

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Promosi adalah perkenalan (dalam rangka memajukan usaha, dagang, dan sebagainya) (Kamus Besar Bahasa Indonesia, 2005: 898). Promosi dalam usaha perdagangan merupakan instrumen pemasaran yang berkaitan dengan komunikasi, yaitu pesae (massage) yang disampaikan oleh produsen kepada konsumen (Rewold dkk, 1996: 1). Promosi adalah mekanisme komunikasi persuasive pemasaran dengan memanfaatkan teknik-teknik hubungan masyarakat. Promosi merupakan forum pertukaran informasi antara organisasi dan komsumen dengan tujuan utama memberi informasi tentang produk atau jasa yang di sediakan oleh organisasi , sekaligus membujuk konsumen untuk bereaksi terhadap produk atau jasa yang ditawarkan. Reaksi konsumen terhadap promosi dapat muncul dalam berbagai ragam dan bentuk, mulai dari tumbuhnya kesadaran sampai pada tindakan untuk memanfaatkannya.

Promosi merupakan kegiatan penting pada suatu organisasi , apalagi untuk organisasi yang bergerak dalam bidang usaha dan jasa , bagimana pun produk atau jasa yang dihasilkan tidak ada gunanya jika tidak diketahui atau dimanfaatnya oleh sebagian besar konsumennya (Darmono,2001;175) promosi adalah seni dan teknik untuk berhubugan dengan masyarakat , memperkenalkan produk-produk yang di hasilkan serta pelayanan-pelayanan yang diberikan agar calon pemakai mengetahui (Martoatmodjo,1998:16.

Sarana promosi adalah salah satu kegiatan untuk memasarkan informasi di perpustakaan promosi juga sangat penting untuk kami bagikan informasi kepada orang lain melalui media sosial maupun surat kabar.

Promosi juga sangat penting dalam perpustakaan untuk memperkenalkan produk atau jasa dan koleksi kepada masyarakat atau kosumen. Dalam melakukan promosi harus kita di perhatikan yang menjadi sarana promosi perpustakaan , jika tidak promosi hanya sia-sia saja .

Promosi merupakan kegiatan yang sangat penting dalam memasarkan produk atau jasa sehingga dapat menarik untuk dapat membeli produk tersebut, kegiatan promosi harus dirancang semenarik mungkin dan informasi yang disampaikan harus mudah dimengerti oleh masyarakat agar orang yang membacanya dapat tertarik dan mudah dimengerti.menurut Kotler & Armstrong 92016), promosi merupakan kegiatan dalam mengkomunikasikan keunggulan suatu produk atau layanan untuk mengajak pengguna yang menjadi target agar menggunakan produk tersebut. menurut Potter (2012), hal yang dapat dipromosikan oleh perpustakaan adalah layanan perpustakaan, kegiatan yang dilakukan perpustakaan, dan berbagai koleksi yang dimiliki perpustakaan tersebut. Perkembangan teknologi informasi saat sekarang ini berkembang dengan sangat pesat. Semua kalangan telah bisa dan dapat menggunakan teknologi digital. Tak salah kalo zaman sekarang ini disebut sebagai zaman digital, karena segala sesuatu ada di dunia digital dan semua informasi bisa di akses melalui media elektronik dan digital dan di dapatkan dengan sangat cepat. Sama halnya dengan promosi dan pemasaran yang dilakukan

disebuah perpustakaan. Promosi dan pemasaran dahulunya dilakukan secara tradisional saja, akan tetapi seiring berkembangnya zaman dan teknologi, promosi dan pemasaran perpustakaan pun juga ikut mengalami perkembangan yaitu promosi dan pemasaran perpustakaan dilakukan secara modern yaitu dengan menggunakan media elektronik atau digital. Walaupun pada masa sekarang ini perkembang teknologi informasi dan komunikasi serta promosi dan pemasaran perpustakaan telah berkembang pesat ke arah yang lebih baik lagi atau ke era yang modern, akan tetapi promosi dan pemasaran perpustakaan secara tradisional masih tetap dilakukan disebuah perpustakaan. Kedua cara promosi dan pemasaran perpustakaan tersebut berjalan beringinan dan memiliki kelebihan serta kekurangan satu dan lainnya. Perkembangn teknologi informasi dan komunikasi sangat berpengaruh terhadap perkembangan promosi dan pemasaran perpustakaan saat sekarang ini. Begitu banyak kegiatan promosi dan pemasaran perpustakaan secara modern yang bisa dilakukan oleh pustakawan guna memperkenalkan perpustakaannya kepada masyarakat atau pemustaka, salah satu kegiatan promosi yang sangat efektif dan efisien dilakukan yaitu dengan menggunakan media sosial. Penggunaan sosial media seperti Instagram menurut penelitian yang dilakukan Aras & Colaklar (2015) bahwa Perpustakaan Perguruan Tinggi dapat menggunakan media sosial untuk memberi tahu penggunanya tentang materi dan sumber daya baru, untuk memberikan informasi tentang perpustakaan, ensosialisasikan acara, melakukan campaign perpustakaan, serta kegiatan yang berkaitan dengan sosial dan budaya.

Tujuan dilakukannya promosi perpustakaan adalah memperkenalkan segala informasi dan sumber-sumber informasi yang dimiliki perpustakaan kepada masyarakat luas supaya mereka pada akhirnya berminat memanfaatkannya secara optimal.” Sedangkan menurut Syihabuddin Qalyubi, dkk (2003:260), tujuan promosi adalah;

- a. Memperkenalkan fungsi perpustakaan kepada masyarakat.
- b. Mendorong minat baca dan mendorong masyarakat agar menggunakan koleksi perpustakaan semaksimalnya dan menambah jumlah orang yang gemar membaca.
- c. Memperkenalkan pelayanan dan jasa perpustakaan kepada masyarakat.
- d. Memberikan kesadaran masyarakat akan adanya pelayanan perpustakaan dan menggunakanya, serta mengembangkan pengertian masyarakat agar mendukung kegiatan perpustakaan .

berikutnya tidak kalah penting berhubungan dengan promosi pemasaran perpustakaan . promosi pemasaran perpustakaan yang dapat digunakan menjadi salah satu faktor menarik bagi pengguna perpustakaan untuk mengunjungi perpustakaan.

Sebab itu pemustaka yang berkunjung ke perpustakaan sangat penting dalam memberikan sarana promosi tanggapan untuk pelayanan promosi pemasaran yang di berikan oleh perpustakaan tersebut khususnya di bagian penyediaan bahan koleksi yang sesuai dengan kebutuhan pemustaka yang berkunjung di perpustakaan . koleksi perpustakaan dapat di bedakan juga menjadi dua kelompok besar yaitu koleksi mencetak dan non mencetak . koleksi tercetak terdiri dari buku , terbitan beseri,peta,gambar

brozur,pamphlet,dan booklet,makalah dan koleksi tugas akhir. Sedangkan 2 koleksi non cetak terdiri dari film , compst dist, microfilm, mikrofis , kaset dan koleksi digital.

Perpustakaan sering diistilahkan sebagai jantung universitas yang menyebarkan informasi tentang perpustakaan upt universitas cenderawasih kepada setiap program studi maupun fakultas yang ada pada suatu pengruan tinggi tersebut . hal ini berati perpustakaan merupakan peranaan penting bagi dunia pendidikan . jika jantungnya lemah lebut lainnya juga akan menjadi lemah. Ini artinya perpustakaan baik, akan baik pula lembga/ intitusinya . sehingga nantinya para pengguna perpustakaan benar-benar dapat merasakan manfaat dari keberadaan sebuah perpustakaan penguruan tinggi yang ada lingkungan universitas cenderawasih dan juga yang ada di lingkungan studi. Sebuah perpustkaan dinyatakan berhasil jika banyak dimanfaatkan oleh pemustakanya. Salah satu yang menjadi aspek agar pustakaan banyak dimanfaatkan atau di kunjungi oleh pepustaka ialah menjediakan bahan puestaka di perpustakaan yang dengan sesuai kebutuhan mereka. Oleh karena itu yang menjadi tugas setiap perpustakaan terutama upt universitas cenderawasih. Adalah mengadadakan koleksi bahan pustaka dengan tepat diperpustakaan sehingga perpustakaan di manfaatkan secara optimal oleh pemustakanya. Dalam hal ini juga UPT universitas cenderawasih sudah melaksanakan promosi oleh perpustakaan melalaui sosialisasi kepada setiap fakultas dan setiap program study tersebut . selain itu perpustakaan upt uncen sudah menyerbarkan informasi melalui sosial media diantara ada babarapa yang

di pakai oleh upt uncen yaitu : facebook,youtube,instagram, twiter, dan webssite , .

Perpustakaan upt uncen juga sudah menyediakan E-library melalui digital supaya mahasiswa lebih mudah untuk mencari koleksi dan mencari informasi tentang upt universitas cenderawasih.

## **1.2. Rumusan Masalah :**

Berdasarkan latar belakang yang telah saya temukan di atas maka rumusan masalah penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagimana kegiatan promosi upt universitas cenderawasih
2. Bagimana cara mempromosikan koleksi buku di upt universitas cenderawasih
3. Apa sajakah kendala-kendala yang di hadapi ketiga mempromosikan produk/ pemasaran koleksi

## **1.3. Tujuan penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah di jelaskan sebelum dalam penelitian ini , tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui penting nya promosi dan pemasaran di upt universitas cenderawasih
2. Untuk mengetahui bagimana cara mempromosikan koleksi buku upt universitas cenderawasih
3. Untuk mengetahui kendala-kendalah yang di hadapi ketiga mempromosikan produk/pemasaran di upt universitas cenderawasih
- 4.

## **1.2.Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan dan dimanfaatkan oleh berbagai pihak meliputi manfaat teoritis dan manfaat praktis.

### **a. Kegunaan Teoritis:**

Adapun yang menjadi manfaat atau kegunaan secara teoritis dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Memberikan kontribusi secara konseptual untuk pustakawan dalam memberikan saran untuk mempromosikan koleksi di upt universitas cenderawasi
2. Memberikan kontribusi intelektual dan karya ilmiah di bidang ilmu informasi dan perpustakaan dalam menanggapi perkembangan mempromosikan atau memasarkan koleksi , khususnya di upt universitas cenderawasih

### **b. Kegunaan praktis :**

Yang menjadi manfaat atau kegunaan praktis dalam penelitian ini adalah:

1. Sebagai sumbangan pemikiran dan bahan pertimbangan bagi perpustakaan upt universitas cenderawasi dalam rangka meningkatkan promosi dan pemasaran di perpustakaan upt universitas cenderawasi
2. Pada umumnya diharapkan dapat memberikan kontribusi pagi para penyelegara perpustakaan upt dalam menetapkan layanan kebijakan promosi perpustakaan upt universitas cemderawas