

**PELAKSANAAN PENDIDIKAN PEMAKAI PERPUSTAKAAN (P3)  
SEBAGAI MEDIA PROMOSI MELALUI PENGENALAN KEHIDUPAN  
PERGURUAN TINGGI (PKPT)**

**Oleh : Drs. Hari Santoso, S.Sos.<sup>1</sup>**

**Abstrak.** Beberapa kendala dalam pelaksanaan kegiatan promosi di perpustakaan PT, diantaranya yaitu : (1) sumber daya yang dimiliki perpustakaan PT belum memiliki nilai keunggulan, (2) masyarakat akademis belum memandang secara benar terhadap tugas, fungsi dan peranan perpustakaan PT. Beberapa upaya untuk mengatasi kendala-kendala yang dihadapi dalam promosi perpustakaan PT, yaitu : (1) meyakinkan pimpinan PT tentang esensi perpustakaan. (2) meningkatkan citra positif tentang perpustakaan PT. (3) menempatkan promosi perpustakaan sebagai salah satu prioritas program perpustakaan PT. Strategi yang bisa digunakan dalam melaksanakan kegiatan promosi perpustakaan PT, yaitu : (a) menerbitkan buku pedoman perpustakaan PT. (b) mengadakan kegiatan ilmiah dalam bidang perpustakaan. (c) penataan kondisi fisik perpustakaan (*Atmospheric*). (d) kontak perorangan

Tujuan P3 di perpustakaan PT adalah : (1) meningkatkan keterampilan pengguna agar mampu memanfaatkan kemudahan dan sumber daya perpustakaan secara mandiri, (2) membekali pengguna dengan teknik yang memadai dan sesuai untuk menemukan informasi dalam subjek tertentu, (3) meningkatkan pemanfaatan sumber daya dan pelayanan perpustakaan, (4) mempromosikan pelayanan perpustakaan, (5) menyiapkan pengguna agar dapat mengantisipasi perkembangan ilmu dan teknologi. Pokok bahasan dalam P3 di perpustakaan PT meliputi : (1) tugas dan fungsi (2) peraturan dan tata tertib, (3) sistem layanan, (4) jenis sumber referensi dan informasi ilmiah, (5) alat pencarian bahan pustaka, (6) cara menemukan buku di rak buku, (7) susunan buku dalam rak buku, (8) perpustakaan digital, (9) kerja sama perpustakaan. Beberapa kendala dalam pelaksanaan P3, yaitu : (1) jumlah pemateri tidak seimbang dibandingkan dengan jumlah mahasiswa baru yang mengikuti P3 (2) tidak semua pustakawan memiliki kemampuan untuk melakukan sebuah presentasi (3) ruang yang digunakan untuk melaksanakan presentasi P3 tidak representatif (4) kegiatan P3 tidak ditindaklanjuti dengan kunjungan ke perpustakaan (*library tour*).

Untuk mengatasi hal tersebut perlu dilakukan berbagai upaya agar pelaksanaan P3 berjalan efektif, yaitu dengan : (1) menambah jumlah pemateri (2) meningkatkan kompetensi pustakawan dalam presentasi (3) melaksanakan presentasi P3 pada tempat yang representatif (4) melaksanakan kegiatan *library tour*.

**Kata kunci :** Promosi perpustakaan, pendidikan pemakai, perguruan tinggi

## **PENDAHULUAN**

Salah satu kegiatan akademis perguruan tinggi pada setiap tahun ajaran baru adalah orientasi mahasiswa baru yang merupakan kegiatan yang berfokus pada pengenalan situasi dan kondisi perguruan tinggi, baik pada aspek lingkungan fisik maupun lingkungan sosial perguruan tinggi. Orientasi peserta didik di perguruan tinggi biasa disebut dengan Pengenalan Kehidupan Perguruan Tinggi (PKPT).

Dalam Materi Kegiatan Pengenalan Kehidupan Perguruan Tinggi Universitas Negeri Malang (2007) disebutkan bahwa PKPT merupakan kegiatan pra kuliah yang secara langsung menunjang kegiatan kurikulum. PKPT bertujuan untuk memperkenalkan program

---

<sup>1</sup> Penulis adalah Pustakawan Madya pada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Malang

pendidikan akademik, administrasi akademik, kehidupan kampus, program kemahasiswaan dan memperkenalkan cara-cara belajar yang baik kepada para mahasiswa baru dalam rangka mempersiapkan mereka agar dapat mengikuti kegiatan akademik dan menyelesaikan studi mereka dengan hasil yang sebaik-baiknya. Hal tersebut sejalan dengan pandangan Hanifah (2014) bahwa pada dasarnya program PKPT dilaksanakan untuk membantu para mahasiswa baru agar dapat beradaptasi dengan kehidupan kampus dan segala isi yang ada di lingkungannya, baik di bidang akademik maupun non akademik, dan memiliki kesiapan belajar untuk melakukan studi di perguruan tinggi. PKPT dirancang agar mahasiswa baru dapat memiliki jiwa intelektual, semangat belajar dan penanaman nilai-nilai karakter terutama kedisiplinan yang tinggi.

Materi PKP berisi informasi tentang keuniversitasan yang meliputi : (1) perguruan tinggi sebagai pusat intelektual dan kultural; (2) membangun sikap positif mahasiswa terhadap PT; (3) pendidikan pemakai perpustakaan; pedoman pendidikan; (4) bimbingan konseling; (5) cara belajar di perguruan tinggi; (6) tatakrma kehidupan kampus; serta (7) program kemahasiswaan yang meliputi pola pemberdayaan kemahasiswaan, pengembangan kegiatan kemahasiswaan bidang penalaran, penanggulangan napza dan lingkungan hidup.

Pendidikan Pemakai Perpustakaan (P3) sebagai salah satu materi PKPT dilaksanakan dengan harapan agar mahasiswa : (1) sadar akan adanya jasa perpustakaan yang dapat dimanfaatkan untuk menunjang kelancaran studi di PT, (2) mengenal baik-baik sumber informasi dalam bidang studi masing-masing, (3) mampu mempergunakan metode dan teknik penelusuran informasi dengan tepat dan cepat, (4) mampu memanfaatkan fasilitas yang tersedia di perpustakaan dan mengenal jaringan kerjasama informasi, dan (5) mengetahui serta memahami tata tertib perpustakaan.

Dengan demikian pendidikan pemakai perpustakaan sesungguhnya merupakan suatu kegiatan promosi yang dilakukan oleh perpustakaan PT agar mahasiswa baru mengenal tugas, fungsi dan berbagai sumber daya yang ada di perpustakaan PT , kemudian memanfaatkannya secara optimal dalam menunjang proses pembelajaran.

## **PEMBAHASAN**

### **A. Promosi Perpustakaan Perguruan Tinggi**

Muchiyidin (1980) memberikan batasan promosi perpustakaan sebagai upaya yang esensial dari pihak perpustakaan, agar hakekat dan fungsi serta tujuan perpustakaan dapat memasyarakat bagi kepentingan para pemakainya. Sedangkan Mahardjo (1975) menjabarkan promosi perpustakaan sebagai usaha-usaha atau tindakan-tindakan yang dilakukan untuk

memberi dorongan-dorongan, penggalakan atau bantuan memajukan perpustakaan. Wirawan (1982) mendiskripsikan promosi perpustakaan sebagai suatu aktivitas untuk menarik dan meningkatkan penggunaan perpustakaan. Dari aspek komunikasi Edsall sebagaimana dikutip Sukaesih (1995) memandang promosi sebagai suatu bentuk komunikasi yang meliputi tiga aspek yaitu memberitahu (*to inform*), mempengaruhi (*to influence*) dan membujuk/merayu (*to persuade*).

Secara rinci Muchyidin (1980:) menyebutkan tujuan promosi perpustakaan, yaitu : (1) mengenalkan perpustakaan kepada masyarakat; (2) menanamkan pengertian tentang hakekat dan fungsi perpustakaan; (3) menunjukkan tata cara penggunaan perpustakaan (4) menempatkan perpustakaan sebagai bagian dari kehidupan masyarakat pemakai (5) memberikan bimbingan dan pengarahan dalam praktek pendayagunaan perpustakaan (6) meningkatkan pengertian dan kualitas pendayagunaan perpustakaan. Melalui promosi perpustakaan PT diharapkan masyarakat akademis (sivitas akademika) berubah sikap dan pandangan terhadap perpustakaan dari tidak peduli menjadi memahami dan menyenangi perpustakaan serta menjadikan perpustakaan sebagai sumber informasi

Beberapa kendala dalam pelaksanaan kegiatan promosi di perpustakaan PT, diantaranya yaitu : (1) sumber daya yang dimiliki perpustakaan PT belum memiliki nilai keunggulan, sehingga perpustakaan PT kurang mampu meningkatkan kuantitas dan kualitas layanan seperti yang dipersyaratkan sesuai dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi. Padahal kuantitas dan kualitas layanan merupakan " produk " andalan dalam promosi perpustakaan. Keterbatasan sumberdaya umumnya disebabkan oleh keterbatasan anggaran pengembangan perpustakaan sehingga berdampak perpustakaan PT belum mampu : (a) menyediakan koleksi yang diharapkan pemustaka baik dari aspek kualitas, kuantitas maupun kemutakhiran, (b) menyediakan staf yang profesional dan memiliki kompetensi dalam bidang perpustadokinfo yang dipersyaratkan. Perlu diketahui bahwa sikap, keterampilan dan pengetahuan staf perpustakaan dalam layanan berdampak terhadap persepsi dan sikap dan tindakan pemustaka dalam merespon keberadaan perpustakaan PT, (2) masyarakat akademis belum memandang secara benar terhadap tugas, fungsi dan peranan perpustakaan PT sehingga pengembangan perpustakaan PT tidak menjadi salah satu prioritas program PT. Menurut Bellardo dan Waldhart (1977) ada dua klien utama perpustakaan, yaitu penyandang dana (dalam hal ini PT) dan pemustaka. Dengan demikian kegiatan promosi yang dilaksanakan hendaknya ditujukan kepada kedua klien tersebut, disamping masyarakat lain di luar PT.

Beberapa upaya untuk mengatasi kendala-kendala yang dihadapi dalam promosi perpustakaan PT, yaitu : (1) meyakinkan pimpinan PT tentang esensi perpustakaan. Dalam hal ini pengelola perpustakaan perlu meyakinkan pimpinan PT sebagai penyandang dana dan pengambil keputusan bahwa perpustakaan benar-benar merupakan pusat kegiatan akademis sehingga perlu mendapat dukungan moral dan dana yang memadai. Oleh sebab itu perpustakaan harus mampu mendemonstrasikan bahwa sumberdaya yang ada di perpustakaan dapat dikembangkan dan dimanfaatkan secara efektif dan efisien dalam menunjang proses pembelajaran. Dengan adanya dukungan moral dan dana dari pimpinan PT, maka terbuka peluang bagi perpustakaan untuk (a) membangun hubungan kerjasama dengan berbagai pihak baik di dalam maupun di luar lingkungan PT, (b) merealisasikan program peningkatan kuantitas dan kualitas perpustakaan; (c) merubah persepsi masyarakat pemakai untuk memandang secara benar tugas, fungsi dan peranan perpustakaan. (2) meningkatkan citra positif tentang perpustakaan PT. Untuk menanamkan pengertian yang positif terhadap esensi perpustakaan sebagai pusat informasi, perlu ditunjang dengan : (a) ketersediaan koleksi yang lengkap dan sesuai kebutuhan kurikulum dan pemakai yang ditata sedemikian rupa sehingga memudahkan penelusuran (b) alat-alat bibliografis yang lengkap dan sistematis, (c) penciptaan iklim suasana lingkungan perpustakaan yang kondusif (d) ketersediaan staf perpustakaan yang profesional, (e) pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi.

Pemustaka sebagai salah satu *stakeholder* semakin kritis dalam memanfaatkan berbagai sumberdaya yang ada di perpustakaan. Sikap pemustaka tersebut menuntut perpustakaan PT untuk tetap menjaga dan meningkatkan image atau citra yang positif lembaganya di mata seluruh *stakeholder*. Citra adalah kesan, perasaan, gambaran dari publik terhadap organisasi; kesan yang dengan sengaja diciptakan dari suatu obyek, orang atau organisasi (Canton, seperti dikutip Sukatendel dalam Soemirat dan Ardianto, 2005)

Dengan merujuk pada pandangan Nasution (2006) untuk menjaga image positif perpustakaan PT, dibutuhkan profesionalisasi pustakawan dalam bidang humas (*public relations*) karena peran dan fungsi humas tidak dapat dipisahkan dari opini publik. Fungsi humas diantaranya adalah mengelola opini publik guna menumbuhkan kemauan baik, partisipasi, dan keterlibatan dari publik dalam rangka menciptakan opini publik yang baik. Opini publik merupakan kebebasan, keterbukaan dalam mengungkapkan ide-ide, pendapat, keinginan, kebutuhan, keluhan, kritikan yang membangun dan kebebasan dalam penulisan. Opini publik dari pemustaka diharapkan memberikan sebuah penilaian yang obyektif tentang berbagai kondisi yang dialaminya saat mengakses berbagai sumberdaya yang ada di perpustakaan PT. Melalui penilaian tersebut diharapkan pemustaka memiliki kepercayaan

yang tinggi terhadap perpustakaan PT sebagai sumber informasi dalam menunjang proses pembelajaran.

Agar suatu lembaga dapat dipercaya oleh masyarakat, Efendy (dalam Kariyoto, 2012) mengemukakan bahwa lembaga tersebut perlu mempertahankan citra atau image yang baik. Citra yang baik akan meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap lembaga tersebut. Hubungan seperti ini disebut dengan *community relation*. Hubungan dengan komunitas (*community relation*) merupakan partisipasi suatu lembaga yang berencana, aktif dan berkesinambungan dengan masyarakat dalam suatu komunitas untuk memelihara dan membina lingkungannya demi keuntungan kedua belah pihak, lembaga dan komunitasnya. Komunitas adalah sekelompok orang yang hidup di tempat yang sama, berpemerintahan sama dan mempunyai kebudayaan dan sejarah turun temurun. Orang-orang yang hidup dalam berkomunitas dengan lembaga-lembaganya membuat mereka saling bergantung satu dengan yang lainnya (Irintara, 2004) .

Nasution (2012) mengemukakan bahwa perguruan tinggi dan pencitraan seperti dua sisi mata uang yang tidak dapat dipisahkan. Di era global sekarang ini peranan perguruan tinggi sebagai lembaga pendidikan semakin dituntut membangun pencitraan yang positif dimata publik yang dibangun tidak hanya berupa slogan, tapi dibarengi dengan tindakan nyata melalui strategi program yang dilaksanakan dengan memberikan layanan informasi yang profesional kepada publik internal (civitas akademika) dan publik eksternal (masyarakat dan *stakeholder*)

Selanjutnya Nasution (2012) mengemukakan bahwa suatu citra diri organisasi dimulai dari (a) tampilan nama organisasi yang meliputi laporan tahunan, *company profile*, interior kantor, *media relation*, iklan, pemberitaan media, *advetorial*, dan (b) logo organisasi (identitas non-fisik) meliputi produk dan pelayanan, tingkah laku karyawan, tanggung jawab sosial, etika, keberadaan kantor, fasilitas dan komunikasi karyawan. Pada bagian lain Kuncoro (dalam Nasution, 2012) mengemukakan bahwa citra suatu perguruan tinggi merupakan faktor dalam meningkatkan daya saing dan merupakan salah satu elemen kunci *intangible resources* yang akan menjadi sumber dari penciptaan kondisi keunggulan daya saing berkelanjutan (*sustainable competitive advantage*) suatu perguruan tinggi. Citra tersebut diperoleh melalui serangkaian pengalaman terakumulasi, sehingga perguruan tinggi tersebut memiliki kinerja terbaik bagi *stakeholder*.

Selanjutnya Jakfar (dalam Nasution, 2012) menjelaskan dalam organisasi citra dipengaruhi oleh berbagai faktor, yaitu : (a) kepemimpinan (*leadership*), (b) kebijaksanaan dan strategi (*policy and strategy*), (c) kebijaksanaan sumberdaya manusia (*personnel policy*),

(d) pengelolaan kekayaan (*asset management*), (e) pengelolaan proses (*process management*), (f) kepuasan konsumen (*customer satisfaction*), (g) kepuasan karyawan (*employee satisfaction*), (h) tanggung jawab sosial (*societal responsibility*), dan (i) hasil usaha (*business result/profit*)

Dengan mengadopsi pandangan Harrison (dalam Suwandi, 2013) informasi yang lengkap untuk citra perpustakaan PT meliputi empat elemen, yaitu : (a) *personality*. Keseluruhan karakteristik perpustakaan PT yang dipahami pemustaka, seperti perpustakaan PT yang dapat dipercaya dan mempunyai tanggung jawab sosial, (b) *reputation*. Hal yang telah dilakukan perpustakaan PT dan diyakini pemustaka berdasarkan pengalaman sendiri maupun pihak lain seperti kinerja keamanan transaksi informasi, (c) *value*. Nilai-nilai yang dimiliki suatu perpustakaan PT dengan kata lain budaya perpustakaan PT seperti sikap manajemen yang peduli terhadap pemustaka, pustakawan yang cepat tanggap terhadap permintaan maupun keluhan pemustaka, (d) *corporate identity*. Komponen-komponen yang mempermudah pengenalan pemustaka terhadap perpustakaan PT seperti logo, warna dan slogan. Citra perpustakaan PT merupakan kesan psikologis dan gambaran dari berbagai kegiatan suatu perpustakaan PT di mata khalayak pemustakanya yang berdasarkan pengetahuan, tanggapan serta pengalaman-pengalaman yang telah diterimanya. Penilaian tertentu terhadap citra perpustakaan PT oleh publiknya bisa berbentuk citra baik, sedang dan buruk.

Faktor faktor yang mempengaruhi citra perpustakaan PT adalah : (a) orientasi terhadap manfaat yang telah diberikan atau diterima, dan sebagaimana diinginkan oleh pemustaka, (b) manfaat yang ditampilkan melalui kualitas atau kuantitas pelayanan cukup realistis dan mengesankan bagi pemustaka, (c) citra yang baik tersebut telah dipresentasikan berdasarkan kemampuan perpustakaan PT, kebanggaan, nilai nilai kepercayaan, kejujuran dan mudah dimengerti oleh pemustaka, (d) citra yang baik muncul dari akibat penilaian atau tanggapan pemustaka terhadap berbagai aktivitas, empati, prestasi dan reputasi perpustakaan PT selama melakukan berbagai kegiatannya, (e) citra baik perpustakaan PT lainnya yang dapat timbul dari aspek yang menampilkan keseriusannya dalam tanggung jawab sosial perpustakaan PT (Citra perusahaan. [http://id.wikipedia.org/wiki/Citra\\_perusahaan](http://id.wikipedia.org/wiki/Citra_perusahaan))

Upaya perpustakaan PT untuk mengembangkan perpustakaan konvensional menjadi perpustakaan digital saat ini patut untuk diapresiasi, walaupun masih dalam tahap rintisan . Bila dibandingkan dengan perpustakaan konvensional, perpustakaan digital memiliki kelebihan, yaitu : (a) menghemat ruang karena karena koleksi digital adalah dokumen-dokumen berbentuk digital sehingga penyimpanannya akan sangat efisien, (b) akses ganda

(*multiple acces*). Kekurangan perpustakaan konvensional adalah akses terhadap koleksinya bersifat tunggal. Artinya apabila ada sebuah buku dipinjam oleh seorang anggota perpustakaan maka anggota lain yang akan meminjam harus menunggu buku tersebut dikembalikan terlebih dahulu. Koleksi digital tidak demikian dimana setiap pemakai dapat secara bersamaan menggunakan sebuah koleksi buku digital yang sama baik untuk dibaca maupun untuk diunduh atau dipindahkan ke komputer pribadinya (*download*), (c) tidak dibatasi oleh ruang dan waktu. Perpustakaan digital dapat diakses dari mana saja dan kapan saja dengan catatan ada jaringan komputer (*computer internetworking*) sehingga antara komputer server dimana koleksi perpustakaan digital tersimpan dapat berhubungan dengan komputer pengguna (*client*), (d) koleksi dapat berbentuk multimedia. Koleksi perpustakaan digital tidak hanya koleksi yang bersifat teks saja atau gambar saja. Koleksi perpustakaan digital dapat berbentuk kombinasi antara teks gambar, dan suara. Bahkan koleksi perpustakaan digital dapat menyimpan dokumen yang hanya bersifat gambar bergerak dan suara yang tidak mungkin digantikan dengan bentuk teks ,(e) biaya lebih murah. Secara relatif dapat dikatakan bahwa biaya untuk dokumen digital termasuk murah. Untuk memproduksi sebuah *e-book* mungkin perlu biaya yang cukup mbesar, namun bila melihat sifat *e-book* yang bisa digandakan dengan jumlah yang tidak terbatas dan dengan biaya sangat murah, mungkin dapat disimpulkan bahwa dokumen elektronik tersebut biayanya sangat murah (Saleh, 2014)

Dengan kelebihan dari perpustakaan digital tentu akan dapat meningkatkan citra perpustakaan, karena kebutuhan pemustaka akan dengan mudah dapat dipenuhi dan pemustaka semakin mempercayai perpustakaan PT sebagai sumber informasi yang dapat menunjang proses pembelajaran pemustaka. (3) menempatkan promosi perpustakaan sebagai salah satu prioritas program perpustakaan PT. Dengan menempatkan promosi perpustakaan sebagai salah satu prioritas program perpustakaan akan menjadikan kegiatan tersebut mendapat perhatian khusus terutama dengan adanya dukungan dana, staf dan fasilitas yang lain. Oleh karena itu program promosi perpustakaan harus dirancang terintegrasi dengan program PT secara umum.

Menurut Santoso (2007) ada strategi yang bisa digunakan dalam melaksanakan kegiatan promosi perpustakaan PT, yaitu : (a) menerbitkan buku pedoman perpustakaan PT. Buku pedoman perpustakaan yang dimaksud berisi informasi tentang kegiatan perpustakaan, jenis layanan, prosedur, koleksi, peraturan dan lain-lain yang berkaitan dengan aktivitas perpustakaan. Buku pedoman perpustakaan biasanya merupakan salah satu bab dari buku pedoman PT yang bersangkutan, yang diterbitkan setiap tahun ajaran baru yang dibagikan

kepada setiap mahasiswa. Penerbitan buku pedoman tersebut dimaksudkan agar semua mahasiswa pada umumnya dan khususnya mahasiswa baru mengetahui esensi dan eksistensi perpustakaan sehingga timbul minatnya untuk berkunjung ke perpustakaan dan memanfaatkan layanan perpustakaan secara optimal. (b) mengadakan kegiatan ilmiah dalam bidang perpustodokinfo. Kegiatan ilmiah merupakan salah satu aktivitas akademis yang secara rutin dilakukan di sebuah PT. Untuk itu dalam pelaksanaan kegiatan promosi perpustakaan PT dapat dilakukan melalui penyelenggaraan kegiatan ilmiah seperti seminar, diklat, lokakarya, workshop dalam bidang perpustodokinfo sehingga masyarakat akademis semakin banyak mendapatkan informasi tentang perkembangan-perkembangan dalam dunia perpustodokinfo termasuk perkembangan teknologi informasi dan komunikasi. (c) penataan kondisi fisik perpustakaan (*Atmospheric*). Kotler (dalam Wirawan, 1994) mengartikan *atmospheric* sebagai perancangan lingkungan organisasi yang diperhitungkan sedemikian rupa, agar menimbulkan dampak kognitif dan/atau emosional kepada pasar target, sehingga meningkatkan kepuasan pada waktu membeli atau memanfaatkan produk atau jasa itu. Penataan lingkungan perpustakaan dalam hal ini mencakup penataan interior dan eksterior, termasuk di dalamnya fasilitas yang digunakan untuk menciptakan suasana yang kondusif sehingga pemakai yang datang ke perpustakaan merasa senang, tenang dan nyaman. Untuk memberikan kegairahan sekaligus suasana yang segar, pada jam tertentu dialunkan musik-musik lembut yang tidak mengganggu bahkan disukai oleh pemakai pada saat belajar di perpustakaan. (d) kontak perorangan. Promosi secara kontak perorangan dilakukan melalui pertemuan langsung antara perpustakaan dengan pemakai. Promosi dengan kontak perorangan dapat diatur sedemikian rupa sehingga mendekati kebutuhan, minat dan pribadi pemakai. Bellardo dan Waldhart (1981) mengemukakan bahwa penelitian mengenai efektifitas teknik-teknik promosi dan komunikasi di bidang kepustakawanan & informasi telah membuktikan bahwa kontak perorangan dari mulut ke mulut merupakan cara yang paling efektif untuk menyebarluaskan informasi mengenai produk dan jasa perpustakaan dan dalam hal menarik minat pemakai. Bahkan informasi dari mulut ke mulut ini ternyata lebih efektif dari pada pengiriman surat, brosur, pamflet dan sejenisnya. Kontak perorangan sebagai salah satu teknik promosi yang dilaksanakan di perpustakaan PT adalah dalam bentuk ceramah mengenai pendidikan pemakai yang dilaksanakan pada tahun ajaran baru, melalui kegiatan PKPT yang menitik beratkan pada orientasi perpustakaan PT.



## **B. Pendidikan Pemakai Perpustakaan (P3) Perguruan Tinggi**

Dalam Buku Pedoman Perpustakaan Perguruan Tinggi (1994) disebutkan bahwa pendidikan pengguna atau pemakai adalah kegiatan membimbing atau memberikan petunjuk kepada pengguna dan calon pengguna agar mampu memanfaatkan kemudahan dan pelayanan perpustakaan dengan efektif dan efisien. Tujuan P3 di perpustakaan PT adalah : (1) meningkatkan keterampilan pengguna agar mampu memanfaatkan kemudahan dan sumber daya perpustakaan secara mandiri, (2) membekali pengguna dengan teknik yang memadai dan sesuai untuk menemukan informasi dalam subjek tertentu, (3) meningkatkan pemanfaatan sumber daya dan pelayanan perpustakaan, (4) mempromosikan pelayanan perpustakaan, (5) menyiapkan pengguna agar dapat mengantisipasi perkembangan ilmu dan teknologi.

Dalam pelaksanaan kegiatan pendidikan pemakai, biasanya menggunakan 2 (dua) pendekatan, yaitu : (1) orientasi perpustakaan, yaitu pendidikan pemakai untuk memperkenalkan perpustakaan secara umum kepada pemakai baru. Pendidikan ini meliputi wisata perpustakaan dan/atau peragaan dengan pustaka pandang dengar mengenai fasilitas dan layanan perpustakaan (2) pengajaran perpustakaan, yaitu mendidik pemakai agar dapat menggunakan sumber informasi yang tersedia di perpustakaan dan di tempat lain.

P3 di PT biasanya dilaksanakan secara serentak dalam satu hari sebagai salah satu materi PKPT dengan durasi antara 90 menit s.d. 120 menit pada semua fakultas. Pemateri dalam P3 adalah semua pustakawan yang ada di lingkungan PT dan beberapa tenaga kependidikan lainnya yang dianggap mampu untuk melaksanakan kegiatan P3. Pokok bahasan dalam P3 di perpustakaan PT meliputi : (1) tugas dan fungsi (2) peraturan dan tata tertib , (3) sistem layanan, (4) jenis sumber referensi dan informasi ilmiah , (5) alat pencarian bahan pustaka, (6) cara menemukan buku di rak buku , (7) susunan buku dalam rak buku , (8) perpustakaan digital , (9) kerja sama perpustakaan

Beberapa kendala dalam pelaksanaan P3, yaitu : (1) jumlah pemateri tidak seimbang dibandingkan dengan jumlah mahasiswa baru yang mengikuti P3 sehingga pelaksanaan P3 tidak berjalan efektif (2) tidak semua pustakawan memiliki kemampuan untuk melakukan sebuah presentasi, sehingga proses komunikasi berjalan tidak efektif dan berdampak materi P3 yang disampaikan tidak bisa dipahami secara utuh oleh mahasiswa (3) ruang yang digunakan untuk melaksanakan presentasi P3 tidak representatif sehingga tidak terwujud kenyamanan dalam presentasi P3 (4) kegiatan P3 tidak ditindaklanjuti dengan kunjungan ke perpustakaan (*library tour*) sehingga mahasiswa tidak mendapatkan gambaran secara komprehensif , rinci dan utuh tentang perpustakaan PT.

Untuk mengatasi hal tersebut perlu dilakukan berbagai upaya agar pelaksanaan P3 berjalan efektif, yaitu dengan : (1) menambah jumlah pemateri dengan harapan agar pelaksanaan P3 berjalan efektif (2) meningkatkan kompetensi pustakawan dalam presentasi agar pelaksanaan P3 bisa dipahami secara utuh oleh mahasiswa baru, (3) melaksanakan presentasi P3 pada tempat yang representatif sehingga mampu memberikan kenyamanan dalam presentasi P3 baik bagi pemateri maupun mahasiswa baru (4) melaksanakan kegiatan *library tour* setelah pelaksanaan kegiatan P3 dengan harapan mahasiswa baru memiliki gambaran yang lebih transparans dan utuh tentang perpustakaan PT.

## **PENUTUP**

Melalui kegiatan PKPT diharapkan mahasiswa dapat melakukan proses adaptasi di PT sehingga proses pembelajaran yang akan dijalannya dapat berjalan efektif. Oleh sebab itu dalam pelaksanaan P3, diharapkan perpustakaan PT dapat mempromosikan berbagai sumber daya yang ada agar pada masa mendatang mahasiswa dapat secara aktif memanfaatkan berbagai sumberdaya yang ada di perpustakaan secara optimal. Hal tersebut dapat diwujudkan bila perpustakaan PT terus menerus mengikuti perkembangan dan perubahan dalam dunia perpustakaan dan membangun komunikasi yang efektif serta kerjasama sinergis dengan berbagai lembaga baik di dalam maupun di luar lingkungan PT agar perpustakaan PT dapat menjalankan tugas dan fungsinya secara optimal terutama dalam memenuhi kebutuhan informasi sivitas akademika.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Bellardo, Trudi & ThomasJ. Waldhart. 1981. *Marketing Product and Service in Academic Libraries*. Aslib Reader Service.
- Citra perusahaan. [http://id.wikipedia.org/wiki/Citra\\_perusahaan](http://id.wikipedia.org/wiki/Citra_perusahaan))
- Frank Jefkins, Frank. 1998. *Public Relations*. Edisi ke 5. Jakarta : Erlangga
- Hanifah, Nur. 2014. *Hubungan persepsi mahasiswa baru tentang Program Pengenalan Kehidupan Perguruan Tinggi (PKPT) dengan kedisiplinannya di FIP Universitas Negeri Malang* . Skripsi tidak dipublikasikan. Malang : Jurusan Administrasi Pendidikan Fakultas Ilmu Pendidikan. Universitas Negeri Malang
- Iriantara, Yosol. 2004. *Community Relations Konsep dan Aplikasinya*. Bandung : Simbiosis Rektama Media.

- Kariyoto. 2012. *Community relation humas Universitas Negeri Malang dalam membentuk citra positif pada komunitas masyarakat Malang menghadapi isu dugaan korupsi*. Malang: LPPM Universitas Negeri Malang
- Kotler, Philip. 1975. *Marketing for Non Profit Organization*. Englewood Cliffs. New Jersey : Prentice-Hall
- Mahardjo, M. Thaher Shali Sri, 1975. *Promosi Perpustakaan Umum Tahap I*. Jakarta : Proyek Pengembangan Perpustakaan Depdikbud.
- Majid, S. 2009. *Customer Service dalam Bisnis Jasa Transportasi*. Jakarta : PT Raja Grafindo
- Mucyidin, Ase. 1980. *Promosi Perpustakaan*. Bandung : Sub Proyek P3T Universitas Padjadjaran.
- Nasution, Zulkarnain. 2006. *Manajemen Humas di Lembaga Pendidikan : Konsep, Fenomena dan aplikasinya*. Malang : UPT Penerbitan Universitas Muhammadiyah Malang.
- *Membangun Pencitraan Perguruan Tinggi*. Swara Pendidikan : Menyebarkan Informasi Universitas Negeri Malang (UM) Nomor 7 Tahun 4 Agustus 2012
- Perpustakaan Perguruan Tinggi : Buku Pedoman*. 1994. Jakarta : Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi.
- Rumanti OSF, Sr. Maria Asumta . 2002. *Dasar-Dasar Publik Relations : Teori dan Praktik*. Jakarta : PT Gramedia Widiasarana Indonesia
- Saleh, Abdul Rahman. 2014. *Pengembangan Perpustakaan Digital*. Jakarta : Universitas Terbuka
- Santoso, Hari. *Promosi sebagai Media Pemberdayaan Perpustakaan Sekolah*. *Perpustakaan Sekolah : Kajian, Metode, Praktik dan Evaluasi Perpustakaan Sekolah*. Th.1 No.1 April 2007)
- . 2014. *Strategi Pemasaran Dinamis di Perpustakaan dalam Menunjang Pencitraan Perguruan Tinggi*. Malang : UPT Perpustakaan PT
- Soemirat, Soleh dan Elvinaro Ardianto. 2005. *Dasar-Dasar Public Relation*. Bandung : Remaja Rosda Karya.
- Sukaesih. 1995. *Materi Perkuliahan Pemasaran Jasa Informasi : Suatu Pengantar..* Bandung : Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran
- Septiyantono, Tri. 2014. *Literasi Informasi*. Jakarta : Universitas Terbuka
- Sutikna, Nana. *Pencitraan: Sebuah Tinjauan Filsafat Komunikasi*. <http://komunikasi.unsoed>.

- ac.id/sites/default/files/43.nana%20sutikna-unsoed.pdf. Diakses 23 September 2014
- Sulistyo-Basuki. 1991. *Pengantar Ilmu Perpustakaan*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama
- Suwandi, I.M.D. 2013. *Citra Perusahaan*. (Online). (<http://www.E-iman.uni.cc>). Diakses 28 Januari 2014
- Universitas Negeri Malang. 2007. *Materi Kegiatan Pengenalan Kehidupan Perguruan Tinggi*. Malang : Universitas Negeri Malang
- Wirawan, Sarah. 1994. *Promosi dalam Pemasaran Produk dan Jasa Perpustakaan Perguruan Tinggi*. Jakarta : Unit Kegiatan Perpustakaan. Proyek Pengembangan Staf dan Sarana Perguruan Tinggi. Dirjen Dikti
- Rusman. 1991. *Perpustakaan Sekolah : Antara Fungsi, Problema dan Pemecahannya*. Media Pembinaan Pendidikan No.15 Juli 1991.