

Evaluasi promosi perpustakaan terhadap pemanfaatan *digital library* Universitas Muhammadiyah Magelang

Jamzanah Wahyu Widayati^{1*}; Rizki Shofak Isnaini²
1,2 Universitas Muhammadiyah Magelang
jamzanah@gmail.com¹; rizkishofakisnaini15@gmail.com²

ABSTRACT

This objective of the research was to evaluate the promotion that has been carried out by The Library of Muhammadiyah University of Magelang (UNIMMA). The research used descriptive qualitative methods. The sources of research data were primary sources from the Chief of the User Services Division, the Chief of the Library Cooperation Network and Promotion Service Division, and 17 students of the Islamic Studies Program of Faculty of Islamic Religion of UNIMMA. The primary data sources also became the informants in this evaluation. The author conducted a written interview with the informants. Based on the results of the study, it can be seen that the library of UNIMMA has carried out library promotions. However, the existence of a digital library has not received good responses from users. This study also showed that most of the student informants had already known and used digital libraries. The informants also acknowledged the importance of using the digital library to complete lecture assignments, but they did not use the UNIMMA digital library. To complete college assignments, they used other sources, such as Google, Google Scholar, Public Library of Magelang and public Library of Magelang Regency.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi promosi yang telah dilakukan Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Magelang (UNIMMA) menggunakan metode kualitatif deskriptif. Sumber data penelitian adalah sumber primer dari Kepala Bagian Layanan Pemakai, Kepala Bagian Layanan Jaringan Kerjasama dan Promosi Perpustakaan, dan Mahasiswa Baru Program Studi Agama Islam Fakultas Agama Islam UNIMMA sebanyak 17 mahasiswa. Sumber data primer sekaligus menjadi informan pada evaluasi ini. Penulis melakukan wawancara

secara tertulis kepada informan. Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa perpustakaan UNIMMA telah melakukan promosi perpustakaan tetapi keberadaan *digital library* belum mendapatkan respon yang bagus dari pemustaka. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa sebagian besar informan dari mahasiswa telah mengetahui dan memanfaatkan *digital library*. Informan juga mengakui pentingnya pemanfaatan *digital library* untuk menyelesaikan tugas perkuliahan, namun tidak memanfaatkan *digital library* UNIMMA. Mereka menggunakan sumber lain untuk menyelesaikan tugas kuliah, seperti google, google cendekia, Perpustakaan Kota dan Kabupaten Magelang.

Keywords: *User Education; Digital Library; Library Promotion*

PENDAHULUAN

Istilah perpustakaan sudah tidak asing lagi di masyarakat. Pada umumnya perpustakaan dipahami sebagai sumber informasi atau tempat mencari referensi untuk berbagai tujuan. Perpustakaan juga dikaitkan dengan institusi pendidikan, yang memang dunia pendidikan erat kaitannya dengan informasi dan ilmu pengetahuan. Pemaknaan yang beragam tersebut juga mempengaruhi pada pemanfaatan perpustakaan. Perpustakaan yang dipahami sebagai sebatas ruangan dengan berbagai koleksi, pemanfaatannya pun akan terbatas pada pemahaman tersebut, baik jenis koleksi maupun cara mengaksesnya. Perkembangan yang terjadi pada dunia teknologi komunikasi dan informasi merambah pula pada lingkungan perpustakaan. Sumber daya yang ada di perpustakaan mesti dimaksimalkan pemanfaatannya dengan menggunakan teknologi serta mengembangkan jenis koleksi sesuai dengan perkembangan informasi. Dengan demikian perpustakaan dapat menyentuh segala segmen dalam pelayanannya, karena pemustaka juga mengalami perkembangan jenisnya. Tidak terkecuali dengan perpustakaan perguruan tinggi dengan masyarakat pemakainya merupakan orang yang berilmu dan yang haus akan informasi. Perpustakaan sudah seharusnya mengembangkan diri sesuai dengan masyarakat yang dilayani.

Darwanto *et al.* (2015) menyebutkan bahwa perpustakaan perguruan tinggi merupakan unit pelaksana teknis yang bersama dengan unit lain melaksanakan tri dharma perguruan tinggi, dengan cara menghimpun, memilih, mengolah, merawat dan melayani sumber informasi kepada lembaga induk

khususnya, serta masyarakat akademis pada umumnya. Ketika perpustakaan telah menyediakan informasi dan mengelolanya sesuai dengan standar yang telah ditetapkan, maka perpustakaan mempunyai tugas melayani informasi tersebut. Layanan menjadi produk jasa bagi perpustakaan untuk memenuhi tugas dan fungsinya. Namun, tidak semua pemustaka mengetahui jenis jasa yang disediakan perpustakaan. Agar jasa yang dimiliki dan dilayankan perpustakaan dapat diketahui dan dimanfaatkan oleh pemustaka, maka perlu suatu usaha menyampaikan informasi layanan tersebut kepada pemustaka, yakni dengan promosi perpustakaan.

Promosi bukan saja hanya dilakukan oleh organisasi atau perusahaan yang bergerak pada bidang penjualan. Perpustakaan juga perlu memasarkan produk layanannya kepada masyarakat pemakainya. Perpustakaan harus memasarkan apa yang dimiliki perpustakaan, agar dikenali dan dimanfaatkan oleh masyarakat. Kegiatan ini tidak sebatas pada pengenalan produk, tetapi juga bagaimana cara menelusur dan memanfaatkannya.

Promosi menjadi kegiatan penting agar masyarakat bisa dan mau memanfaatkan perpustakaan. Promosi perpustakaan adalah upaya mengajak pemustaka dan calon pemustaka untuk berkunjung ke perpustakaan dan memanfaatkan koleksi secara maksimal (Antanipal, 2014). Dikatakan juga bahwa promosi perpustakaan dikatakan berhasil jika pemustaka yang berkunjung cukup banyak dan selalu ada peningkatan. Promosi dapat dilakukan dengan memanfaatkan berbagai media, baik tercetak dalam bentuk fisik maupun digital atau *online*. Perpustakaan dapat mengambil atau memilih media yang paling banyak dimanfaatkan oleh pemustaka. Pada saat ini, media *online* menjadi pilihan pemustaka dalam melakukan aktivitasnya. Contoh media tersebut adalah *instagram*, *facebook*, dan *whatsapp*.

Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Magelang (UNIMMA) sebagai penyedia informasi bagi sivitas akademika telah memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi dalam memberikan layanannya. Perpustakaan UNIMMA memanfaatkan media sosial untuk menginformasikan fasilitas yang dimilikinya agar dapat dimanfaatkan dengan baik oleh pemustakanya. Media sosial yang digunakan antara lain adalah *instagram (IG)* dan *facebook (FB)*. Promosi dan penyebaran informasi melalui akun IG dan FB adalah yang berkaitan dengan informasi, fasilitas, dan kegiatan perpustakaan. Konten yang diunggah pada akun tersebut antara lain fasilitas layanan dan cara pemanfaatannya, promosi buku, dan masih banyak lagi. Hal tersebut sejalan dengan hasil penelitian Aras dan Colakar dalam Suharso & Pramesti (2019)

yang menyatakan bahwa perpustakaan perguruan tinggi dapat memanfaatkan media sosial untuk menginformasikan kepada penggunaannya berkaitan dengan sumber daya baru perpustakaan, informasi tentang perpustakaan, sosialisasi acara, promosi perpustakaan dan kegiatan sosial budaya.

Menurut wawancara dengan bagian promosi dan bagian layanan pemakai pada tanggal 24 November 2020, perpustakaan UNIMMA belum pernah melakukan evaluasi terhadap promosi yang telah dilakukan. Dengan demikian perpustakaan belum mengetahui sejauh mana promosi ini berhasil menjangkau masyarakat pemakainya dan kemudian memanfaatkan fasilitas yang disediakan perpustakaan. Evaluasi perlu dilakukan untuk mengetahui keberhasilan dan menentukan tindak lanjut terhadap temuan dari evaluasi tersebut, sehingga penulis merasa perlu melakukan penelitian sebagai evaluasi kegiatan promosi perpustakaan UNIMMA.

Penelitian ini akan mengevaluasi promosi yang telah dilakukan perpustakaan Universitas Muhammadiyah Magelang (UNIMMA) apakah kegiatan promosi telah berhasil mencapai masyarakat pemakai sehingga dapat memanfaatkan fasilitas yang telah disediakan perpustakaan yakni dalam memanfaatkan *digital library* UNIMMA. Penulis akan melakukan evaluasi pada mahasiswa baru program studi Pendidikan Agama Islam UNIMMA yang telah menjalani perkuliahan secara daring selama satu semester. Mahasiswa baru yang memasuki dunia belajar baru dan belum pernah mengenal perpustakaan secara luring, menjadi perhatian khusus karena memerlukan strategi promosi yang baik yang dapat menjangkau mereka dalam memberikan fasilitas koleksi dan informasi untuk mendukung proses belajar mengajarnya.

TINJAUAN PUSTAKA

Promosi merupakan kegiatan berkomunikasi dengan pelanggan berkaitan dengan produk yang ditawarkan (Ulumi, 2014: 2.28). Deskripsi lain disampaikan Muslichah dalam Sitorus dan Utami (2017: 8) promosi sebagai aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi, membujuk, dan atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan. Tujuan promosi seperti disebutkan pada Kamus Kepustakawanan Indonesia adalah menarik perhatian, menciptakan kesan, membangkitkan minat, memperoleh tanggapan, dan memengaruhi untuk

menerima ide, konsep, atau barang yang dipromosikan (Lasa-Hs & Suciati, 2017: 539).

Definisi promosi perpustakaan adalah salah satu upaya untuk memperkenalkan identitas organisasi perpustakaan atas produk-produk serta jasa informasi yang diberikan dengan berbagai fasilitas yang dimiliki berikut kelebihan dan keunggulannya (Qalyubi *et al.*, 2003: 22). Promosi perpustakaan juga diartikan oleh Antanipal (2014) sebagai salah satu cara yang berperan untuk memperkenalkan perpustakaan, mengajari pemakai perpustakaan, untuk menarik lebih banyak pemustaka dan meningkatkan pelayanan pemustaka pada suatu perpustakaan.

Berdasarkan definisi dan tujuan di atas, baik promosi maupun promosi perpustakaan dapat diambil kesimpulan bahwa pada dasarnya kegiatan promosi itu adalah untuk menginformasikan dan menarik minat orang agar menggunakan produk yang dipromosikan. Keuntungan yang diperoleh dari perpustakaan bukan berupa materi akan tetapi kepuasan dari para pencari informasi atau pemakai produk perpustakaan. Pemakaian produk yang meningkat juga akan memberikan kepuasan kepada perpustakaan karena berarti pula layanan yang diberikan mengalami peningkatan nilai kebermanfaatannya.

Media promosi perpustakaan dapat melalui media tercetak maupun *online*. Menurut Ulumi (2014: 2.30) sarana yang digunakan dalam mempromosikan produk yaitu *advertensi*, promosi penjualan, *personal selling*, dan publisitas. Media promosi dapat menjadi sesuatu yang mahal bagi perpustakaan. Akan tetapi kemajuan teknologi akan membuatnya menjadi lebih mudah. Perpustakaan dapat menginformasikan layanan atau produk baru melalui media sosial yang dimilikinya. Tidak lagi promosi diiklankan melalui majalah, surat kabar, atau radio yang memang membutuhkan biaya tidak sedikit. Produk perpustakaan dinilai terjual dengan baik jika produknya banyak dimanfaatkan dan memberikan kepuasan bagi pemakainya. Promosi melalui kegiatan penghargaan pengunjung atau *giveaway* pada hari tertentu akan menarik pemustaka memanfaatkan perpustakaan dan mendekatkan diri dengan masyarakat pencari informasi. Publisitas juga dapat dilakukan melalui youtube untuk berinteraksi dengan masyarakat dan menyampaikan informasi dengan lebih jelas melalui video tersebut.

Produk perpustakaan yang dipromosikan adalah koleksi dan layanannya, baik yang dapat diakses secara daring maupun luring. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi memberikan jalan bagi perpustakaan untuk

memperluas jangkauan masyarakat yang dilayani. Perpustakaan dapat memberikan layanan melalui perpustakaan digital (*digital library*) yang dimiliki.

Terdapat berbagai pengertian atau definisi berkaitan dengan perpustakaan digital atau *digital library*. Hasibuan dalam Rodliyah (2012) yaitu *digital library* atau sistem perpustakaan digital merupakan konsep menggunakan internet dan teknologi informasi dalam manajemen perpustakaan. Pengertian lain yang dikutip dari Saleh (2014) perpustakaan digital merupakan perpustakaan yang mengelola semua atau sebagian substansi dari koleksi-koleksinya dalam bentuk komputerisasi sebagai bentuk alternative, suplemen atau pelengkap terhadap cetakan konvensional dalam bentuk mikro material yang saat ini didominasi koleksi perpustakaan. Lasa-Hs & Suciati (2017: 500) memberikan definisi perpustakaan digital sebagai suatu sistem perpustakaan yang memiliki berbagai layanan dan objek informasi yang mendukung akses objek informasi melalui perangkat digital. Perpustakaan digital disebut pula dengan perpustakaan elektronik, perpustakaan *cyber*, perpustakaan *hyper*, perpustakaan maya, atau perpustakaan tanpa dinding . Perpustakaan ini tidak berdiri sendiri, tetapi berkait dengan sumber-sumber lain dan pelayanan informasinya terbuka bagi masyarakat dunia.

Konsep *digital library* menurut definisi di atas tidak sebatas pada perpustakaan dengan koleksi yang berbentuk digital, tetapi juga pada proses akses yang dapat dijangkau secara luas. Penggunaan teknologi informasi pada perpustakaan dimaksudkan untuk mempermudah perpustakaan dalam mengelola koleksi yang dimiliki agar dapat dijangkau dan dimanfaatkan secara luas. Penyediaan perangkat yang berbasis komputer dan jaringan internet memudahkan temu kembali informasi oleh pemustaka.

Penelitian terhadap promosi perpustakaan pernah dilakukan oleh Rahmawati (2016) dengan skripsi yang berjudul “Pemilihan dan Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran *Online* (Studi Deskriptif Kualitatif pada Akun Instagram @FreezyBrowniezz)” yang membahas mengenai bagaimana pemilihan dan pemanfaatan media instagram sebagai media komunikasi pemasaran *online*. Penelitian lain berkaitan dengan promosi perpustakaan melalui media instagram adalah penelitian yang dilakukan oleh Suharso & Pramesti (2019) dengan judul “Promosi Perpustakaan melalui Instagram: Studi di Perpustakaan Airlangga” yang membahas tentang Perpustakaan Airlangga dalam memanfaatkan semua fasilitas yang ada di instagram dalam melakukan promosi perpustakaan. Sedangkan penelitian berkaitan dengan pemanfaatan digital library dilakukan oleh (Kardela, 2018)

dalam skripsi yang berjudul “Evaluasi Pemanfaatan Aplikasi Perpustakaan Digital (SIMPERTAN V.2) di Perpustakaan Balai Pengkajian Teknologi Pertanian (BPTP) Aceh Terhadap Sarana Publikasi Hasil Pengkajian dan Penelitian Karyawan/I BPTP Aceh” untuk mengetahui sejauh mana pemanfaatan Aplikasi SIMPERTAN V.2 di perpustakaan BPTP Aceh terhadap sarana publikasi dan penelitian karyawan BPTP Aceh.

Ketiga penelitian di atas membahas berkaitan dengan instagram sebagai media komunikasi pemasaran online, pemanfaatan fasilitas pada instagram dalam promosi perpustakaan, dan pemanfaatan digital library. Penelitian di perpustakaan UNIMMA berbeda dengan penelitian tersebut, yakni mengevaluasi promosi perpustakaan UNIMMA terhadap pemanfaatan *digital library* UNIMMA.

METODE

Metode penelitian menurut Sugiyono (2017) adalah cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Pengertian lain dikemukakan oleh Kartono yang dikutip oleh Antanipal (2014) yakni ajaran mengenai metode-metode yang digunakan dalam proses penelitian. Seperti yang dipahami bahwa suatu penelitian dimaksudkan untuk mengetahui suatu kebenaran atau menguji kebenaran dan memperoleh pengetahuan baru. Jika di perpustakaan, hasil penelitian dapat digunakan sebagai alat evaluasi pengembangan perpustakaan.

Desain penelitian yang digunakan penulis kali ini adalah deskriptif kualitatif. Denzin dan Lincoln dalam Hamdi & Jannah (2020: 3.6) menyatakan penelitian kualitatif sebagai praktik yang digunakan untuk mempelajari sesuatu berupa individu dan organisasi serta alasan, pendapat, motivasi, dan keyakinan mereka dalam latar alamiah mereka. Septiawan Santana K dalam Antanipal (2014) yakni suatu metode penelitian untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami subjek penelitian secara holistik dengan cara mendeskripsikan dalam format kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang dialami dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah. Pendekatan yang digunakan adalah deskriptif, seperti dinyatakan oleh Antanipal (2014) bahwa penelitian deskriptif merupakan suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu objek, suatu kondisi, suatu sistem pemikiran ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang dengan tujuan untuk membuat deskripsi, gambaran, lukisan

secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat hubungan antar fenomena yang diselidiki.

Sumber data penelitian adalah sumber primer dari Kepala Bagian Layanan Pemakai, Kepala Bagian Layanan Jaringan Kerjasama dan Promosi Perpustakaan, dan Mahasiswa Baru Program Studi Agama Islam Fakultas Agama Islam UNIMMA (17 mahasiswa). Penulis melakukan pengamatan terhadap kegiatan perpustakaan, penulis melihat bahwa perpustakaan UNIMMA telah mempunyai *digital library* dan media promosi baik secara tercetak maupun daring (melalui media sosial dan website). Penulis juga melakukan wawancara tertulis dengan mahasiswa dan pustakawan pengelolanya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Promosi Perpustakaan UNIMMA

Perpustakaan UNIMMA yang berlokasi di Jalan Tidar Nomor 21 Magelang dapat diakses secara daring melalui website lib.ummgl.ac.id. *Digital library* (digilib)UNIMMA dapat diakses melalui eprintslib.ummgl.ac.id dan melalui aplikasi Ebook UMMagelang. Selain itu, informasi jurnal dapat diakses pada website perpustakaan UNIMMA. Berkaitan dengan koleksi, website perpustakaan UNIMMA juga menampilkan menu *Online Public Catalogue* (OPAC) yang dimiliki untuk sarana temu kembali informasi.

Ketersediaan fasilitas perpustakaan tersebut belum tentu dimanfaatkan oleh pemustaka, terutama bagi pemustaka yang tidak mengetahui tentang perpustakaan UNIMMA. Kondisi pandemi menambah kendala bagi pemustaka untuk mengenali dan memanfaatkan perpustakaan. Memaksimalkan pemanfaatan *digital library* terutama di masa pandemi seperti saat ini adalah jalan yang mesti ditempuh. Mahasiswa tidak bisa leluasa mengakses koleksi secara fisik di perpustakaan. Upaya yang dilakukan agar pemustaka mengetahui fasilitas yang disediakan perpustakaan adalah dengan promosi. Hasil wawancara dengan Kepala Bagian Layanan Jaringan Kerjasama dan Promosi Perpustakaan UNIMMA, Istiarni, tanggal 24 November 2020, menyebutkan bahwa strategi promosi yang dilakukan adalah memaksimalkan media sosial sebagai sarana komunikasi dengan pemustaka. Materi yang disampaikan dalam media sosial antara lain adalah layanan *online* (ebook, e journal, repositori) dan bagaimana cara mengaksesnya. Selain sebagai sarana komunikasi, media sosial juga digunakan perpustakaan UNIMMA sebagai sarana sosialisasi. Guna menarik

perhatian *followers*/pemustaka, di media sosial juga diselenggarakan *event online* seperti *giveaway* dan Bincang aSIK (BISIK). Kegiatan lain adalah bekerjasama dengan dosen maupun program studi untuk memberikan kesempatan bagi pustakawan mensosialisasikan layanan perpustakaan melalui program Literasi Informasi (LI).

Pemanfaatan media sosial diantaranya dengan menggunakan fasilitas *tagging*/tanda teman di Instagram (IG). Setiap postingan membubuhkan "tanda teman" yang sudah terjalin dengan perpustakaan. Melalui fasilitas tersebut maka pengikut dari akun yang ditandai (kemungkinan banyak mahasiswa baru) akan mengetahui akun medsos perpustakaan. Selain itu, ada masa pengenalan kampus (MASTA) juga menjadi sarana promosi perpustakaan. Selanjutnya MABA akan menjalani *user education* dengan dikenalkan dan diajari bagaimana memanfaatkan layanan perpustakaan. Namun selama empat tahun terakhir, perpustakaan UNIMMA tidak terlibat dalam kegiatan MASTA. Selanjutnya *user education* dilakukan secara insidental dan melalui media promosi perpustakaan. Kegiatan promosi terutama di masa pandemi ini, bagian promosi berkoordinasi dengan bagian layanan pemakai. Materi, pemateri, metode *user education* disusun oleh bagian layanan pemakai. Bagian promosi membantu dalam mensosialisasikan melalui saluran media promosi perpustakaan seperti melalui website, media sosial, dan kelas *online* menggunakan *zoom*.

Pemanfaatan *digital library*

Telah disampaikan bahwa untuk memaksimalkan pemanfaatan *digital library* adalah dengan promosi. Perpustakaan UNIMMA juga telah melakukan upaya promosi seperti yang disampaikan di atas. Penulis melakukan wawancara pada bagian layanan pemakai pada tanggal 24 November 2020 terkait pemanfaatan *digital library* UNIMMA. Arum (2020) mengatakan "sampai saat ini *digital library* belum mendapat respon yang baik dari pemustaka. Jika dilihat dari aktivasi aplikasi Ebook UNIMMA, baru sekitar 3% yang melakukan aktivasi pemanfaatan aplikasi tersebut".

Melihat tingkat keterpakaian *digital library* yang belum bagus, penulis melakukan wawancara tertulis kepada 17 mahasiswa baru tahun angkatan 2020 program studi Pendidikan Agama Islam yang telah mengikuti perkuliahan selama satu semester. Wawancara dilakukan untuk mengetahui sejauh mana promosi dapat menjangkau mereka sehingga pemustaka dapat mengenali dan menggunakan *digital library* untuk membantu mereka dalam mengikuti kegiatan belajar mengajar.

Hasil wawancara menunjukkan bahwa sebagian besar informan menyatakan mengetahui dan memahami apa yang dimaksud dengan *digital library* dengan memberikan definisi *digital library* seperti dalam pemikirannya. Dapat disarikan dari jawaban responden bahwa *digital library* merupakan perpustakaan yang menggunakan teknologi digital dan koleksinya dapat diakses secara *online* atau dapat diakses melalui media komputer dan *mobile phone*. Ada yang memahaminya sebagai perpustakaan virtual untuk mencari referensi buku dalam bentuk digital seperti e-book, pdf, dan karya tulis lainnya. Hal tersebut terdeskripsi dari jawaban informan sebagai berikut.

“Digilib adalah perpustakaan virtual untuk mencari referensi buku dalam bentuk digital seperti e-book, pdf, dan karya tulis lainnya.”

“Digital library adalah perpustakaan yang menggunakan teknologi digital atau dalam kata lain disebut perpustakaan yang lebih moderen.”

“Perpustakaan yang menerapkan sistem teknologi dan informasi”

“Perpustakaan yang memiliki fasilitas koleksi buku dalam bentuk digital. Dan bisa diakses melalui hp maupun komputer”

“Digilib adalah perpustakaan virtual untuk mencari referensi buku dalam bentuk digital seperti e-book, pdf, dan karya tulis lainnya.”

Informan juga memberikan informasi pemakaian digilib UNIMMA dalam penyelesaian tugas kuliah mereka. Hanya sebagian kecil yang memanfaatkannya dalam menyelesaikan tugas kuliah. Informan memberikan jawaban seperti berikut ini.

“Iya, saya memanfaatkan perpustakaan digital.”

“Alhamdulillah, dalam mencari referensi”

Sebagian besar lainnya menyatakan kalau belum menggunakan digilib UNIMMA dikarenakan belum mengetahui keberadaan digilib UNIMMA. Hal ini terlihat dari jawaban informan berikut.

“Belum, saya belum menggunakannya karena belum tahu.”

“Untuk saat ini belum”

“Saya belum menggunakannya”

“Belum, karena mahasiswa baru belum tahu prosedurnya”

Hasil wawancara lainnya informan memberikan pernyataan bahwa bahwa keberadaan *digital library* ini akan sangat membantu mereka dalam menyelesaikan tugas kuliah apalagi di saat pandemi seperti ini ketika mereka

harus mengikuti perkuliahan secara daring. Berikut jawaban informan terakit dengan hak tersebut.

“Iya, perpustakaan digital membantu saya mencari referensi”

“Tentu saja sangat membantu bagi yang pernah menggunakan karena kita bisa cari referensi dan juga materi dalam digilib tetapi saya belum pernah menggunakan”

“Ya membantu”

Informasi digilib UNIMMA yang tidak sampai kepada informasn, menyebabkan mereka menggunakan google sebagai sarana pencarian referensi yang dibutuhkan, baik melalui google cendekia maupun google.com, atau melalui fasilitas perpustakaan Kota dan Kabupaten Magelang. Hal ini tergambar dari jawaban informan berikut, dalam memberikan informasi mengenai sumber lain yang digunakan untuk menyelesaikan tugas kuliah selain milik perpustakaan UNIMMA.

“Sebelumnya menggunakan Google biasa.”

“Perpustakaan kota magelang”

“Web, browsing, dan perpustakaan daerah dan kota”

“Google cendikia, Google.com”

“Perpus kabupaten”

Informasi yang diterima dari Kepala Bagian Layanan Pemakai, Arum, mengatakan bahwa bertalian dengan upaya penyebaran informasi kepada pemustaka adalah jangkauan promosi belum luas, jadi informasi dari perpustakaan belum terdiseminasi ke seluruh mahasiswa baru UNIMMA, dan perpustakaan juga tidak memiliki akses ke mahasiswa baru yang belum pernah ke perpustakaan, sehingga mereka tidak tahu sama sekali tentang perpustakaan (wawancara, 24 November 2020). Melalui wawancara tersebut, Arum juga menyampaikan bahwa akses ke mahasiswa baru untuk program Literasi Informasi hanya dari Fakultas Ilmu Kesehatan pada saat matrikulasi.

KESIMPULAN

Penyediaan fasilitas perpustakaan tidak dapat dimanfaatkan dengan baik jika informasi keberadannya tidak dapat menjangkau pemustaka yang dilayani. Perpustakaan perlu melakukan upaya promosi agar pemustaka memanfaatkan layanan yang diberikan perpustakaan. Promosi dapat dilakukan baik dengan

media cetak maupun *online*, serta dapat dengan melaksanakan kegiatan *user education*.

Perpustakaan UNIMMA menyediakan koleksi tercetak yang dapat diakses secara fisik dengan datang langsung ke perpustakaan. Koleksi dalam bentuk digital juga disediakan dan dapat diakses secara *online*. Perpustakaan UNIMMA telah melakukan promosi melalui media tercetak, *online*, maupun dengan mengadakan kegiatan *user education* untuk menginformasikan tentang fasilitas yang dimiliki termasuk *digital library* UNIMMA. Namun promosi yang dilakukan belum berhasil dengan baik terhadap pemanfaatan *digital library* UNIMMA. Mahasiswa cenderung menggunakan informasi dari penyedia atau perpustakaan lainnya. Perpustakaan UNIMMA ke depannya untuk mengevaluasi kembali terhadap promosi yang telah dilakukan, sehingga *digital library* UNIMMA dapat dimanfaatkan dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Antanipal, A. (2014). *Promosi Perpustakaan Dalam Meningkatkan Minat Kunjung Di Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Barru*. Universitas Islam Negeri Alauddin.
- Darwanto, Anggun Kusumah Tri Utami, & Nia Gusniawati. (2015). *Pedoman Penyelenggaraan Perpustakaan Perguruan Tinggi*. Perpustakaan Nasional Republik Indonesia.
- Hamdi, M., & Jannah, L. M. (2020). *Metode Penelitian*. <https://www.pustaka.ut.ac.id/lib/dapu6101-metode-penelitian/>
- Kardela, R. (2018). *Evaluasi Pemanfaatan Aplikasi Perpustakaan Digital (SIMPERTAN V.2) di Perpustakaan Balai Pengkajian Teknologi Pertanian (BPTP) Aceh Terhadap Sarana Publikasi Hasil Pengkajian dan Penelitian Karyawan/I BPTP Aceh*. [https://repository.ar-raniry.ac.id/id/eprint/10014/1/SKRIPSI FULL.pdf](https://repository.ar-raniry.ac.id/id/eprint/10014/1/SKRIPSI_FULL.pdf)
- Lasa-Hs, & Suciati, U. (2017). *Kamus Kepustakawanan Indonesia*. Calpulis.
- Qalyubi, S., Septiyantono, T., & Sidik, U. (2003). *Dasar-dasar Ilmu Perpustakaan dan Informasi*. Jurusan Ilmu Perpustakaan dan Informasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Rahmawati, D. (2016). *Pemilihan dan Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Online (Studi Deskriptif Kualitatif pada Akun*

Instagram @FreezyBrowniezz).

- Rodliyah, U. (2012). Perpustakaan Digital, dan Prospeknya Menuju Resource Sharing. *Visi Pustaka*, 14(1). <https://www.perpusnas.go.id/magazine-detail.php?lang=en&id=8219>
- Saleh, A. R. (2014). *Pengembangan Perpustakaan Digital*. Universitas Terbuka. <https://www.pustaka.ut.ac.id/lib/pust4317-pengembangan-perpustakaan-digital/>
- Sitorus, O. F., & Utami, N. (2017). *Strategi Promosi Pemasaran*. Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Suharso, P., & Pramesti, A. N. (2019). Promosi Perpustakaan Melalui Instagram: Studi di Perpustakaan Universitas Airlangga. *Publication Library and Information Science*, 3(2), 66. <https://doi.org/10.24269/pls.v3i2.2074>
- Ulumi, B. (2014). *Pemasaran Jasa Informasi Perpustakaan*. Universitas Terbuka. <https://www.pustaka.ut.ac.id/lib/pust4312-pemasaran-jasa-informasi-perpustakaan/>