

## STRATEGI PROMOSI *ONLINE* PERPUSTAKAAN BERBASIS KEMITRAAN: PROGRAM INOVASI LAYANAN PDII-LIPI\*

Wahid Nashihuddin dan Lili Fathoni

Pustakawan PDII - LIPI

Korespondensi: mamaz\_wait@yahoo.com

*\*Makalah ini disampaikan pada Forum Komunikasi Perpustakaan LPNK Kementerian Ristek Dikti  
"Peningkatan Layanan dan Promosi Perpustakaan LPNK Kementerian Ristek Dikti", di LAPAN, 3 September 2015.*

### ABSTRAK

Dalam rangka diseminasi produk dan jasa informasi, perpustakaan PDII-LIPI turut serta melaksanakan program promosi kepada pengguna/*stakeholder*. Media promosi *online* yang digunakan perpustakaan yaitu email, media sosial, dan *instant messenger*. Tujuan promosi *online* ini untuk menjangkau kerjasama/kemitraan. Terkait dengan pelaksanaan promosi *online* ini, perpustakaan melakukan beberapa strategi, yaitu: 1) menetapkan segmentasi pasar "user needed"; 2) menetapkan proses bisnis organisasi; 3) menyiapkan kontak layanan *online* dan bahan promosi lembaga; serta 4) melakukan *rebranding* layanan perpustakaan "user oriented". Strategi promosi perpustakaan ini masuk kategori strategi multi-segmen, karena banyak melibatkan pihak dan membutuhkan sumber daya. Hasil dari promosi *online* perpustakaan ini, kemudian ditindaklanjuti untuk menjalin kerjasama/kemitraan dengan para pengguna/*stakeholder* yang membutuhkan jasa PDII, baik berupa kegiatan pelatihan kepustakawanan, bimbingan pemakai, dan penelusuran informasi. Data kajian ini bersifat deskriptif, yang dikaji untuk mengetahui masalah/kendala dan strategi perpustakaan dalam mempromosikan produk dan jasa-jasa lembaga *via-online*. Hasil kajian ini diharapkan dapat: a) dijadikan sebagai bahan promosi pemanfaatan produk dan jasa informasi PDII; b) meningkatkan pengguna layanan *online* perpustakaan PDII; c) mendorong pustakawan/pengelola perpustakaan untuk aktif menggunakan media *online* untuk layanan perpustakaan, khususnya perpustakaan di lingkungan Kementrian dan LPNK.

*Keywords:* Online services; Social media; Partnerships; Promotion strategy; PDII-LIPI Library.

### PENDAHULUAN

Sebagai lembaga pengelola dokumentasi dan informasi ilmiah, Pusat Dokumentasi dan Informasi Ilmiah-Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (PDII-LIPI) telah memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) untuk pengembangan layanan informasinya yang lebih inovatif. Pemanfaatan TIK tersebut terwujud dalam pembuatan paket kemasan informasi/pengetahuan serta pemberian layanan perpustakaan, penelusuran informasi, dan layanan ISSN secara *online*. Fasilitas layanan *online* ini diharapkan dapat mempermudah dan mempercepat pengguna/pelanggan PDII dalam mendapatkan pelayanan informasi yang sesuai dengan harapan/kebutuhan.

Saat ini, PDII telah menerapkan sistem layanan *online* berbasis web dengan menggunakan aplikasi email, media sosial, dan *instant messenger*. Ketiga aplikasi tersebut telah terkoneksi dengan jaringan internet *smart phone* versi android. Melalui media *smart phone* ini, petugas dapat memberikan pelayanan tanpa batas waktu dan tempat (24 jam) kepada pengguna yang membutuhkan jasa informasi PDII.

Pemanfaatan layanan *online* ini dijadikan media promosi PDII, khususnya melalui jasa perpustakaan, sebagai sarana yang efektif untuk meningkatkan komunikasi dengan pengguna dan menjalin kerjasama dengan para pemangku kepentingan (*stakeholder*) dengan sistem kemitraan. Istilah "promosi" dalam istilah pemasaran berarti kegiatan komunikasi untuk meningkatkan volume penjualan dengan pameran, periklanan, demonstrasi, dan usaha lain yang bersifat persuasif. Istilah "mempromosikan" bermakna mempropagandakan atau memperkenalkan suatu usaha, dsb. Sementara itu, istilah "strategi" diartikan sebagai rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus (KBBI, 2008).

Nurlaila (2009:19) mengatakan bahwa promosi perpustakaan dimaksudkan untuk meningkatkan pengetahuan pengguna akan kegiatan perpustakaan dengan berbagai cara yang sifatnya "mengajak". Perpustakaan harus senantiasa diperkenalkan dengan teratur agar pengguna

mengetahui peranan perpustakaan dengan lebih baik sehingga dapat dimanfaatkan secara optimal. Pernyataan serupa dari Qalyubi, dkk (2003:259-260) bahwa promosi layanan perpustakaan diperlukan sebagai upaya seluruh aktivitas yang berhubungan dengan jasa perpustakaan agar dapat diketahui dan dipahami oleh masyarakat. Perpustakaan yang dianggap sebagai lembaga yang sangat penting bagi kemajuan bangsa, melalui kegiatan promosi ini dapat merangsang (memotivasi) pemakai potensial (orang-orang yang mungkin atau seharusnya memanfaatkan perpustakaan) dapat lebih tertarik menggunakan jasa perpustakaan sebagai sumber belajar. Adapun tujuan dari promosi perpustakaan adalah untuk: 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”.

Mengacu pada pendapat di atas, makalah ini membahas lebih lanjut tentang strategi promosi *online* jasa perpustakaan PDII dengan sistem kemitraan. Maksudnya bahwa ketika PDII telah siap dengan produk dan jasa layanan informasinya, maka langkah selanjutnya adalah mempromosikan dan menawarkannya kepada pengguna/*stakeholder*, baik yang pernah maupun belum pernah menggunakan jasa-jasa PDII. Ketika pengguna merasa tertarik dan berminat untuk menggunakan jasa-jasa PDII yang lebih kompleks, serta memerlukan pelayanan khusus dari PDII maka ditindaklanjuti dengan jalinan kerjasama atau kemitraan. Prinsip menjalin kerjasama/kemitraan ini adalah saling membutuhkan dan saling menguntungkan.

Terkait dengan topik makalah ini, akan dikaji lebih mendalam tentang bagaimana strategi promosi *online* layanan perpustakaan yang berbasis kemitraan, disertai dengan rencana kegiatan atau program-program inovatif layanan PDII guna menarik minat pengguna untuk datang ke perpustakaan dan memanfaatkan produk dan jasa-jasa PDII *via-online*.

## TUGAS POKOK DAN FUNGSI PERPUSTAKAAN

Sebagai unit layanan informasi di bawah koordinasi Bidang Diseminasi Informasi (Eselon III), perpustakaan memiliki tugas pokok dan fungsi (tupoksi) mendukung tupoksi dari PDII (Eselon II). Apabila dilihat dari sejarahnya, tupoksi perpustakaan saat ini mengacu pada tupoksi PDII dahulu. Sebelum berubah nama, PDII dahulu bernama Pusat Dokumentasi Ilmiah Nasional (PDIN) memiliki tupoksi sebagai berikut: 1) berdasarkan Keputusan Menteri Urusan Research Nasional No.107/M/Kpts/Str/65, tugas PDIN adalah memberikan penerangan dan penyebaran ilmu pengetahuan dengan cara menyediakan bahan literatur yang diperlukan karyawan riset dan karyawan lainnya yang bekerja dalam lembaga-lembaga ilmiah dan suatu industri yang memerlukan bahan-bahan literatur ilmiah (Nuraini, 1998); 2) berdasarkan Surat Keputusan Ketua LIPI No.23/Kep/D/3/87, tertanggal 17 Juni 1987, tupoksi PDII adalah melaksanakan pembinaan dan pelayanan jasa dokumentasi dan informasi ilmiah. Adapun tujuan berdirinya PDIN adalah memberikan pelayanan akan kebutuhan bahan-bahan bacaan untuk keperluan *research* dari pada lembaga-lembaga *research* di Indonesia. Untuk melaksanakan tupoksi dan tujuan tersebut, perlu dibentuk unit kerja jasa perpustakaan. Keberadaan perpustakaan sangat penting dan strategis dalam pengelolaan dan sistem temu kembali informasi. Dengan demikian, pembinaan dan pengembangan perpustakaan terus dilakukan secara bertahap dan berkelanjutan (Sudarsono,1993).

Sejak PDII berdiri (1 Juni 1965) hingga tahun 2015, PDII telah mengalami lima kali pergantian organisasi (reorganisasi). Tabel 1 di bawah ini menjelaskan riwayat singkat masa reorganisasi PDII dari tahun 1965-2015.

Tabel 1. Masa Reorganisasi PDII

Masa	Tahun	Nama	Dasar Penetapan Organisasi
Periode I	1965-1975	PDIN	SK Ketua LIPI No.227/Kep/D.5/1968, Tanggal 20 Nopember 1968
Periode II	1975-1986	PDIN	SK Ketua LIPI No.245B/Kep/D.5/75, Tanggal 15 Nopember 1975,
Periode III	1986-2001	PDII	SK Ketua LIPI No.23/Kep/D.5/87, Tanggal 17 Januari 1987

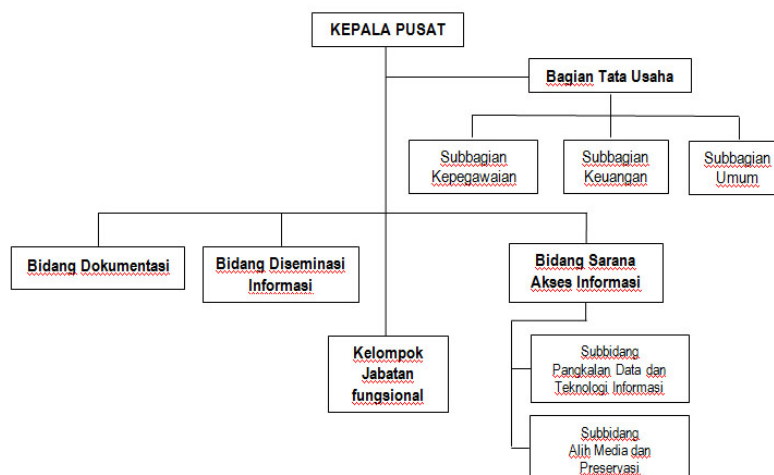
Periode IV	2001-2014	PDII	Surat keputusan Kepala LIPI No.1151/M/2001, Tanggal 5 Juni 2001
Periode V	2014-sekarang	PDII	Peraturan Kepala Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia Nomor 1 Tahun 2014, Tanggal 9 Mei 2014

Terjadinya perubahan struktur organisasi PDII di atas, tentunya berpengaruh terhadap tupoksi perpustakaan. Misalnya tupoksi perpustakaan sejak Periode I-III, unit perpustakaan sebagai Eselon III (Pusat Perpustakaan/Bidang Perpustakaan) dan pada Periode IV perpustakaan berubah menjadi Eselon IV (Subbidang Jasa Perpustakaan). Sementara itu, pada Periode V, perpustakaan tidak masuk dalam struktur organisasi PDII. Tabel 2 di bawah ini menjelaskan secara ringkas tupoksi perpustakaan PDII-LIPI.

Tabel 2. Perubahan Tupoksi Perpustakaan PDII

Masa	Struktur Organisasi	Tupoksi
Periode I	Pusat Perpustakaan	Melaksanakan urusan servis pembaca, urusan servis teknis, urusan majalah & katalog induk majalah, dan urusan program-program koordinasi pengadaan literatur
Periode II	Pusat Perpustakaan	Melaksanakan urusan program koordinasi pengadaan literatur ilmiah, urusan servis teknis, urusan majalah, dan urusan servis pembaca
Periode III	Bidang Perpustakaan	Melaksanakan pengadaan bahan pustaka, pengolahan, majalah & koleksi khusus, dan jasa pembaca
Periode IV	Subbidang Jasa Perpustakaan (di bawah koordinasi Bidang Informasi)	Melaksanakan pengembangan dan urusan pelayanan jasa perpustakaan dan layanan referensi singkat, serta pengelolaan
Periode IV	Tidak ada (perpustakaan di bawah koordinasi Bidang Diseminasi Informasi)	Tupoksi perpustakaan tidak dijelaskan secara eksplisit. Di sini hanya muncul tupoksi Bidang Diseminasi Informasi. yaitu melaksanakan penyiapan kebijakan teknis, rencana, dan program, pemantauan, evaluasi, dan pelaporan pengelolaan diseminasi informasi.

Jika digambarkan melalui struktur organisasi, Gambar 1 di bawah ini struktur organisasi PDII-LIPI yang terbaru, dan terbentuk atas dasar Peraturan Kepala Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia Nomor 1 Tahun 2014.



Gambar 1. Struktur Organisasi PDII-LIPI (2014-sekarang)

Adapun visi dan misi PDII saat ini adalah:

- Visi: Menjadi Repositori Nasional Bidang Sains dan Teknologi Terdepan di Indonesia.
- Misi: Membangun dan mengembangkan sistem repositori nasional bidang sains dan teknologi di Indonesia:

- a) menyediakan layanan informasi bidang sains dan teknologi kepada pemangku kepentingan;
- b) melaksanakan penelitian bidang dokumentasi dan informasi;
- c) melakukan pengelolaan pengetahuan;
- d) membangun kerjasama nasional dan internasional;
- e) melakukan penguatan kelembagaan.

Meskipun dalam struktur organisasi PDII, perpustakaan merupakan unit layanan di bawah koordinasi Bidang Diseminasi Informasi, perpustakaan tetap melaksanakan tupoksinya sebagai perpustakaan khusus sebagaimana yang telah diamanatkan oleh SNI 7496:2009 tentang Perpustakaan Khusus Instansi Pemerintah. Dalam ketentuan SNI 7496:2009, dijelaskan bahwa perpustakaan khusus merupakan institusi/unit kerja pengelola karya tulis, karya cetak, dan karya rekam yang dikelola secara profesional berdasarkan sistem yang baku untuk mendukung kelancaran/keberhasilan pencapaian visi, misi, dan tujuan instansi induk yang menaunginya. Sementara itu, tugas perpustakaan khusus adalah: a) menunjang terselenggaranya pelaksanaan tugas lembaga induknya dalam bentuk penyediaan materi perpustakaan dan akses informasi; b) mengumpulkan terbitan dari dan tentang lembaga induknya; c) memberikan jasa perpustakaan dan informasi; d) mendayagunakan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) untuk menunjang tugas perpustakaan dan e) meningkatkan literasi informasi. Dalam konteks kajian ini, perpustakaan senantiasa akan mengoptimalkan tugasnya dalam mendayagunakan TIK untuk menunjang tugas perpustakaan dalam bentuk pemanfaatan media sosial, email, dan *instant messenger*.

### SUMBER DAYA PERPUSTAKAAN

Untuk mendukung tugas-tugas perpustakaan, PDII telah menyiapkan berbagai sumber daya perpustakaan yang cukup memadai, seperti SDM/petugas, koleksi ilmiah, katalog *online*/OPAC, jaringan internet, dan sarana pendukung layanan yang lain. Berdasarkan data Bulan Juli 2015, jumlah SDM/petugas perpustakaan berjumlah 18 orang, yang terdiri atas 1 orang pejabat struktural, 7 orang fungsional pustakawan, 8 orang fungsional umum, 1 orang CPNS, dan 1 orang tenaga kontrak. Data SDM perpustakaan PDII dapat dilihat pada Tabel 3 di bawah ini.

Tabel 3. SDM Perpustakaan PDII

No	Nama	Jabatan
1	Ir. Mahmudi, M.Si.	Kepala Bidang Diseminasi Informasi
2	Ir. Rochani Nani Rahayu, M.Si	Pustakawan Madya/IVb
3	Sunarti	Pustakawan Penyelia/III d
4	Eti Budiartini, B.A	Pustakawan Penyelia/III c
5	Yuniar	Pustakawan Penyelia/III c
6	Nurhayati	Pustakawan Penyelia/III c
7	Rusli Marzuki, M.Si.	Pustakawan Pertama/III c
8	Wahid Nashihuddin, SIP.	Pustakawan Pertama/III a
9	Saiful Anwar, S.Kom.	Fungsional Umum/III a
10	Sugiarto	Fungsional Umum/III a
11	Sri Sulistyowati, A.Md.	Fungsional Umum/II c
12	Ahmad Sofyan, S.AP.	Fungsional Umum/III a
13	Nining Suhartiningrum	Fungsional Umum/II b
14	Tatang Sumantri	Fungsional Umum/II c
15	Darto	Fungsional Umum/II d
16	Wagiyah, A.Md.	Fungsional Umum/II d
17	Lili Fathoni, S.Sos.	CPNS
18	Haerudin	Tenaga Kontrak

Sumber: Data PDII-LIPI Bulan Agustus 2015

Apabila dilihat dari jumlah koleksi, PDII memiliki koleksi sekitar **500979** judul, yang terdata pada Tabel 4 di bawah ini.

Tabel 4. Koleksi Perpustakaan PDII

No	Jenis Koleksi	Jumlah (Judul)
1	Makalah ilmiah/prosiding	75759
2	Laporan penelitian	77357
3	Buku	88108
4	Tesis/Disertasi	32896
5	Paten	6859
6	Artikel Jurnal Ilmiah Indonesia	220000
	<b>Total</b>	<b>500979</b>

Sumber: Data PDII-LIPI Bulan Agustus 2015

Untuk mengakses koleksi PDII, telah tersedia dua database/katalog online, yaitu LARAS (*Library Archive Analysis System*) dan ISJD (*Indonesian Scientific Journal Database*). Katalog LARAS (<http://elib.pdii.lipi.go.id/katalog>) digunakan untuk mencari koleksi buku, prosiding/makalah ilmiah, laporan penelitian, tesis/disertasi, dan paten Indonesia. Katalog ISJD (<http://isjd.pdii.lipi.go.id>) digunakan untuk mencari artikel jurnal ilmiah Indonesia, baik versi cetak maupun elektronik (pdf.). Sementara itu, untuk koleksi ilmiah luar negeri/asing, saat ini perpustakaan memanfaatkan langganan akses database SpringerLink (<http://link.springer.com/>) dan ScienceDirect, Proquest, ACM Digital Library (<http://pustaka.ristek.go.id/main/home>).

Sistem pelayanan koleksi/literatur perpustakaan PDII dilakukan dengan dua cara, yaitu sistem terbuka dan sistem tertutup. Sistem tertutup adalah pengambilan koleksi dilakukan oleh petugas setelah pemustaka menelusur informasi di katalog/OPAC. Sedangkan, sistem terbuka adalah pengambilan koleksi dirak dilakukan oleh pemustaka setelah menelusur informasi di katalog/OPAC, tetapi jika mengalami kesulitan pemustaka dapat menghubungi petugas untuk bantuan pencarian koleksi di rak. Informasi mengenai sistem layanan koleksi perpustakaan PDII, lihat Tabel 5 di bawah ini.

Tabel 5. Sistem Layanan Koleksi Perpustakaan PDII

No	Sistem Layanan	Koleksi	Katalog	Ruang Koleksi
1	Terbuka	Buku Referensi/ Teknologi Tepat Guna	LARAS (PDII-ref / PDII-ttg)	Lantai 3
2	Tertutup	Karya Ilmiah LIPI/ Koleksi tentang Ilmu Perpustakaan	LARAS (PDII-lip / PDII-per)	Lantai 3
3	Terbuka	Koleksi Umum (Buku/Prosiding/Makalah)	LARAS (PDII-umu)	Lantai 4
4	Terbuka	Koleksi tentang Wanita dan Anak	LARAS (PDII-wnt)	Lantai 4
5	Tertutup	Laporan Penelitian	LARAS (PDII-lap)	Lantai 5
6	Tertutup	Tesis/Disertasi	LARAS (PDII-dis)	Lantai 5
7	Terbuka	Jurnal Ilmiah Indonesia (cetak)	ISJD	Lantai 5
8	Tertutup	Jurnal elektronik (.pdf)	ISJD (Meja Informasi)	Lantai 3

Sumber: Rahayu dan Wahid (2014)

Di setiap ruang baca perpustakaan (lantai 3-5) tersedia koneksi jaringan internet yang memadai (WiFi). Untuk penggunaan koleksi cetak, pemustaka dapat memfotopi koleksi sesuai kebutuhan (sebagian/keseluruhan isi koleksi). Sementara untuk koleksi digital (pdf.), pemustaka dapat memperolehnya dengan cara *print* dan/atau *email*.

Sistem keanggotaan perpustakaan PDII masih menggunakan sistem manual. Pengguna yang dapat menjadi anggota Perpustakaan PDII mereka harus berdomisili di wilayah Jabodetabek. Hak anggota perpustakaan adalah meminjam koleksi buku umum, maksimal 2 eksemplar dengan jangka waktu peminjaman 10 hari kerja.

Mengenai tarif/biaya layanan perpustakaan PDII mengacu pada Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 106 Tahun 2012 tentang Jenis dan Tarif Atas Jenis Penerimaan Negara Bukan Pajak yang Berlaku pada Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia. Hal-hal lain yang terkait dengan tarif layanan perpustakaan diatur dan ditetapkan berdasarkan kebijakan Kepala PDII-LIPI.

Terkait dengan biaya operasional layanan perpustakaan, anggaran perpustakaan berasal dari dana DIPA (Daftar Isian Pelaksanaan Anggaran) PDII-LIPI setiap tahun, baik masuk kegiatan DIPA tematik maupun DIPA rutin. Anggaran DIPA tersebut digunakan untuk penyelenggaraan kegiatan manajemen koleksi, layanan perpustakaan hari sabtu, seminar peningkatan layanan informasi, pemeliharaan sarana-prasarana perpustakaan, dan promosi melalui agen sosial (rencana).

## PEMANFAATAN JASA PERPUSTAKAAN

Di bawah ini dijelaskan secara singkat tentang data pemanfaatan layanan perpustakaan PDII selama 5 tahun (2010-2014), yang ditinjau dari jumlah pengunjung, anggota perpustakaan, dan pemakaian koleksi perpustakaan.

Apabila dilihat dari jumlah pengunjung perpustakaan PDII dari tahun 2010-2014, diketahui sejumlah 58103 orang. Dari jumlah pengunjung tersebut diketahui mahasiswa merupakan jumlah pengunjung terbanyak, khususnya mahasiswa S1 (47633 orang) dan jumlah pengunjung perpustakaan yang paling sedikit adalah Peneliti LIPI (20 orang). Data pengunjung perpustakaan tersebut dapat dilihat pada Tabel 6 di bawah ini.

Tabel 6. Data Pengunjung Perpustakaan PDII

No	Pengunjung	2010	2011	2012	2013	2014	Jumlah (Org)
1	Pelajar	243	179	309	316	0	1047
2	Mahasiswa D3	721	772	421	37	0	1951
3	Mahasiswa S1	17412	12999	9559	5251	2412	<b>47633</b>
4	Mahasiswa S2&S3	981	1126	530	383	200	3220
5	Wiraswasta/karyawan	719	557	484	498	300	2558
6	Pustakawan	27	14	0	421	0	462
7	Peneliti LIPI	0	0	0	0	20	<b>20</b>
8	Peneliti Non-LIPI	132	123	50	229	678	1212
	<b>Total</b>	<b>20235</b>	<b>15770</b>	<b>11353</b>	<b>7135</b>	<b>3610</b>	<b>58103</b>

Sumber: Data Statistik Perpustakaan PDII Per-Agustus 2015

Sementara itu, jumlah anggota perpustakaan PDII jauh lebih sedikit jika dibandingkan dengan jumlah pengunjung perpustakaan. Selama tahun 2010-2014 hanya diketahui sejumlah 282 orang yang menjadi anggota perpustakaan. Dari jumlah tersebut, diketahui anggota perpustakaan terbanyak berasal dari mahasiswa (179 orang) dan paling sedikit dari umum (tidak ada). Data anggota perpustakaan tersebut dapat dilihat pada Tabel 7 di bawah ini.

Tabel 7. Data Anggota Perpustakaan PDII

No	Anggota	2010	2011	2012	2013	2014	Jumlah (Org)
1	Peneliti	1	14	2	0	2	19
2	Karyawan	8	8	3	0	7	26
3	Mahasiswa	9	62	10	96	2	<b>179</b>
4	Umum	0	0	0	0	0	0
5	Peneliti/Karyawan LIPI	28	26	4	0	0	58
	<b>Total</b>	<b>46</b>	<b>110</b>	<b>19</b>	<b>96</b>	<b>11</b>	<b>282</b>

Sumber: Data Statistik Perpustakaan PDII Per-Agustus 2015

Dilihat dari pemakaian koleksi selama tahun 2010-2014, diketahui bahwa koleksi perpustakaan yang telah dimanfaatkan oleh pengguna sejumlah 247198 eksemplar/judul. Dari jumlah tersebut diketahui bahwa koleksi jurnal/majalah ilmiah merupakan koleksi yang paling banyak dimanfaatkan pengguna (164167 eks) dan koleksi Teknologi Tepat Guna (TTG) merupakan yang paling sedikit dimanfaatkan pengguna (1229 eks). Data pemakaian koleksi perpustakaan tersebut dapat dilihat pada Tabel 8 di bawah ini.

Tabel 8. Data Pemakaian Koleksi Perpustakaan PDII

No	Koleksi	2010	2011	2012	2013	2014	Jumlah (Eks)
1	Umum	11004	9031	7193	2766	767	30761
2	Referensi	2137	1683	104	1148	901	5973
3	Laporan Penelitian	6208	5374	2986	1997	1248	17813
4	Tesis/Disertasi	8350	6133	1848	1072	514	17917
5	Wanita dan Anak	2621	2399	1436	1089	144	7689
6	Jurnal/Majalah Ilmiah	55335	57170	32459	11762	7441	<b>164167</b>
7	Meja Informasi	549	606	158	160	176	1649
8	TTG	300	272	91	180	386	<b>1229</b>
	<b>Total</b>	<b>86504</b>	<b>82668</b>	<b>46275</b>	<b>20174</b>	<b>11577</b>	<b>247198</b>

Sumber: Data Statistik Perpustakaan PDII Per-Agustus 2015

Terkait dengan fasilitas layanan *online*, Perpustakaan PDII memiliki layanan meja informasi (*information desk*) untuk menjawab berbagai pertanyaan pengguna yang terkait dengan permintaan literatur atau jasa-jasa lembaga via-*online*, seperti email, *chatting*, atau telepon. Melalui layanan meja informasi, pemustaka yang mengalami permasalahan penelusuran referensi untuk penulisan ilmiah dapat meminta bantuan petugas untuk ditindaklanjuti. Berdasarkan data tahun 2010-2014, diketahui bahwa pengguna jasa meja informasi perpustakaan sejumlah 4421 orang, baik yang datang langsung ke petugas (2275 orang) maupun melalui email/*chatting* (1133 orang) dan telepon (533 orang). Data pemakaian jasa meja informasi perpustakaan dapat dilihat pada Tabel 9 di bawah ini.

Tabel 9. Data Pemakaian Meja Informasi Perpustakaan PDII

No	Media Konfirmasi	2010	2011	2012	2013	2014	Jumlah (Kali)
1	Datang (Tatap Muka)	575	493	362	763	562	2755
2	Telepon	32	24	66	246	165	533
3	E-mail/ <i>Chatting</i>	0	20	374	415	324	1133
	<b>Total</b>	<b>607</b>	<b>537</b>	<b>802</b>	<b>1424</b>	<b>1051</b>	<b>4421</b>

Sumber: Data Statistik Perpustakaan PDII Per-Agustus 2015

Sedangkan, jika dilihat dari pengguna (*follower*) media layanan *online* Perpustakaan PDII, khususnya media sosial dan *instant messenger*. Fasilitas media *online* yang digunakan perpustakaan, yaitu Facebook, Path, Twitter, BBM, Line, dan Whatsapp.

## MASALAH DAN TANTANGAN

Mengacu pada arti promosi dan strategi tersebut, jika diterapkan di perpustakaan dapat diartikan sebagai suatu rencana atau upaya untuk meningkatkan kualitas layanan perpustakaan dengan tujuan mengajak/menarik pengguna untuk datang atau memanfaatkan segala sumber daya informasi perpustakaan, baik melalui pameran, pendidikan/pengajaran, presentasi dalam pertemuan, maupun publikasi cetak/elektronik.

Pada konteks kajian ini, strategi promosi yang dimaksud adalah upaya dan perencanaan program inovasi layanan perpustakaan PDII melalui promosi *online*, baik menggunakan email,

media sosial, maupun *instant messenger*. Tujuan dari kegiatan promosi *online* ini adalah meningkatkan komunikasi dengan pengguna jasa dan mempropagandakan jasa-jasa dan produk layanan informasi PDII-LIPI. Adapun materi promosi *online* ini berupa: 1) persiapan lembaga dalam melakukan promosi *online* via-email, media sosial, maupun *instant messenger*; 2) persiapan bahan promosi (publikasi dan paket informasi); 3) sumber-sumber informasi ilmiah; 3) kerjasama kepustakawanan dengan PDII.

Meskipun PDII telah memiliki sumber daya informasi yang memadai dan mampu mencukupi kebutuhan informasi pengguna untuk penulisan ilmiah, namun belum semua pengguna mengetahui “bagaimana cara mengakses sumber daya informasi dan mendapatkan literatur PDII-LIPI? bagaimana mekanisme menjalin kerjasama kepustakawanan dengan PDII? dan bagaimana memesan paket informasi atau memesan literatur secara online?”

Ketidaktahuan pengguna atas ketigas hal di atas, dapat dapat disebabkan oleh belum dikenalnya nama “PDII-LIPI” di masyarakat awam maupun akademisi dalam hal pemenuhan referensi ilmiah untuk keperluan penulisan ilmiah atau pengelolaan puskodinfo, atau kemungkinan PDII kurang aktif mendekati diri ke masyarakat sehingga produk dan jasa-jasa layanan informasinya kurang dikenal dan diminati oleh masyarakat. Jika kondisinya seperti itu, maka perpustakaan perlu aktif dan dinamis untuk promosi *online* atau melalui pameran, seminar, dan kegiatan lain yang bertujuan untuk mengekspose produk dan jasa-jasa PDII.

Dalam melakukan promosi *online* ini, perpustakaan mengalami berbagai masalah dan tantangan. Qalyubi, dkk (2003) mengatakan bahwa terdapat kendala dalam promosi layanan perpustakaan. Kendala tersebut berasal dari dua sumber, yaitu kendala dari dalam (internal) dan kendala dari luar (*eksternal*). Kendala internal dalam promosi perpustakaan, yaitu: 1) pengetahuan pustakawan tentang ilmu dan teknik pemasaran masih lemah; 2) pandangan tradisional terhadap perpustakaan yang melihat perpustakaan sebagai “gudang buku”; 3) gedung/fasilitas perpustakaan tidak memadai; 4) dana untuk membeli bahan pustaka dan membuka layanan baru kurang memadai; 5) apresiasi pustakawan terhadap pengguna perpustakaan lemah. Sedangkan kendala promosi perpustakaan dari faktor eksternal, adalah: 1) komitmen dari pimpinan dalam mendukung terhadap eksistensi perpustakaan masih sangat kurang; 2) pengguna perpustakaan hanya bersifat sementara; 3) manajemen organisasi lemah; 4) budaya baca masyarakat dengan memanfaatkan perpustakaan sangat lemah; 5) staf pengajar di lembaga akademik jarang memberi tugas siswa/mahasiswa untuk menggunakan perpustakaan.

Terkait masalah dan kendala di atas, terdapat kendala Perpustakaan PDII dalam melakukan promosi *online*, yaitu seperti: 1) belum siapnya bahan informasi yang memiliki “daya tawar” tinggi untuk ditawarkan/diberikan ke *stakeholder*; 2) kurangnya relasi kerjasama pustakawan/pimpinan dengan PDII dengan lembaga dokinfo, akademisi, dan balitbang yang sebenarnya sangat membutuhkan produk dan jasa-jasa PDII; 3) belum ditetapkannya lembaga atau instansi yang akan dijadikan mitra kerjasama PDII dalam hal pemanfaatan jasa-jasa perpustakaan dan lembaga; 4) belum dilakukan sosialisasi secara menyeluruh tentang ketersediaan kontak layanan *online* PDII.

## **STRATEGI PROMOSI ONLINE PERPUSTAKAAN**

Berbagai permasalahan di atas menjadi perhatian khusus dalam kajian ini. Untuk memecahkan masalah tersebut, maka perlu ditetapkan strategi dan upaya persiapan promosi *online* perpustakaan yang efektif agar masyarakat dan *stakeholder* dapat mengenal PDII lebih dekat serta bersedia untuk datang dan memanfaatkan produk dan jasa-jasa PDII, baik untuk kepentingan penulisan ilmiah maupun pengelolaan puskodinfo.

Sebagaimana yang dikatakan Qalyubi (2003:261-263), promosi perpustakaan atau pemasaran merupakan langkah praktis untuk meningkatkan pemanfaatan perpustakaan. Kegiatan promosi perpustakaan dapat dilakukan melalui hal-hal berikut ini.

- 1) Menyiapkan bahan atau sarana perpustakaan, seperti brosur, poster, map khusus perpustakaan, pembatas buku (*bookmark*), buku terbitan khusus perpustakaan, logo, *news letter*, dan petunjuk-petunjuk perpustakaan.



- 2) Melaksanakan promosi dengan melihat lima aspek, yaitu perhatian (*attention*), ketertarikan (*interest*), keinginan (*desire*), tindakan (*action*), dan kepuasan (*satisfy*).
- 3) Menyiapkan cara atau strategi promosi perpustakaan, seperti: a) meningkatkan kompetensi diri petugas perpustakaan; b) melakukan pendekatan dengan guru/dosen (akademisi) dan pimpinan perpustakaan; dan c) memberikan pelayanan yang baik dengan mengutamakan kepuasan pengguna.

Untuk mendukung kelancaran promosi perpustakaan, peran aktif pustakawan sangat dibutuhkan. Dalam promosi perpustakaan, pustakawan berperan sebagai “agen promosi”, yang dituntut mampu meningkatkan citra perpustakaan yang lebih baik dan mampu meningkatkan kepuasan pengguna secara maksimal.

Menurut Lessin, Rhonda, and Rick (2004:235-240) dalam Buxbaum (2004), dalam artikelnya yang berjudul “Pedoman dan Standar yang Dapat Diterapkan untuk Layanan Perpustakaan pada Studi Bisnis Jarak Jauh”, dijelaskan bahwa promosi *online* merupakan salah satu layanan perpustakaan pendidikan jarak jauh. Pendidikan jarak jauh diperpustakaan telah diatur dalam Association of College and Research Libraries/ACRL (<http://www.ala.org/acrl/>) dan disahkan oleh Komite Standar American Library Association (ALA) pada konferensi tahunan 1998. Layanan perpustakaan untuk pendidikan jarak jauh (*distance learning library services*) menunjuk layanan perpustakaan untuk mendukung akademi, universitas atau kursus, dan program pendidikan tinggi lainnya yang ditawarkan di luar kampus utama dan tidak memperdulikan dimana tempat belajar diberikan.

Salah satu manajemen yang tercantum dalam panduan ACRL adalah sebagai agen dan kepala perpustakaan, serta administrator-pustakawan minimal seharusnya: a) menggunakan profil kebutuhan pemakai perpustakaan secara tertulis untuk menilai dukungan perpustakaan untuk pendidikan jarak jauh, kesiapan dan kesesuaian bahan dan layanan; b) mempromosikan layanan untuk mendukung perpustakaan kepada komunitas pendidikan jarak jauh; c) melakukan survei secara rutin kepada pengguna perpustakaan pendidikan jarak jauh untuk memonitor dan menilai apakah penggunaan layanan dan bahan koleksi sudah sesuai, juga untuk memonitor dan menilai sampai tingkat mana kebutuhan pengguna dapat terpenuhi. Sementara itu, terkait dengan layanan perpustakaan yang ditawarkan kepada komunitas pendidikan jarak jauh seharusnya dirancang dengan efektif untuk memenuhi kebutuhan pengguna, seperti sumber bibliografi dan informasi yang lebug luas. Promosi layanan perpustakaan ke komunitas pendidikan jarak jauh, termasuk kebijakan, peraturan dan prosedur tercatat untuk pengembangan dan manajemen sumber informasi yang sistematis

Beberapa strategi promosi *online* yang dilakukan Perpustakaan PDII adalah: 1) menetapkan segmentasi pasar dengan memperhatikan kebutuhan informasi pengguna/*stakeholder* yang akan diajak sebagai mitra kerja; 2) menetapkan proses bisnis organisasi; 3) menyiapkan kontak layanan *online* dan bahan promosi; 4) *Rebranding* layanan perpustakaan yang *user oriented*. Ke empat strategi tersebut, dijelaskan lebih rinci pada bahasan berikut ini.

### **Strategi 1: Menetapkan Segmentasi Pasar “User Needed”**

Kebutuhan pengguna adalah prioritas utama dalam tujuan layanan promosi *online* perpustakaan. “Apa yang dicari/diminta/diinginkan pengguna harus dapat dipenuhi oleh perpustakaan”, tanpa membedakan asal-usul pengguna. Selama ini, PDII belum melakukan identifikasi kebutuhan informasi penggunanya secara jelas, sehingga untuk menjalin mitra dengan mereka belum mengetahui secara pasti apa yang menjadi kebutuhan mereka. Untuk mengatasi hal tersebut, maka perpustakaan mulai melakukan identifikasi kebutuhan pengguna dengan memperhatikan aspek bauran pemasaran, yaitu *product, price, place, promotion*. Keempat aspek bauran pemasaran tersebut diimplementasi dengan cara:

- 1) *Product*, terdiri atas *tagline, features, image*, kemasan informasi, jaminan, dan pelayanan *online*.
- 2) *Price*, terdiri atas daftar harga, promosi/pameran, info pembayaran, dan diskon.
- 3) *Place*, terdiri atas daftar mitra kerjasama, paket informasi, dan pengiriman dokumen.

- 4) *Promotion*, terdiri atas publikasi kegiatan di website lembaga, *display* produk, pameran, bimbingan pemakai, pelatihan, dan layanan *online*

Langkah awal untuk mendukung ke empat aspek bauran pemasaran di atas dilakukan dengan cara melakukan identifikasi profil lembaga (*profiling*) yang dianggap belum/tidak memiliki sumber daya informasi untuk memenuhi kebutuhan informasi sivitas akademiknya.

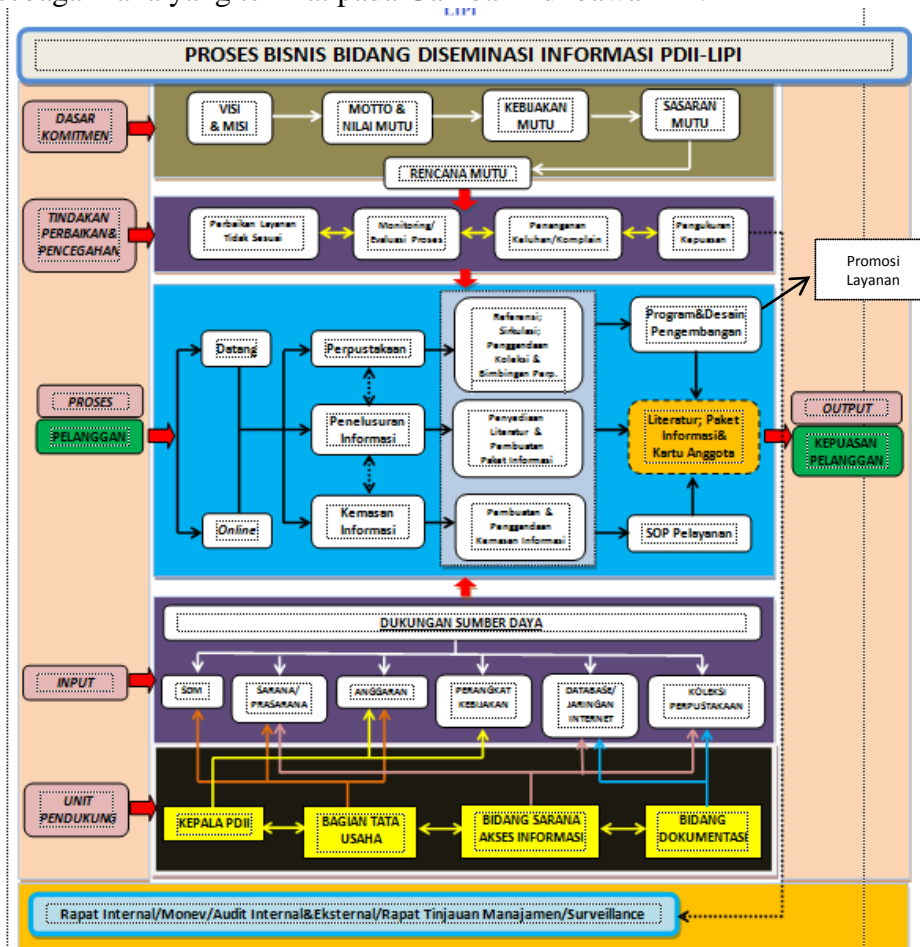
Melalui *profiling*, perpustakaan PDII dapat mengetahui karakteristik psikologis dan perilaku seseorang dalam mengakses informasi perpustakaan atau menelusur literatur, serta mengetahui sejarah, visi dan misi, struktur organisasi, tujuan organisasi, dan profil perpustakaan. Sampai saat ini, perpustakaan PDII telah melakukan *profiling* ke empat institusi perguruan tinggi yaitu:

- Universitas Pamulang (<http://www.unpam.ac.id/>)
- Universitas Sultan Ageng Tirtayasa (<http://www.untirta.ac.id/beranda>)
- Universitas Islam Syekh Yusuf Tangerang ([www.unistangerang.ac.id](http://www.unistangerang.ac.id))
- Universitas Nasional ([www.unas.ac.id](http://www.unas.ac.id))

Hasil dari *profiling* di atas adalah mengetahui sejarah, visi dan misi, tujuan, fakultas/jurusan, alamat, sumber daya perpustakaan, dan informasi lain instansi terkait. Tindak lanjut dari hasil *profiling* ini adalah konfirmasi ke kepala perpustakaan/pustakawan berupa penawaran kegiatan pusdokinfo dari PDII, seperti bimbingan penelusuran ilmiah, bimbingan pemakai perpustakaan, dan kerjasama pusdokinfo.

### Strategi 2: Menetapkan Proses Bisnis Organisasi

Proses bisnis organisasi ini disiapkan dalam rangka memenuhi kepuasan pelanggan PDII sebagaimana yang telah dipersyaratkan dalam dokumen Sistem Manajemen Mutu (SMM) ISO 9001:2008 PDII-LIPI, khususnya untuk layanan perpustakaan. Terkait hal tersebut, Bidang Diseminasi Informasi yang mengkoordinasikan layanan perpustakaan telah menetapkan rencana proses bisnis, sebagaimana yang terlihat pada Gambar 2 di bawah ini.



Gambar 2. Rencana Proses Bisnis Bidang Diseminasi Informasi

Penetapan proses bisnis di atas dikategorikan berdasarkan 3 aspek, yaitu masukan (*input*), proses (*process*), dan keluaran (*output*).

- *Input* pelayanan adalah dukungan sumber daya organisasi yang memadai, seperti sumber daya manusia (SDM), sarana/prasarana, anggaran, perangkat kebijakan, database/jaringan internet, dan koleksi perpustakaan.
- Proses pelayanan dilakukan melalui dua cara, yaitu datang dan *online*. Kedua cara mendapatkan layanan tersebut berlaku untuk layanan perpustakaan, penelusuran informasi, dan kemasan informasi. Proses bisnis pada layanan perpustakaan mencakup layanan referensi, sirkulasi, penggandaan koleksi, dan bimbingan perpustakaan. Proses bisnis pada layanan penelusuran informasi, mencakup penyediaan literatur dan pembuatan paket informasi. Sedangkan, proses bisnis layanan kemasan informasi mencakup pembuatan dan penggandaan paket informasi.
- *Output* pelayanan adalah kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan tentang derajat telah dipenuhinya persyaratan pelanggan (SNI ISO 9000:2008). Kepuasan pelanggan tercermin dalam “rasa puas” setelah mendapatkan produk dan jasa pelayanan dari PDII, baik berupa hasil penggandaan literatur/koleksi, paket informasi, maupun kartu anggota.

Pelaksanaan dari input, proses, dan *output* layanan Bidang Diseminasi Informasi di atas, berdasarkan pada rencana mutu organisasi yang telah ditetapkan. Untuk menjaga efektivitas pelaksanaan rencana mutu, pimpinan akan melakukan monitoring dan evaluasi (*monev*) secara kontinue.

Hal-hal yang dimonev dalam pelaksanaan rencana mutu adalah perbaikan layanan yang tidak sesuai, evaluasi proses, penanganan komplain/keluhan, dan pengukuran kepuasan pelanggan (melalui kuesioner dan lembar kotak saran). Tujuan *monev* terhadap proses bisnis ini adalah: 1) menemukan kesesuaian dan ketidaksesuaian dalam pelaksanaan sistem mutu layanan perpustakaan; 2) serta memperbaiki dan mencegah terjadinya tindakan yang menyimpang dari perencanaan sistem mutu. Pelaksanaan *monev* dilakukan dengan cara menyelenggarakan rapat internal, rapat *monev*, audit internal & eksternal, rapat tinjauan manajemen, atau *surveillance*. Perencanaan promosi layanan dokinfo ini menjadi bagian dari aspek program & desain pengembangan layanan, salah satunya adalah melalui promosi *online* layanan perpustakaan.

### **Strategi 3: Menyiapkan Kontak Layanan Online dan Bahan Promosi Lembaga**

Saat ini perpustakaan PDII telah menyiapkan berbagai fasilitas layanan *online*, baik melalui telepon, email, media sosial, dan *instant messenger*. Beberapa fasilitas *online* tersebut sudah sangat familier di masyarakat. Melalui layanan *online* ini, pengguna yang membutuhkan pelayanan 24 jam dari perpustakaan dapat dilayani petugas dengan baik. Berikut ini media *online* yang dapat digunakan pengguna Perpustakaan PDII.

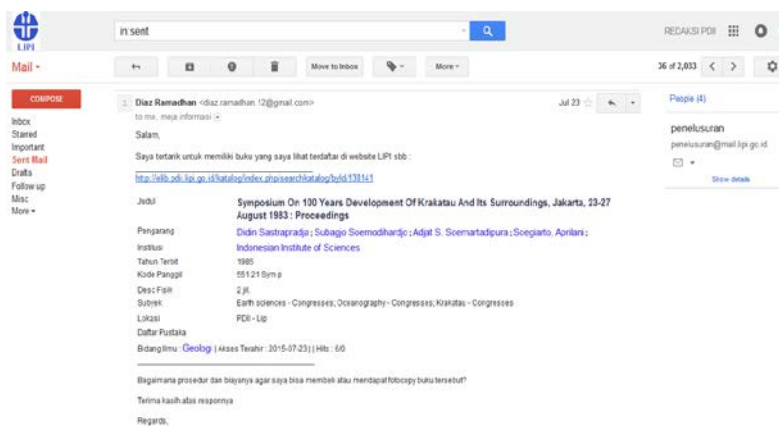
- a) Facebook ( PDII LIPI)
- b) Path (Meja Informasi PDII LIPI)
- c) Twitter (@MejaInformasi)
- d) Email (meja.informasi@yahoo.com/ redaksi.pdii@mail.lipi.go.id)
- e) Whatsapp (Meja Informasi PDII-LIPI / 089679755753)
- f) BBM (PIN 57F42A21)
- g) LINE (Meja Informasi PDII)
- h) Skype (mejainformasipdii)

Bagi pengguna yang sudah berteman (*invite*) kontak layanan *online* di atas, dapat mengajukan berbagai pertanyaan berupa: permintaan literatur, pemesanan informasi *online*, pendaftaran ISSN, konfirmasi kunjungan/studi banding, info pelatihan dan seminar/loknas, dsb. Gambar 3 di bawah ini contoh media kontak layanan *online* PDII.

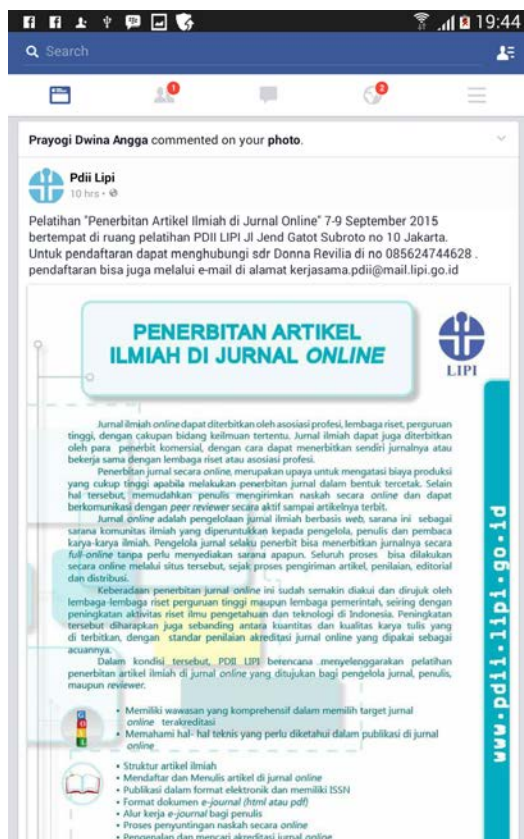


Gambar 3. Tampilan Header Kontak Layanan *Online* PDII

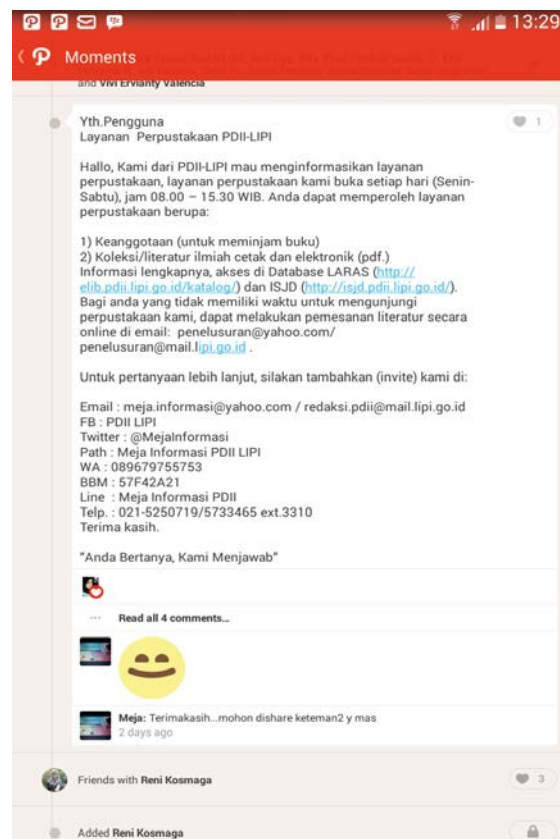
Tampilan header di atas, dapat dilihat pada media *online* Facebook, Path, dan Twitter. Adapun *tagline* layanan *online* PDII adalah “Anda Bertanya, Kami Menjawab”. Gambar 4 - 6 berikut ini contoh pertanyaan dari pengguna email, Facebook, dan Path, layanan *online* Perpustakaan PDII.



Gambar 4. Pertanyaan pengguna *online* via-mail



Gambar 5. Promosi Pelatihan Kepustakawanan PDII via-Facebook



Gambar 6. Promosi layanan Perpustakaan PDII via-Path

#### Strategi 4: *Rebranding* Layanan Perpustakaan “*User Oriented*”

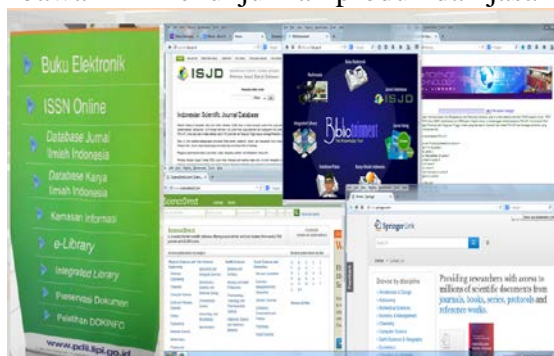
Strategi yang paling penting dilakukan oleh PDII adalah melakukan *rebranding*. Menurut istilah *rebranding* berasal dari kata “re” yang berarti “kembali” dan “brand” yang berarti “cap atau merek” (KBBI, 2008). Istilah *rebranding* sangat *familier* di dunia bisnis/pemasaran, guna meningkatkan mutu produk atau jasa informasi komersial. *Rebranding* di perpustakaan atau lembaga puskodinfo bertujuan untuk meningkatkan citra lembaga dan mutu produk dan jasa informasi ilmiah. Ketika perpustakaan melakukan *rebranding* maka hal pertama yang dilakukan adalah memperbaiki *image*-nya. Salah satu teknik *rebranding* di perpustakaan adalah memberikan *feature* layanan baru dan membuat *tagline* layanan mudah diingat masyarakat.

Reitz (2014) mengatakan *brand* adalah bagian dari nama atau logo yang berhubungan dengan produk atau jasa tertentu, yang dapat diucapkan, berupa huruf, kata, dan/atau angka, untuk mengidentifikasi dan membedakan dari jenis produk atau jasa yang sama ketika dipasarkan oleh perusahaan pesaing, misalnya Coca-Cola vs Pepsi-Cola. Dalam artikelnya yang berjudul “Brand Management Strategies for Information Services”, Christine A.Olson dalam Smallwood, et all (2012:15-16) menjelaskan bahwa banyak orang mem-*branding* produknya dengan cara visual, seperti mendesain logo yang baik untuk kesuksesan organisasi. *Brand* suatu produk harus tercermin dalam logo, warna, dan kata yang mudah diingat/dikenal seseorang, baik secara visual maupun ingatan.

Christine A.Olson dalam Smallwood, et all (2012:22) menjelaskan bahwa perpustakaan dapat melakukan *branding* layanannya dengan cara: a) melakukan koordinasi dengan sivitas perpustakaan; b) membangun jaringan komunikasi secara konsisten, baik gambar maupun lisan; c) memperkenalkan *brand* dan dampak pemanfaatannya secara komprehensif dan maksimal; d) menetapkan janji dan nama merek yang mudah dipahami oleh pengguna; e) menyediakan media kontak layanan secara tetap dan jelas. Dalam menetapkan *brand*, perpustakaan dapat mem-*branding* produk atau jasanya dalam hal audit merek, media kontak, visi dan misi, janji dan *tagline*, logo, pedoman, peluncuran dan pelayanan, dan loyalitas.

Untuk mengukur kesadaran pengguna menggunakan *brand* produk atau jasa perpustakaan dapat dilakukan *brand audit*. Christine A.Olson dalam Smallwood, et all (2012:22) menjelaskan materi *brand audit*, mencakup: a) janji, mengungkap janji pelayanan yang singkat dan sesuai harapan pelanggan; b) gambar visual, untuk mengidentifikasi merek yang mewakili setiap media jenis produk/jasa; c) pesan, interpretasi pesan penggunaan produk/jasa; dan d) kesadaran, mengingatkan seseorang untuk sadar dan senantiasa berpikir ketika menggunakan produk/jasa anda.

Implementasi *branding* layanan perpustakaan PDII dilakukan dalam wujud: 1) komitmen terhadap *tagline* layanan “Anda Bertanya, Kami Menjawab; 2) membuat header kontak layanan *online* perpustakaan dan di share ke media sosial; 3) tata ruang baca perpustakaan yang ergonomis (nyaman dan aman); 4) pengemasan paket informasi/pengetahuan bentuk CD/DVD. Gambar 7 - 10 di bawah ini menunjukkan produk dan jasa layanan PDII.



Gambar 7. Database Perpustakaan PDII



Gambar 8. Paket Informasi Tercetak



Gambar 9. Koleksi 3D/CD



Gambar 10. Database eBook PDII

Apabila dilihat dari jenisnya, strategi promosi *online* perpustakaan dengan sistem kemitraan ini merupakan strategi multi-segmen, yaitu strategi yang melibatkan banyak sumber daya organisasi, seperti SDM, anggaran, sarana-prasarana, database, paket informasi, dsb. Qalyubi, dkk (2003:266-267) mengetakan bahwa strategi multi-segmen dilakukan terhadap dua atau lebih segmen pasar sekaligus dengan bauran pemasaran sendiri untuk masing-masing segmen. Keuntungan strategi ini adalah perpustakaan akan banyak dimanfaatkan oleh oengguna, dan kerugiannya adalah membutuhkan banyak pengadaan dan pengolahan bahan pustaka, dsb.

Ke empat strategi di atas, rencana awal program promosi *online* perpustakaan ini (tahun 2015) akan dilakukan untuk tujuan pendidikan (edukatif). Kegiatan promosi *online* ini ditawarkan kepada pengguna/*stakeholder* untuk mengikuti kegiatan: pelatihan kepustakawanan, bimbingan pemakai perpustakaan, dan penelusuran informasi. Bagi mereka yang berminat untuk mengikuti program-program tersebut dapat mengusulkannya ke perpustakaan, yang kemudian ditindaklanjuti oleh Subbagian Umum PDII untuk penawaran kerjasama/menjalin kemitraan.

Model kemitraan hasil publikasi dan promosi *online* perpustakaan ini masuk model *linier collaborative of partnership* (yang mempunyai visi-misi sama), dengan pola *mutualism partnership* (kemitraan saling menguntungkan). Rumani (2013:19) mengatakan bahwa model kemitraan yang dapat dijalin di perpustakaan dalam era keterbukaan informasi ini adalah *linier collaborative of partnership* (yang berdasarkan pada visi-misi lembaga sama), dengan pola *mutualism partnership* (kemitraan mutualistik). Makna dari model dan pola tersebut adalah perpustakaan sebagai lembaga yang memberi jasa informasi harus dapat menjalin kerjasama dengan lembaga layanan publik.

## PENUTUP

Perpustakaan PDII menganggap bahwa promosi *online* perpustakaan sangat membantu lembaga induk untuk meng-eskpose setiap produk dan jasa-jasa PDII agar lebih dikenal dan dekat dengan pengguna/*stakeholder*. Berbagai strategi yang telah dan akan dilakukan, tentunya dapat dijadikan sebuah inovasi layanan PDII untuk meningkatkan mutu layanannya. Melalui *tagline* layanan *online* Perpustakaan PDII “Anda Bertanya, Kami Menjawab”, diharapkan pengguna merasa nyaman dan cepat dalam mengungkapkan segala pertanyaan/permasalahan yang terkait dengan pemenuhan literatur dan kerjasama pusdokinfo. Diharapkan kajian ini dapat menjadi bahan promosi pemanfaatan produk dan jasa-jasa lembaga; b) meningkatkan pengguna layanan *online* perpustakaan PDII; c) mendorong pustakawan/pengelola perpustakaan untuk aktif menggunakan media *online* untuk peningkatan aksesibilitas layanan perpustakaan, khususnya perpustakaan di lingkungan Kementerian dan LPNK.

## DAFTAR PUSTAKA

- Badan Standardisasi Nasional. SNI 7496:2009 tentang Perpustakaan Khusus Instansi Pemerintah. Jakarta.
- Buxbaum, Shari (ed.). 2004. Library Services: Perpustakaan Virtual untuk Kuliah Bisnis Sistem Jarak Jauh, Tren yang Berkembang Saat ini. Jakarta: PT.RajaGrafindo Persada.
- KBBI. 2008. Kemus Besar Bahasa Indonesia Daring, Departemen Pendidikan Nasional RI. Dalam <http://badanbahasa.kemdikbud.go.id/kbbi/index.php> (10 Agustus 2015).

- Nuraini, Siti. 1998. Satu Dasawarsa Pertama Perjalanan PDIN-LIPI. *Jurnal BACA*, Vol.23, No.4, Desember 1998. Jakarta.
- Nurlaila. 2009. Peranan Promosi Perpustakaan dalam Peningkatan Layanan Perpustakaan Perguruan Tinggi. *Jurnal Iqra'*, Vol. 03, No.01. hlm. 18-30.
- Qalyubi, Syihabuddin, dkk. 2003. Pemasaran dan Promosi Perpustakaan. dalam *Dasar-Dasar Ilmu Perpustakaan dan Informasi*. Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Rahayu, Rochani Nani dan Wahid Nashihudin. 2014. Potret Layanan Perpustakaan Pusat Dokumentasi dan Informasi Ilmiah Periode 2009 - 2013. *Visi Pustaka*, Vol.16 No.2 – Agustus. Jakarta.
- Smallwood, Carol; Vera Gubnitskia; Kerol Herrod (ed). 2012. *Marketing Your Library: Tips and Tools that Work*. USA: McFarland & Company Inc.
- Sri Rumani. 2013. Pola Kemitraan Perpustakaan dalam Era Keterbukaan Informasi. *Info Persadha*, Vol.11, No.1, hlm. 19-25.
- Sudarsono, Blasius. 1993. Pola Pengembangan PDII-LIPI Dalam PJPT II, disampaikan dalam Seminar Jasa Informasi PDII-LIPI Menyongsong PJPT II, di Jakarta 9 Februari.