

STRATEGI PROMOSI PERPUSTAKAAN KHUSUS SEBAGAI TEKNIK MARKETING DI PERPUSTAKAAN KANTOR PERWAKILAN BANK INDONESIA PROVINSI BALI TAHUN 2023

Luh Ade Angguningtyas Maharani¹, Ni Putu Premierita Haryanti², I Putu Suhartika³

¹²³Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Udayana

Email: annmhrni@gmail.com

ABSTRACT

Libraries need to conduct persuasive promotions to attract users and potential users to visit and optimally utilize available services. To achieve the goal of library promotion, the library needs to have a promotion strategy, which is the steps taken to achieve a certain goal. This research focuses on the Perpustakaan KPw. Bank Indonesia Provinsi Bali, a special library that is also open to the general public which based on observation shows that the number of general public visitors to the library has increased significantly since the promotion during 2023. This paper utilizes a qualitative research method with a descriptive study. Data collection were conducted using observation, interview, and literature study techniques. The results showed that Perpustakaan KPw. Bank Indonesia Provinsi Bali has implemented a promotional strategy that includes internal and external promotions to attract visitors to the library. Internal promotion at the Perpustakaan KPw. Bank Indonesia Provinsi Bali is aimed at internal staff, while external promotion to attract external visitors is done through social media, personal selling, and special events.

Keywords: *Special Library, Promotion Strategy, Perpustakaan Bank Indonesia Bali*

ABSTRAK

Perpustakaan perlu untuk melakukan promosi persuasif untuk menarik pengguna dan calon pengguna potensial agar mengunjungi serta memanfaatkan koleksi dan fasilitas yang tersedia secara optimal. Untuk mencapai tujuan promosi perpustakaan perpustakaan perlu untuk memiliki strategi promosi, yaitu langkah-langkah yang dilakukan untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Penelitian ini berfokus pada Perpustakaan Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Bali, sebuah perpustakaan khusus yang juga terbuka untuk masyarakat umum yang berdasarkan hasil observasi menunjukkan bahwa jumlah pengunjung masyarakat umum ke perpustakaan tersebut meningkat signifikan sejak dilakukan promosi selama tahun 2023. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan studi deskriptif. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan teknik observasi, wawancara, dan studi pustaka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Perpustakaan Bank Indonesia Provinsi Bali menerapkan strategi promosi yang mencakup promosi internal dan eksternal untuk menarik minat kunjungan pemustaka. Promosi internal di Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Bali ditujukan kepada staff pegawai internal, sementara promosi eksternal untuk menarik kunjungan dari luar dilakukan melalui media sosial, *personal selling*, dan acara khusus.

Kata Kunci: Perpustakaan Khusus, Strategi Promosi, Perpustakaan Bank Indonesia Bali

1. PENDAHULUAN

Perpustakaan dewasa ini sebagai salah satu penggerak perubahan peradaban manusia harus mampu untuk selalu berbenah dan berkembang maju. Hadirnya perpustakaan adalah suatu tempat yang menjadi sarana dalam mencerdaskan kehidupan anak bangsa. Untuk itu perpustakaan perlu untuk

mempersiapkan segala kelengkapan sarana penunjang, seperti koleksi, SDM, juga fasilitas sehingga mampu menciptakan perpustakaan yang unggul. Seperti halnya yang disebutkan pada undang-undang No 43 Tahun 2007 tentang perpustakaan yakni memberikan pengertian perpustakaan sebagai "intituti pengelola koleksi karya tulis, karya cetak,

dan/atau karya rekam secara profesional dengan sistem yang baku guna memenuhi kebutuhan pendidikan, penelitian, pelestarian, dan rekreasi para pemustaka”.

Perpustakaan sebagai pusat informasi tentunya harus dapat dimanfaatkan secara maksimal. Apabila keragaman dan kemukthakhiran koleksi suatu perpustakaan tidak dimanfaatkan dengan baik maka akan tidak ada gunanya. Untuk itu, Perpustakaan perlu untuk berupaya secara persuasif untuk membujuk pengguna dan calon pengguna agar mau mengunjungi perpustakaan serta memanfaatkan bahan pustaka juga fasilitas yang tersedia secara optimal. Upaya yang dapat dilakukan perpustakaan untuk mengajak pengguna untuk berkunjung adalah dengan melakukan kegiatan promosi perpustakaan.

Promosi adalah kegiatan yang dapat dilakukan untuk memperlihatkan kepada pengguna mengenai hal-hal yang tersedia dan dilayankan oleh perpustakaan, seperti koleksi, layanan, dan jasa. Adanya promosi sangat berperan penting bagi kemajuan suatu perpustakaan. Promosi perpustakaan ialah kegiatan komunikasi yang dilakukan oleh pihak perpustakaan dengan konsumen atau pengguna bertujuan untuk memperkenalkan produk atau jasa yang dimiliki oleh perpustakaan. Media yang efektif diperlukan untuk mengkomunikasikan atau menyampaikan pesan dalam upaya mempromosikan perpustakaan (Bahgie, 2021). Promosi perpustakaan diadakan dengan tujuan supaya pemustaka dapat memanfaatkan jasa yang dilayankan oleh perpustakaan secara optimal, sehingga dalam mewujudkan hal ini diperlukan suatu strategi untuk mencapai tujuan promosi perpustakaan.

Strategi promosi merupakan hal pertama yang krusial dilakukan untuk mengenalkan produk kepada pengguna karena hal ini terkait dengan berbagai keuntungan yang bisa didapatkan. Strategi merupakan langkah-langkah yang dilakukan untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Suatu strategi dibutuhkan dalam promosi perpustakaan untuk memastikan bahwa promosi berjalan lancar dan mencapai tujuan yang diinginkan. Strategi promosi yang terancang dengan baik akan meningkatkan minat berkunjung perngguna

dalam mengunjungi perpustakaan. Dalam melakukan promosi perpustakaan yang perlu diperhartikan yaitu sasaran dari promosi tersebut, juga jenis-jenis perpustakaan. Misalnya untuk perpustakaan khusus, targert utama dalam promosi akan terbatas pada sumber daya manusia di dalam instansi yang menjadi badan induk perpustakaan tersebut (Mustinda, 2010).

Fokus dari penelitian ini adalah Perpustakaan Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Bali, yaitu perpustakaan khusus yang terletak di Jalan Letda Tantular No. 4 Denpasar. Meskipun merupakan perpustakaan khusus, Perpustakaan KPw. Bank Indonesia Prov. Bali ini dapat dikunjungi oleh masyarakat umum. Berdasarkan observasi penulis, diketahui bahwa jumlah pengunjung dari masyarakat umum yang mengunjungi Perpustakaan Kantor Perwakilan Bank Indonesia Bali sangat meningkat sejak adanya promosi perpustakaan. Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis tertarik untuk mengangkat judul “Strategi Promosi Perpustakaan Khusus Sebagai Teknik Marketing Pada Perpustakaan Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Bali”. Artikel ini dimaksudkan untuk menguraikan bagaimana strategi promosi yang diterapkan oleh Perpustakaan Kantor Perwakilan Bank Provinsi Indonesia serta kegiatan yang dilakukan untuk memperkenalkan perpustakaan khusus ke masyarakat. Selain itu, artikel ini juga berusaha mengidentifikasi kendala-kendala yang dihadapi oleh Perpustakaan KPw. Bank Indonesia Prov. Bali pada proses promosi perpustakaan.

2. KAJIAN PUSTAKA

Perpustakaan Khusus

Perpustakaan ialah institusi yang bertugas dalam melakukan berbagai kegiatan termasuk mengumpulkan, mengolah, melestarikan, dan menyebarkan informasi yang terekam dalam berbagai bentuk format (Oriowo dalam Ademilua & Akomolafe, 2015). Menurut Undang-undang No. 43 Tahun 2007 tentang Perpustakaan, menyebutkan perpustakaan adalah “institusi yang mengelola koleksi karya tulis, karya cetak, karya rekam secara profesional yang diatur dalam sistem yang baku guna memenuhi

kebutuhan pendidikan, penelitian, informasi, dan rekreasi pemustaka". Perpustakaan terbagi kedalam 5 jenis, yang memiliki tujuan, jenis pemakai, kegiatan, dan organisasi yang berbeda-beda.

Perpustakaan khusus adalah lembaga perpustakaan yang dikelola oleh instansi pemerintah ataupun lembaga swasta. Menurut UU No. 43 Tahun 2007 Bab I Pasal 1 tentang Perpustakaan, perpustakaan khusus ialah "perpustakaan yang khusus diperuntukkan secara terbatas bagi pengguna di lingkungan lembaga pemerintah, lembaga masyarakat, lembaga pendidikan keagamaan, rumah ibadah atau organisasi lain". Sedangkan menurut Bilawar (2013), memberikan definisi mengenai perpustakaan khusus sebagai perpustakaan yang memiliki fokus dalam penyediaan koleksi literatur dari subjek tertentu atau sekelompok subjek dan menawarkan layanan serta fasilitas yang disesuaikan dengan kebutuhan suatu kelompok dalam bidang spesifik. Perpustakaan khusus merupakan suatu perpustakaan yang dibangun oleh lembaga dengan misi spesifik dalam bidang tertentu, yang memiliki tujuan agar kebutuhan bahan pustaka dan informasi di lingkungan lembaga tersebut dapat dipenuhi serta dapat mendukung pengembangan lembaga dan peningkatan SDM.

Dari uraian diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa perpustakaan khusus ialah suatu perpustakaan atau organisasi informasi yang berada di bawah naungan instansi, baik pemerintah ataupun swasta, yang memiliki tugas dalam melakukan kegiatan pengumpulan, pengolahan, penyimpanan, dan penyebara informasi dengan koleksinya yang khusus sesuai dengan instansi tersebut.

Promosi Perpustakaan

Promosi adalah langkah yang dapat dilakukan untuk memperlihatkan kepada pengguna mengenai hal-hal yang tersedia dan layanan yang ditawarkan agar mampu dikenal oleh konsumen. Promosi perlu diadakan oleh perpustakaan agar produk dan jasa yang dilayankan dapat dikenal dan kemudian dapat dimanfaatkan secara maksimal oleh pemustaka maupun calon pemustaka. Mustafa dalam (Riza et al., (2017) menyatakan bahwa Promosi juga dapat dikatakan sebagai setiap bentuk aktivitas

komunikasi yang memiliki tujuan untuk mengenalkan produk pelayanan atau ide melalui distribusi.

Promosi perpustakaan ialah aktivitas yang dilaksanakan untuk memperkenalkan jenis layanan, koleksi, dan fasilitas dari suatu perpustakaan serta manfaat yang didapatkan oleh pemustaka secara terperinci (Munisah, 2019). Tujuan utama setiap perpustakaan ialah untuk mengakomodasi permintaan pengguna dengan cara yang efektif dan efisien, sehingga penting untuk mengetahui apa yang menjadi kebutuhan pengguna. Edinger dalam Riski (2021) menjelaskan bahwa promosi perpustakaan ialah aktivitas komunikasi yang dilakukan untuk mengenalkan layanan yang tersedia di perpustakaan dengan pemustaka yang sudah pernah memanfaatkan maupun pengguna potensial sehingga dapat mengetahui dan kemudian dapat dimanfaatkan secara maksimal.

Tujuan dari diadakannya promosi adalah untuk menginformasikan, mempersuasi, membujuk, juga meningkatkan sasaran tentang perusahaan dan bauran pemasarannya (Wulandari et al., 2020). Dalam melaksanakan promosi perpustakaan, tujuan utama yang hendak diraih ialah memengaruhi dan menarik minat pemustaka agar tertarik untuk memanfaatkan jasa atau layanan yang tersedia. Menurut Prihartanta (2015), tujuan diadakannya promosi perpustakaan, yaitu:

- 1) Mengenalkan fungsi perpustakaan kepada pemustaka yang menggunakan layanan,
- 2) Meningkatkan minat membaca dan mempersuasi pemustaka agar menggunakan koleksi secara optimal,
- 3) Mengenalkan pemustaka terhadap layanan dan jasa yang tersedia di perpustakaan, dan
- 4) Dari promosi diharapkan meningkatkan kesadaran dan tindakan pemustaka dalam memanfaatkan perpustakaan.

Dari beberapa definisi diatas, promosi mencakup berbagai aktivitas yang dilakukan untuk memperkenalkan produk atau jasa perpustakaan melalui penyebaran atau distribusi, sehingga dapat dimanfaatkan secara optimal oleh pemustaka, baik yang potensial maupun yang sudah ada, baik yang potensial maupun pengguna aktual. Meskipun

perpustakaan merupakan lembaga yang non-profit, perpustakaan sangat penting untuk melakukan kegiatan promosi agar dapat mempertahankan eksistensinya pada pemustaka.

Strategi Promosi Perpustakaan

Kunjungan pemustaka ke perpustakaan adalah salah satu indikator dalam menilai kesuksesan dalam pemanfaatan perpustakaan. Perpustakaan harus mampu memberikan kesan pertama yang baik melalui tampilan yang menarik dan menawarkan layanan yang ramah sehingga pemustaka memiliki minat dalam melakukan kunjungan selanjutnya. Selain itu, perpustakaan juga dapat mengenalkan layanan dan jasa yang ditawarkan melalui promosi perpustakaan. Dalam melakukan promosi diperlukan suatu strategi yang baik agar tujuan yang hendak diraih tepat sasaran.

Strategi promosi adalah alat penting yang perlu dilakukan untuk mencapai tujuan suatu perusahaan. Untuk itu perlu dilakukan perencanaan yang terstruktur dengan baik agar strategi promosi dapat berjalan secara optimal. Strategi promosi juga dapat didefinisikan sebagai proses yang memungkinkan organisasi untuk fokus pada peluang terbesar guna memanfaatkan sumber daya yang terbatas dalam meningkatkan penjualan dan meraih keunggulan kompetitif yang berkelanjutan (Adefulu, 2015)

Bauran promosi menurut Lupiyoadi dalam Azwar (2023) terbagi menjadi 6 bentuk, yaitu sebagai berikut.

- a) Periklanan (*Advertise*), jenis komunikasi tidak langsung yang berbasis pada pemberian informasi mengenai keuntungan atau keunggulan produk yang ditawarkan, yang diatur sehingga menimbulkan kesan positif yang dapat mengubah perspektif seseorang;
- b) Promosi Penjualan (*Sales Promotion*), insentif tambahan untuk mendorong pelanggan dalam melakukan pembelian segera;
- c) Penjualan Perorangan (*Personal Selling*), komunikasi langsung antara penjual dan konsumen potensial yang bertujuan mempromosikan produk, meningkatkan pemahaman konsumen, dan mendorong

percobaan dan pembelian produk oleh konsumen;

- d) Informasi dari Mulut ke Mulut (*Word of Mouth*), aktivitas promosi dengan melibatkan konsumen yang telah menggunakan jasa dan berbagi pengalaman mereka dengan calon konsumen lainnya;
- e) Humas (*Public Relations*), bentuk komunikasi pemasaran yang membantu lembaga berinteraksi langsung dengan pelanggan, pemasok, distributor, dan audiens lainnya; dan
- f) Penjualan Langsung (*Direct Marketing*), metode pemakaian saluran langsung untuk menghubungi serta menyediakan produk kepada konsumen tanpa adanya perantara pemasaran.

Menurut Sujatna (dalam Riski, 2021) strategi promosi perpustakaan yang dapat dilakukan, yakni:

- 1) Membangun komunitas dengan pemustaka melalui berbagai kegiatan promosi yang memanfaatkan keahlian komunikasi. Selain itu, kemampuan yang baik, kondisi lingkungan yang ideal, sarana penunjang yang memadai, serta koleksi yang lengkap juga merupakan hal-hal yang perlu dipertimbangkan.
- 2) Membangun kerja sama yang efektif dengan pihak ketiga untuk memperkuat kapabilitas perpustakaan dalam menyelenggarakan layanan dan jasa bagi pemustaka. Kerja sama ini dapat dilakukan dengan menjalin kerja sama dengan institusi pendidikan, perpustakaan di berbagai tingkatan, pemerintah, penerbit, serta toko buku.
- 3) Membuat program promosi dengan mempertimbangkan prioritas sasaran, menetapkan prosedur, dan menyusun rencana kerja. Pendekatan yang mungkin dilakukan meliputi periklanan, kontak pribadi, publikasi atau pemberian hadiah.

Dari uraian di atas, diketahui bahwa strategi promosi perpustakaan ialah suatu prosedur atau rencana yang dapat diterapkan oleh perpustakaan dalam rangka mencapai suatu tujuan yang hendak dicapai dengan melakukan penyesuaian kepada kebutuhan pemustaka.

3. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan studi deskriptif. Metode penelitian kualitatif adalah metode yang diterapkan di mana peneliti sebagai instrumen utama, dan untuk meneliti objek yang berada pada kondisi natural. Teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi, analisis data dilakukan secara induktif, dan temuan dari penelitian ini lebih menekankan pada interpretasi makna ketimbang generalisasi (Sugiyono, 2018). Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan teknik observasi, wawancara, dan studi pustaka. Observasi dilakukan oleh peneliti dengan cara turun ke lapangan untuk mengamati perilaku dan aktivitas di lokasi penelitian secara langsung. Teknik wawancara yang diterapkan adalah teknik wawancara tidak terstruktur, yakni wawancara bebas yang dilakukan tanpa pedoman tetap. Dalam studi kepustakaan, penulis memanfaatkan sumber-sumber literatur yang relevan dengan topik promosi perpustakaan.

4. PEMBAHASAN

Gambaran Umum Perpustakaan Kantor Perwakilan Bank Indonesia Prov. Bali

Perpustakaan KPw. Bank Indonesia Prov. Bali merupakan perpustakaan khusus yang terletak pada Lantai 2 Gedung KPw. Bank Indonesia Provinsi Bali yang terletak di Jalan Letda Tantular No. 4 Denpasar. Perpustakaan ini diresmikan pada tanggal 29 Januari 2020 oleh Destry Damayanti yaitu Deputy Gubernur Senior Bank Indonesia. Perpustakaan ini diperuntukkan bagi seluruh staf di lingkungan Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Bali untuk mendukung dalam melaksanakan tugas dan pekerjaan.

Koleksi yang tersedia di Perpustakaan KPw. Bank Indonesia Prov. Bali berjumlah ±8.945 koleksi yang berfokus pada pengetahuan dalam bidang moneter, makroprudensi, sistem pembayaran, pengelolaan rupiah, stabilitas sistem keuangan, manajemen, hukum, ekonomi digital, dan bidang lainnya yang bertujuan untuk meningkatkan kemampuan diri serta mengembangkan karir, riset, dan pendidikan. Perpustakaan BI juga melengkapi kebutuhan bacaan dengan

menyediakan koleksi tambahan dalam subjek TOEFL, IELTS, agama, bahasa, hobi, komputer, kewirausahaan, psikologi, literatur fiksi juga non-fiksi, dan sebagainya.

Perpustakaan KPw. Bank Indonesia Prov. Bali didukung oleh pustakawan dan tenaga administrasi serta teknologi informasi yang memiliki pengalaman dalam pengelolaan perpustakaan. Perpustakaan ini dilengkapi dengan fasilitas yang memadai, seperti rak untuk koleksi, meja dan kursi baca, perangkat multimedia, wi-fi, dan loker. Tersedia juga berbagai ruangan yang dapat dimanfaatkan oleh pengunjung, seperti Ruang Perpustakaan, Lounge, Idea Room, Discussion Room, Conference Room, dan Kid's Corner.

Layanan Perpustakaan Kantor Perwakilan Bank Indonesia Prov. Bali

Layanan perpustakaan bertujuan untuk menyediakan informasi dan fasilitas yang memungkinkan pemustaka agar mampu mengakses informasi yang sesuai dengan kebutuhan dari berbagai media secara optimal. Berikut ini ialah layanan yang diberikan oleh Perpustakaan KPw. Bank Indonesia Prov. Bali kepada pengunjung perpustakaan.

1. Trolis Ilmu

Perpustakaan KPw. Bank Indonesia Prov. Bali memiliki layanan perpustakaan keliling yang disebut dengan 'Trolis Ilmu', di mana pustakawan membawakan koleksi-koleksi yang hendak dipinjam oleh pegawai internal setiap hari Jumat.

2. Jembatan Baca

Jembatan Baca adalah layanan membaca di tempat untuk pegawai atau stakeholder yang datang berkunjung ke Bank Indonesia yang berlokasi di ruang kerja pegawai.

3. Koleksi Digital

Layanan koleksi digital Perpustakaan Bank Indonesia yang meliputi e-book dan e-journal terkait bidang ilmu ekonomi dan perbankan, manajemen dan bisnis, sosial, pendidikan, kesehatan, psikologi, dan lain sebagainya.

4. Publikasi Periodikal

Publikasi periodikal adalah layanan yang menyediakan koleksi terbitan berkala meliputi

jurnal ilmiah, majalah, dan publikasi berseri/berkala lainnya.

5. iBI Library

Bank Indonesia meluncurkan aplikasi *digital library* berbasis jejaring sosial disebut iBI Library. Aplikasi ini dilengkapi pula dengan *e-book Reader* sehingga memungkinkan pengguna membaca *ebook*.

6. Bimbingan Pemustaka

Bimbingan pemustaka adalah layanan pemberian informasi atau edukasi kepada pengunjung yang khusus membahas mengenai kebanksentralan. Selain itu juga diadakan kegiatan bedah buku.

7. Layanan Peminjaman Buku

Yaitu merupakan layanan sirkulasi yang dikhususkan hanya untuk para pegawai internal KPw. Bank Indonesia Provinsi Bali dan pihak-pihak yang telah melakukan kerja sama.

Strategi Promosi Perpustakaan Kantor Perwakilan Bank Indonesia Prov. Bali

Dalam meningkatkan minat kunjungan, Perpustakaan KPw. Bank Indonesia Provinsi Bali telah menjalankan perencanaan serta penentuan media promosi apa yang akan digunakan. Sedangkan pelaksanaan dari kegiatan promosi perpustakaan telah diwujudkan dalam berbagai bentuk dan aktivitas. Hasil observasi dan wawancara menunjukkan bahwa Perpustakaan KPw. Bank Indonesia Prov. Bali telah melakukan upaya promosi internal dan eksternal. Promosi internal ditujukan kepada staff pegawai internal Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Bali. Untuk menarik minat kunjungan dari luar internal Bank Indonesia, promosi eksternal dilakukan dengan promosi secara online menggunakan media sosial, *personal selling*, serta acara khusus atau *special events*.

Berbagai kegiatan promosi internal telah dilaksanakan oleh Perpustakaan KPw. Bank Indonesia Provinsi Bali, yakni (1) Melakukan layanan trolis ilmu. Trolis ilmu adalah merupakan layanan perpustakaan keliling yang disediakan oleh Perpustakaan KPw. Bank Indonesia Prov. Bali, di mana pustakawan membawakan koleksi-koleksi yang hendak dipinjam oleh pegawai internal setiap hari Jumat. (2) Menginformasikan "Best Book of the Weekend"

kepada grup chat/komunikasi pegawai Bank Indonesia. Adanya promosi perpustakaan dalam lingkup internal ini sangat bermanfaat sebab terdapat permintaan dari pegawai internal mengenai koleksi yang perlu ditambahkan ke perpustakaan.

Promosi *online* dilakukan oleh Perpustakaan Bank Indonesia Provinsi Bali karena dapat menjangkau sasaran yang lebih luas. Media sosial merupakan alat yang sangat efektif digunakan untuk menjangkau target pasar yang diinginkan, mengingat sudah banyak kalangan yang memanfaatkannya saat ini. Media sosial yang dipakai oleh Perpustakaan Bank Indonesia Provinsi Bali dalam mempromosikan perpustakaan beragam. Saat awal diresmikan, perpustakaan Bank Indonesia Provinsi Bali mempunyai akun instagram yang digunakan untuk memposting segala konten informasi terkait perpustakaan. Untuk saat ini akun tersebut sudah tidak digunakan karena sudah diintegrasikan dengan akun instagram KPw. Bank Indonesia Prov. Bali (@bank_indonesia_bali). Selain melalui akun instagram, Perpustakaan Bank Indonesia Provinsi Bali juga memanfaatkan *platform* jejaring sosial berbasis video, yakni Tiktok. Konten video yang diunggah berisi gambaran umum mengenai Perpustakaan KPw. Bank Indonesia Prov. Bali yang diunggah oleh pengunjung yang sudah pernah datang ke perpustakaan. Promosi menggunakan media sosial ini dinilai sangat mampu dalam meningkatkan minat kunjungan dari pemustaka maupun calon pemustaka.

Personal selling ialah metode yang dilakukan perpustakaan untuk berkomunikasi dengan pemustaka. Pustakawan berinteraksi langsung dengan pemustaka yang datang ke perpustakaan, mempromosikan berbagai koleksi, serta membantu pemustaka yang kesulitan menemukan informasi yang dibutuhkannya. Aktivitas *personal selling* umumnya diterapkan ketika adanya pengunjung yang datang secara individu untuk menelusuri referensi, ataupun ketika adanya kedatangan dari suatu kelompok rombongan, maka pustakawan melakukan promosi pada dan jenis-jenis koleksi, fasilitas, layanan yang tersedia pada Perpustakaan KPw. Bank Indonesia Prov. Bali. Kegiatan promosi ini juga dilanjutkan

dengan memberikan Library tour atau wisata perpustakaan kepada rombongan yang hadir.

Acara khusus atau *special events* adalah kegiatan-kegiatan yang dilakukan sebagai upaya untuk mengenalkan perpustakaan. Kegiatan yang dilaksanakan yaitu Sosialisasi dan Bedah Buku. Kegiatan sosialisasi diadakan dengan bekerja sama dengan Bank Indonesia itu sendiri. Kegiatan yang biasanya diadakan adalah sosialisasi mengenai kebanksentralan dan dikaitkan juga dengan perpustakaan. Kegiatan bedah buku diadakan oleh Perpustakaan Bank Indonesia Provinsi Bali selama 2 kali dalam setahun, di mana kegiatan ini akan menghadirkan seorang penulis ternama untuk melakukan diskusi seputar isi buku yang ditulisnya.

Selain itu, Perpustakaan Bank Indonesia Provinsi Bali juga melakukan promosi dengan brosur yang berisi informasi mengenai layanan dan fasilitas yang ditawarkan kepada pemustaka. Bentuk promosi lain yang dilakukan adalah dengan promosi informasi perpustakaan melalui komunikasi mulut ke mulut, baik secara terencana maupun spontan atau tidak terencana. Secara terencana, dengan bantuan dari mahasiswa penerima Beasiswa Bank Indonesia yakni GenBI. Promosi dari mulut ke mulut ini dilakukan dengan mengajak orang lain yang belum mengetahui tentang Perpustakaan Bank Indonesia dapat tertarik untuk datang mengunjungi. Sedangkan, promosi yang tidak terencana dilakukan dengan pemustaka yang mengunggah foto dan video mengunjungi perpustakaan di media sosial, seperti instagram dan tiktok.

Kendala Promosi di Perpustakaan Kantor Perwakilan Bank Indonesia Prov. Bali

Kendala yang di hadapi oleh Perpustakaan KPw. Bank Indonesia Prov. Bali dari berbagi promosi yang telah dilakukan adalah keterbatasan sumber daya manusia sehingga masih belum maksimal dalam meningkatkan kegiatan promosi. Selain itu juga kendala pada waktu, di mana kegiatan promosi perpustakaan harus berbenturan dengan banyaknya kegiatan lain di Bank Indonesia Provinsi Bali sehingga harus bisa selalu ikut menyisipkan perpustakaan disetiap kegiatannya. Upaya untuk menyiasati kendala

tersebut adalah Perpustakaan Bank Indonesia Provinsi Bali akan senantiasa berbenah dan semakin memperbaiki diri agar semakin memberikan layanan terbaik kepada pemustaka.

5. KESIMPULAN

Strategi promosi perpustakaan Bank Indonesia Provinsi Bali yang dilakukan dalam menarik minat kunjungan pemustaka yaitu perencanaan serta penentuan media promosi apa yang akan digunakan. Bentuk promosi yang telah diupayakan Perpustakaan KPw. Bank Indonesia Prov. Bali yakni promosi internal dan promosi eksternal. Promosi internal ditujukan kepada staff pegawai internal Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Bali. Sedangkan promosi eksternal dilakukan untuk menarik minat kunjungan diluar internal Bank Indonesia. Kegiatan Promosi internal yang telah dilakukan oleh Perpustakaan Bank Indonesia Bali, yakni (1) melakukan layanan troli ilmu dan (2) Menginformasikan "Best Book of the Weekend" kepada grup chat/komunikasi pegawai Bank Indonesia. Promosi online dilakukan oleh Perpustakaan Bank Indonesia Provinsi Bali dengan menggunakan media sosial instagram dan TikTok. Kegiatan yang dilakukan adalah pembuatan konten postingan dan video yang berisi informasi umum mengenai Perpustakaan Bank Indonesia Bali. *Personal selling* dilakukan di mana pustakawan melakukan promosi jenis-jenis koleksi, fasilitas, dan layanan yang tersedia pada Perpustakaan KPw. Bank Indonesia Prov. Bali kepada pengunjung yang datang. Acara khusus atau *special events* yang dilaksanakan yaitu Sosialisasi dan Bedah Buku. Selain itu, terdapat juga promosi dengan media brosur dan promosi dengan penyampaian informasi mengenai perpustakaan dari mulut ke mulut. Kendala yang dihadapi oleh Perpustakaan Bank Indonesia Bali adalah masih terbatasnya sumber daya manusia sehingga masih belum maksimal dalam meningkatkan kegiatan promosi. Selain itu juga kendala pada waktu, di mana kegiatan promosi perpustakaan biasanya sering bersamaan dengan banyaknya kegiatan lain di Bank Indonesia Provinsi Bali.

6. DAFTAR PUSTAKA

- Adefulu, A. (2015). Promotional Strategy Impacts on Organisational Market Share and Profitability. *Acta Universitatis Danubius (Economica)*, 11(6), 20–33.
- Ademilua, O. S., & Akomolafe, A. M. (2015). Library and Education Reforms in the 21st Century. In O. O. Lawal & K. Beetseh (Eds.), *Library and Education Reforms in the 21st Century* (1st Editio, pp. 70–81). Science and Education Development Institute.
https://www.academia.edu/31730760/LIBRARY_AND_EDUCATIONAL_REFORMS_IN_THE_21ST_CENTURY
- Azwar. (2023). Strategi Promosi Perpustakaan Iais Sambas Menarik Kunjung Pemustaka. *Educatioanl Journal: General and Specific Research*, 3(2), 183–190.
- Bahgie, B. (2021). *Strategi Promosi Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Aceh dan Perpustakaan Abulyatama dalam Meningkatkan Minat Kunjung Pemustaka*. <https://repository.ar-raniry.ac.id/id/eprint/15748/>
- Bilawar, P. B. (2013). Special Library: A Gigantic Information Centre for Specials. *American International Journal of Research in Humanities, Arts and Social Sciences AIJRHASS*, 3(2), 134–140.
<http://www.iasir.net>
- Munisah, S. (2019). Kegiatan Mempromosikan Koleksi Perpustakaan: Sebuah Pendekatan Teoritis. *UNILIB: Jurnal Perpustakaan*, 10(1), 35–. <https://doi.org/10.20885/unilib.vol10.iss1.art5>
- Prihartanta, W. (2015). Tujuan Promosi Perpustakaan. *Jurnal Adabiya*, 3(83), 1–9.
- Riski, M. A. (2021). Strategi Promosi Perpustakaan Khusus: Studi Pada Perpustakaan Museum Sonobudoyo Yogyakarta. *Al-Kuttab: Jurnal Kajian Perpustakaan, Informasi Dan Kearsipan*, 3(2), 23–31.
<https://doi.org/10.24952/ktb.v3i2.4149>
- Republik Indonesia. (2009). Undang-Undang Nomor 43 Tahun 2009 tentang Kearsipan. Jakarta: Sekretariat Negara
- Riza, F. A. A., Suryadi, & Suprpto, A. (2017). Strategi Promosi Perpustakaan Khusus (Studi Kasus pada Perpustakaan Bank Indonesia Surabaya). *Jurnal Administrasi Publik (JAP)*, 3(12), 2101–2106.
<http://repository.ub.ac.id/id/eprint/117620/>
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Penerbit Alfabeta.
- Tambunan, K. (2013). Kajian Perpustakaan Khusus Dan Sumber Informasi Di Indonesia. *Baca: Jurnal Dokumentasi dan Informasi*, 34(1), 29–46.
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.14203/j.baca.v34i1.172>
- Wulandari, E. R., Rizal, E., & Lusiana, E. (2020). Perancangan Direktori Rumah Tahfidz Berbasis Web di Kota Padang. *Khizanah Al-Hikmah: Jurnal Ilmu Perpustakaan, Informasi, Dan Kearsipan*, 8(1), 11–20.
<https://doi.org/https://doi.org/10.24252/kah.v8i1a2>