

ANALISIS MODEL PROMOSI PADA APLIKASI I-SUNGAI PENUH (Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Sungai Penuh)

Elis Mastura

Mahasiswa Pascasarjana Interdisciplinary Islamic Studies
Konsentrasi Ilmu Perpustakaan dan Informasi
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta 2020.
elis.mastura@gmail.com

Abstrak:

Artikel ini membahas tentang analisis promosi pada aplikasi SungaiPenuh di Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Sungai Penuh. Tujuan penelitian ini untuk menganalisis kegiatan promosi aplikasi iSungaiPenuh berdasarkan konsep bauran promosi di Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Sungai penuh Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif jenis deskriptif. Metode pengumpulan data yang digunakan dengan menggunakan observasi nonpartisipan, dokumentasi, dan wawancara dengan informan sebanyak 4 (empat) orang staff perpustakaan ditentukan dengan metode purposive. Hasil penelitian ini yang didasarkan pada konsep bauran promosi menunjukkan bahwa sebagian besar sudah berjalan dengan baik. Namun terdapat beberapa kekurangan di dalamnya. Pada kegiatan Personal selling dalam promosi aplikasi iSungaiPenuh yaitu promosi secara langsung antara pustakawan dan pemustaka ketika pemustaka berkunjung ke perpustakaan. Aplikasi iSungaiPenuh sudah dipromosikan melalui advertising dengan pembuatan brosur, stand banner, serta di-posting melalui Instagram, dan Facebook. Public Relation mempromosikan dengan menyebarkan brosur kepada pengunjung dan stand banner yang diletakkan di setiap pameran/ekspo Kota Sungai Penuh. Sales promotion dilakukan dengan menawarkan akses informasi gratis kepada pemustaka sedangkan untuk pemberian rewards belum diterapkan dalam promosi aplikasi iSungaiPenuh dikarenakan keterbatasan anggaran. Direct marketing yang dilakukan untuk mempromosikan aplikasi iSungaiPenuh yaitu melalui sosial media seperti Instagram, WA dan Facebook.

Kata kunci: *Promosi Perpustakaan, Bauran Promosi, Aplikasi iSungaiPenuh*

Abstract:

The article discusses the analysis of promotion on the iSungaiPenuh application at the City of Sungai Penuh City Archive and Library Service. This study aimed to determine and analyze the promotional activities of the iSungaiPenuh application based on the concept of the promotion mix. This is a descriptive qualitative study in which the results showed that the promotion had been carried out well, but several lacks in the conduct. In Personal selling, which is a direct promotion between librarians and patrons when visitors visit the library, the iSungaiPenuh application has been promoted through advertising by making brochures, banner stands and posting on Instagram and Facebook. Public Relations promotes by distributing brochures to visitors and banner stands placed at every exhibition/expo of Sungai Penuh City. Sales promotion is carried out by offering free access to information to users, while rewards has not been implemented in the promotion of the iSungaiPenuh application due to budget constraints. Direct marketing is being carried out to promote the iSungaiPenuh application through social media such as Instagram, WA, and Facebook.

Keywords: *Library Promotion, Promotion Mix, iSungaiPenuh Application*

Pendahuluan

1. Latar Belakang Masalah

Perpustakaan merupakan tempat yang digunakan untuk menyimpan, mengelola, dan mengatur koleksi buku-buku dan disusun secara sistematis untuk digunakan oleh pemustaka dalam mencari informasi dan sebagai sarana belajar.¹

Perpustakaan kota merupakan bagian dari perpustakaan umum, dengan penyelenggaraan yang dilakukan oleh Pemerintah Daerah Kabupaten/ Kota dengan tugas pokoknya yaitu melaksanakan pengembangan perpustakaan di wilayah Kabupaten atau Kota serta melaksanakan layanan perpustakaan kepada masyarakat umum dan tidak membedakan usia, ras, agama, status sosial ekonomi dan gender.²

Salah satu fungsi dari Perpustakaan Kota yaitu untuk melayani kebutuhan masyarakat akan informasi dan bahan bacaan. Informasi merupakan kebutuhan utama setiap manusia. Setiap saat bahkan setiap menitnya, individu pasti mencari dan mendapatkan informasi baru. Terkhusus saat ini seluruh dunia sedang mengalami pandemi COVID 19 yang disebabkan oleh SARS-CoV-2, sebuah virus jenis baru berasal dari kota Wuhan, China. Adanya pandemi covid 19, Pemerintah menghimbau masyarakat untuk melakukan social distancing dan physical distancing yang mengakibatkan masyarakat harus tetap berada di rumah selama masa pandemi dan dilarang berdekatan satu sama lain, sehingga masyarakat khususnya siswa, mahasiswa dan pekerja dalam pelaksanaan kegiatannya dilakukan melalui online atau Work from Home (WfH). Hal ini juga telah disampaikan oleh Lembaga internasional di bidang perpustakaan yaitu International Federation of Library Associations and Institutions (IFLA) yang mengeluarkan pedoman bagi perpustakaan se-

luruh dunia terkait layanan pada masa pandemi berlangsung.³

Salah satu layanan informasi atau pengetahuan yang dapat diakses secara virtual adalah perpustakaan digital. Perpustakaan digital yaitu kumpulan koleksi bahan elektronik (e-resources) yang memungkinkan aktivitas untuk penciptaan, penelusuran dan akses sumber elektronik.⁴ Perpustakaan digital sangat mendukung kegiatan Work From Home ataupun School From Home yang mana perpustakaan digital ini dapat diakses kapanpun dan dimanapun melalui komputer ataupun gadget dan sejenisnya, sehingga masyarakat tidak harus keluar rumah dan bisa memperoleh informasi ataupun pengetahuan secara mudah.

Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Sungai Penuh telah meluncurkan aplikasi iSungaiPenuh sebagai bentuk inovasi perubahan dari perpustakaan konvensional menuju perpustakaan digital untuk menjawab tantangan perubahan zaman dengan memanfaatkan perkembangan teknologi komunikasi. Aplikasi iSungaiPenuh merupakan perpustakaan digital persembahan dari Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Sungai Penuh dengan tujuan memberikan kemudahan bagi penggunaannya atau pemustakanya dalam mengakses bahan bacaan ataupun informasi yang dibutuhkan dengan cepat dan mudah. Aplikasi iSungaiPenuh menyediakan berbagai macam koleksi e-book yang dapat diakses dan dibaca oleh pengguna dimanapun dan kapanpun secara online dan offline melalui smartphone. Peluncuran aplikasi iSungaiPenuh oleh Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Sungai Penuh ini dilakukan pada tahun 2019, akan tetapi masih banyak yang belum mengetahui dan mendownload aplikasinya. Apalagi di tengah masa pandemi sekarang ini kegiatan promosi aplikasi perpustakaan digital

¹Darmono. *Perpustakaan sekolah : Pendekatan aspek manajemen dan tata kerja*. (Jakarta : Grasindo, 2007), 3.

²SNI 7495 : 2009 Perpustakaan Umum Kabupaten/Kota. IFLA. 2020

³Hartono. "Strategi Pengembangan Perpustakaan Digital Dalam Membangun Aksesibilitas Informasi : Sebuah Kajian Teoritis Pada Perpustakaan Perguruan Tinggi Islam Di Indonesia", dalam *Jurnal Perpustakaan*, Vol.8 No.1, 2007, 77-78.

⁴Afriani, n., & yunaldi, y. Peranan promosi perpustakaan terhadap kunjungan pemustaka di perpustakaan umum kota solok. *Ilmu informasi perpustakaan dan kearsipan*, 1(1), 9-16. 2012. 10 <https://doi.org/10.24036/331-0934>

⁵Margana, H. H., & Amir, I. The Relationship between The Promotion of Library Service and Increased Student Visits to School Library. *EduLib*, 5(2), 87-91. 2015. 88. <https://doi.org/10.17509/edulib.v5i2.4396>

harus gencar dilakukan untuk memenuhi kebutuhan informasi masyarakat selama belajar dari rumah.

Menurut Yuven dalam Afriani & Yunaldi promosi perpustakaan merupakan rentetan kegiatan perpustakaan yang dirancang agar masyarakat mengetahui manfaat sebuah perpustakaan melalui koleksi, fasilitas, produk dan layanan yang disediakan. Promosi dilakukan untuk menarik masyarakat agar dekat dengan perpustakaan dan mengunjungi perpustakaan.⁵ Adapun tujuan promosi perpustakaan yaitu untuk memperkenalkan perpustakaan kepada masyarakat atau pemustaka, mendorong minat baca dan mendorong masyarakat untuk memanfaatkan koleksi yang ada di perpustakaan serta dapat menambah jumlah pemustaka yang membaca, kemudian memperkenalkan layanan serta fasilitas yang dimiliki perpustakaan.⁶

Pada kegiatan promosi tentunya ada beberapa unsur penting yang dapat membantu kegiatan promosi menjadi lebih efektif. Terdapat lima unsur elemen kegiatan bauran promosi yang dapat diterapkan dalam bidang perpustakaan. Menurut Kotler dan Armstrong mengatakan bahwa dalam teori unsur bauran promosi ada lima elemen utama yakni Personal Selling, Advertising, Sales Promotion, Public Relation, dan Direct Marketing.⁷ Bauran promosi merupakan alat-alat promosi yang digunakan untuk berkomunikasi dengan masyarakat untuk mencapai tujuan penjualan produk oleh perusahaan. Demikian pula dengan sebuah organisasi seperti perpustakaan dapat menerapkan konsep bauran promosi dalam penjualan produk atau jasa yang dimiliki oleh perpustakaan guna untuk memenuhi kebutuhan penggunanya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis kegiatan promosi iSungaiPenuh berdasarkan konsep (bauran promosi) Promotion Mix di Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Sungai Penuh, kendala apa saja yang dihadapi Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Sungai Penuh dalam mempromosikan aplikasi iSungaiPenuh. Melalui kajian ini diharapkan dapat menambah khazanah ilmu pengetahuan khususnya kegiatan promosi layanan Aplikasi iSungaiPenuh di Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Sungai Penuh.

B. Kajian Literatur

1. Pengertian Promosi Perpustakaan

Promosi merupakan suatu sarana saling tukar data antara suatu organisasi dengan pengguna dalam hal produk dan jasa apa saja yang telah dimiliki oleh organisasi tersebut. Hasil dari promosi itu sendiri akan berbentuk feedback (tanggapan balik) dalam bentuk pemesanan, pembelian dan kunjungan. Promosi yang dikemas dengan baik akan menghasilkan peningkatan persepsi orang lain terhadap produk maupun layanan sebuah organisasi.⁸

Promosi perpustakaan pada dasarnya merupakan forum pertukaran informasi antara organisasi dan masyarakat yang bertujuan untuk memberikan informasi tentang produk atau jasa yang disediakan oleh perpustakaan kemudian membujuk mereka untuk memanfaatkan produk atau jasa yang ditawarkan.⁹

Promosi perpustakaan dalam memperkenalkan perpustakaan kepada masyarakat dapat dilakukan dengan cara mempromosikan koleksi, layanan ataupun fasilitas yang dimiliki perpustakaan. Hasil dari promosi yaitu tumbuhnya kesadaran masyarakat untuk memanfaatkan produk atau jasa yang ditawarkan maupun disediakan.

2. Tujuan Promosi Perpustakaan

Tujuan promosi perpustakaan menurut Lasa HS yaitu menarik perhatian, menciptakan kesan, membangkitkan minat, memperoleh tanggapan,

⁶Kotler, Philip dan Gary Armstrong. *Principles of Marketing*. (New York : Pearson. 2010). 426

⁷Mathar. Muh . Quraisy . *Manajemen dan Organisasi Perpustakaan*. (Makassar : Alauddin University Press, 2012). 191.

⁸Elva Rahmah. *Akses dan Layanan Perpustakaan : Teori dan Aplikasi, Cet ke-1*. Jakarta: Kencana. 2018). 165

⁹Lasa Hs. *Manajemen Perpustakaan Sekolah*. (Yogyakarta : Pinus Book Publisher. 2009). 290.

mempengaruhi untuk menerima ide, konsep atau barang yang dipromosikan.¹⁰

Selanjutnya Qalyubi, dkk mengatakan bahwa tujuan dari promosi perpustakaan untuk¹¹ :

- a. Memperkenalkan fungsi perpustakaan kepada pengguna;
- b. Mendorong minat baca dan masyarakat untuk menggunakan koleksi perpustakaan semaksimal mungkin;
- c. Memperkenalkan jasa pelayanan perpustakaan ke masyarakat;
- d. Memberikan kesadaran masyarakat untuk mendukung kegiatan perpustakaan;
- e. Memasyarakatkan program “tak kenal maka tak sayang”.

3. Metode Promosi Aplikasi Perpustakaan

Pada kegiatan promosi terdapat beberapa unsur penting yang dapat membantu kegiatan promosi menjadi lebih efektif. Salah satunya dengan menggunakan teori bauran promosi.

Berikut ini adalah uraian mengenai unsur bauran promosi (promotion mix) yang dapat diterapkan dalam bidang perpustakaan. Terdapat 5 (lima) komponen promosi yang diungkapkan Kotler¹² :

- a. Periklanan (Advertising)
Kotler mendefinisikan periklanan sebagai bentuk penyajian dan promosi ide, barang atau jasa secara nonpersonal oleh suatu sponsor tertentu yang memerlukan pembayaran. Secara garis besar advertising adalah bentuk promosi non personal dengan menggunakan berbagai media yang ditujukan untuk merangsang pembelian.¹³
- b. Personal Selling/ Personal Service
Menurut Kotler “penjualan perorangan (personal selling), yaitu interaksi langsung dengan satu calon pembeli atau lebih guna melakukan presentasi, menjawab pertanyaan dan menerima pesanan.¹⁴

c. Sales Promotion

Promosi penjualan (sales promotion) yaitu insentif jangka pendek untuk mendorong pembelian atau penjualan dari suatu produk dan jasa. “Promosi penjualan termasuk berbagai jenis peralatan yang mempunyai sifat unik seperti kupon, perlombaan, pemotongan harga, hadiah dan lain-lain”.¹⁵

d. Hubungan Masyarakat(Public Relation)

Hubungan Masyarakat (public relation) merupakan upaya komunikasi menyeluruh dari suatu perusahaan untuk mempengaruhi persepsi, opini, keyakinan, dan sikap berbagai kelompok terhadap perusahaan tersebut. Kelompok-kelompok yang dimaksud adalah mereka yang terlibat, mempunyai kepentingan, dan dapat mempengaruhi kemampuan perusahaan dalam mencapai tujuannya”.¹⁶

e. Pemasaran Langsung (Direct Marketing)

Menurut Kotler dan Armstrong mendefinisikan pemasaran langsung sebagai berikut: “Direct Marketing is direct connections with carefully target individuals customers to both obtain an immediate response and cultivate lasting customers relationships. The use of direct mail, the telephone, direct response television, e-mail, the internet, and the other tools to communicate directly with specific customers.”¹⁷ Pemasaran langsung adalah hubungan langsung dengan target pelanggan individu secara hati-hati untuk mendapatkan tanggapan langsung dan menumbuhkan hubungan pelanggan yang baik. Penggunaan surat, telepon, televisi respon langsung, e-mail, internet, dan alat lainnya untuk berkomunikasi secara langsung dengan pelanggan tertentu.

C. Metodologi Penelitian

Desain penelitian ini yaitu penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif yang bermaksud untuk menganalisis kegiatan promosi aplikasi iSungaiPenuh. Kemudian dideskripsikan dengan berpedoman pada konsep bauran promosi (promotion mix) berdasarkan hasil wawancara den-

⁹Qalyubi, Syihabudin, dkk. Dasar-dasar ilmu perpustakaan dan informasi. (Yogyakarta: jurusan ilmu perpustakaan fakultas Adab IAIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.). 259-260.

¹⁰Kotler dan Keller.Manajemen Pemasaran. Edisi 12. Jakarta : Erlangga. 2012). 13.

¹¹Ibid. Philip Kotler, 658.

¹²Ibid. Kotler dan Keller. 626.

gan staff/pustakawan.

Penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling. Peneliti memperoleh 4 (empat) orang informan yang terdiri dari 2 (dua) orang pustakawan dan dua (dua) orang staff perpustakaan. Data primer penulis peroleh dari wawancara penulis dengan informan yang meliputi pustakawan, dan staff yang ada di Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Sungai Penuh. Sedangkan data sekunder dari penelitian ini yakni data yang relevan dengan penelitian seperti buku, jurnal, dan artikel. beserta dokumen berupa foto brosur/leaflet, standbanner dan lain-lain yang penulis peroleh dari pustakawan Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Sungai Penuh.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Tujuan Promosi Aplikasi iSungaiPenuh

Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Sungai Penuh memiliki layanan inovasi berbasis digital yaitu aplikasi iSungaiPenuh. Adanya inovasi layanan iSungaiPenuh ini dikarenakan ide dari Perpustakaan Nasional dan hasil diskusi dari Kepala Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Sungai Penuh beserta staf.

Tujuan dilakukan promosi aplikasi iSungaiPenuh adalah agar semua pengguna mengetahui aplikasi tersebut dan dapat dimanfaatkan secara baik oleh pemustaka. Adanya aplikasi iSungaiPenuh, pemustaka dapat membaca dari rumah tanpa harus datang ke perpustakaan. Hal ini juga merupakan upaya dari Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Sungai Penuh dalam memenuhi kebutuhan informasi pemustaka yang mana pada masa pandemi covid-19 saat ini pemustaka masih belajar dari rumah.

2. Hasil Analisis Promotion Mix pada promosi iSungaiPenuh

a) Analisis Berdasarkan Personal Selling pada Promosi Aplikasi iSungaiPenuh.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pustakawan Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Sungai Penuh dapat diketahui bahwa kegiatan

Personal Selling (penjualan personal) yang dilakukan Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Sungai sudah berjalan dengan baik dan sesuai dengan teori bauran promosi. Dijelaskan bahwa personal selling (penjualan personal) adalah kegiatan yang dilakukan oleh penjual kepada calon pembeli dalam bentuk presentasi, tanya jawab dan menerima pesan tentang apa yang akan ditawarkan. Sama halnya dengan promosi aplikasi iSungaiPenuh dilakukan dengan cara pendekatan personal antara pustakawan dengan pemustaka ketika berada di dalam perpustakaan maupun pada saat perpustakaan keliling. Pustakawan Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Sungai Penuh memberikan informasi secara lisan tentang aplikasi iSungaiPenuh, kemudian memberitahukan petunjuk pemakaian aplikasi iSungaiPenuh kepada pemustaka yang berkunjung.

b) Analisis Berdasarkan Advertising pada Promosi Aplikasi iSungaiPenuh

Dinas Perpustakaan Kota Sungai Penuh melakukan jenis promosi yang diiklankan seperti media cetak dengan cara membuat brosur/leaflet, dan stand banner.

1. Brosur



Gambar 1 : Brosur iSungaiPenuh (Sumber : Dokumentasi dari pihak Perpustakaan, November 2020)

2. Stand Banner



Gambar 2 : StandBanner iSungaiPenuh (Sumber : Dokumentasi dari pihak Perpustakaan, November 2020)

Informasi yang termuat di dalam brosur biasanya lebih singkat dan jelas. Promosi layanan Aplikasi iSungaiPenuh dipromosikan melalui promosi Advertising (periklanan) dengan cara dibuatkannya media cetak seperti brosur/leaflet, dan Stand banner.

Brosur yang ada di Dinas Kearsipan dan Perpustakaan Sungai Penuh didesain sedemikian rupa dengan warna-warna lembut. Adapun isi informasi yang tertera di dalam brosur yaitu cara mendownload dan menggunakan aplikasi iSungaiPenuh yang dapat di download di Play-store. Jika dilihat dari segi Penggunaan brosur ini masih belum dibagikan sepenuhnya kepada para pemustaka. Hanya saja brosur iSungaiPenuh ditempelkan di atas meja baca di ruang sirkulasi Sehingga masih banyak pemustaka yang tidak mengetahui adanya aplikasi iSungaiPenuh.

Pada media massa seperti radio dan televisi Dinas perpustakaan dan Kearsipan Kota Sungai penuh belum melakukan promosi. Hal ini dikarenakan Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Sungai Penuh menyesuaikan dengan kebiasaan dari target sasaran dalam hal ini pemustaka yang pada zaman sekarang sudah jarang mendengar-

kan radio. Lalu pada media televisi, iSungaiPenuh juga belum dipromosikan hal ini dikarenakan keterbatasan anggaran yang mereka miliki.

Kemudian pada media sosial perpustakaan memposting informasi adanya aplikasi iSungaiPenuh disertai dengan caption atau keterangan postingan untuk menarik pemustaka mendownload aplikasi tersebut. Selain tentang aplikasi iSungaiPenuh, Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Sungai Penuh juga mengunggah foto-foto kegiatan melalui Instagram dan Facebook Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Sungai Penuh maupun Instagram dan Facebook pribadi milik pustakawan.

Aplikasi iSungaiPenuh dapat di promosikan pada Instagram dan Facebook pribadi pustakawan merupakan cara yang dapat digunakan dikarenakan followers ataupun pengikut Instagram dan Facebook pribadi lebih banyak dari pada Instagram dan Facebook milik organisasi dalam hal ini perpustakaan, sehingga banyak yang mengetahui adanya inovasi terbaru dari Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Sungai Penuh yaitu aplikasi i-SungaiPenuh.



Gambar 3. Sumber : (Di ambil pada instagram @dispusipsungaipenuh, November 2020)

Aplikasi iSungaiPenuh telah dipromosikan melalui dua media yakni media cetak dan media sosial. Seharusnya Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Sungai Penuh dapat meningkatkan promosi melalui media massa seperti radio dan televisi.

sipan Kota Sungai Penuh lebih mengoptimalkan dan menggunakan berbagai macam media promosi seperti yang dikatakan oleh Mulyadi bahwa perpustakaan dapat mempromosikan fasilitas yang dimiliki dan pelayanan yang diselenggarakan dengan menggunakan media cetak bisa melalui surat kabar, majalah, brosur, poster/leaflet dan spanduk.¹³

Promosi perpustakaan juga dapat dilakukan melalui media massa yaitu pada siaran radio, televisi. Lalu juga media sosial seperti facebook, instagram, youtube, twitter dan lain-lain. Dengan adanya media promosi ini perpustakaan akan mengetahui inovasi layanan yang ada di Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Sungai Penuh. Sehingga mempermudah perpustakaan dalam proses pencarian informasi terutama pada saat pandemi covid-19 tanpa harus datang langsung ke Perpustakaan.

c) Analisis Berdasarkan Sales Promotion pada Promosi Aplikasi iSungaiPenuh

Kegiatan Sales Promotion (promosi penjualan) pada perpustakaan dimaksudkan untuk meningkatkan jumlah pengunjung perpustakaan. Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Sungai Penuh dalam hal Sales Promotion membuat sebuah brosur iSungaiPenuh yang mana pada brosur tersebut tertera kata “gratis” dalam mengakses iSungaiPenuh. Adanya promosi penjualan tersebut maka perpustakaan tidak merasa terbebani oleh biaya mendownload aplikasi tersebut dan perpustakaan akan lebih tertarik untuk mendownload aplikasi iSungaiPenuh.

Sales Promotion biasanya bisa dilakukan oleh perpustakaan melalui pemberian reward berupa alat tulis maupun buku bacaan kepada perpustakaan yang aktif berkunjung maupun meminjam

koleksi perpustakaan ataupun yang menginstal aplikasi tersebut guna untuk menarik perhatian pengunjung.

d) Analisis Berdasarkan Public Relation pada Promosi Aplikasi iSungaiPenuh

Public relation (hubungan masyarakat) digunakan untuk mempromosikan layanan yang dimiliki perpustakaan untuk membangun citra perpustakaan yang lebih baik. Pada Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Sungai Penuh melakukan promosi Public Relation (hubungan masyarakat) melalui kegiatan perpustakaan keliling. Selain itu, perpustakaan juga pernah diwawancarai oleh wartawan terkait aplikasi iSungaiPenuh yang dipublikasi pada artikel-artikel di internet.

Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Sungai Penuh telah mempromosikan layanan aplikasi iSungaiPenuh ketika kegiatan pameran atau ekspo Kota Sungai Penuh. Dalam kegiatan pameran pihak perpustakaan menyebarkan brosur/leaflet yang berisi informasi tentang aplikasi tersebut ke pengunjung yang datang ke pameran dan menampilkan stand banner ketika kegiatan pameran berlangsung.

Kegiatan pameran ini sangat bermanfaat untuk dilaksanakan agar masyarakat mengetahui adanya aplikasi iSungaiPenuh. Promosi harus dilakukan secara maksimal seperti perpustakaan harus secara rutin dalam menginformasikan aplikasi i-SungaiPenuh agar layanan inovasi yang dimiliki oleh Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Sungai Penuh tidak terabaikan dan diketahui lebih lanjut serta dimanfaatkan oleh masyarakat/pengguna.

e) Analisis Berdasarkan Direct Marketing pada Promosi Aplikasi i-SungaiPenuh

Pada kegiatan Direct Marketing (pemasaran langsung) pustakawan Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Sungai Penuh menggunakan sosial media seperti facebook, WA dan instagram @dispusip.sungaipenuh dalam menyebarkan

¹³Kotler, Philip. Prinsip –Prinsip Pemasaran Manajemen, (Jakarta : Pr-enhalindo. 2000). 68.

¹⁴Hermawan, Agus. Komunikasi Pemasaran. Jakarta: Erlangga. 2012). 150.

¹⁵Ibid. Kotler Philip dan Gary Armstrong. 426.

¹⁶Mulyadi. “Pemasaran Jasa Informasi Perpustakaan”. 2014. 122. Vol.14 No.1. Sumber : <<http://jurnal.radenfatah.ac.id/index.php/tamaddun/article/view/143>> diakses pada: 20 Desember 2020

informasi tentang aplikasi iSungaiPenuh. Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Sungai Penuh sudah cukup aktif dalam menyebarkan informasi di media sosial tersebut. Namun informasi yang disebarkan masih belum maksimal.

Penyebaran informasi di media sosial dapat dilakukan secara rutin setiap hari operasi perpustakaan dengan jam yang dijadwalkan dilihat dari kecenderungan masyarakat aktif bermedia sosial.

3. Kendala Promosi Aplikasi iSungaiPenuh pada Masa Covid-19 dan New Normal

Kendala yang dihadapi Dinas Kearsipan dan Perpustakaan dan Kearsipan Kota Sungai Penuh meliputi:

- a. Kurangnya keaktifan staf dalam mengelola media sosial seperti mengembangkan dan mengisi konten.
- b. Kurangnya dana yang cukup dan berkelanjutan untuk pelaksanaan kegiatan promosi
- c. Pandemi covid 19. Dimana semua kegiatan yang ada di perpustakaan ditunda dalam pelaksanaannya termasuk promosi seperti seminar, user education dan lain-lain.
- d. Kurangnya minat pengunjung atau pemustaka terhadap aplikasi iSungaiPenuh
- e. Ketidaktahuan masyarakat/pemustaka dalam menggunakan aplikasi iSungaiPenuh

Penutup

Dari penjelasan di atas dapat diambil kesimpulan bahwa kegiatan promosi aplikasi iSungaiPenuh yang dilakukan oleh Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Sungai Penuh secara garis besar sudah berjalan dengan baik. Meskipun demikian terdapat beberapa kekurangan di dalam promosi aplikasi iSungaiPenuh seperti belum diadakannya user education, seminar, workshop, dan library tour hal ini dikarenakan terkendala oleh pandemi covid-19 sehingga seluruh kegiatan di Dinas Perpustakaan dan Arsip Kota Sungai diundur untuk sementara waktu.

Adapun kegiatan yang dilakukan Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Sungai Penuh

dalam promosi iSungaiPenuh pada kegiatan personal selling yaitu dengan cara pendekatan personal antara pustakawan dengan pemustaka ketika berada di dalam perpustakaan maupun pada saat perpustakaan keliling. Pada kegiatan Advertising (periklanan) pustakawan Dinas Perpustakaan Kota Sungai Penuh melakukan jenis promosi yang diiklankan seperti media cetak dengan cara membuat brosur/leaflet, dan stand banner. Kemudian pada media sosial promosi dilakukan melalui instagram dan facebook. Pada kegiatan Sales Promotion (promosi penjualan) pustakawan Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Sungai Penuh membuat sebuah brosur iSungaiPenuh yang mana pada brosur tersebut disertai dengan kata-kata “gratis” dalam mengakses iSungaiPenuh. Pada kegiatan Public Relation (hubungan masyarakat) pustakawan Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Sungai Penuh melakukan promosi melalui kegiatan perpustakaan keliling. Selain itu, perpustakaan juga pernah diwawancarai oleh wartawan terkait aplikasi iSungaiPenuh yang dipublikasi pada artikel-artikel di internet, dan pada kegiatan pameran atau ekspo Kota Sungai Penuh. Pada kegiatan Pada kegiatan Direct Marketing (pemasaran langsung) Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Sungai Penuh menggunakan sosial media seperti facebook, WA dan instagram @dispusip.sungaipenuh dalam menyebarkan informasi tentang aplikasi iSungaiPenuh.

Saran

1. Sebaiknya Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Sungai Penuh menjalin kerjasama dengan pihak-pihak terkait dalam mempromosikan aplikasi iSungaiPenuh seperti sekolah, perguruan tinggi dan lain-lain. Selanjutnya kerjasama juga dapat dilakukan melalui sosial media seperti bekerja sama dengan akun-akun populer di wilayahnya, seperti instagram Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Sungai Penuh bekerja sama dengan akun Instagram dan Facebook pemerintahan

- @Kota Sungai Penuh, akun instagram @kerinci kita, @potretkerinci dan lain lain, dimana semua akun ini merupakan akun instagram yang populer dan memiliki banyak followers pada daerah Kota Sungai Penuh. Dengan kerjasama tersebut masyarakat dapat mengetahui adanya aplikasi iSungaiPenuh yang memudahkan masyarakat dalam mengakses informasi yang dibutuhkan.
2. Mengunggah sekilas video cara menggunakan aplikasi iSungaiPenuh melalui media sosial seperti instagram, facebook, maupun youtube, video promosi pun harus dibuat dengan menarik.
 3. Pelaksanaan promosi sebaiknya dilakukan secara periodic (terjadwal), agar kegiatan promosi dapat berjalan dengan maksimal
 4. Kepala perpustakaan diharapkan lebih serius dalam mempromosikan perpustakaan dengan menyediakan anggaran yang cukup dan tetap untuk kelangsungan promosi.

Daftar Pustaka

- Afriani, n. & yunaldi, y. (2016). Peranan promosi perpustakaan terhadap kunjungan pemustaka di perpustakaan umum kota solok. Ilmu informasi perpustakaan dan kearsipan, 1(1), 9–16. <https://doi.org/10.24036/331-0934>
- Darmono.(2007). Perpustakaan sekolah : Pendekatan aspek manajemen dan tata kerja. Jakarta: Grasindo.
- Elva Rahmah. (2018). Akses dan Layanan Perpustakaan : Teori dan Aplikasi. Cet ke-1. (Jakarta: Kencana.
- Hermawan, Agus. (2012). Komunikasi Pemasaran. Jakarta: Erlangga.
- IFLA. (2020). COVID-19 and the Global Library Field. Den Haag : IFLA (The International Federation of Library Associations and Institutions). Retrieved from <https://www.ifla.org/covid-19-andlibraries>
- Kotler, dan Keller.(2012). Manajemen Pemasaran. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. Prinsip –Prinsip Pemasaran Manajemen. (Jakarta : Prenhalindo) . 2000
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. (2010). Principles of Marketing. New York : Pearson.
- Lasa Hs.(2009). Manajemen Perpustakaan Sekolah. Yogyakarta : Pinus Book Publisher.
- Margana, H. H., & Amir, I. The Relationship between The Promotion of Library Service and Increased Student Visits to School Library. Edulib, 5(2), 87–91. 2015. (<https://doi.org/10.17509/edulib.v5i2.4396>)
- Mathar. Muh Quraisy. (2012). Manajemen dan Organisasi Perpustakaan. Makassar : Alaudin University Press
- Mulyadi. (2014). “Pemasaran Jasa Informasi Perpustakaan”. Vol.14 No.1. Sumber: <<http://jurnal.radenfatah.ac.id/index.php/tamaddun/article/view/143>> diakses pada: 20 Desember 2020
- Philip Kotler. (2012). Manajemen Pemasaran. Edisi Millenium. Jilid 2. Jakarta : Prenhalindo.
- Qalyubi, Syihabudin, dkk. (2003). Dasar-dasar ilmu perpustakaan dan informasi. Yogyakarta: jurusan ilmu perpustakaan fakultas Adab IAIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- SNI 7495:2009 Perpustakaan Umum Kabupaten/Kota