

Optimalisasi Komunikasi Pemasaran Sosial Perpustakaan Kabupaten Sumbawa Barat dalam Meningkatkan Minat Baca

Yusmawati¹, Restiawan Permana^{*2}, Vivie Yuniarsih³

¹Program Studi Periklanan Universitas Bina Sarana Informatika, ²Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Pakuan, ³Program Studi Magister Manajemen Inovasi Universitas Teknologi Sumbawa

E-mail: ¹yusmawati.ymw@bsi.ac.id, ^{*2}restiawan.pmn@unpak.ac.id,
³vivieyuniarsih@gmail.com

Abstrak

Perpustakaan merupakan sebuah bangunan dan ruangan yang khusus disediakan untuk menyimpan dan mengumpulkan catatan, buku dan dokumen serta sebagai sebuah ruang yang difungsikan untuk kegiatan membaca baca masyarakat. Hingga saat ini perpustakaan yang ada di Indonesia semakin maju dan bertambah bahkan memiliki jumlah yang sangat banyak. Salah satunya adalah perpustakaan daerah milik Pemerintah Kabupaten Sumbawa Barat Nusa Tenggara Barat. Kurangnya minat masyarakat untuk berkunjung dan membaca buku disebabkan beberapa kendala. Agar dapat menarik minat membaca masyarakat di Perpustakaan KSB, pustakawan perpustakaan melakukan beberapa kegiatan komunikasi pemasaran sosial. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode pengumpulan data wawancara, observasi, dan metode dokumentasi. Hasil yang didapatkan dari penelitian ini adalah strategi komunikasi pemasaran sosial yang dijalankan di Perpustakaan KSB diantaranya memanfaatkan media sosial, penggunaan media massa cetak dan elektronik, melaksanakan kegiatan inovatif dan pelayanan perpustakaan keliling. Dalam pelaksanaan komunikasi pemasaran sosial terdapat hambatan-hambatan yang dihadapi yakni ketersediaan sumber daya manusia di bidang ilmu perpustakaan masih minim, pembatasan jumlah sasaran pengunjung karena pandemi Covid 19 dan keterbatasan jangkauan mobilitas.

Kata Kunci—Strategi; Komunikasi Pemasaran Sosial; Perpustakaan

Abstract

The library is a building and room that is specifically provided for storing and collecting notes, books and documents as well as a space that is used for reading and reading activities for the community. Until now, libraries in Indonesia are increasingly advanced and even have a very large number. One of them is the regional library owned by the West Sumbawa Regency Government, West Nusa Tenggara. The lack of public interest in visiting and reading books is caused by several obstacles. In order to attract public interest in reading at the KSB Library, the library carries out several social marketing communication activities. This study uses a qualitative approach with data collection methods interview, observation, and documentation methods. The results obtained from this study are social marketing communication strategies that are implemented in the KSB Library, including utilizing social media, using print and electronic mass media, carrying out innovative activities, and mobile library services. In the implementation of social marketing communications, there are obstacles faced, namely the availability of human resources in the field of library science, the limitation of the number of target visitors due to the Covid 19 pandemic and the limited range of mobility.

Keywords—Strategy; Social Marketing Communication; Library

1. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Membaca merupakan salah satu aktivitas yang dapat dilakukan oleh masyarakat dari segala usia. Membaca buku, majalah, koran, jurnal dan media cetak lainnya memiliki manfaat diantaranya menambah pengetahuan, mempertajam daya ingat, menambah kosa kata, sebagai salah satu media hiburan dan sebagai jembatan untuk memperoleh informasi. Menurut Gillet dan Temple (1986), membaca adalah memberi arti terhadap tulisan. Membaca adalah sebuah kegiatan dengan mengartikan serta memahami setiap kata dan kalimat. Membaca tidak hanya sekedar membaca dan membunyikan huruf saja akan tetapi ada proses mengartikan serta mengetahui dengan benar dari apa yang sedang dibaca sehingga dengan kegiatan membaca seseorang dapat mendapatkan informasi, ilmu dan juga memberikan inspirasi atau memunculkan ide setelah membaca (Harras, 2014). Kegiatan membaca dapat dilakukan kapanpun dan di manapun, tergantung dari kebutuhan masing-masing orang. Banyak pilihan tempat untuk membaca, seperti di sekolah, rumah, kantor, kafe, di dalam mobil, taman baca, dan perpustakaan. Aktivitas membaca tidak hanya dapat dilakukan oleh individu yang memiliki buku saja, namun jika tidak memiliki buku yang ingin dibaca dapat meminjamnya buku di perpustakaan. Perpustakaan saat ini dapat ditemui di tiap daerah atau instansi, bentuknya pun beragam.

Perpustakaan adalah suatu tempat untuk menyimpan dan mengoleksi buku-buku dalam jumlah yang banyak, dimana buku-buku dalam perpustakaan terdiri dari beragam jenis. Menurut UU Perpustakaan pada Bab I pasal 1 menyatakan perpustakaan adalah sebuah lembaga yang bertugas untuk mengumpulkan dan mengoleksi berbagai jenis buku yang tercatat dan tertulis atau terdokumentasikan, dan juga menatanya sedemikian rupa dengan tata cara tersendiri berdasarkan aturan-aturan yang berlaku dan terkelola dengan baik sehingga bisa menjadi wadah informasi dan ilmu pengetahuan bagi masyarakat yang membutuhkan dengan tindakan saling memengaruhi dan kegiatan mentransfer wawasan (Perpustakaan BPKP, 2012). Pengertian lain dari perpustakaan adalah sebuah ruangan dan bangunan yang di dalamnya terdapat beragam jenis buku, dimana buku-buku tersebut diatur rapi dan diletakkan sesuai dengan jenisnya agar pembaca tidak kesulitan menemukan buku yang ingin dibaca (Junaeti & Arwani, 2016). Penulis memahami perpustakaan adalah satu lembaga yang mendukung pemerintah dalam mencerdaskan masyarakat dan penyambung tangan dalam menyebarkan informasi yang di dalamnya terdapat beragam koleksi bahan bacaan, yang disimpan dan tertata rapi dan diperuntukkan untuk masyarakat.

Perpustakaan dapat ditemukan disetiap negara, termasuk di wilayah-wilayah Indonesia. Perpustakaan di Indonesia usianya lebih muda daripada perpustakaan yang ada di Eropa dan Arab. Apabila dilihat dari sejarah lahirnya perpustakaan, perpustakaan diawali dengan hadirnya tulisan dalam masyarakat. Di Indonesia sendiri sejarah perpustakaan muncul sekitar tahun 400an dengan ditandai dengan penemuan tanda dari batu yang berisikan tulisan dari Pallawa dan ditemukan mulai dari Kerajaan Kutai. Sejarah lahirnya perpustakaan di berbagai wilayah Indonesia juga terdapat di Pulau Jawa, dimulai pada saat kekuasaan Kerajaan Mataram melalui pujangga keraton yang pada saat itu sudah menulis tangan di atas daun lontar mengenai karya sastra dan hanya dibaca oleh kalangan kerajaan saja. Setelah itu kegiatan serupa masih terus berlanjut dilakukan oleh raja dan sultan di semua wilayah Indonesia seperti kerajaan Demak, Banten, Mataram, Surakarta Pakualaman, Mangkunegoro, Cirebon, Melayu, Jambi, Mempawah, Makassar, Maluku, dan Sumbawa. Setelah lahirnya karya sastra di berbagai kerajaan yang ada di Indonesia, selanjutnya pada tahun 1624 berdirilah perpustakaan pertama di masa VOC (*Vereenigde Oost Indische Compagnie*), yakni Perpustakaan Gereja di Batavia (Jakarta). Sejarah perjalanan berdirinya perpustakaan hingga sampai pada tahun 1980, dimana Perpustakaan Museum Nasional dijadikan satu dengan Pusat Pembinaan Perpustakaan. Dan di

tahun 1989 terdapat perubahan kembali pada saat Pusat Pembinaan Perpustakaan bergabung dan masuk dalam bagian dari Perpustakaan Nasional Republik Indonesia (Nurlidiawati, 2014).

Mulai dari perjalanan lahirnya perpustakaan tersebut, hingga saat ini perpustakaan yang ada di Indonesia semakin maju dan bertambah bahkan memiliki jumlah yang sangat banyak. Total perpustakaan di Indonesia sampai saat ini mencapai 164.610 dari berbagai jenis perpustakaan di Indonesia (Hadinagoro, 2020). Lokasi dan jenis perpustakaan pun beragam, mulai dari perpustakaan nasional, perpustakaan umum, sekolah, perguruan tinggi hingga perpustakaan daerah. Perpustakaan diolah oleh lembaga, organisasi ataupun sebuah institusi. Buku-buku dan segala bentuk bahan bacaan yang ada di perpustakaan secara umum disediakan bagi masyarakat luas. Salah satu jenis perpustakaan yang ada di Indonesia adalah perpustakaan kota/kabupaten. Perpustakaan kabupaten adalah perpustakaan daerah yang berada di bawah pemerintah suatu daerah yang memiliki tugas dan peran sebagai perpustakaan yang dapat mencetuskan ide, perpustakaan yang dapat dijadikan referensi, sebagai perpustakaan yang menerima dan menyimpan sebuah karya yang berkaitan dengan suatu daerah ataupun hasil karya lainnya, memberikan kemudahan dalam riset dan perpustakaan yang menyimpan dan menjaga koleksi ilmu pengetahuan yang letaknya berada di sebuah kabupaten atau kota (Pattinaja dan Hermintoyo, 2017). Keberadaan perpustakaan daerah memiliki tujuan diantaranya yakni sebagai wadah yang ikut serta memajukan sebuah daerah atau kota, sebagai pendorong terciptanya budaya membaca, pendukung berkembangnya ilmu pengetahuan, sebagai sarana penyambung informasi, sarana belajar, diskusi serta ikut melestarikan kebudayaan.

Perpustakaan daerah milik Pemerintah Kabupaten Sumbawa Barat yang disingkat dengan Perpustakaan KSB merupakan salah satu perpustakaan yang dimiliki pemerintah kabupaten di wilayah Nusa Tenggara Barat. Perpustakaan KSB telah berdiri sejak 2016 dan berlokasi di lingkungan perkantoran Pusat Pemerintahan Kabupaten Sumbawa Barat. Sejak berdirinya perpustakaan ini hingga pada tahun 2018 minat masyarakat di Kabupaten Sumbawa Barat untuk berkunjung dan membaca buku masih sangat rendah. Menurut Nafisah melalui penelitiannya yang berjudul “Arti Penting Perpustakaan Bagi Upaya Peningkatan Minat Baca Masyarakat” mengatakan perpustakaan sebagai ujung tombak peningkatan minat baca. Oleh karena itu, upaya-upaya konkret yang bisa dilakukan harus secepatnya dilakukan. Perpustakaan harus secepatnya memperbaiki diri mewujudkan perpustakaan yang ideal, sehingga peran pentingnya dapat benar-benar diwujudkan. Perpustakaan bukan hanya sebagai tempat yang berisi tumpukan-tumpukan buku tetapi lebih dari itu, perpustakaan sebagai wadah sumber informasi dan sumber belajar masyarakat (Nafisah, 2014).

Menurut data yang penulis dapatkan, terdapat beberapa alasan yang membuat masyarakat di Kabupaten Sumbawa Barat kurang tertarik untuk mengunjungi perpustakaan diantaranya lokasi Perpustakaan KSB dirasa kurang strategis, tidak adanya akses angkutan umum ke arah Perpustakaan KSB, masyarakat kurang mengetahui adanya layanan dari hari Sabtu dan Minggu di Perpustakaan KSB, kegiatan yang diadakan masih kurang inovatif dan hanya bersifat layanan rutin saja, mobil perpustakaan keliling belum dapat menjangkau seluruh wilayah Kabupaten Sumbawa Barat serta sumber daya manusia (pustakawan) yang memiliki latar belakang pendidikan ilmu perpustakaan di Perpustakaan KSB masih minim. Kendala-kendala tersebut menjadi tantangan tersendiri bagi pustakawan dan para pengurus Perpustakaan KSB agar fungsi perpustakaan dapat optimal. Oleh sebab itu, diperlukan strategi komunikasi dalam mempromosikan perpustakaan agar mampu membujuk masyarakat untuk mengunjungi perpustakaan.

Strategi adalah berbagai upaya yang telah direncanakan untuk dilaksanakan dalam jangka waktu tertentu untuk mencapai suatu tujuan. Sedangkan komunikasi pemasaran yaitu salah satu cara dalam menyampaikan dan menyebarkan pesan suatu produk kepada target khalayak. Menurut Tasni, komunikasi pemasaran memiliki tujuan untuk menciptakan kegiatan pemasaran produk melalui berbagai bentuk kegiatan promosi tertentu (Tasni, 2021). Kegiatan komunikasi pemasaran tidak hanya dilakukan oleh perusahaan komersil tetapi juga diperlukan bagi suatu organisasi dan lembaga non profit atau lembaga pemerintah. Dalam hal ini konsep

yang penulis gunakan adalah komunikasi pemasaran sosial. Menurut Philip Kotler (1997) komunikasi pemasaran sosial adalah rangkaian proses untuk menyusun sebuah pola pemasaran, implementasi dari kegiatan yang telah direncanakan serta adanya kegiatan pemantauan dari kegiatan-kegiatan tersebut dengan maksud agar ide-ide kegiatan sosial dapat diterima dengan baik oleh masyarakat sasaran (Utomo, 2013).

Strategi komunikasi pemasaran sosial bukanlah hal yang mudah dalam penerapannya. Tidak hanya menyampaikan sebuah pesan akan tetapi bagaimana sebuah pesan itu dapat membujuk orang lain sehingga dapat merubah pikiran dan perilaku masyarakat. Diperlukan strategi yang tepat sesuai dengan permasalahannya, dan disesuaikan juga dengan karakteristik dari masyarakat yang menjadi sasarannya. Perlunya perencanaan yang matang, implementasi program yang konsisten, dan publikasi yang rutin akan membantu kegiatan komunikasi pemasaran sosial dapat diterima dan mendapat umpan balik yang positif.

Jika dilihat dari tahapan siklus hidup produk, Perpustakaan KSB sebagai sebuah perpustakaan yang berada pada tahap pertumbuhan (*growth*) memiliki strategi-strategi komunikasi pemasaran sosial yang dilakukan sehingga dapat menarik minat baca dan data pengunjung perpustakaan Perpustakaan KSB. Oleh sebab itu penelitian ini juga melihat seberapa besar keberhasilan Perpustakaan KSB dalam meningkatkan minat baca masyarakat Kabupaten Sumbawa Barat.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah :

1. Bagaimana strategi komunikasi pemasaran sosial Perpustakaan Kabupaten Sumbawa Barat untuk menarik minat baca masyarakat?
2. Apa saja hambatan komunikasi pemasaran sosial Perpustakaan Kabupaten Sumbawa Barat untuk menarik minat baca masyarakat?
3. Bagaimana keberhasilan komunikasi pemasaran sosial Perpustakaan Kabupaten Sumbawa Barat untuk menarik minat baca masyarakat?

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui apa saja strategi komunikasi pemasaran sosial yang dilakukan oleh Perpustakaan Kabupaten Sumbawa Barat untuk menarik minat baca masyarakat.
2. Untuk mengetahui apa saja hambatan yang ditemui oleh perpustakaan daerah Kabupaten Sumbawa Barat untuk menarik minat baca masyarakat.
3. Untuk mengetahui keberhasilan strategi komunikasi pemasaran sosial yang dilakukan dari oleh perpustakaan daerah Kabupaten Sumbawa Barat untuk menarik minat baca masyarakat.

1.4. Literature Review

Di bawah ini adalah beberapa penelitian yang relevan tentang komunikasi pemasaran pada perpustakaan:

1. Penelitian tentang perpustakaan yang dilakukan oleh Lailatul Rahmi dan Marlina menunjukkan bahwa strategi promosi pustakawan pada Perpustakaan Balai Bahasa Padang ada empat, yaitu komunikasi langsung dengan petugas perpustakaan berupa pameran, membuat kerja sama dengan pihak lain, membuat media promosi berupa brosur, dan menyusun rencana kerja (Rahmi dan Marlina, 2012). [12]
2. Berikutnya adalah penelitian tentang optimalisasi penggunaan media sosial untuk perpustakaan". Menurut Kurniasih penggunaan media sosial oleh perpustakaan harus

- direncanakan sebaik mungkin. Agar optimal, perpustakaan perlu memahami jenis dan karakteristik dari masing-masing media sosial. Pemahaman terhadap jenis dan karakteristik media sosial ini akan berdampak pada perpustakaan mampu menyajikan jenis konten yang dapat dibagikan sesuai *platform* media sosial yang dipilih. Perpustakaan dapat memilih satu atau beberapa jenis media sosial. Pemilihan jenis media sosial ini didasari kepada kebutuhan perpustakaan dan analisa jenis media sosial yang banyak dipergunakan oleh target pemustakanya (Kurniasih, 2016). [5]
3. Penelitian lain yang relevan adalah mengenai komunikasi pemasaran sosial khususnya di perpustakaan dilakukan oleh Fatimah Zahro dengan judul “Komunikasi Pemasaran Perpustakaan Studi Perbandingan Dinas Perpustakaan Kearsipan Jogja dan Balai Layanan Perpustakaan BPAD DIY” pada tahun 2018. Hasil dari penelitian tersebut menyebutkan bahwa Dinas Perpustakaan Kearsipan Jogja melakukan beberapa kegiatan komunikasi pemasaran seperti mengopimalkan publikasi kemudian mengelola data informasi berbasis media sosial. Sehingga strategi komunikasi pemasaran yang digunakan oleh perpustakaan kota bisa menjadikan perpustakaan lebih dikenal luas oleh masyarakat. Sedangkan Balai Layanan Perpustakaan BPAD DIY melakukan komunikasi pemasaran meliputi promosi dan publikasi (Zahroh, 2018). [17]
 4. Selanjutnya, penelitian tentang bagaimana meningkatkan minat baca dilakukan oleh Mansyur. Ia berpendapat Gempusta atau Gerakan Gemar ke Perpustakaan merupakan gerakan penyadaran bersama yang mengajak masyarakat, terutama para peserta didik dan guru atau dosen agar rajin ke perpustakaan dan mengkolaborasi proses pembelajaran dengan kegiatan-kegiatan literasi. Melalui Gempusta, peserta didik diberikan edukasi dan pembiasaan untuk menjadikan perpustakaan sebagai sumber belajar yang penting dalam mendukung proses pembelajaran. Diharapkan perpustakaan dapat menjadi pusat pengembangan minat baca dan kebiasaan membaca bagi masyarakat secara luas (Mansyur, 2019). [6]
 5. Dewi dan Rustiarini dalam penelitiannya menyebutkan bahwa strategi perpustakaan untuk meningkatkan literasi membacamasyarakat desa adalah dengan melakukan kegiatan penataan perpustakaan desa sesuai dengan rencana dan target yang ditetapkan, seperti memperbanyak koleksi buku, melakukan inventarisasi, klasifikasi, dan administrasi perpustakaan (Dewi, dan Rustiarini, 2021). [1]

Pada penelitian ini berfokus pada strategi-strategi komunikasi pemasaran sosial Perpustakaan KSB dalam meningkatkan minat baca masyarakat di Kabupaten Sumbawa Barat yang lebih lengkap dan rinci, karena penelitian-penelitian sebelumnya hanya membahas strategi secara terbatas yaitu fokusnya per kegiatan saja. Dengan strategi yang bervariasi diharapkan dapat menambah minat masyarakat saat membacanya.

2. METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini penulis menggunakan pendekatan kualitatif yakni dimana penulis memperoleh data dan informasi dengan cara mengumpulkan semua data dan hasil yang diteliti berupa kata-kata atau lisan yang relevan dari sumber yang kredibel, data-data berupa gambar mati (foto) dan hidup (video) sehingga penulis memperoleh gambaran mengenai topik yang diangkat.

Analisa data yang dilakukan adalah dengan melakukan reduksi data, yakni memilah data-data yang telah diperoleh kemudian data-data yang tersebut dikelompokkan berdasarkan pokok permasalahan, selanjutnya data-data tersebut disajikan secara sistematis dan deskriptif sehingga mudah dipahami.

Data didapatkan melalui wawancara dengan informan yaitu Ibu Allein Erida Daeng Iji, S.Psi, M.Si atau biasa disapa Bu Iji, selaku kepala Sub Koordinator Pelayanan Perpustakaan (Pustakawan Ahli Muda) di Dinas Kearsipan dan Perpustakaan Kab. Sumbawa Barat. Wawancara dilakukan untuk memperoleh data-data mengenai profil Perpustakaan KSB, masalah

yang dihadapi, data pengujung, strategi komunikasi pemasaran sosial yang digunakan, serta hambatan-hambatan dalam melaksanakan komunikasi pemasaran sosial. Selain dengan metode wawancara, informasi dan data juga didapatkan melalui metode observasi dan dokumentasi dimana penulis membaca dan memperoleh data dari buku, jurnal dan dari *website*.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. *Profil Perpusda Kabupaten Sumbawa Barat*

Perpusda Kabupateh Sumbawa Barat dibentuk berdasarkan Peraturan Daerah Kabupaten Sumbawa Barat Nomor 11 Tahun 2016 Tentang Pembentukan dan Susunan Perangkat Daerah Kabupaten Sumbawa Barat, Dinas Kearsipan dan Perpustakaan Kabupaten Sumbawa Barat. Dengan rincian pekerjaan diatur dalam Peraturan Bupati Sumbawa Barat Nomor 30 Tahun 2017 tentang Rincian Tugas, Fungsi dan Tata Kerja Dinas Kearsipan dan Perpustakaan Kabupaten Sumbawa Barat.

Visi: Memperhatikan isu strategis dan mempertimbangkan arahan pembangunan tersebut di atas, maka untuk 6 (enam) tahun ke depan Pemerintah Kabupaten Sumbawa Barat menetapkan visi sebagai berikut: “TERWUJUDNYA KSB BAIK BERLANDASKAN GOTONG ROYONG”. Makna yang terkandung dalam visi tersebut dapat dijabarkan sebagai berikut:

- a. KSB Baik adalah suatu daerah yang mengumpulkan kebaikan alam dan kebaikan prilaku penduduknya yang selaras antara pembangunan dunia dan akheratnya serta terjalinnya hubungan yang harmonis antara pemimpin dan masyarakatnya dengan saling menasehati dalam kebenaran dan kesabaran.
- b. Gotong royong yang dalam bahasa tau tana samawa “basiru” merupakan kearifan lokal sebagai modal sosial yang telah mengakar dan terus berkembang dalam menghadapi tantangan dan menyelesaikan permasalahan di tengah kehidupan bermasyarakat. Budaya gotong royong adalah instrumen yang sangat kuat untuk memobilisasi seluruh sumberdaya yang dimiliki Kabupaten Sumbawa Barat. Semangat kolektivitas inilah yang menjadi piranti dalam menyelesaikan seluruh permasalahan dan menggerakkan partisipasi untuk mewujudkan cita-cita Ber-Sumbawa Barat. Tanpa semangat gotong-royong, segala ide, nilai, dan pelaksanaan pembangunan tidak akan mampu ditransformasikan menjadi bentuk yang nyata.

Misi: Pokok-pokok VISI di atas akan dijabarkan ke dalam 6 (enam) MISI sebagai berikut:

- a. KSB BAIK dalam akhlak dan daya saing sumberdaya manusia. Misi ini diarahkan untuk meningkatkan kualitas sumberdaya manusia daerah baik dari pengetahuan dan kesehatannya, maupun prilakunya. Sehingga manusia Sumbawa 170 Barat yang baik tidak saja dilihat dari sisi tingkat pendidikannya ataupun tingkat kesehatan, tetapi juga prilaku kesehariannya mencerminkan akhlak yang baik.
- b. KSB BAIK dalam kemandirian sosial masyarakat. Misi ini diarahkan untuk meningkatkan jaminan dan perlindungan sosial masyarakat dalam mempercepat penanggulangan kemiskinan di Kabupaten Sumbawa Barat.
- c. KSB BAIK dalam penyelenggaraan pemerintahan dan pelayanan publik. Misi ini diarahkan untuk meningkatkan penyelenggaraan pemerintahan daerah yang akuntabel, bebas korupsi kolusi dan nepotisme serta meningkatkan kualitas pelayanan publik yang transparan dan terintegrasi.
- d. KSB BAIK dalam kemandirian pangan. Misi ini diarahkan untuk meningkatkan ketersediaan, distribusi dan keamanan pangan pokok masyarakat serta pengolahannya di dalam daerah Kabupaten Sumbawa Barat.

- e. KSB BAIK dalam kemandirian ekonomi. Misi ini diarahkan untuk meningkatkan aktivitas ekonomi di dalam wilayah Kabupaten Sumbawa Barat melalui peningkatan sektor-sektor unggulan daerah.
- f. KSB BAIK dalam kemantapan infrastruktur dan pengelolaan lingkungan hidup. Misi ini diarahkan untuk meningkatkan kemantapan infrastruktur daerah untuk mendukung semua sektor ekonomi dan sosial masyarakat Sumbawa Barat. Misi ini juga diarahkan untuk meningkatkan pengelolaan lingkungan hidup di Kabupaten Sumbawa Barat melalui penataan lingkungan baik dalam kewenangan daerah maupun di luar kewenangan daerah melakukan koordinasi intensif dengan Pemerintah Provinsi dan Pemerintah Pusat.

Perpusda KSB dikepalai oleh Kepala Dinas, jajaran di bawahnya dibantu oleh pejabat fungsional di sekretariat, Bidang Pengelolaan dan Pengembangan Kearsipan, serta Bidang Pengembangan Perpustakaan. Jumlah koleksi buku sampai tahun 2021 adalah sejumlah 8.167 judul, 13.609 eksemplar. Perpustakaan KSB ini beralamat di Komplek Kemutar Telu Center Jl. Bung Hatta Kelurahan Kuang, Kecamatan Taliwang, Kabupaten Sumbawa Barat, Provinsi Nusa Tenggara Barat.

3.2. *Strategi Komunikasi Pemasaran Sosial Perpustakaan KSB*

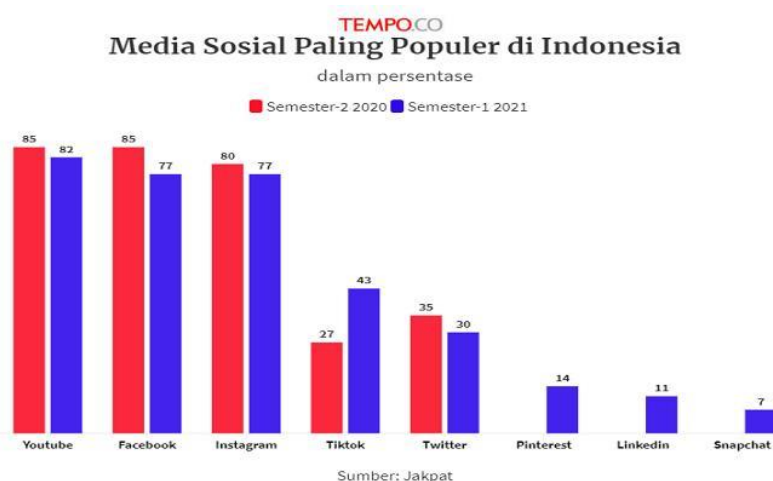
Agar dapat menarik minat pengunjung dan meningkatkan minat baca masyarakat di wilayah Kabupaten Sumbawa Barat, pihak Perpustakaan KSB memiliki beberapa strategi yang dilakukan. Berdasarkan data-data yang penulis dapatkan melalui wawancara dan studi dokumentasi, terdapat strategi yang dilakukan yakni:

3.2.1. *Memanfaatkan Media Sosial*

Pemilihan media komunikasi yang tepat menjadi salah satu strategi komunikasi pemasaran Perpustakaan KSB, karena media komunikasi merupakan alat yang digunakan oleh perusahaan atau sebuah lembaga untuk menyampaikan informasi serta gagasannya kepada khalayak sasaran. Pemilihan media komunikasi dipengaruhi oleh beberapa hal diantaranya harus disesuaikan dengan siapa yang menjadi target sasaran dan juga *media habit* dari target sasaran agar pesannya dapat diterima tepat oleh komunikan.

Perpustakaan KSB memanfaatkan peluang media sosial sebagai salah satu medium yang digunakan dalam menginformasikan dan mempromosikan segala kegiatan yang dilakukan. Media sosial adalah salah satu media komunikasi yang menggunakan jaringan internet dalam penggunaannya, di media sosial masyarakat dapat melakukan interaksi, berkomunikasi dengan bertukar dan mengirim pesan satu dengan lainnya. Hal ini senada dengan apa yang dikatakan Kurniasih dalam penelitiannya yang berjudul "Optimalisasi Penggunaan Media Sosial untuk Perpustakaan". Menurutnya, penggunaan media sosial oleh perpustakaan harus direncanakan sebaik mungkin. Agar optimal, perpustakaan perlu memahami jenis dan karakteristik dari masing-masing media sosial. Pemahaman terhadap jenis dan karakteristik media sosial ini akan berdampak pada perpustakaan mampu menyajikan jenis konten yang dapat dibagikan sesuai *platform* media sosial yang dipilih. Perpustakaan dapat memilih satu atau beberapa jenis media sosial. Pemilihan jenis media sosial ini didasari kepada kebutuhan perpustakaan dan analisa jenis media sosial yang banyak dipergunakan oleh target pemustaka (Kurniasih, 2016).

Di bawah ini adalah sebaran jumlah pengguna media sosial di Indonesia tahun 2020 dan 2021.



Gambar 1. Jumlah Pengguna Media Sosial Paling Populer di Indonesia

Sumber: <https://data.tempo.co/data/1202/survei-jakpat>

Menurut data dari Data Reportal menunjukkan bahwa jumlah pengguna media sosial Indonesia mencapai 191,4 juta pada Januari 2022. Angka ini meningkat 21 juta atau 12,6 persen dari tahun 2021. Angka ini setara dengan 68,9 persen dari total populasi di Indonesia. Sebagai perbandingan, jumlah penduduk di Indonesia kini mencapai 277,7 juta hingga Januari 2022 (Jemadu dan Prastya, 2022). Tingginya pengguna media sosial karena medium ini dapat dimanfaatkan dengan baik sebagai salah satu saluran komunikasi pemasaran dalam mempersuasi masyarakat. Masyarakat di berbagai daerah di Indonesia dengan beragam usia, status sosial, pendidikan dan pekerjaan sudah akrab dalam kesehariannya untuk menggunakan media sosial, sehingga pemilihan media sosial dapat membuka peluang sebuah pesan yang disampaikan dapat sampai kepada khalayak sasarannya. Perpustakaan KSB memiliki dua media sosial yakni Facebook dengan nama akun Perpustakaan Kabupaten Sumbawa Barat dan Instagram dengan nama akun @perpusdita. Menurut Jemadu dan Prstya, riset menunjukkan jika jumlah pengguna Facebook di Indonesia mencapai 129,9 juta pada awal 2022, menduduki urutan kedua media sosial terbanyak digunakan setelah Youtube. Disusul Instagram menduduki urutan ketiga setelah Facebook, dengan jumlah pengguna Instagram di Indonesia mencapai 99,15 juta orang atau setara 35,7 persen dari total populasi (Jemadu dan Prastya, 2022).

Berdasarkan wawancara dengan informan, Perpustakaan KSB lebih aktif membagikan informasi di media sosial Facebook dibandingkan di media sosial Instagram. Karena jika dilihat dari tingkat penggunaan media sosial masyarakat di Kabupaten Sumbawa Barat (KSB), masyarakat KSB lebih banyak dan lebih aktif menggunakan media sosial Facebook dibandingkan dengan Instagram. Penulis memahami bahwa Perpustakaan KSB lebih mengoptimalkan Facebook agar informasinya dapat tersampaikan dengan cepat dan efektif. Selain itu interaksi serta respon yang diberikan oleh masyarakat KSB juga lebih banyak dan aktif di Facebook. Menurut Bu Iji, dalam satu bulan selalu ada postingan foto dan video di Facebook tentang kegiatan perpustakaan baik kegiatan di dalam maupun kegiatan di luar perpustakaan seperti kegiatan perpustakaan keliling serta kegiatan yang dilakukan oleh perpustakaan-perpustakaan binaan Perpustakaan KSB. Di laman Facebook Perpustakaan KSB juga berisi informasi kegiatan yang akan dilakukan sehingga masyarakat mengetahui agenda kegiatan yang akan dilaksanakan. Selain itu, media sosial Facebook juga dimanfaatkan sebagai tempat melakukan pendaftaran calon peserta dari setiap kegiatan yang akan dilakukan. Penulis memahami, sikap responsif dan interaktif yang terjalin di media sosial menjadi salah satu pendukung strategi komunikasi pemasaran sosial dari Perpustakaan KSB.

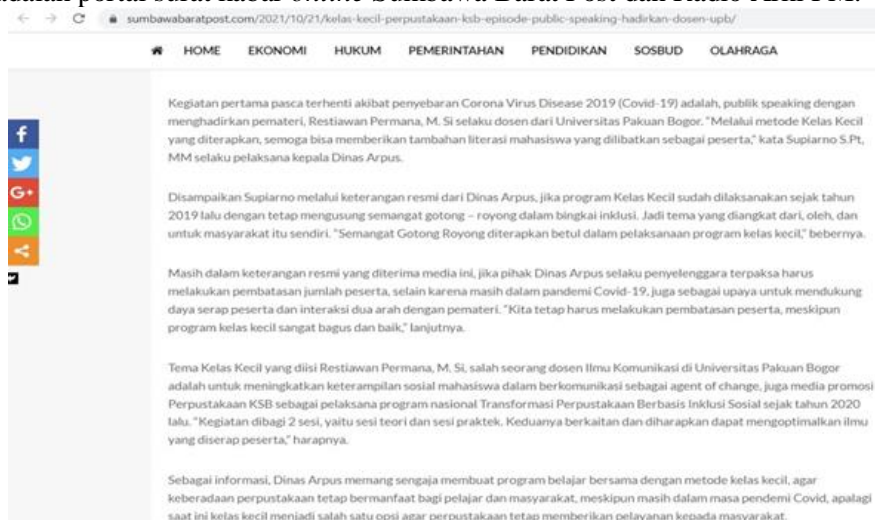


Gambar 2. Tampilan Beranda Laman Facebook Perpustakaan KSB
Sumber: Facebook

Menurut pengamatan penulis, unggahan foto dan video di laman Facebook Perpustakaan KSB memiliki kualitas visual yang bagus ditambah lagi dengan penggunaan *caption* yang menarik dan informatif sehingga menjadi daya tarik masyarakat untuk berkunjung maupun mengikuti kegiatan yang dilaksanakan oleh Perpustakaan KSB.

3.2.2. Penggunaan Media Massa Cetak dan Elektronik

Selain mengoptimalkan pemanfaatan media sosial, Perpustakaan KSB juga memanfaatkan media massa cetak dan elektronik untuk memuat berita dan informasi mengenai Perpustakaan KSB. Media massa merupakan saluran atau sarana yang dipakai untuk menyebarkan informasi kepada khalayak luas, dimana media massa dapat berisi berita, editorial, opini, dan tulisan yang berbentuk *features*. Menurut informan, media massa cetak yang digunakan oleh Perpustakaan KSB berupa surat kabar lokal yaitu Sumbawa Barat Post. Menurut pemahaman penulis, meskipun pembaca surat kabar semakin berkurang, hal ini tidak berarti bahwa media massa cetak ditinggalkan begitu saja, media massa cetak atau surat kabar masih menempati posisi tersendiri dalam masyarakat. Di wilayah KSB sendiri, media cetak khususnya surat kabar masih dapat ditemukan dan masih banyak dibaca, terutama bagi masyarakat yang tidak menggunakan media sosial. Sedangkan untuk media massa elektronik yang digunakan oleh Perpustakaan KSB menurut informan adalah portal surat kabar *online* Sumbawa Barat Post dan Radio Arki FM.



Gambar 3. Tampilan Beranda Sumbawa Barat Post
Sumber: <https://www.sumbawabaratpost.com/2021/10/21/>

Pemanfaatan media massa ini dilakukan untuk memperluas penyebaran informasi dari perpustakaan KSB kepada masyarakat, informasi yang berkaitan dengan kegiatan-kegiatan inovatif yang dilakukan oleh Perpustakaan KSB, serta berita mengenai rencana program yang akan dilaksanakan oleh Perpustakaan KSB. Selain sebagai medium pengirim informasi, strategi pemanfaatan media massa ini dilakukan untuk mendukung pembentukan citra positif lembaga dari informasi-informasi yang disampaikan. Citra merupakan persepsi yang muncul di benak khalayak dan dipahami oleh khalayak terkait sebuah perusahaan dan lembaga mengenai kualitas yang berkaitan dengan perusahaan atau lembaga. Menurut Kotler citra perusahaan merupakan sesuatu yang dibayangkan dan persepsi oleh masyarakat mengenai apa yang ada dalam sebuah lembaga atau instansi (Kotler, 2007). *Image* yang baik dan positif ini diperlukan oleh lembaga atau instansi karena menurut Rhenald Kasali citra yang baik dan positif akan menjadi alat dalam membantu melanjutkan kehidupan sebuah bisnis ataupun instansi sehingga dapat terus maju, berkembang dan tetap ada di tengah-tengah persaingan yang mana semua elemen sumber daya manusianya bisa secara konsisten menghasilkan dan menyebarluaskan segala inovasi yang dimiliki sehingga dapat berguna bagi banyak orang (Kasali, 2005).

Penulis menilai publikasi melalui media massa cetak dan elektronik yang dilakukan oleh Perpustakaan KSB ini menjadi salah satu strategi persuasi dalam komunikasi pemasaran dimana publikasi yang intens melalui media massa akan membantu meningkatkan kesadaran masyarakat dan memupuk citra positif hingga muncul keinginan dari masyarakat untuk datang dan membaca buku serta koleksi-koleksi lainnya di Perpustakaan KSB.

3.2.3. *Pelaksanaan Kegiatan Inovatif*

Strategi komunikasi pemasaran sosial berikutnya adalah Perpustakaan KSB melahirkan kegiatan-kegiatan yang inovatif. Jika selama ini perpustakaan dikenal hanya sebagai wadah membaca berbagai macam buku, lain halnya dengan yang dilakukan oleh Perpustakaan KSB. Menurut informan Bu Iji, di Perpustakaan KSB tidak hanya kegiatan membaca yang dapat dilakukan tetapi ada beberapa kegiatan inovatif lainnya yang diselenggarakan untuk masyarakat dengan segala usia sebagai wujud kepedulian, tanggung jawab, dan untuk meningkatkan minat baca masyarakat di KSB. Hal ini dilakukan untuk merubah *mindset* masyarakat bahwa Perpustakaan KSB terbuka untuk semua masyarakat, dan masyarakat dapat ikut serta dalam berbagai kegiatan yang menunjang pengetahuan dan keterampilan masyarakat KSB secara umum. Hal ini selaras dengan visi dan misi Perpustakaan KSB, yakni terwujudnya KSB baik berlandaskan gotong royong dan KSB baik dalam akhlak dan daya saing sumberdaya manusia. Misi ini ditujukan untuk meningkatkan kualitas sumberdaya manusia daerah baik dari pengetahuan dan kesehatannya, maupun perilakunya.

Berdasarkan wawancara dengan informan, terdapat beberapa kegiatan-kegiatan inovatif yang digagas oleh Perpustakaan KSB diantaranya adalah Kelas Kecil; Klub Baca; dan Cerita Edisi Perempuan, Edisi Remaja, Edisi Anak-anak; Kelompok Belajar; dan Kelompok TPA. Kegiatan Kelas Kecil merupakan salah satu layanan dan kegiatan yang dilakukan sebagai wadah belajar bersama masyarakat di segala bidang sehingga Perpustakaan KSB dapat memberikan manfaat bagi masyarakat. Kegiatan kelas kecil dilakukan di Perpustakaan KSB sebulan sekali atau sesuai permintaan relawan (sebutan bagi narasumber pada kegiatan Kelas Kecil). Hal ini seperti yang pernah juga dilakukan di Perpustakaan Daerah Kabupaten Barru dalam meningkatkan minat baca masyarakat, yaitu menyelenggarakan pameran perpustakaan, sosialisasi perpustakaan, perpustakaan keliling, pemasangan baliho, pembagian buku gratis, lomba bercerita antar sekolah, lomba perpustakaan antar sekolah dan membentuk taman baca di setiap desa yang ada di Kabupaten Barru (Rauf, 2016).

Perpustakaan KSB membuat program belajar bersama dengan metode kelas kecil, agar keberadaan perpustakaan tetap bermanfaat bagi pelajar dan masyarakat, meskipun masih dalam masa pandemi Covid, apalagi saat ini kelas kecil menjadi salah satu opsi agar perpustakaan tetap memberikan pelayanan kepada masyarakat (Sumbawa Besar Post, 2021). Kelas Kecil

terbuka bagi masyarakat umum dan tidak berbayar. Sasaran pesertanya beragam, mulai dari usia anak-anak, remaja dan dewasa. Peserta berasal dari latar belakang pendidikan dan pekerjaan yang beragam. Tema yang diangkatpun beragam, mulai dari tema psikologi, kesehatan gigi, meracik kopi, pelatihan keterampilan seperti memasak dan menjahit, tema gama hingga tema di bidang komunikasi juga pernah diangkat. Kelas Kecil diisi oleh narasumber atau relawan dari berbagai profesi seperti dokter, psikolog, dosen, barista, dan lainnya disesuaikan dengan temanya. Pada kegiatan Kelas Kecil ini, peserta mendapatkan ilmu dan wawasan dari para narasumber yang berkompeten di bidangnya serta dapat melakukan diskusi langsung dengan narasumber.



Gambar 4. E-Flyer Kelas Kecil di Perpustakaan KSB

Sumber: Dokumentasi Perpustakaan KSB

Kegiatan inovatif berikutnya adalah Klub Bacadan Cerita yang dilakukan sebagai upaya meningkatkan minat baca masyarakat. Klub Baca dan Cerita dilakukan sebulan sekali secara bergiliran, dimana peserta yang ikut di kegiatan ini membawa buku bacaannya sendiri atau bisa meminjam buku yang ada di Perpustakaan KSB. Klub Baca dan Cerita Edisi Perempuan bertujuan sebagai ruang rekreasi dan relaksasi serta meningkatkan kemampuan *story telling* kaum perempuan. Hal ini dapat diartikan bahwa Perpustakaan KSB memiliki kepedulian dalam memajukan dan mencerdaskan kaum perempuan, dan *story telling* juga bermanfaat bagi orang tua dalam menstimulus kecerdasan anak usia dini, seperti kecerdasan bahasa, kreatifitas serta meningkatkan minat baca anak. Kegiatan Klub Baca dan Cerita Edisi Perempuan dilakukan di tempat kuliner secara bergiliran dengan tujuan mendukung UMKM.

Kegiatan Klub Baca dan Cerita juga ada untuk edisi remaja yang bertujuan sebagai wadah sosialisasi remaja, melatih remaja untuk menyuarakan pendapat di depan publik, wadah toleransi dan meningkatkan minat baca untuk remaja, karena remaja yang merupakan generasi Z ini tumbuh dalam perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang maju sehingga tidak dapat dipungkiri jika generasi Z ini merupakan generasi yang tingkat penggunaan internetnya tinggi jika dibanding generasi lainnya. Sehingga sifat sosialisasi dan budaya membaca bukunya masih rendah. Selanjutnya kegiatan Klub Baca dan Cerita diselenggarakan juga untuk edisi anak

bertujuan untuk meminimalisir buta aksara, meningkatkan rasa percaya diri anak, meningkatkan minat diksusi anak dan menjadi wadah untuk bersosialisasi dan berinteraksi dengan teman sebaya yang berasal dari sekolah yang berbeda.



Gambar 5. Klub Baca di Perpustakaan KSB

Sumber: Dokumentasi Perpustakaan KSB

Kegiatan inovatif lainnya menurut Bu Iji selaku informan dalam penelitian ini adalah Kelompok Belajar, dan Kelompok TPA. Selain sebagai tempat untuk membaca buku, Perpustakaan KSB juga menyediakan tempat bagi anak-anak usia Sekolah Dasar dan sederajat untuk melakukan kegiatan kelompok belajar dan kelompok TPA sebagai bentuk dukungan akan kegiatan positif dalam meningkatkan minat belajar serta membaca dikalangan anak usia sekolah. Kegiatan ini dilaksanakan dua kali dalam seminggu, yaitu setiap hari Senin sampai dengan Kamis bekerjasama dengan pihak dari luar perpustakaan. sehingga mendapat antusiasme yang tinggi dari masyarakat KSB, dapat dilihat dari peserta yang ikut disetiap kegiatan memenuhi hingga melebihi kuota yang disediakan. Kegiatan-kegiatan tersebut dilakukan sebagai wujud bahwa Perpustakaan KSB memahami apa yang dibutuhkan dan diinginkan oleh masyarakat, dan Perpustakaan KSB hadir sebagai sebuah wadah yang dapat merangkul segala kalangan. Hal ini penting dilakukan oleh suatu instansi pemerintah sehingga usaha dalam mengkomunikasikan visi dan misinya, mengingatkan masyarakat dan membujuk masyarakat untuk ke arah lebih baik melalui kegiatan membaca dapat terlaksanakan. Akan tetapi saat ini beberapa kegiatan inovatif tersebut terhenti sementara dikarenakan beberapa penyebab, diantaranya adalah pergantian pimpinan, anak-anak dan remaja yang menjadi target sasaran kegiatan sudah kembali bersekolah tatap muka di sekolah masing-masing pasca pandemi Covid 19.

3.2.4. *Pelayanan Perpustakaan Keliling*

Pelayanan perpustakaan keliling merupakan bagian dari layanan dari sebuah perpustakaan dimana petugas perpustakaan menggunakan kendaraan untuk membawa beragam buku bacaan dengan mendatangi pembaca. Menurut informan, pelayanan perpustakaan keliling Perpustakaan KSB dilakukan secara teratur tiga hari setiap minggu, yakni Senin hingga Rabu di 8 kecamatan yang ada di KSB secara bergiliran. Pelayanan perpustakaan keliling juga dilakukan jika ada undangan seperti yang pernah dilakukan oleh Perpustakaan KSB bekerjasama dengan kepolisian daerah Sumbawa Barat melakukan kegiatan menonton bersama dibarengi dengan layanan membaca di tempat. Kegiatan perpustakaan keliling ini juga pernah bekerjasama dengan Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil KSB saat pembuatan Kartu Identitas Anak.



Gambar 6. Foto Kegiatan Perpustakaan Keliling Oleh Perpusda KSB
Sumber: Dokumentasi Perpusda KSB

Pelayanan perpustakaan keliling bertujuan untuk menjangkau masyarakat terutama yang sulit terjangkau oleh perpustakaan, meningkatkan minat baca, menumbuhkan rasa kecintaan terhadap buku, meratakan penyebaran informasi di masyarakat serta mendukung pendidikan masyarakat di KSB. Pelayanan perpustakaan keliling oleh Perpusda KSB mendapat sambutan baik dan diminati terutama oleh anak-anak sekolah. Kegiatan perpustakaan keliling ini cukup berhasil dan meningkatkan jumlah pengunjung. Dari data pengunjung, di tahun 2017 dan 2018 jumlah pengunjung perpusda KSB rata-rata sekitar 2.500 pengunjung pertahun, namun pada tahun 2019 jumlah pengunjung naik dua kali lipat dibandingkan dua tahun sebelumnya menjadi sekitar 4000 pengunjung per tahun.

3.3. Hambatan Komunikasi Pemasaran

Kegiatan komunikasi yang dilakukan biasanya mengalami hambatan-hambatan, baik dari faktor internal dan eksternal. Hambatan juga diamali oleh pihak Perpusda KSB dalam menjalankan strategi komunikasi pemasaran sosial. Berdasarkan wawancara dengan informan, terdapat hambatan-hambatan yakni:

3.3.1. Ketersediaan Sumber Daya Manusia

Hambatan yang pertama adalah ketersediaan sumber daya manusia (SDM) yang dimiliki oleh Perpusda KSB. Sumber daya manusia merupakan faktor penting bagi perusahaan dan lembaga pemerintah yang berfungsi dalam menyukseskan dan mendukung keberlangsungan program dan segala kegiatan di dalamnya dalam mencapai tujuan dari suatu lembaga. SDM yang berkualitas sangat diperlukan agar dapat menciptakan ide-ide baru yang inovatif, mampu bersaing, memiliki komitmen dan integrasi tinggi terhadap lembaga. Perpusda KSB memiliki keterbatasan SDM yang berpendidikan di bidang ilmu perpustakaan. Pentingnya kehadiran SDM yang relevan berpengaruh pada cara mengelola perpustakaan dengan benar, penyampaian informasi, menguasai cara pengorganisasian dan pendayagunaan koleksi di perpustakaan.

3.3.2. Pembatasan Jumlah Sasaran Karena Covid 19

Pandemi Covid-19 yang terjadi sejak Maret 2020 memberikan dampak disemua sektor kehidupan manusia mulai dari ekonomi, pendidikan, pekerjaan, pariwisata, dan sosial. Karenanya pemerintah Indonesia memberlakukan pembatasan aktivitas masyarakat terutama di luar rumah. Covid-19 membuat masyarakat khawatir tertular virus corona jika melakukan kegiatan di luar rumah atau bertemu banyak orang. Hal ini berdampak juga terhadap pelayanan

di Perpustakaan KSB. Oleh sebab itu, Perpustakaan KSB melakukan pembatasan pengunjung sesuai dengan instruksi dari pemerintah sebagai bagian dari upaya memutus mata rantai penyebaran Covid-19. Dengan dibatasinya jumlah pengunjung maka otomatis jumlah pengunjung di Perpustakaan KSB pun berkurang drastis.

3.3.3. Keterbatasan Jangkauan Mobilitas

Secara geografis, permukaan tanah Kabupaten Sumbawa Barat tidak rata dan berbukit-bukit. Terdapat beberapa daerah yang menjadi tujuan dalam kegiatan perpustakaan keliling sulit dijangkau karena lokasinya yang jauh dan kendala akses jalan yang tidak dapat dilalui oleh kendaraan (mobil) yang digunakan oleh Perpustakaan KSB.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan di atas, maka penulis memberikan kesimpulan:

1. Perpustakaan KSB memiliki beberapa kegiatan yang dilakukan secara rutin sebagai bentuk komunikasi pemasaran sosial kepada masyarakat KSB agar memiliki minat membaca. Strategi komunikasi pemasaran sosial yang pertama yakni memanfaatkan media sosial. Terdapat dua media sosial yang digunakan yaitu Instagram dan Facebook. Strategi komunikasi pemasaran sosial yang kedua adalah penggunaan media massa cetak dan elektronik sebagai media publikasi. Media massa cetak yang digunakan yaitu surat kabar lokal. Surat kabar tersebut adalah Sumbawa Barat Post yang pembacanya masih tergolong cukup banyak. Media massa elektronik yang digunakan oleh Perpustakaan KSB adalah portal surat kabar *online* Sumbawa Barat Post dan Radio Arki FM. Selain sebagai media publikasi, penggunaan media massa dapat membantu membentuk citra positif perpustakaan KSB. Ketiga adalah pelaksanaan kegiatan-kegiatan inovatif diantaranya kegiatan Kelas Kecil yang dilaksanakan sebulan sekali mengangkat beragam tema dengan menghadirkan narasumber kompeten di bidangnya dan sasarannya mulai dari anak-anak hingga dewasa disesuaikan dengan tema. Kegiatan inovatif lainnya adalah Klub baca Edisi Perempuan, Edisi Remaja Dan Edisi Anak-anak yang pelaksanaannya sebulan sekali. Selain dua kegiatan tersebut, perpustakaan KSB juga dimanfaatkan untuk kelompok belajar dan TPA. Strategi komunikasi pemasaran sosial yang keempat yaitu pelaksanaan perpustakaan keliling dilakukan secara teratur tiga hari setiap minggu yakni Senin hingga Rabu di 8 kecamatan yang ada di KSB secara bergiliran dan dilaksanakan saat ada undangan dan kerjasama dengan lembaga lainnya.
2. Dalam pelaksanaan kegiatan komunikasi pemasaran sosial, terdapat kendala-kendala yang dialami oleh Perpustakaan KSB yaitu keterbatasan SDM yang berpendidikan di bidang ilmu perpustakaan. Hambatan kedua adalah pembatasan jumlah sasaran karena pandemi Covid 19 yang melanda dunia termasuk Indonesia. Hambatan ketiga adalah keterbatasan jangkauan mobilitas yang tidak dapat dijangkau oleh kendaraan (mobil) yang digunakan oleh Perpustakaan KSB.
3. Keberhasilan kegiatan-kegiatan inovatif yang dilakukan Perpustakaan KSB sebagai bagian dari strategi komunikasi pemasaran *soft selling* yang ramah, tidak memaksa dan sangat persuasif. Hal ini terbukti pada tahun 2019 jumlah pengunjung naik dua kali lipat dibandingkan dua tahun sebelumnya menjadi sekitar 4000 pengunjung per tahun.

5. SARAN

Saran penulis bagi pengurus Perpustakaan KSB untuk meningkatkan jumlah pengunjung adalah:

1. Selain memanfaatkan media sosial sebagai wadah informasi dan promosi dari setiap kegiatan yang dilakukan, Perpustakaan KSB dapat memberikan informasi *update* mengenai ketersediaan buku yang ada dan dapat dipinjam.
2. Kegiatan-kegiatan inovatif yang terhenti sementara bisa diaktifkan kembali dengan mengatur ulang jadwal yang disesuaikan dengan target sasaran agar hubungan antara Perpustakaan KSB dengan target sasaran tetap terjaga dengan baik.
3. Untuk menanggulangi keterbatasan SDM di bidang ilmu perpustakaan, Perpustakaan KSB dapat memberikan pelatihan terkait ilmu perpustakaan kepada staf-stafnya.
4. Untuk dapat menjangkau daerah yang susah diakses oleh mobil perpustakaan keliling, bisa disiasati dengan mengganti jenis kendaraan yang cocok dengan daerah tujuan. Misalnya perpustakaan keliling menggunakan motor roda tiga.
5. Kedepannya diharapkan ada penelitian mengenai strategi komunikasi pemasaran sosial perpustakaan dapat menggunakan penelitian ini sebagai bahan referensi. Dan untuk penelitian selanjutnya bisa lebih dikembangkan dan dideskripsikan secara detail oleh peneliti selanjutnya

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Dewi, Ni Kadek Cintya dan Rustiarini, N. W. (2021). PENATAAN PERPUSTAKAAN DESA UNTUK MENINGKATKAN LITERASI MEMBACA. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat Losari*, 3(1).
- [2] Harras, K. A. (2014). Retrieved from <http://repository.ut.ac.id/4744/1/PBIN4108-MI.pdf>
- [3] Jemadu, L. dan P. D. (2022). Jumlah Pengguna Media Sosial Indonesia Capai 191,4 Juta per 2022. <https://www.suara.com/tekno/2022/02/23/191809/jumlah-pengguna-media-sosial-indonesia-capai-1914-juta-per-2022>
- [4] Kotler, P & Keller, K. (2014). *Marketing Management* (15th ed.). Prentice Hall.
- [5] Kurniasih, N. (2016). Optimalisasi Penggunaan Media Sosial untuk Perpustakaan. "Komunikasi, Informasi Dan Perpustakaan Di Era Global," 1–9.
- [6] Mansyur, U. (2019). *Gempusta: Upaya Meningkatkan Minat Baca*. Seminar Nasional Bahasa Dan Sastra Indonesia II (Narasi II) Himaprodi FBS UNM 2019.
- [7] Nafisah, A. (2014). ARTI PENTING PERPUSTAKAAN BAGI UPAYA PENINGKATAN MINAT BACA MASYARAKAT. *Jurnal Perpustakaan Libraria*, 2(2), 69–81.
- [8] Nurlidiawati. (2014). SEJARAH PERKEMBANGAN PERPUSTAKAAN DI INDONESIA. *Jurnal Ilmu Perpustakaan & Kearsipan Khizanah Al-Hikmah*, 2(1), 18–27.

- [9] Pattinaja, D. P. dan H. (2017). PERAN PERPUSTAKAAN “KUDA PUSTAKA” SEBAGAI SARANA AKSES INFORMASI BAGI MASYARAKAT DI KAKI GUNUNG SLAMET DESA SERANG (SEBUAH STUDI FENOMENOLOGI). *Jurnal Ilmu Perpustakaan*, 6(4).
- [10] Perpustakaan BPKP. (2012). Pengertian, Tujuan dan Peran Perpustakaan. <https://www.bpkp.go.id/pustakabpkp/index.php?p=pengertian,tujuan>
- [11] Perpustakaan Universitas Bina Sarana Informatika. (2019, Januari 29). Retrieved from <https://elibrary.bsi.ac.id/readnews/2019/01/10/sejarah-perpustakaan-di-indonesia.html>
- [12] Rahmi, L. dan Marlina. (2012). STRATEGI PROMOSI PUSTAKAWAN DI PERPUSTAKAAN BALAI BAHASA PADANG. Universitas Negeri Padang.
- [13] RI, Perpustakaan Nasional. (2019). Standar Nasional Perpustakaan, Kabupaten/Kota, Kecamatan, Desa/Kelurahan. Jakarta: Perpustakaan Nasional RI.
- [14] Sumbawa Besar Post. (2021). Kelas Kecil Perpustakaan KSB Episode Public Speaking Hadirkan Dosen Universitas Pakuan Bogor. <https://www.sumbawabaratpost.com/2021/10/21/kelas-kecil-perpustakaan-ksb-episode-public-speaking-hadirkan-dosen-upb/>
- [15] Tasni, d. (2021). Komunikasi Pemasaran. Yogyakarta: Yayasan Kita Menulis.
- [16] Utomo, S. S. (2013). Komunikasi Pemasaran Sosial Terhadap Kesadaran Hidup Sehat Peternak di Kecamatan Selo Boyolali. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 61.
- [17] Zahroh, F. (2018). KOMUNIKASI PEMASARAN PERPUSTAKAAN (Studi Perbandingan Dinas Perpustakaan Kearsipan Jogja dan Balai Layanan Perpustakaan BPAD DIY). Universitas Islam Indonesia.