orang akan berkunjung ke TBM Tengku Luckman Sinar ini Sendiri, selain itu promosi yang kita lakukan dengan cara bekerjasama dengan kampus-kampus dan perpustakaan serta melalui acara seminar perpustakaan disitu lah kita berkesempatan melakukan promosi TBM ini, melalui website dan penyebaran booklet.

P : Selanjutnya promosi apa saja yang dilakukan TBM dalam bentuk kegiatan?

I₃ : Kegiatan sih biasanya ada ikut serta dalam kegiatan pameran perpustakaan setiap tahun

P : Selanjutnya ada tidak bu kegiatan promosi yang paling mudah dan murah dilakukan ?

I₃ : Pemasangan baliho ini dikarenakan proses pemasangannya tidak sulit mudah dibaca oleh masyarakat

P : Selanjutnya faktor apa yang mempengaruhi strategi promosi di TBM Tengku Luckman Sinar ini bu?

I₃ : Jika dilihat dari daftar kunjungan ke TBM pengunjung hampir rata-rata hanya mahasiswa dan peneliti di bandingkan dengan pengunjung dari masyarakat. Lalu kelemahan kita disini tidak adanya pembagian tugas khusus promosi karena petugas yang kurang atau tidak memadai sehingga kegiatan promosi tidak terencana dengan baik.

P : Pertanyaan terakhir, bagaimana evaluasi pelaksanaan strategi promosi yang di lakukan TBM ini dari segi periklanan, personal selling, publisitas, dan sales promotion bu?

I₃ : Sudah efektif, akan tetapi jangkauan nya tidak luas, kegiatan promosi melalui personal selling ini hanya di lakukan kepada pengunjung yang datang ke TBM saja. Sales promotion di TBM Tengku Luckman Sinar selalu dilakukan, kemungkinan untuk tahun-tahun kedepan akan di lakukan perencanaan program kerjanya lebih banyak kegiatan lainnya.

P : Oke bu terimakasih sudah meluangkan waktunya

I₃ : Iya nak, sama-sama, sukses ya skripsinya

P : Aamiin bu

