

PEMBUATAN BUKU PANDUAN MEDIA PROMOSI PERPUSTAKAAN DI PERPUSTAKAAN AMANAH MASJID TAQWA MUHAMMADIAH SUMATERA BARAT

Auli Rahmi¹, Desriyeni²

Program Studi Informasi Perpustakaan dan Kearsipan

FBS Universitas Negeri Padang

email: auull09@gmail.com

Abstract

On this paper, discussed about the stages of writing Guidebook of Library Media Promotion in Amanah Library of Taqwa Muhammadiyah Mosque Sumatera Barat. The purpose of this paper is to describe the process of making a Guidebook of Library Media Promotion in Amanah Library of Taqwa Muhammadiyah Mosque Sumatera Barat. The method that is used a descriptive method, and the data collecting technique thought direct observation and interviews. The observation is applied by observing how Amananah Library of Taqwa Muhammadiyah Mosque Sumatera Barat to promoted the library. And then, by interviews, the writer giving by direct question to the staff of Amananah Library of Taqwa Muhammadiyah Mosque Sumatera Barat about the promote the library. The steps of writing the Guidbook are: first, collecting data and information by interviewing technique. The interview is applied with the staff of Amananah Library of Taqwa Muhammadiyah Mosque Sumatera Barat about the promote the library. Second, before writing the guide book, the writer makes the draft of guide book. Third, making the guide book.

Keyword: *guide book, library, promotion.*

A. Pendahuluan

Sejarah dan perkembangan perpustakaan masjid sering tidak dimunculkan dan dibahas dalam penelusuran mengenai perpustakaan di Indonesia, wacana tentang perpustakaan selalu dikaitkan dengan perpustakaan barat, teknologi, dan sebagainya. Keberadaan perpustakaan masjid merupakan salah satu sarana dan upaya untuk meningkatkan pengetahuan serta kegemaran membaca sebagai wujud mencerdaskan kehidupan bangsa. Perpustakaan memiliki peran penting

¹ Mahasiswa penulis makalah Prodi Informasi, Perpustakaan, dan Kearsipan, wisuda periode September 2017.

² Pembimbing, Dosen FBS Universitas Negeri Padang.

dalam mencerdaskan kehidupan bangsa karena perpustakaanlah yang menyediakan bahan bacaan, informasi, dan pembelajaran sepanjang hayat bagi masyarakat.

Pada tahun 2007 pemerintah mengeluarkan sebuah undang-undang yang khusus mengatur tentang perpustakaan, yaitu Undang-Undang Nomor 43 Tahun 2007. Pada pasal 22 ayat 4 dinyatakan bahwa masyarakat dapat menyelenggarakan perpustakaan umum untuk memfasilitasi terwujudnya pembelajaran sepanjang hayat. Pada pasal 48 ayat 4 juga dijelaskan bahwa pembudayaan gemar membaca pada masyarakat dilakukan melalui penyediaan sarana perpustakaan di tempat-tempat umum yang mudah dijangkau, dengan dikeluarkannya undang-undang tersebut, masyarakat diharapkan dapat berperan aktif dalam proses pembelajaran. Berdasarkan undang-undang tersebut kemudian didirikan perpustakaan masjid di berbagai wilayah dan daerah di Indonesia. Di Sumatera Barat khususnya Kota Padang juga telah banyak didirikan perpustakaan masjid, salah satunya Perpustakaan Amanah Masjid Taqwa Muhammadiyah Sumatera Barat.

Promosi perpustakaan adalah suatu kegiatan perpustakaan yang dirancang agar masyarakat mengetahui manfaat perpustakaan dan dapat meningkatkan pendayagunaan seluruh koleksi perpustakaan. Promosi perpustakaan menurut Qalyubi dkk (dalam Nashihuddin 2015:1) adalah: (1) memperkenalkan fungsi perpustakaan kepada pemakai; (2) mendorong minat baca dan masyarakat untuk menggunakan koleksi perpustakaan semaksimal mungkin; (3) memperkenalkan jasa pelayanan perpustakaan ke masyarakat; (4) memberikan kesadaran masyarakat untuk mendukung kegiatan perpustakaan; (5) memasyarakatkan program “tak kenal maka tak sayang. Menurut Mustafa (dalam Moprita 2015: 316) ada beberapa macam media promosi sebagai berikut. *Pertama*, media cetak, media cetak yaitu media statis dan mengutamakan pesan-pesan negan sejumlah kata, gambar, atau foto, baik dalam tata warna maupun hitam putih. *Kedua*, media penyelenggaraan, media penyelenggaran yaitu media efektif yang digunakan untuk menembus pembatas dan penghalang komunikasi antara perpustakaan dan penggunaannya, adapun contoh media penyelenggaraan adalah sosial media.

Perpustakaan dapat dikenal oleh masyarakat melalui promosi. Promosi yang dilakukan oleh Perpustakaan Amanah Masjid Taqwa Muhammadiyah Sumatera Barat kurang efektif, karena setiap harinya hanya beberapa orang yang berkunjung ke perpustakaan. Dengan demikian perlu adanya media agar banyak masyarakat dapat memanfaatkan layanan dan jasa yang ada di Perpustakaan Amanah Masjid Taqwa Muhammadiyah Sumatera Barat, serta cakupan promosi perpustakaan lebih luas di bandingkan hanya dengan mengumumkan kepada jamaah shalat Jumat setiap hari Jumat saja.

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (2002:898) yang dimaksud dengan promosi adalah kegiatan komunikasi untuk meningkatkan volume penjualan dan pameran, periklanan, demonstrasi, dan usaha lainnya yang bersifat persuasif.

Menurut Lasa (2009:290) “promosi adalah pertukaran informasi antara organisasi/lembaga dan konsumen dengan tujuan utama memberi informasi tentang produk barang dan jasa yang tersedia dalam organisasi dan membujuk calon konsumen untuk bereaksi terhadap produk dan jasa tersebut”.

Sedangkan menurut Kinnear dan Kenntn (dalam Aji Setyaningrum 2015:223) “mendefinisikan promosi sebagai sebuah mekanisme komunikasi pemasaran, pertukaran informasi antara pembeli dan penjual”.

Dari beberapa pengertian yang telah dijelaskan sebelumnya dapat disimpulkan bahwa promosi adalah rangkaian kegiatan pertukaran informasi antara pihak organisasi/lembaga dan masyarakat yang sifatnya membujuk agar masyarakat mengetahui produk/jasa yang ditawarkan oleh organisasi/lembaga dan juga tertarik terhadap produk/jasa tersebut.

Menurut Nelwati (2011:4) “Promosi perpustakaan merupakan rangkaian kegiatan perpustakaan yang dirancang agar masyarakat mengetahui manfaat sebuah perpustakaan melalui koleksi, fasilitas, dan produk/layanan yang disediakan”. Jadi, promosi perpustakaan merupakan suatu kegiatan perpustakaan yang dirancang agar masyarakat mengetahui manfaat perpustakaan dan dapat meningkatkan pendayagunaan seluruh koleksi perpustakaan.

Menurut Jerome dan Andrew (dalam Nelwati 2011:4) tujuan dari promosi adalah sebagai berikut. “Tujuan dari promosi adalah: (a) menarik perhatian, artinya berupaya agar produk yang ditawarkan dapat menimbulkan rasa ketertarikan pelanggan/seseorang; (b) menciptakan kesan, artinya bagaimana agar pemakai memiliki kesan terhadap produk kita; (c) membangkitkan minat, dengan tampilan yang menarik dan menimbulkan kesan yang baik maka akan dapat meningkatkan minat seseorang untuk mengetahui lebih lanjut serta mempergunakan, memanfaatkan produk yang telah ditawarkan; (d) memperoleh tanggapan, dengan promosi yang dilakukan diharapkan muncul tanggapan dalam hal ini tentunya tanggapan yang positif”.

Selain itu, promosi perpustakaan menurut Qalyubi dkk (dalam Nashihuddin 2015:1) adalah: “(1) memperkenalkan fungsi perpustakaan kepada pemakai; (2) mendorong minat baca dan masyarakat untuk menggunakan koleksi perpustakaan semaksimal mungkin; (3) memperkenalkan jasa pelayanan perpustakaan ke masyarakat; (4) memberikan kesadaran masyarakat untuk mendukung kegiatan perpustakaan; (5) memasyarakatkan program “tak kenal maka tak sayang”.

Adapun unsur-unsur promosi menurut Nelwati (2011:5) adalah sebagai berikut. “Promosi perpustakaan dapat berjalan dengan baik diperlukan beberapa unsur yang harus diperhatikan yaitu (a) Bahan pustaka merupakan unsur penting artinya koleksi apa saja yang dimiliki oleh perpustakaan sebagai bahan promosi (tercetak, elektronik, web); (b) layanan/jasa merupakan jenis layanan yang ada diberikan oleh perpustakaan; (c) petugas adalah pengelola perpustakaan yang tahu persis tentang kondisi perpustakaan secara sebagai pelaksana dalam pembuatan sarana promosi; (d) pemustaka dahulu dikenal dengan pengguna merupakan orang yang memanfaatkan perpustakaan, sebagai sasaran dari promosi; (e) Media/channel adalah saluran atau peralatan yang dipakai sebagai sarana penyampaian promosi; (f) sarana/prasaran merupakan peralatan yang tersedia dalam pelayanan perpustakaan”.

Menurut Sulistyio-Basuki (1993:286) metode promosi perpustakaan adalah sebagai berikut: (a) nama dan logo, jasa perpustakaan perlu sebuah nama khas karena nama yang mudah di ingat oleh pemakai perpustakaan; (b) poster dan *leaflet*, poster dan sebaran yang dibagikan tidak perlu canggih atau mahal, melainkan yang sederhana dan murah saja karena terbukti dengan menggunakan

sumber minimum disertai imajinasi dapat diperoleh hasil yang memuaskan; (c) pameran, merupakan sarana menyampaikan informasi pada hadirin dalam jumlah besar; (d) media dan video, media seperti pers, radio, dan televisi merupakan alat penting untuk menyebarkan informasi mengenai jasa perpustakaan. Media mampu mencapai ratusan ribu orang; (e) ceramah, merupakan cara mudah untuk mempublikasikan jasa informasi perpustakaan. Ceramah ini dapat digunakan pada berbagai kelompok masyarakat. Meskipun jumlah hadirin terbatas, kesempatan ceramah harus digunakan tidak saja untuk menceritakan jasa perpustakaan melainkan juga cara memperoleh masukan dari hadirin; (f) iklan, iklan disini bukan hanya iklan surat kabar juga melalui iklan pada tempat yang dilalui umum seperti shel ter bus, stasiun kereta api dan bis, toko swalayan dan pusat pertokoan.

Menurut Mustafa (dalam Moprita 2015: 316) ada beberapa macam media promosi sebagai berikut. *Pertama*, media cetak, media cetak yaitu media statis dan mengutamakan pesan-pesan negan sejumlah kata, gambar, atau foto, baik dalam tata warna maupun hitam putih. *Kedua*, media penyelenggaraan, media penyelenggaraan yaitu media efektif yang digunakan untuk menembus pembatas dan penghalang komunikasi antara perpustakaan dan penggunaannya, adapun contoh media penyelenggaraan adalah sosial media.

Jadi dapat disimpulkan bahwa macam-macam media promosi ada dua yaitu media cetak, dan media penyelenggaraan. Media cetak yaitu media statis dan mengutamakan pesan-pesan negan sejumlah kata, gambar, atau foto, baik dalam tata warna maupun hitam putih. Jenis-jenis media cetak antara lain yaitu: brosur, pembatas buku, newsletter, kalender. Selanjutnya media penyelenggaraan, media penyelenggaraan yaitu media efektif untuk menembus pembatas dan penghalang komunikasi antara perpustakaan dan pemustaka, salah satu jenis media penyelenggaraan adalah media sosial. Masing-masing media tersebut mempunyai kelebihan dan kekurangan dalam penyampaian informasi.

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan sebelumnya, tujuan penulisan ini adalah untuk mendeskripsikan bagaimana tahapan pembuatan buku panduan media promosi Perpustakaan Amanah Masjid Taqwa Muhammadiyah Sumatera Barat.

B. Metodologi Penelitian

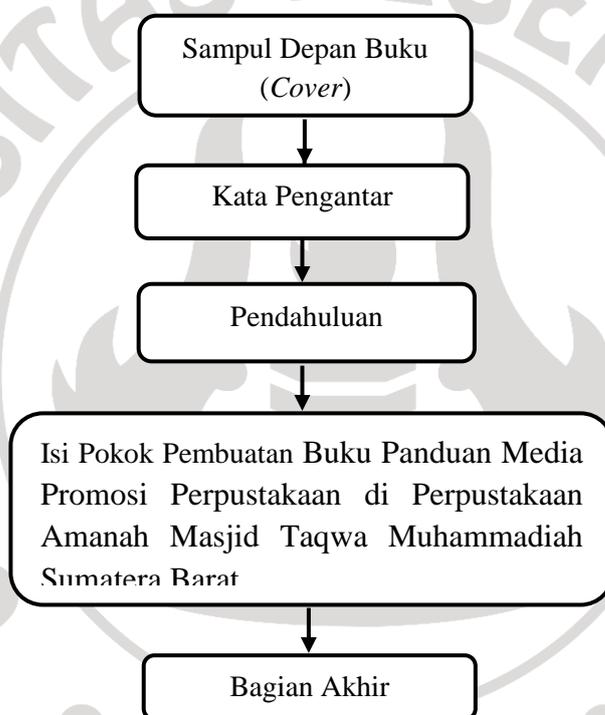
Metode penelitian yang digunakan dalam penulisan makalah tugas akhir ini adalah penelitian deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui pengamatan langsung dan wawancara serta kesepakatan yang menggunakan bahan bacaan yang dianggap penting serta mengambil intisari bacaan tersebut sesuai dengan informasi yang berkaitan dengan permasalahan yang dibahas dalam makalah ini.

Menurut Nazir (2011:54) “ tujuan dari penelitian deskriptif adalah untuk membuat deskripsi, gambaran, atau lukisan secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki.

C. Pembahasan

Langkah-Langkah Pembuatan Buku Panduan Pembuatan Media Promosi Perpustakaan di Perpustakaan Amanah Masjid Taqwa Muhammadiyah Sumatera Barat

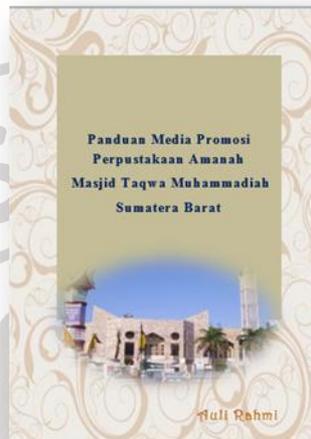
Adapun langkah-langkah dalam pembuatan buku panduan pembuatan media promosi Perpustakaan Amanah Masjid Taqwa Muhammadiyah Sumatera Barat adalah sebagai berikut. *Pertama*, pengumpulan data dan informasi yang dilakukan dengan teknik wawancara. Wawancara dilakukan dengan staf Perpustakaan Amanah Masjid Taqwa Muhammadiyah Sumatera Barat yaitu Drs. Muchtar Nurdin. *Kedua*, sebelum membuat produk penulis membuat rancangan berupa bagan dalam produk yang akan dibuat. Rancangan komponen-komponen isi produk yang akan dibuat dijelaskan dalam bentuk bagan sebagai berikut.



Gambar 1. Rancangan Isi Pembuatan Buku Panduan Media Promosi Perpustakaan di Perpustakaan Amanah Masjid Taqwa Muhammadiyah Sumatera Barat

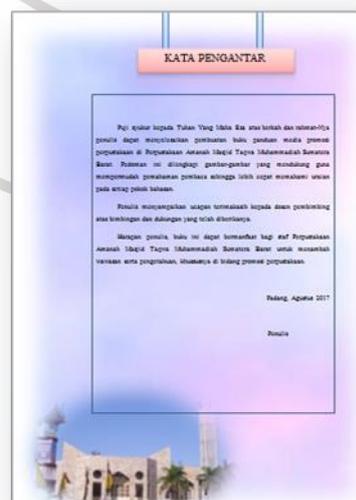
Sampul depan (*cover*), merupakan kulit keras pada bagian luar buku yang berisikan judul dari buku, dan disertai dengan beberapa gambar pendukung. Kata Pengantar, berisikan beberapa paragraf yang memuat ucapan terima kasih penulis kepada Tuhan Yang Maha Esa, kepada pihak-pihak yang telah membantu dan memberi dukungan, dasar dan tujuan pembuatan buku panduan, harapan, dan disertai dengan tempat, bulan, dan tahun buku tersebut dibuat oleh penulis. Pendahuluan, berisikan halaman judul, pendahuluan, dan daftar isi. Isi pokok buku berisi langkah-langkah dalam pembuatan mediapromosi perpustakaan. Perpustakaan, merupakan daftar buku rujukan yang digunakan dalam pembuatan buku panduan.

Ketiga, pembuatan buku panduan. Berdasarkan rancangan komponen tersebut maka langkah selanjutnya adalah proses pembuatan buku panduan media promosi perpustakaan di Perpustakaan Amanah Masjid Taqwa Muhammadiyah Sumatera Barat. Kerangka dalam pembuatan buku panduan media promosi perpustakaan di Perpustakaan Amanah Masjid Taqwa Muhammadiyah Sumatera Barat adalah sebagai berikut. *Pertama*, sampul (cover), cover merupakan identitas dari isi buku yang dapat memberikan daya tarik kepada pembaca.



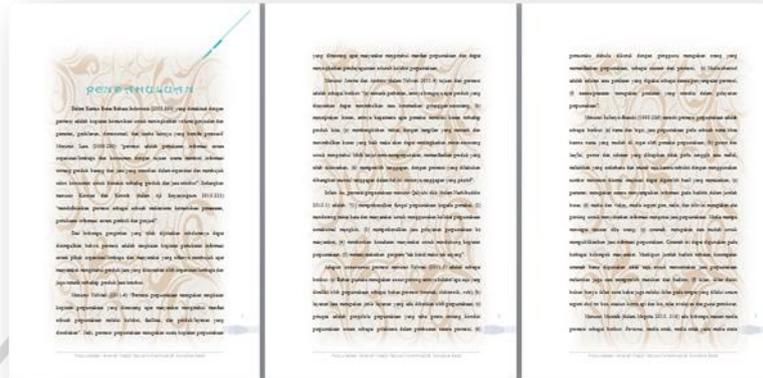
Gambar 2. Cover Pembuatan Buku Panduan Media Promosi Perpustakaan di Perpustakaan Amanah Masjid Taqwa Muhammadiyah Sumatera Barat

Kedua, kata pengantar, kata pengantar berisikan beberapa paragraf yang memuat ucapan terima kasih penulis kepada Tuhan Yang Maha Esa, kepada pihak-pihak yang telah membantu dan memberi dukungan, dasar dan tujuan pembuatan buku panduan, harapan, dan disertai dengan tempat, bulan, dan tahun buku tersebut dibuat oleh penulis.



Gambar 3. Kata Pengantar Panduan Media Promosi Perpustakaan di Perpustakaan Amanah Masjid Taqwa Muhammadiyah Sumatera Barat

Ketiga, pendahuluan. Pendahuluan biasanya berupa pendahuluan dan daftar isi. Seperti gambar berikut.

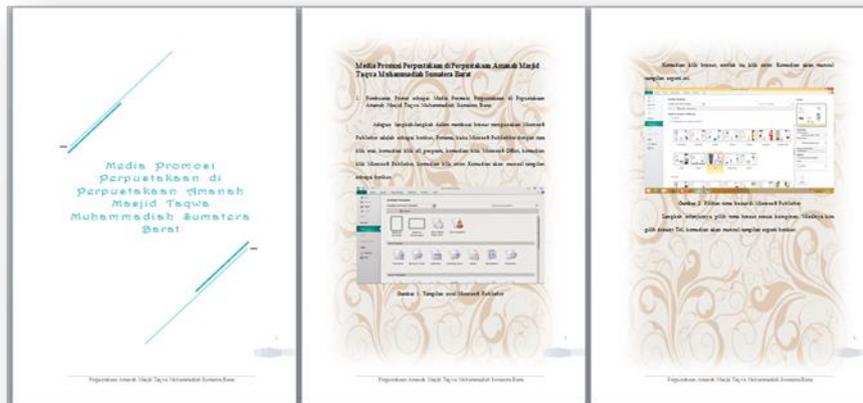


Gambar 4. Pendahuluan Panduan Media Promosi Perpustakaan Amanah Masjid Taqwa Muhammadiyah Sumatera Barat



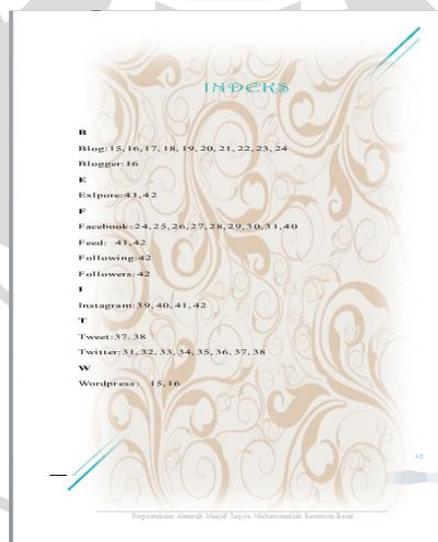
Gambar 4. Daftar Isi Panduan Media Promosi Perpustakaan Amanah Masjid Taqwa Muhammadiyah Sumatera Barat

Keempat, Isi Pokok Pembuatan Buku Panduan Media Promosi Perpustakaan di Perpustakaan Amanah Masjid Taqwa Muhammadiyah Sumatera Barat. Isi pokok buku panduan media promosi ini berisi tentang pembuatan media promosi perpustakaan di Perpustakaan Amanah Masjid Taqwa Muhammadiyah Sumatera Barat, seperti pada gambar berikut.



Gambar 5. Isi pokok Panduan Media Promosi Perpustakaan Amanah Masjid Taqwa Muhammadiyah Sumatera Barat

Kelima, bagian akhir. Biasanya bagian akhir buku berisikan tentang daftar pustaka, indeks, ataupun kepustakaan. Pada pembuatan buku panduan media promosi perpustakaan di Perpustakaan Amanah Masjid Taqwa Muhammadiyah Sumatera Barat, buku ini diakhiri dengan indeks, seperti gambar berikut.



Gambar 6. Indeks Panduan Media Promosi Perpustakaan Amanah Masjid Taqwa Muhammadiyah Sumatera Barat

D. Simpulan dan Saran

Promosi perpustakaan sangat penting bagi perpustakaan. Namun, yang terjadi di lapangan, staf Perpustakaan Amanah Masjid Taqwa Muhammadiyah Sumatera Barat belum sepenuhnya memahami cara melakukan promosi perpustakaan, sehingga dibutuhkan media yang dapat menuntun pustakawan dalam mempromosikan perpustakaan. Media tersebut adalah berupa buku panduan.

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan sebelumnya, dapat disimpulkan langkah-langkah dalam membuat buku panduan media promosi perpustakaan di Perpustakaan Amanah Masjid Taqwa Muhammadiyah Sumatera Barat adalah sebagai berikut: (1) pengumpulan data dan informasi yang dilakukan dengan teknik wawancara, (2) sebelum membuat produk penulis membuat rancangan berupa bagan dalam produk yang akan dibuat, (3) pembuatan produk.

Bagi staf Perpustakaan Amanah Masjid Taqwa Muhammadiyah Sumatera Barat agar dapat menjadikan buku panduan ini sebagai salah satu cara untuk mempromosikan Perpustakaan Amanah Masjid Taqwa Muhammadiyah Sumatera Barat.

Catatan: artikel ini disusun berdasarkan makalah tugas akhir penulis dengan pembimbing Desriyeni, S.Sos., M.I.Kom.

Daftar Rujukan

- Aji setyaningrum, D. (2015). *Prinsip-prinsip Pemasaran: Pengenalan Plus Tren Terkini Tentang Pemasaran Global, Pemasaran Jasa, Green Marketing, Entrepreneurial, Marketing dan E-Marketing*. Yogyakarta: Andi.
- Departemen Pendidikan Nasional. (2002). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Gramedia.
- Lasa. (2009). *Kamus Kepustakawan Indonesia: Kamus Lengkap Istilah-Istilah Dunia Pustaka dan Perpustakaan Yang Ditulis Lengkap Oleh Pustakawan Senior*. Yogyakarta: Pustaka Book Publisher
- Moprita, T. (2015, September). *Rancangan Media Promosi Perpustakaan di Perpustakaan Universitas Negeri Padang*. Dipetik Juni 19, 2017, dari Jurnal Ilmu Informasi Perpustakaan dan Kearsipan: <http://ejournal.unp.ac.id/index.php/iipk/article/view/6182>
- Nazir, M. (2011). *Metodologi Penelitian*. Bogor: Ghalia Indoneia.
- Nashihuddin, Wahid dan Dwi Ridho Aulianto. 2015. Strategi Peningkatan Kompetensi dan Profesionalisme Pustakawan di Perpustakaan Khusus (Strategy for Improving Competence and Professionalism of Librarian in Special Library). Diunduh 20 Juni 2017, dari Jurnal Perpustakaan Pertanian: <https://www.google.com/search?q=Nashihuddin%2C+Wahid+dan+Dwi+Ridho+Aulianto.+2015.+Strategi+Peningkatan+Kompetensi+dan+Profesionalisme+Pustakawan+di+Perpustakaan+Khusus+%28Strategy+for+Improving+Competence+and+Professionalism+of+Librarian+in+Special+Library%29.+Jurnal+Perpustakaan+Pertanian%2C+Vol.+24+No.+2+Oktober+2015%3A+51-58.&ie=utf-8&oe=utf-8&client=firefox-b>
- Sulistyo-Basuki. (1993). *Pengantar Ilmu Perpustakaan*. Jakarta: universitas Terbuka.