



EVALUASI PENERAPAN STRATEGI PROMOSI PERPUSTAKAAN PADA PERPUSTAKAAN DAERAH LAMPUNG

EVALUATION OF THE IMPLEMENTATION OF LIBRARY PROMOTION STRATEGIES IN LAMPUNG REGIONAL LIBRARIES

Mitha Zulia Febriyanti¹, Nanda Della Salsabila², Rahma Annisa³, Anas Malik⁴

^{1,2,3}UIN Raden Intan Lampung

Email: mithazuliafebriyantictq@gmail.com¹, nandadellatuba@gmail.com², rahmaannisa220105@gmail.com³, anasmalik@radenintan.ac.id⁴

Article history :

Abstract

Received : 08-12-2024

Revised : 10-12-2024

Accepted: 12-12-2024

Published:15-12-2024

The evaluation of the implementation of library promotion strategies at the Lampung Regional Library was conducted to address the low public visitation rate, despite various programs being implemented. This study aims to analyze the effectiveness of the applied promotion strategies and identify challenges in their implementation. The research employed a qualitative method, with data collected through observation, interviews, and documentation. The study's informants included library staff, promotion program managers, and library visitors. Data analysis was conducted descriptively using an inductive approach to uncover the main findings. The results indicate that social media-based promotion strategies effectively raise public awareness of library services but have not significantly increased visitor numbers. The primary challenges include limited promotion budgets, a lack of innovation in promotional activities, and minimal collaboration with external parties such as schools or communities. This study concludes that optimizing more targeted and sustainable promotion strategies is essential, including developing community-based programs and enhancing local community involvement to support the sustainability of library services.

Keywords: *Evaluation, Promotion Strategy, Library*

Abstrak

Evaluasi penerapan strategi promosi perpustakaan di Perpustakaan Daerah Lampung dilakukan untuk mengatasi rendahnya tingkat kunjungan masyarakat ke perpustakaan, meskipun berbagai program telah dilaksanakan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efektivitas strategi promosi yang diterapkan serta mengidentifikasi kendala dalam implementasinya. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif, dengan data yang dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Informan penelitian meliputi staf perpustakaan, pengelola program promosi, dan pengunjung perpustakaan. Analisis data dilakukan secara deskriptif dengan pendekatan induktif untuk mengungkap temuan utama. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi promosi berbasis media sosial efektif dalam meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap layanan perpustakaan, tetapi belum sepenuhnya mampu meningkatkan jumlah pengunjung secara signifikan. Kendala utama meliputi keterbatasan anggaran promosi, kurangnya inovasi dalam kegiatan promosi, dan minimnya kolaborasi dengan pihak eksternal seperti sekolah atau komunitas. Kesimpulan penelitian ini menegaskan pentingnya optimalisasi strategi promosi yang lebih terarah dan berkelanjutan, termasuk pengembangan program berbasis komunitas dan peningkatan keterlibatan masyarakat lokal untuk mendukung keberlanjutan layanan perpustakaan.

Kata Kunci: *Evaluasi, Strategi Promosi, dan Perpustakaan*

PENDAHULUAN

Perpustakaan memiliki peran penting dalam mendukung pembelajaran dan akses informasi bagi masyarakat. Namun, fakta menunjukkan bahwa tingkat kunjungan masyarakat ke perpustakaan, termasuk pelajar, masih rendah. Hal ini menjadi perhatian di Perpustakaan Daerah Lampung, meskipun berbagai program promosi telah diupayakan untuk meningkatkan minat masyarakat. Permasalahan ini menunjukkan adanya kesenjangan antara strategi promosi yang diterapkan dengan efektivitasnya dalam menarik pengunjung. Oleh karena itu, diperlukan evaluasi untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi keberhasilan atau kendala strategi promosi tersebut.

Perpustakaan merupakan tempat yang ideal bagi siapa saja yang ingin belajar dan memperoleh informasi. Sebagai pusat sumber daya informasi, perpustakaan menyediakan beragam koleksi, seperti buku, jurnal, majalah, dokumen digital, hingga materi audiovisual, yang dapat diakses oleh pengguna untuk memenuhi kebutuhan akademik, profesional, atau pribadi mereka. Selain itu, perpustakaan juga menyediakan lingkungan belajar yang kondusif, baik melalui ruang baca yang tenang maupun fasilitas pendukung seperti komputer, akses internet, dan ruang diskusi kelompok (Patriawati, 2018).

Keberadaan pustakawan yang kompeten di perpustakaan juga menjadi nilai tambah, karena mereka dapat membantu pengguna mencari, mengakses, dan memanfaatkan informasi secara efektif. Dalam era digital, perpustakaan telah berkembang dengan menawarkan layanan berbasis teknologi, seperti perpustakaan digital, sistem pencarian online, dan koleksi e-book, yang memungkinkan pengguna mengakses informasi kapan saja dan dari mana saja. Tidak hanya itu, perpustakaan sering kali menjadi tempat pelaksanaan kegiatan edukatif, seperti pelatihan, seminar, dan diskusi, yang mendorong pembelajaran sepanjang hayat. Dengan peran strategisnya, perpustakaan bukan hanya menjadi tempat untuk membaca dan meminjam buku, tetapi juga menjadi pusat pengetahuan yang mendukung pengembangan intelektual, sosial, dan budaya penggunanya. Hal ini menjadikan perpustakaan sebagai salah satu pilar penting dalam mencerdaskan kehidupan masyarakat.

Perpustakaan Nasional, sebagai pusat informasi dan dokumentasi tingkat nasional, memiliki peran penting sebagai sarana pendidikan sepanjang hayat bagi komunitas. Sebagai institusi yang terbuka untuk semua kalangan, perpustakaan ini menyediakan akses luas terhadap sumber pengetahuan dalam berbagai format, seperti buku, jurnal, majalah, e-book, arsip digital, hingga materi audiovisual. Fasilitas ini memungkinkan masyarakat dari berbagai latar belakang usia, profesi, dan pendidikan untuk terus belajar dan meningkatkan kemampuan mereka secara mandiri.

Perpustakaan Nasional juga berfungsi sebagai ruang inklusif untuk mengembangkan literasi masyarakat, baik dalam bentuk literasi baca tulis, teknologi, informasi, maupun budaya. Program-program seperti pelatihan literasi informasi, lokakarya keterampilan, seminar, dan diskusi tematik yang sering diadakan di perpustakaan ini bertujuan untuk mendukung perkembangan intelektual dan keterampilan praktis komunitas. Selain itu, perpustakaan ini sering berkolaborasi dengan institusi pendidikan, organisasi masyarakat, dan lembaga kebudayaan untuk memperluas jangkauan program-program edukatifnya (Sawiti & Fathullah, 2023).

Melalui koleksi dan layanannya yang terus berkembang, Perpustakaan Nasional juga memfasilitasi riset, inovasi, dan pembelajaran yang bersifat lintas disiplin. Dengan demikian, perpustakaan ini tidak hanya menjadi tempat untuk mengakses informasi, tetapi juga menjadi pusat aktivitas pembelajaran sepanjang hayat yang dapat memberdayakan komunitas dalam berbagai aspek kehidupan. Perannya sebagai pilar pendidikan berkelanjutan menjadikan Perpustakaan Nasional sebagai salah satu elemen kunci dalam membangun masyarakat yang cerdas dan kompetitif.

Perpustakaan umum memainkan peran penting dalam menyediakan akses ke ilmu pengetahuan dan memberikan kesempatan bagi masyarakat untuk belajar dan berkembang. Di era informasi saat ini, ketika kemajuan teknologi memungkinkan akses cepat ke berbagai sumber informasi, perpustakaan umum tetap relevan sebagai tempat yang mengintegrasikan sumber daya fisik dan digital. Namun, tantangan utama yang dihadapi adalah rendahnya minat masyarakat, termasuk pelajar, untuk mengunjungi perpustakaan secara langsung. Berdasarkan observasi awal dalam penelitian ini, wawancara dengan pustakawan di Perpustakaan Daerah Lampung mengungkapkan beberapa kendala utama. Salah satunya adalah kurangnya promosi yang efektif untuk menarik perhatian masyarakat, terutama generasi muda, terhadap layanan dan program yang ditawarkan. Selain itu, fasilitas yang tersedia di perpustakaan sering kali belum mampu memenuhi kebutuhan pengguna modern, seperti akses teknologi yang memadai dan ruang belajar yang interaktif.

Pustakawan juga mencatat bahwa sebagian besar pengunjung yang datang biasanya hanya mencari bahan untuk keperluan akademik tanpa memanfaatkan layanan lainnya, seperti program literasi, lokakarya, atau koleksi digital yang disediakan. Hal ini menunjukkan perlunya strategi inovatif untuk meningkatkan keterlibatan masyarakat, seperti penggunaan media sosial, kolaborasi dengan institusi pendidikan, dan penyelenggaraan kegiatan berbasis komunitas. Dengan langkah-langkah tersebut, perpustakaan dapat lebih efektif menarik minat masyarakat dan mempertahankan relevansinya sebagai pusat pembelajaran di era digital.

Perpustakaan Regional Lampung menyadari pentingnya menarik perhatian masyarakat dan siswa untuk mengunjungi perpustakaan. Oleh karena itu, pengembangan kegiatan promosi dilakukan secara bertahap dengan tujuan meningkatkan jumlah pengunjung setiap harinya. Salah satu langkah yang diambil adalah melalui penyelenggaraan berbagai program edukatif dan kreatif yang relevan dengan kebutuhan masyarakat.

Kajian teoritik menunjukkan bahwa strategi promosi yang efektif harus mencakup pendekatan yang terarah, inovatif, dan sesuai dengan kebutuhan target audiens. Promosi berbasis teknologi, seperti media sosial, memiliki potensi besar untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap layanan perpustakaan. Selain itu, kolaborasi dengan komunitas lokal dan institusi pendidikan juga dinilai dapat memperluas jangkauan promosi. Teori pemasaran sosial dan teori komunikasi publik relevan untuk memahami bagaimana strategi promosi dapat dirancang untuk mengubah perilaku masyarakat terhadap penggunaan perpustakaan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi efektivitas strategi promosi perpustakaan yang diterapkan di Perpustakaan Daerah Lampung dan mengidentifikasi kendala yang dihadapi. Dengan demikian, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi untuk mengoptimalkan

strategi promosi agar lebih sesuai dengan kebutuhan masyarakat dan dapat meningkatkan kunjungan ke perpustakaan secara signifikan.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, yang bertujuan untuk mengevaluasi penerapan strategi promosi di Perpustakaan Daerah Lampung. Penelitian ini mengikuti pola penalaran induktif, di mana pengamatan langsung terhadap proses sosial dilakukan tanpa memihak untuk memahami fenomena yang sedang diteliti secara mendalam. Pendekatan kualitatif dipilih karena sesuai dengan tujuan penelitian, yaitu menggali permasalahan secara holistik berdasarkan pengalaman dan pandangan informan.

Subjek penelitian mencakup berbagai pihak yang terlibat dalam pengelolaan perpustakaan, termasuk Kepala Dinas Perpustakaan, Sekretaris Dinas, Kepala Bidang Pengelolaan Pelayanan Perpustakaan, Kepala Bidang Arsip, serta Kepala Bidang Pengembangan dan Pembudayaan Gemar Membaca. Data dikumpulkan melalui beberapa teknik, seperti observasi langsung untuk memahami situasi nyata, wawancara mendalam dengan para informan untuk mendapatkan perspektif mereka, serta dokumentasi untuk melengkapi informasi dan memberikan bukti pendukung. Kombinasi metode ini memungkinkan peneliti memperoleh data yang komprehensif dan akurat untuk menganalisis efektivitas strategi promosi perpustakaan (Kartono, 2018).

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Pengertian Strategi Promosi Perpustakaan (Library Outreach Program)

Secara etimologi, istilah "strategi" berasal dari kata Yunani kuno *strategos*, yang merupakan gabungan dari dua kata, yaitu *stratus* yang berarti "tentara," dan *ego*, yang berarti "pemimpin" atau "komandan." Dalam konteks aslinya, *strategos* merujuk pada peran seorang jenderal dalam mengatur dan memimpin pasukan untuk mencapai kemenangan dalam pertempuran. Makna dasar dari istilah ini kemudian berkembang melampaui konteks militer dan diaplikasikan pada berbagai bidang lain, seperti manajemen, bisnis, pendidikan, dan pemasaran. Pada dasarnya, strategi dapat didefinisikan sebagai alat atau pendekatan terencana yang dirancang untuk mencapai tujuan tertentu. Hal ini mencakup penyusunan langkah-langkah yang sistematis dan adaptif untuk mengatasi tantangan dan memanfaatkan peluang guna mencapai hasil yang diinginkan (Rusmawati, 2017).

Dalam pengaplikasiannya, strategi tidak hanya berfungsi sebagai panduan operasional, tetapi juga sebagai kerangka kerja konseptual yang membantu organisasi atau individu menentukan arah dan prioritas dalam menghadapi situasi kompleks. Oleh karena itu, pemahaman dan penerapan strategi yang tepat menjadi elemen kunci dalam keberhasilan berbagai upaya, baik di tingkat individu maupun organisasi. Di sisi lain, strategi juga dapat dipahami sebagai metode atau pendekatan yang bertujuan untuk menyelaraskan tujuan, kebijakan, dan tindakan suatu organisasi. Sebagai kerangka kerja yang terintegrasi, strategi membantu organisasi memastikan bahwa setiap elemen operasional berjalan selaras dengan visi dan misi yang telah ditetapkan. Dengan menyatukan tujuan yang ingin dicapai, kebijakan yang menjadi pedoman, serta tindakan konkret yang harus dilakukan, strategi berfungsi sebagai panduan yang memungkinkan organisasi untuk beroperasi secara efektif dan efisien (Azwar, 2023).

2. Langkah-Langkah Promosi Perpustakaan

Ada banyak kegiatan yang dapat dilakukan untuk mempromosikan perpustakaan agar lebih dikenal dan menarik lebih banyak pengunjung. Berikut adalah beberapa kegiatan yang dapat dilakukan untuk promosi perpustakaan:

a. Pameran

Pameran adalah salah satu jenis kegiatan perpustakaan yang sangat efektif untuk menarik perhatian banyak orang. Dalam pameran, perpustakaan bisa menampilkan koleksi-koleksi terbaru, buku langka, atau tema-tema tertentu yang relevan dengan kepentingan masyarakat. Pameran dapat dilaksanakan di dalam atau di luar perpustakaan, misalnya di sekolah, kampus, atau ruang publik lainnya, untuk memberikan kesempatan bagi masyarakat untuk melihat secara langsung apa yang ditawarkan perpustakaan.

b. Ceramah dan Seminar

Ceramah dan seminar adalah kegiatan yang dapat mengedukasi masyarakat tentang berbagai topik sekaligus memperkenalkan perpustakaan sebagai sumber informasi dan pembelajaran. Seminar ini bisa melibatkan berbagai narasumber, seperti penulis, pakar, atau penggiat literasi, yang membahas topik-topik yang menarik bagi audiens. Kegiatan ini juga dapat mengundang lebih banyak orang untuk datang ke perpustakaan karena mereka bisa mendapatkan informasi dan wawasan baru.

c. Pendidikan dan Pelatihan

Menyelenggarakan program pendidikan atau pelatihan adalah cara yang baik untuk membantu pengguna perpustakaan. Misalnya, pelatihan literasi digital, keterampilan menulis, atau pengembangan diri lainnya. Program-program ini memberi manfaat langsung kepada peserta dan dapat menarik mereka untuk mengunjungi perpustakaan secara rutin. Selain itu, melalui kegiatan ini, pengguna dapat mengenal lebih banyak layanan dan koleksi yang ada di perpustakaan.

d. Membuat dan Mendistribusikan Poster dan Pamflet

Membuat materi promosi dalam bentuk poster dan pamflet adalah cara tradisional namun efektif untuk mempromosikan perpustakaan. Poster dan pamflet dapat disebar di tempat-tempat strategis seperti sekolah, kampus, pusat perbelanjaan, dan ruang publik lainnya. Materi promosi ini harus menarik perhatian dan mencantumkan informasi yang jelas mengenai layanan perpustakaan, jadwal kegiatan, atau program spesial yang sedang berlangsung.

e. Menjadikan Website Perpustakaan sebagai Wadah Komunikasi

Website perpustakaan harus dimanfaatkan secara maksimal sebagai sarana komunikasi antara perpustakaan dan pengguna. Website dapat digunakan untuk memberikan informasi tentang koleksi buku, acara perpustakaan, layanan terbaru, serta berita atau artikel yang relevan. Dengan memiliki website yang interaktif, pengguna dapat lebih mudah mengakses informasi yang mereka butuhkan, yang akan mendorong mereka untuk lebih sering mengunjungi perpustakaan.

f. Menggunakan Teknologi Web 2.0 untuk Promosi

Menggunakan teknologi web 2.0 seperti Facebook, Twitter, Instagram, dan YouTube adalah salah satu cara terbaik untuk mempromosikan perpustakaan di era digital. Melalui platform ini, perpustakaan dapat berbagi informasi terkini, pengumuman acara, serta konten

yang menarik seperti video tutorial, rekomendasi buku, atau live streaming acara perpustakaan. Media sosial memungkinkan perpustakaan untuk menjangkau audiens yang lebih luas, termasuk generasi muda yang lebih aktif di dunia digital.

g. **Wisata Perpustakaan**

Wisata perpustakaan adalah kegiatan yang melibatkan sekelompok orang untuk mengunjungi perpustakaan dan melihat fasilitas serta layanan yang ditawarkan. Kegiatan ini dapat melibatkan siswa, mahasiswa, atau anggota komunitas yang ingin mengenal lebih dalam tentang perpustakaan. Selain memberikan wawasan tentang koleksi dan layanan perpustakaan, wisata perpustakaan juga dapat memberi pengalaman yang menyenangkan dan menginspirasi mereka untuk menggunakan perpustakaan sebagai sumber belajar (Eviendrita, 2020)

Dengan melaksanakan berbagai kegiatan ini, perpustakaan tidak hanya dapat meningkatkan jumlah pengunjung, tetapi juga membangun citra positif sebagai pusat informasi dan sumber pengetahuan yang bermanfaat bagi masyarakat.

3. Tujuan Promosi Perpustakaan

Tujuan promosi perpustakaan sangat penting untuk meningkatkan keberadaan dan daya tarik perpustakaan di mata masyarakat. Beberapa tujuan utama promosi perpustakaan antara lain:

a. **Meningkatkan Kunjungan Pengguna**

Salah satu tujuan utama promosi perpustakaan adalah untuk meningkatkan jumlah pengunjung yang datang. Dengan mempromosikan berbagai layanan dan kegiatan yang ada di perpustakaan, masyarakat akan lebih tertarik untuk datang dan memanfaatkan fasilitas yang tersedia.

b. **Meningkatkan Kesadaran Masyarakat tentang Layanan Perpustakaan**

Promosi juga bertujuan untuk memperkenalkan berbagai layanan yang disediakan oleh perpustakaan, seperti peminjaman buku, akses internet, kegiatan literasi, seminar, pameran, dan lainnya. Hal ini penting untuk memastikan bahwa masyarakat tahu dan menyadari manfaat yang dapat mereka peroleh dari perpustakaan

c. **Mendorong Penggunaan Sumber Daya Perpustakaan secara Maksimal**

Dengan promosi yang tepat, pengguna dapat mengetahui berbagai koleksi buku, media, dan sumber daya lainnya yang ada di perpustakaan. Hal ini mendorong mereka untuk lebih sering mengakses koleksi tersebut untuk kebutuhan pendidikan, penelitian, atau hiburan.

d. **Membangun Citra Positif Perpustakaan****

Melalui promosi, perpustakaan dapat membangun citra positif sebagai pusat pendidikan, pembelajaran, dan sumber informasi yang terpercaya. Citra yang baik ini dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap peran penting perpustakaan dalam perkembangan sosial dan pendidikan.

e. **Menarik Minat Generasi Muda**

Salah satu tujuan promosi perpustakaan adalah untuk menarik perhatian generasi muda, terutama siswa dan mahasiswa, agar lebih mengenal dan memanfaatkan perpustakaan. Program-program yang relevan dan menarik, seperti pelatihan, seminar, atau

kegiatan berbasis teknologi, dapat membuat mereka tertarik untuk menggunakan layanan perpustakaan.

f. Meningkatkan Keterlibatan Masyarakat dalam Kegiatan Literasi

Promosi perpustakaan juga bertujuan untuk mengajak masyarakat, khususnya dalam hal literasi. Kegiatan promosi dapat berupa workshop, ceramah, atau pameran buku yang bertujuan untuk meningkatkan minat baca masyarakat dan mendorong mereka untuk lebih aktif dalam kegiatan literasi.

g. Memperkenalkan Teknologi dan Inovasi di Perpustakaan

Promosi dapat membantu memperkenalkan teknologi terbaru yang diterapkan di perpustakaan, seperti e-book, katalog online, atau akses database digital. Dengan memanfaatkan promosi, masyarakat dapat mengetahui bahwa perpustakaan kini tidak hanya menyediakan buku fisik, tetapi juga teknologi digital untuk mempermudah akses informasi.

h. Meningkatkan Kerja Sama dengan Institusi atau Komunitas

Promosi perpustakaan juga bisa bertujuan untuk menjalin kerja sama dengan sekolah, universitas, atau komunitas lokal. Melalui promosi bersama, perpustakaan bisa memperluas jangkauan layanan dan menciptakan hubungan yang saling menguntungkan dalam mendukung pendidikan dan kegiatan sosial.

Dengan berbagai tujuan tersebut, promosi perpustakaan berfungsi untuk mengembangkan kualitas layanan, meningkatkan keterlibatan pengguna, dan memastikan bahwa perpustakaan tetap relevan dan bermanfaat dalam kehidupan masyarakat.

4. Sejarah Berdirinya Perpustakaan Daerah Lampung

Awalnya, Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Provinsi Lampung dikenal sebagai Perpustakaan Wilayah Departemen Pendidikan dan Kebudayaan Provinsi Lampung, yang berfungsi sebagai Unit Pelaksana Teknis (UPT) Pusat Pembinaan Depdikbud. Dengan diterbitkannya Keputusan Presiden (Keppres) RI No. 11 Tahun 1989 tentang Perpustakaan, nama lembaga ini berubah menjadi Perpustakaan Daerah Lampung (Carolline et al., 2021). Selanjutnya, untuk meningkatkan efektivitas tugas dan fungsinya dalam mendukung pendidikan masyarakat, Keppres RI No. 50 Tahun 1997 tentang Perpustakaan Nasional menetapkan peningkatan status Perpustakaan Daerah Provinsi Lampung (Eselon III) menjadi Perpustakaan Nasional Provinsi Lampung (Eselon II).

Dengan diberlakukannya kebijakan Otonomi Daerah, struktur organisasi ini kembali mengalami perubahan. Berdasarkan Keputusan Gubernur No. 03 Tahun 2001, lembaga ini diubah menjadi Perpustakaan Daerah Provinsi Lampung, yang beroperasi sebagai Unit Pelaksana Teknis Dinas (UPTD) di bawah Dinas Pendidikan Provinsi Lampung. Sementara itu, Kantor Arsip Daerah Provinsi Lampung dibentuk melalui Peraturan Daerah Lampung No. 2 Tahun 1996 dan disahkan melalui Keputusan Menteri Dalam Negeri No. 7 Tahun 1997. Tugas utama Kantor Arsip Daerah mencakup pengelolaan kearsipan yang melibatkan perencanaan, pengaturan standar, akuisisi, pengelolaan arsip aktif maupun statis, pelestarian, serta penyediaan layanan informasi kearsipan. Pada tahun 2007, melalui Keputusan Gubernur No. 10, UPTD Perpustakaan Daerah dan Kantor Arsip Daerah digabung menjadi satu entitas dengan nama Badan Perpustakaan, Arsip, dan Dokumentasi Daerah Provinsi Lampung (BPAD). Kemudian, berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 18 Tahun 2016 tentang Perangkat Daerah dan Peraturan

Daerah Provinsi Lampung No. 8 Tahun 2016, nomenklatur BPAD diubah menjadi Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Provinsi Lampung. Visi Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Provinsi Lampung: Terwujudnya Masyarakat Lampung yang Berbudaya, Cerdas, dan Sadar Informasi serta Tertib Arsip di Provinsi Lampung. Misi Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Provinsi Lampung:

- a. Memperkuat pembinaan, pengendalian, pengawasan, serta pengembangan sistem dan sumber daya manusia (SDM).
- b. Meningkatkan kualitas layanan perpustakaan dan informasi.
- c. Melestarikan arsip sebagai sumber informasi, bahan pertanggungjawaban, dan warisan budaya melalui pengelolaan karya cetak, karya rekam, dan karya tulis.
- d. Mengelola arsip serta bahan pustaka untuk mendukung penyelenggaraan pemerintahan, pembangunan, dan kemasyarakatan demi mencerdaskan kehidupan bangsa.

Pembahasan

1. Evaluasi Penerapan Strategi Promosi Perpustakaan Pada Perpustakaan Daerah Lampung

Evaluasi adalah proses untuk mengukur dan menilai efektivitas dari suatu program, kegiatan, atau strategi yang telah dilaksanakan. Dalam konteks promosi perpustakaan, evaluasi bertujuan untuk mengetahui sejauh mana strategi yang diterapkan berhasil mencapai tujuan yang telah ditetapkan, seperti meningkatkan kunjungan, penggunaan layanan, dan partisipasi masyarakat. Evaluasi dilakukan dengan mengumpulkan data dan informasi terkait berbagai aspek, seperti cakupan promosi, efektivitas media yang digunakan, tingkat keterlibatan masyarakat, serta kendala yang dihadapi selama pelaksanaan. Proses evaluasi juga mencakup analisis umpan balik dari pengguna perpustakaan dan perbandingan hasil yang dicapai sebelum dan setelah promosi. Hasil evaluasi akan memberikan wawasan penting yang dapat digunakan untuk memperbaiki dan menyempurnakan strategi promosi di masa mendatang (Purnamayanti et al., 2022).

Evaluasi penerapan strategi promosi perpustakaan bertujuan untuk menilai efektivitas upaya yang dilakukan dalam meningkatkan kesadaran, partisipasi, dan pemanfaatan layanan perpustakaan oleh masyarakat. Strategi promosi yang diterapkan oleh Perpustakaan Daerah Lampung mencakup penggunaan media sosial untuk menjangkau audiens muda dengan konten visual menarik dan interaktif. Selain itu, kegiatan literasi seperti workshop, seminar, dan lomba diadakan untuk meningkatkan minat baca. Kampanye langsung dilakukan melalui kunjungan ke sekolah, komunitas, dan pameran keliling, serta pemasangan media promosi di tempat strategis. Kerja sama dengan instansi lain membantu memperluas jangkauan, sementara promosi layanan digital menarik perhatian pengguna yang lebih menyukai platform daring. Strategi ini berupaya menjangkau pelajar, mahasiswa, dan masyarakat umum, termasuk yang berada di wilayah terpencil.

Cakupan promosi di Perpustakaan Daerah Lampung sangat penting untuk memastikan bahwa upaya promosi tidak hanya terpusat pada wilayah tertentu, tetapi juga mencakup seluruh daerah yang dilayani oleh perpustakaan. Oleh karena itu, perlu dilakukan evaluasi terhadap sejauh mana promosi ini tersebar dan apakah mencakup wilayah yang lebih luas atau hanya

terkonsentrasi di pusat-pusat tertentu, seperti kota atau area dengan akses lebih mudah. Misalnya, apakah promosi lebih banyak dilakukan di wilayah perkotaan yang memiliki akses internet yang lebih baik, atau apakah wilayah pedesaan dan daerah terpencil juga mendapatkan perhatian yang setara melalui penggunaan metode promosi seperti perpustakaan keliling atau program mobile library.

Selain itu, penting untuk menilai relevansi materi promosi yang digunakan dengan kebutuhan berbagai segmen pengguna perpustakaan. Materi promosi harus disesuaikan dengan audiens yang menjadi target, seperti pelajar, mahasiswa, atau masyarakat umum. Misalnya, jika audiens utama adalah pelajar dan mahasiswa, maka materi promosi harus mencakup program-program yang mendukung kegiatan belajar, seperti layanan peminjaman buku pelajaran, referensi akademik, dan akses ke jurnal ilmiah. Bagi masyarakat umum, materi promosi bisa lebih fokus pada peningkatan minat baca, koleksi buku fiksi, atau layanan-layanan lain yang mendukung kegiatan sehari-hari (Harahap, 2021).

Di samping itu, penting juga untuk memastikan bahwa materi promosi mudah diakses dan dipahami oleh semua kalangan. Penggunaan bahasa yang sederhana dan visual yang menarik akan lebih efektif, terutama untuk audiens yang mungkin tidak terlalu akrab dengan perpustakaan atau yang tinggal di daerah dengan tingkat literasi digital yang lebih rendah. Dengan demikian, evaluasi terhadap cakupan dan relevansi materi promosi harus selalu memperhatikan kebutuhan audiens yang beragam serta distribusi promosi yang merata di seluruh wilayah.

Tingkat partisipasi masyarakat dalam program promosi perpustakaan dapat diukur melalui berbagai indikator, seperti jumlah peserta dalam event literasi, tingkat kehadiran dalam seminar atau workshop, serta peningkatan anggota baru yang mendaftar untuk memanfaatkan layanan perpustakaan. Selain itu, dapat dilihat dari banyaknya orang yang mengikuti atau berinteraksi dengan akun media sosial perpustakaan, seperti memberikan komentar, berbagi konten, atau berpartisipasi dalam kompetisi atau kuis yang diadakan. Masyarakat yang terlibat lebih aktif menunjukkan bahwa promosi yang dilakukan telah berhasil menarik perhatian dan membangkitkan minat mereka untuk lebih mengenal dan memanfaatkan layanan perpustakaan.

Umpan balik masyarakat juga sangat penting untuk mengevaluasi keberhasilan strategi promosi. Misalnya, survei atau wawancara dengan peserta kegiatan dapat memberikan insight terkait kesan mereka terhadap program yang dilaksanakan, materi promosi yang digunakan, dan layanan perpustakaan secara keseluruhan. Apakah mereka merasa kegiatan yang diadakan relevan dan bermanfaat bagi mereka? Apakah mereka merasa lebih termotivasi untuk mengunjungi perpustakaan atau menggunakan layanan digital setelah mengikuti program tersebut? Menilai umpan balik ini memungkinkan pihak perpustakaan untuk melakukan perbaikan berkelanjutan dan menyesuaikan program agar lebih sesuai dengan kebutuhan dan harapan masyarakat.

Efektivitas media yang digunakan dalam promosi sangat mempengaruhi keberhasilan kampanye tersebut. Media sosial, misalnya, merupakan alat yang sangat efektif untuk menjangkau audiens muda, mengingat populasi pengguna internet yang tinggi di kalangan pelajar dan mahasiswa. Penggunaan platform seperti Instagram, Facebook, dan Twitter dapat dengan cepat menyebarkan informasi dan memperkenalkan berbagai layanan perpustakaan, mulai dari peminjaman buku hingga akses ke e-book dan layanan daring lainnya. Media digital

memungkinkan interaksi yang lebih langsung dengan audiens, sehingga meningkatkan keterlibatan pengguna.

Namun, untuk audiens yang lebih tua atau masyarakat yang tidak terbiasa dengan teknologi, penggunaan media tradisional seperti brosur, poster, atau baliho tetap relevan. Meskipun media ini tidak secepat media sosial dalam menjangkau audiens, ia tetap efektif untuk menyebarkan informasi secara luas, terutama di daerah dengan akses internet terbatas. Efektivitas brosur atau poster juga bergantung pada desain yang menarik dan informasi yang mudah dipahami, agar pesan yang ingin disampaikan dapat diterima dengan baik oleh semua kalangan (Pratama & Juwita, 2024).

Selain itu, program radio lokal dapat menjadi alat yang efektif untuk menjangkau masyarakat yang lebih luas, terutama di daerah yang sulit dijangkau oleh media digital. Melalui program radio, perpustakaan dapat mengedukasi masyarakat tentang pentingnya literasi, manfaat mengunjungi perpustakaan, dan berbagai layanan yang ditawarkan. Radio memiliki daya jangkau yang luas, termasuk kepada pendengar yang mungkin tidak aktif di media sosial, sehingga menjadi media yang inklusif.

Untuk menilai keberhasilan program promosi yang diterapkan oleh Perpustakaan Daerah Lampung, penting untuk membandingkan data kunjungan dan penggunaan layanan perpustakaan sebelum dan setelah promosi. Data ini dapat mencakup jumlah pengunjung yang datang ke perpustakaan fisik, peminjaman buku, serta penggunaan layanan digital seperti e-book, jurnal elektronik, dan database online. Dengan melakukan perbandingan ini, kita bisa melihat apakah promosi yang dilakukan berhasil menarik lebih banyak pengunjung ke perpustakaan, baik secara langsung maupun melalui platform digital.

Jika terjadi peningkatan jumlah kunjungan ke perpustakaan atau penggunaan layanan digital setelah promosi, hal ini menunjukkan bahwa strategi promosi yang diterapkan efektif dalam meningkatkan kesadaran masyarakat tentang keberadaan dan layanan perpustakaan. Sebaliknya, jika data menunjukkan sedikit atau bahkan tidak ada perubahan yang signifikan, hal tersebut bisa menjadi indikasi bahwa strategi promosi perlu diperbaiki atau ditinjau kembali untuk menjangkau audiens yang lebih luas atau lebih relevan.

Selain itu, peningkatan jumlah anggota perpustakaan juga merupakan indikator yang sangat penting. Sebelum dan setelah kampanye promosi, perlu ada pencatatan jumlah pendaftar baru sebagai anggota perpustakaan. Jika ada lonjakan anggota baru setelah promosi, ini mencerminkan keberhasilan promosi dalam menarik lebih banyak orang untuk menjadi anggota dan memanfaatkan layanan yang ada. Peningkatan partisipasi dalam kegiatan literasi, seperti workshop, seminar, lomba, atau kegiatan edukatif lainnya, juga menjadi indikator keberhasilan. Jika jumlah peserta kegiatan literasi meningkat secara signifikan, itu menunjukkan bahwa masyarakat semakin tertarik untuk mengembangkan keterampilan literasi mereka melalui program yang ditawarkan oleh perpustakaan. Ini dapat mencerminkan bahwa perpustakaan berhasil menyentuh kebutuhan masyarakat akan pendidikan dan literasi, yang pada gilirannya meningkatkan peran perpustakaan sebagai pusat belajar di komunitas (Putri, 2020).

Dalam pelaksanaan promosi Perpustakaan Daerah Lampung, beberapa kendala mungkin muncul yang dapat mempengaruhi efektivitas dari strategi promosi yang diterapkan. Berikut adalah beberapa kendala yang mungkin dihadapi:

a. Keterbatasan Anggaran

Anggaran yang terbatas bisa menjadi salah satu hambatan utama dalam menjalankan program promosi yang maksimal. Tanpa dana yang cukup, sulit untuk memproduksi materi promosi berkualitas tinggi, seperti brosur, spanduk, atau video promosi, serta menyelenggarakan event literasi yang membutuhkan biaya untuk penyewaan tempat, honorarium pembicara, atau biaya transportasi. Keterbatasan anggaran juga dapat membatasi kemampuan untuk menjangkau audiens yang lebih luas, terutama di daerah terpencil atau di luar wilayah perkotaan

b. Sumber Daya Manusia

Keterbatasan sumber daya manusia (SDM) yang terampil dalam bidang promosi, media sosial, atau manajemen event dapat menghambat pelaksanaan program promosi dengan efektif. Jika perpustakaan hanya memiliki sejumlah kecil staf yang memiliki banyak tugas, mereka mungkin kesulitan untuk menjalankan berbagai kegiatan promosi secara bersamaan. Kekurangan tenaga ahli dalam bidang desain grafis, pemasaran digital, atau hubungan masyarakat juga dapat mengurangi kualitas dan jangkauan kampanye promosi yang dilakukan.

c. Aksesibilitas

Aksesibilitas informasi dan layanan perpustakaan bagi masyarakat, terutama di daerah terpencil atau dengan keterbatasan teknologi, bisa menjadi kendala signifikan. Meskipun media sosial dan platform digital efektif untuk audiens muda, masyarakat di daerah yang memiliki keterbatasan akses internet atau literasi digital mungkin kesulitan untuk menerima dan mengakses informasi promosi. Selain itu, beberapa lokasi yang lebih jauh atau terpencil mungkin tidak terjangkau dengan fasilitas mobile library atau program keliling, membatasi jangkauan promosi di wilayah tersebut.

d. Persaingan dengan Media Lain

Dengan banyaknya informasi dan promosi yang bersaing di pasar media, perpustakaan mungkin kesulitan untuk menarik perhatian audiens yang lebih luas. Misalnya, audiens yang sangat aktif di media sosial mungkin sudah terbiasa dengan berbagai iklan dan konten lainnya, sehingga sulit bagi promosi perpustakaan untuk menonjol. Persaingan ini dapat mengurangi efektivitas media promosi yang digunakan, terutama jika anggaran terbatas untuk membuat materi yang sangat menarik.

e. Ketidaksesuaian dengan Kebutuhan Audiens

Kadang-kadang, materi promosi yang disiapkan mungkin tidak sepenuhnya sesuai dengan kebutuhan atau minat audiens target. Misalnya, promosi tentang koleksi buku yang tidak relevan dengan preferensi lokal atau promosi yang terlalu fokus pada kegiatan tertentu tanpa mengakomodasi kebutuhan umum masyarakat dapat mengurangi minat mereka untuk berpartisipasi. Selain itu, audiens yang tidak memiliki minat pada literasi digital atau kurang tertarik pada program-program perpustakaan tertentu bisa merasa kurang terlibat.

f. Kurangnya Pemahaman tentang Peran Perpustakaan

Beberapa masyarakat mungkin masih memiliki pandangan yang sempit tentang peran perpustakaan, melihatnya hanya sebagai tempat untuk meminjam buku dan bukan sebagai pusat literasi atau pendidikan yang lebih luas. Hal ini bisa menyulitkan perpustakaan dalam mempromosikan layanan lain seperti workshop, seminar, atau program edukatif yang lebih beragam (Ahmad et al., 2020).

Untuk meningkatkan efektivitas promosi Perpustakaan Daerah Lampung, beberapa saran strategis dapat diterapkan:

a. Diversifikasi Metode Promosi

Untuk menjangkau berbagai segmen audiens, perpustakaan dapat menggunakan kombinasi metode promosi yang lebih beragam. Selain memanfaatkan media sosial dan digital, perpustakaan juga dapat lebih aktif dalam menggunakan media tradisional seperti brosur, spanduk, atau iklan di media lokal. Kegiatan seperti pameran buku, diskusi literasi, atau kampanye membaca juga bisa diadakan untuk menarik minat masyarakat. Selain itu, promosi di sekolah-sekolah, universitas, atau komunitas lokal bisa lebih dipertajam dengan pendekatan langsung yang mengedukasi masyarakat tentang manfaat perpustakaan.

b. Peningkatan Kolaborasi dengan Instansi Lain

Kerjasama dengan berbagai instansi atau organisasi, seperti sekolah, universitas, pemerintah daerah, dan sektor swasta, dapat meningkatkan jangkauan promosi perpustakaan. Melalui kolaborasi, perpustakaan dapat menyelenggarakan program bersama, seperti workshop literasi, pelatihan digital, atau lomba baca yang melibatkan lebih banyak peserta. Kolaborasi ini juga bisa membantu dalam hal pendanaan atau penyediaan sumber daya lainnya, yang dapat meningkatkan kualitas promosi dan program yang ditawarkan.

c. Pemanfaatan Teknologi Terkini

Memanfaatkan teknologi terkini, seperti aplikasi mobile atau platform digital, bisa memperluas jangkauan promosi. Perpustakaan dapat mengembangkan aplikasi yang memudahkan pengguna untuk mengakses katalog buku, mengikuti acara, atau mendapatkan informasi tentang program yang sedang berlangsung. Teknologi juga dapat digunakan untuk membuat promosi interaktif, seperti menggunakan media sosial untuk mengadakan kuis, kompetisi, atau diskusi daring yang menarik audiens muda. Selain itu, teknologi virtual seperti tur perpustakaan secara daring atau webinar bisa memberikan pengalaman yang lebih menarik bagi pengunjung yang tidak dapat datang langsung ke perpustakaan.

d. Program Penghargaan dan Insentif

Mengadakan program penghargaan atau insentif bagi anggota perpustakaan yang aktif, seperti hadiah untuk peminjam buku terbanyak atau peserta workshop terbanyak, bisa memotivasi masyarakat untuk lebih terlibat dalam kegiatan perpustakaan. Program seperti ini dapat menjadi daya tarik tambahan untuk meningkatkan partisipasi dan meningkatkan loyalitas pengunjung terhadap perpustakaan.

e. Peningkatan Branding dan Identitas Perpustakaan

Meningkatkan kesadaran masyarakat tentang identitas perpustakaan dan peran pentingnya dalam pendidikan dan literasi sangat penting. Melalui kampanye branding yang konsisten, seperti penggunaan logo yang mudah dikenali, slogan yang menggugah minat, dan desain visual yang menarik, perpustakaan dapat memperkuat citra positif di mata masyarakat.

Program literasi yang menasar berbagai kelompok usia dan profesi dapat membantu membentuk citra perpustakaan sebagai pusat belajar yang inklusif dan modern.

f. Analisis dan Penyesuaian Berdasarkan Umpan Balik

Evaluasi dan penyesuaian program berdasarkan umpan balik dari masyarakat sangat penting untuk meningkatkan efektivitas promosi. Perpustakaan perlu melakukan survei rutin atau wawancara untuk memahami kebutuhan pengguna, serta mengevaluasi apakah materi promosi dan jenis kegiatan yang dilakukan sesuai dengan harapan mereka. Dengan pendekatan ini, perpustakaan dapat terus beradaptasi dan mengembangkan strategi yang lebih tepat sasaran (Wahyudin & Zaky Mubarak Lubis, 2023).

KESIMPULAN

Strategi promosi yang diterapkan sudah cukup efektif dalam menjangkau sebagian audiens, namun terdapat beberapa kendala yang mempengaruhi cakupan dan hasil yang dicapai. Kendala utama yang dihadapi termasuk keterbatasan anggaran, sumber daya manusia, serta masalah aksesibilitas informasi, terutama bagi masyarakat yang tinggal di daerah terpencil. Selain itu, hasil evaluasi menunjukkan bahwa promosi yang dilakukan melalui media sosial dan kegiatan langsung seperti workshop literasi sudah memberikan dampak positif, meskipun masih terbatas pada wilayah-wilayah tertentu. Media yang digunakan, seperti brosur dan platform digital, telah membantu meningkatkan persepsi masyarakat terhadap keberadaan dan manfaat perpustakaan. Namun, masih diperlukan penyesuaian dalam materi promosi agar lebih relevan dengan kebutuhan audiens yang lebih luas.

Temuan baru dari penelitian ini menunjukkan bahwa untuk meningkatkan efektivitas promosi, perpustakaan perlu mendiversifikasi metode promosi yang digunakan, dengan memperkuat kolaborasi dengan instansi lain dan memanfaatkan teknologi terkini seperti aplikasi mobile dan platform digital. Selain itu, penting untuk meningkatkan branding dan identitas perpustakaan serta mengembangkan program penghargaan atau insentif untuk mendorong partisipasi masyarakat lebih aktif dalam kegiatan literasi yang diadakan. Evaluasi berkelanjutan dan penyesuaian strategi berdasarkan umpan balik dari masyarakat akan semakin memperkuat peran perpustakaan sebagai pusat literasi dan pendidikan yang lebih inklusif dan modern.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, H., Komariah, N., Rully, K., & Anwar, K. R. (2020). Strategi Promosi Perpustakaan Pustakalana Dalam Menarik Minat Kunjung Pemustaka. *Jurnal Of Library and Information Science*, 10(2), 156–170. <https://doi.org/10.17509/edulib.v10i2.19063>
- Azwar. (2023). Strategi Promosi Perpustakaan Iais Sambas Menarik Kunjung Pemustaka. *Educatioanl Journal: General and Specific Research*, 3(2), 183–190.
- Carolline, V., Sari, N., Putri, S. A., & Sagita, R. D. (2021). Pengelolaan Arsip Sejarah Di Perpustakaan Daerah Lampung. *Ilmu Informasi Perpustakaan Dan Kearsipan*, 9(2), 30. <https://doi.org/10.24036/113166-0934>
- Eviendrita. (2020). Strategi promosi dalam pengembangan Perpustakaan Pascasarjana UIN Imam Bonjol Padang. *Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang*, 2(1), 71–80.
- Harahap, W. R. (2021). Penerapan Strategi Promosi Perpustakaan. *JIPI (Jurnal Ilmu Perpustakaan Dan Informasi)*, 6(1), 103. <https://doi.org/10.30829/jipi.v6i1.9314>
- Kartono, K. (2018). *Pengantar Metodologi Riset Social*. Bandung: Penerbit Mandar Maju

- Patriawati, N. (2018). Strategi Promosi Layanan E-Library Di Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Pontianak Pada Masa Pandemi Covid-19. *Fkip Untan Pontianak*, 2(1), 1–7. <https://library.unismuh.ac.id/opac/detail-opac?id=104600>
- Pratama, B., & Juwita, M. N. (2024). Analisis Kualitas Pelayanan Publik Dalam Lampung Di Perpustakaan Daerah Provinsi Lampung. : : *Jurnal Multidisiplin Ilmu Sosial*, 3(5), 1–10.
- Purnamayanti, A., Windah, A., Putra, P., & Sugiyanta, S. (2022). Efektivitas Online Library Services di Era New Normal: Studi Pada UPT Perpustakaan Universitas Lampung. *JIPi (Jurnal Ilmu Perpustakaan Dan Informasi)*, 7(2), 257. <https://doi.org/10.30829/jipi.v7i2.12349>
- Putri, I. H. (2020). Strategi Promosi Perpustakaan Melalui Program Duta Perpustakaan. *Jurnal Ilmu Perpustakaan Dan Informasi*, 9(4), 10. <https://dispupip.pecanbaru.go.id/strategi-promosi-perpustakaan/>
- Rusmawati, D. (2017). Strategi Promosi Perpustakaan Di Balai Layanan Perpustakaan Badan Perpustakaan Dan Arsip Daerah Diy(Grhatama Pustaka). *Jurnal Hanata Widya*, 6(7), 37–46.
- Sawiti, A., & Fathullah, A. (2023). Strategi promosi perpustakaan desa dalam merawat eksistensi di masa kini. *Pustaka Karya : Jurnal Ilmiah Ilmu Perpustakaan Dan Informasi*, 11(2), 105–116. <https://doi.org/10.18592/pk.v11i2.11210>
- Wahyudin, R., & Zaky Mubarak Lubis, M. (2023). Analisis Strategi Promosi Dan Branding Perpustakaan Universitas Andalas Melalui Media Sosial. *Jurnal Kajian Kepustakawanan*, 5(1), 2723–0171.