

Promosi Perpustakaan sebagai Upaya Meningkatkan Literasi Informasi Masyarakat Luar Kampus Universitas Muhammadiyah Malang

Ani Herwatin

*UPT. Perpustakaan dan Informasi Universitas Muhammadiyah Malang
Jl. Raya Tlogomas Km 246 Malang
e-mail: anibr91@yahoo.com; anipujiyanto@gmail.com*

Abstrak

Ide penulisan ini dilatar belakangi oleh: pertama, Adanya interaksi antara masyarakat luar kampus dan mahasiswa dalam menunjang kehidupan sehari-harinya; kedua, Antara Kampus (universitas Muhammadiyah Malang) dan masyarakat sekitarnya harus ada simbiosis yang saling menguntungkan; dan ketiga, Perpustakaan memiliki tanggung jawab meningkatkan literasi informasi masyarakat luar kampus, agar mahasiswa mendapatkan sharing partner yang seimbang dalam berkomunikasi sehingga tercipta hubungan yang harmonis antara masyarakat dan mahasiswa. Permasalahan penulisan ini adalah bagaimana strategi perpustakaan melakukan promosinya pada masyarakat, dengan tujuan agar mereka tertarik untuk berkunjung ke perpustakaan serta dapat memanfaatkan berbagai layanan yang ditawarkan. Adapun promosi yang dilakukan perpustakaan dengan cara mengundang masyarakat tersebut dalam berbagai event atau acara, antara lain: pertama, Perpustakaan Sebagai Sarana Promosi Budaya Bangsa; kedua, Perpustakaan Sebagai Tempat Explorasi Fashion; ketiga, Perpustakaan sebagai media publikasi CSR Institusi; keempat, Pameran IPTEK – PUSPA IPTEK UMM (dan Local Content); dan kelima, Perpustakaan Sebagai Tempat Lokasi Pemotretan. Dari berbagai event tersebut diharapkan ada feedback dari masyarakat luar kampus kepada perpustakaan dan dapat memberikan nilai positif bagi Universitas Muhammadiyah Malang sebagai lembaga induknya.

Kata Kunci: *Promosi Perpustakaan, Literasi Informasi, tanggung jawab social perusahaan*

Abstract

The idea of this paper is motivated by: firstly, The interaction between the community outside the campus and students in support their daily lives; secondly, Between Campus (UMM) and the surrounding communities should be a symbiosis of mutual benefit; thirdly, The Library has the responsibility of improving information literacy of community outside the campus, so that students get a balanced sharing partner in communication then it will create a harmnious relationship between community and the students. The problem of this paper is how libraries do the promotion in the community outside the campus, with the aim that they are interested to visit the library and can take advantage of various services offered. The library promotion that had done by inviting the community in various events. The events are: firstly, Library as a National Cultural Promotion media; secondly, Library as place of Fashion Exploration; thirdly, Library as institution's CSR publication media; fourthly, Exhibition Science and Technology - Science and Technology PUSPA UMM (and Local Content); and fithly, Library as a Shooting Location. From the various events, expected there is a feedback from the community outside the campus to library and can provide a positive value for UMM as the central institution.

Keywords: *Library Promotion, Information Literacy, Corporate Social Responsibility*

Pendahuluan

Penulisan ini diawali dengan pengamatan pada masyarakat disekitar kampus III Universitas Muhammadiyah Malang (UMM), dan kebetulan tempat tinggal saya berjarak sekitar 0,5 sd 0,6 dibelakang kampus UMM. Dalam kehidupan sehari-hari mayoritas masyarakat sekitar kampus (MSK) ditopang oleh usaha mereka dibidang penjualan (kuliner), rumah Kos, dan beberapa kegiatan yang dapat menunjang atau memenuhi kebutuhan mahasiswa. {Misal: usaha warung, fotokopi dan alat tulis, Laundry, penginapan, dll.}. Tidak dapat dipungkiri pertumbuhan perekonomian masyarakat di daerah ini sebagai akibat dari meningkatnya animo masyarakat yang mempercayakan putra putri, keluarga atau kerabat untuk menimba ilmu di Universitas Muhammadiyah Malang (UMM).

Dari fenomena tersebut terjadi simbiosis yang saling menguntungkan antara mahasiswa dan masyarakat (penduduk) di sekitar kampus. Mahasiswa dari luar kota menginginkan kebutuhan sehari-hari seperti tempat tinggal, makan dan minum, jasa *laundry*, penunjang per-

kuliah, yaitu alat tulis dan jasa printer dan sebagainya, dapat terpenuhi dengan bantuan masyarakat sekitar yang dengan rela hati berkontribusi membuka usaha dan jasa untuk memenuhi kebutuhan mahasiswa dan sivitas akademika yang lain.

Dapat dikatakan mahasiswa sering melakukan interaksi atau berkomunikasi dengan masyarakat sekitar tersebut. Khususnya di area belakang kampus III UMM, karena area belakang kampus tersebut aksesnya lebih dekat dengan tempat perkuliahan daripada area di depan kampus yang harus menyeberang jalan raya lebih dahulu.

Interaksi yang intens, dalam berkomunikasi antara mahasiswa dan masyarakat tersebut secara tidak disadari dapat mempengaruhi mahasiswa dalam berkomunikasi dan mengembangkan wawasannya. Sehari-hari mahasiswa di kampus selalu ditempa dengan berbagai ilmu pengetahuan, tugas, penelitian dan segala sesuatu yang berkaitan dengan komunikasi ilmiah (*scholarly communication*). Sedangkan masyarakat sekitar kampus terbiasa dengan komunikasi sehari-harinya sesuai dengan latar belakang yang multi profesi tersebut. Adapun yang dimaksud dengan *Scholarly Communication* menurut ALA (American Library Association) adalah suatu sistem dimana penelitian dan tulisan ilmiah lainnya diciptakan, dievaluasi kualitasnya, disebarkan untuk masyarakat ilmiah dan dilestarikan untuk masa yang akan datang.

Seharusnya agar mahasiswa selalu berada dalam lingkup ke-ilmiahannya ditunjang dengan lingkungan yang mendukung dalam berkomunikasi. Mahasiswa harus mendapat *sharring partner* yang tepat, meski tidak sedang berada dalam kampus. Sementara masyarakat kampus memandang mahasiswa sebagai seseorang yang memiliki strata yang lebih tinggi, ditunjang dengan kehidupan kampus megah. Perbedaan bak bumi dan langit ini lambat laun dapat menimbulkan kecemburuan sosial diantara keduanya. Di dalam Kampus (Perguruan Tinggi) mencetak orang-orang yang berkualitas melalui tersedianya salah satu sarana penunjang yaitu perpustakaan. Tapi sebaliknya masyarakat sekitar kampus (pribumi) yang tidak mengenyam pendidikan di PT tersebut sekaligus tidak dapat memanfaatkan koleksi perpustakaan dan layanannya untuk menambah wawasan mereka. Hal ini menimbulkan kesan kurangnya keseriusan dalam melaksanakan visi dan misi perpustakaan PT. Visi tersebut dijabarkan menjadi Misi yang secara garis besar oleh Wiji Suwarno, yaitu:

1. Menciptakan dan memantapkan kegiatan membaca masyarakat sesuai dengan jenis perpustakaan dan pemakainya.
2. Mendukung pendidikan perorangan secara mandiri maupun

pendidikan formal semua jenjang

3. Memberikan kesempatan atau menstimulasi bagi pengembangan kreativitas dan imajinasi pribadi maupun masyarakat
4. Meningkatkan kesadaran terhadap warisan budaya, apresiasi seni dan temuan ilmiah
5. Menyediakan akses terhadap ekspresi-ekspresi kebudayaan dan perubahan
6. Mendorong dialog antar umat beragama oleh karena keanekaragaman budaya
7. Menyediakan layanan informasi sesuai dengan kebutuhan pemakainya
8. Memberikan kemudahan kepada pengembangan peningkatan ilmu pengetahuan dan keterampilan
9. Mendukung dan berpartisipasi dalam program-program perpustakaan bagi masyarakat pemakainya
10. Ikut serta dalam upaya mencerdaskan kehidupan bangsa dalam arti luas¹

Bila diperhatikan visi dan misi tersebut, fokus perpustakaan PT juga memperhatikan lingkungan masyarakat kampus agar lebih pandai dan berwibawa karena keilmuannya. Perpustakaan dapat menjembatani kesenjangan sosial tersebut agar masyarakat sekitar kampus dapat berkunjung dan memanfaatkan berbagai layanan yang ditawarkan. Perpustakaan dapat mensosialisasikan berbagai promosi dan programnya pada masyarakat sekitar kampus agar mereka dapat mengenal perpustakaan lebih dekat, seperti pendapat sebagai berikut “Pemasyarakatan perpustakaan, adalah berbagai kegiatan yang dilakukan untuk lebih memperkenalkan perpustakaan kepada masyarakat. Tujuannya adalah agar bahan pustaka dapat dimanfaatkan secara maksimal oleh masyarakat”²

Permasalahan inilah yang harus dicari solusinya, bagaimana strategi promosi yang dilakukan perpustakaan agar dapat meningkatkan literasi informasi masyarakat sekitar kampus UMM., walaupun mereka *notabene* bukan sivitas akademika. Wawasan keilmuan masyarakat akan bertambah, sehingga masyarakat kampus dapat mengimbangi mahasiswa dalam berkomunikasi dan menjadi *sharring partner* bagi mahasiswa, pada saat tidak sedang berada dalam kampus.

¹ Wiji Suwarno, *Dasar-dasar Ilmu Perpustakaan : sebuah pendekatan praktis* (Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2007), 43 – 44.

² Sumantri, *Panduan Penyelenggaraan perpustakaan Sekolah* (Bandung: Rosda, 2008), 103.

Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penulisan ini adalah observasi pada masyarakat sekitar kampus III UMM, dan didukung dengan studi literatur yang berkaitan dengan pemasaran dan promosi perpustakaan, tanggung jawab perpustakaan dan literasi informasi.

Sedangkan tujuan dari penulisan ini adalah agar masyarakat sekitar kampus dapat berkunjung ke perpustakaan sehingga dapat menikmati berbagai layanan yang ditawarkan., sehingga meningkatkan literasi masyarakat sekitar tersebut serta dapat memaksimalkan pemanfaatan informasi yang dimiliki perpustakaan UMM.

Pembahasan

Dalam sebuah institusi Pendidikan Tinggi, perpustakaan merupakan barometer yang dapat meningkatkan wawasan para sivitas akademiknya. Perpustakaan diharapkan dapat turut serta menunjang Tri Dharma Perguruan Tinggi. “Kampus sebagai tempat pendidikan diharapkan lulusannya dapat meningkatkan produktivitas masyarakat dalam proses produksi. Penelitian sebagai nilai tambah Perguruan Tinggi karena sebagai tempat penyebaran hasil pendapat. Pengabdian masyarakat merupakan pelaksanaan di masyarakat dan peningkatan kepercayaan masyarakat serta kehendak masyarakat dalam kegiatan pembangunan”³.

Perpustakaan dapat melakukan pengabdian pada masyarakat dengan berbagai kegiatan yang telah direncanakan. Kegiatan pengabdian ini dapat disebut juga sebagai *Corporate Social Responsibility* (CSR), dimana Perpustakaan UMM memiliki tanggung jawab sosial untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat serta sekaligus melaksanakan fungsi edukasi dengan cara memberikan layanan bagi masyarakat sekitar kampus. Sedangkan motivasi beberapa perusahaan dalam melakukan CSR bermacam-macam, yaitu: untuk melaksanakan kewajiban; atau untuk memperbaiki citra perusahaan; atau merupakan niat baik guna kepentingan masyarakat.

Promosi Perpustakaan

Perpustakaan UMM melaksanakan kegiatan tersebut murni untuk membantu masyarakat agar lebih melek informasi, Perpustakaan harus selalu menciptakan kreasi dan berinovasi agar pemustaka tidak jenuh dengan tampilan yang monoton melalui berbagai strategi

³ Jack Febrian, *Pendidikan Tinggi di Indonesia* (Bandung: Informatika, 2000), 16 - 17

promosinya. Promosi sendiri berasal dari kata *promote* dalam bahasa Inggris yang berarti mengembangkan atau meningkatkan. Jika dikaitkan dengan penjualan maka dapat diartikan sebagai cara atau alat untuk meningkatkan omzet penjualan. Menurut Rangkuti, “Promosi adalah kegiatan perusahaan yang menyebarluaskan arus informasi agar konsumen mengingatnya sehingga timbul keinginan untuk mencoba dan membeli produk perusahaan. Promosi berusaha mengubah sikap atau perilaku konsumen terhadap produk atau jasa perusahaan”⁴. Adapun bentuk-bentuk promosi perpustakaan dapat berupa:

1. Publisitas
2. Iklan
3. Kontak Perorangan
4. Insentif
5. Suasana dan lingkungan perpustakaan⁵

“Promosi perpustakaan merupakan forum pertukaran informasi antara organisasi perpustakaan dan pemustaka dengan tujuan utama memberi informasi tentang produk atau jasa yang disediakan oleh organisasi perpustakaan, sekaligus membujuk konsumen perpustakaan untuk bereaksi terhadap produk atau jasanya”⁶.

Dalam kegiatan promosi kali ini perpustakaan melakukan fungsi informasi dengan mempromosikan keberadaannya dan informasi yang ditawarkan untuk pengunjung. Sekaligus dalam promosi ini perpustakaan melaksanakan fungsinya sebagai fungsi hiburan, dimana dengan berbagai acara yang digelar pengunjung dapat terhibur. Masih menurut Hartono, secara definitif adalah mekanisme komunikasi persuasif pemasaran dengan memanfaatkan teknik-teknik hubungan masyarakat.

“Untuk mengembangkan sebuah rencana pemasaran perpustakaan perguruan tinggi membutuhkan sebuah proses diantaranya adalah menetapkan sasaran dan tujuan pemasaran, mengidentifikasi target audiens”⁷. Sasaran hasil adalah “apa” yang kita inginkan untuk dicapai, dalam hal ini adalah agar masyarakat sekitar kampus dapat

⁴ Fredi Rangkuti, *Strategi promosi yang kreatif dan analisis kasus integrated marketing communication* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2009), 23.

⁵ Arlinah Imam Rahardjo, *Mengatur Strategi Promosi Perpustakaan*, (Surabaya: UK-PETRA), last modified May 7, 2016, <http://faculty.petra.ac.id/arlinah/perpustakaan/PROMOSI/promosi96.pdf>

⁶ Hartono, *Manajemen perpustakaan sekolah: menuju perpustakaan modern dan profesional* (Yogyakarta: ArRuzz Media, 2016), 208.

⁷ Darmanto, “Pemasaran perpustakaan perguruan tinggi” *Palimpsest: jurnal ilmu informasi dan perpustakaan*, Th. III, no. 2, Desember (2011) – Mei (2012): 105 – 115.

berkunjung ke perpustakaan sehingga meningkatkan melek informasi bagi mereka. Sedangkan audien target disini adalah masyarakat sekitar kampus, tepatnya diarea belakang kampus. Audiens target sengaja dipilih melalui segmentasi pasar, padanannya adalah calon pemustaka.

“Segmentasi pasar (pemustaka) memiliki 3 karakteristik yang secara independen atau bersama-sama mempengaruhi konsumsi seseorang dan bagaimana mereka merespon komunikasi pemasaran, yaitu: karakteristik demografi, psikografi, dan geodemografi”⁸. Variable **demografis** terdiri atas karakteristik: Usia, penghasilan dan etnis. Aspek gaya hidup konsumen merupakan karakteristik **psikografis**. Sedangkan **geodemografis** merupakan kombinasi dari karakteristik demografis dan psikografis.

Dari bahasan tersebut di atas, *targeting* adalah multi usia, dari anak-anak sampai dewasa (anak –anak disertakan, karena secara tidak langsung orang dewasa atau orang tua turut mengantarnya), penghasilan hampir sama yaitu membuka usaha, etnis hampir sama karena masyarakat di sini sebagian besar memiliki hubungan saudara. Untuk gaya hidup dari mereka hampir seragam karena memiliki mata pencaharian yang hampir sama.

Melihat dari uraian di atas maka dalam strategi promosi Perpustakaan UMM mengadakan berbagai kegiatan, antara lain:

1. Perpustakaan sebagai sarana promosi budaya bangsa, melalui talk-show & pertunjukan tari topeng Malangan

Perpustakaan memiliki salah satu fungsi yaitu sebagai fungsi Budaya, dimana perpustakaan diharapkan sebagai tempat pelestarian budaya bangsa. Hal ini dapat berupa koleksi yang berkaitan dengan kebudayaan bangsa yang selayaknya dimiliki perpustakaan, dan dapat juga perpustakaan mempromosikan salah satu jenis kesenian yang menjadi budaya bangsa Indonesia.

Tari Topeng Malangan adalah pertunjukan kesenian tari dimana semua pemerannya menggunakan topeng. Kesenian ini merupakan salah satu kesenian tradisional dari Malang Jawa Timur (www.negerikuindonesia.com).

Dalam acara ini ditampilkan juga *talkshow*, agar pengunjung yang hadir dapat mengetahui secara jelas topik dari materi yang dibahas, yaitu Tari Topeng Malangan.

⁸ Terence A. Shimp, *Periklanan promosi: aspek tambahan komunikasi pemasaran terpadu, jilid1*, trans. Revyani Sahrial, Dyah Anikasari (Jakarta: Erlangga, 2003), 120 – 121.



Gb. 1 dan 2: TalkShow dan Tari Topeng Malang

2. Perpustakaan sebagai tempat eksplorasi fashion, melalui talkshow & fashion show batik

Publikasi perpustakaan dapat berupa acara *fashion show* batik. Acara seperti ini idealnya digelar di hotel-hotel atau tempat tempat hiburan. Seperti yang telah diartikan dalam Kamus Inggris Indonesia Indonesia Inggris (1996: 116) *fashion* adalah cara, bentuk, tata cara, model. *Fashion show* diartikan sebagai pameran mode.⁹ Maka *fashion show* dapat dikatakan sebagai pertunjukan gaya berpakaian atau yang lazim disebut peragaan busana. Sedangkan batik dipilih karena ini merupakan warisan budaya asli bangsa Indonesia. "Batik di Indonesia merupakan keseluruhan teknik, teknologi, serta pengembangan motif dan budaya yang terkait, yang oleh UNESCO ditetapkan sebagai Warisan Kemanusiaan untuk Budaya Lisan dan Nonbendawi (*Masterpieces of the Oral and Intangible Heritage of Humanity*) sejak 2 Oktober, 2009"¹⁰

Dipilihnya acara *fashion show* batik ini sebagai publikasi perpustakaan pada masyarakat kampus (*civitas* akademika) dan sekaligus masyarakat di area sekitar kampus, adalah sebagai upaya untuk menarik pengunjung ke perpustakaan. Pada acara *fashion show* batik ini juga diselengi dengan talkshow, agar pengunjung dapat mengetahui berbagai hal tentang batik dengan menanyakan langsung pada nara sumber yang memahami tentang batik.

⁹ John M. Echols dan Hassan Shadily, Kamus Inggris-Indonesia (Jakarta: Gramedia, 1975), 234.

¹⁰ Asti Musman dan Ambar B.Arini, *Batik: warisan adiluhung Nusantara* (Yogyakarta: G-Media, 2011), 1.



Gb. 3: acara fashion show batik

3. Perpustakaan sebagai media publikasi CSR Institusi

Perpustakaan UMM mendukung segala program kegiatan pengabdian masyarakat Institusi dalam rangka mewujudkan program pembelajaran seumur hidup. Jika selama ini di berbagai perpustakaan sering mendapatkan program *CSR* dari berbagai perusahaan yang memberikan bantuan dalam berbagai bentuk, perpustakaan UMM melakukan yang sebaliknya yaitu melakukan kegiatan kepada masyarakat khususnya masyarakat di sekitar area luar kampus untuk dapat mengakses informasi yang dimilikinya.

Kegiatan-kegiatan ini merupakan niat murni perpustakaan dalam membantu masyarakat diluar kampus, juga dimaksudkan untuk promosi dan menaikkan citra perpustakaan dan institusi yang menaunginya. Definisi *CSR* sendiri adalah suatu konsep atau tindakan yang dilakukan oleh perusahaan sebagai rasa tanggung jawab perusahaan terhadap sosial maupun lingkungan sekitar dimana perusahaan itu berada, seperti melakukan suatu kegiatan yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar dan menjaga lingkungan.

Dalam mengaplikasikan segala bentuk aktivitas di perpustakaan diperlukan berbagai cara agar tidak membosankan, bahkan jika kita harus dapat melakukan dari kebiasaan yang ada (*Think Out Of The Box*)

Adapun usaha yang dilakukan Perpustakaan UMM dalam mendukungnya, antara lain:

a. Membuka “Anggota Khusus” perpustakaan

Anggota khusus Perpustakaan UMM, dalam buku panduan perpustakaan disebutkan bahwa anggota khusus perpustakaan merupakan mahasiswa di luar UMM dan masyarakat umum. Dengan menjadi anggota perpustakaan, masyarakat *noncivitas* akademik dapat mengakses di perpustakaan UMM. Mereka dapat membaca

seluruh koleksi yang dimiliki perpustakaan tanpa harus membeli. Informasi terkini bisa mereka nikmati selama mereka dapat memaksimalkan waktu kunjung yang telah ditentukan.

b. Buka Jam Layanan khusus masyarakat Non *civitas* akademik

Buka jam layanan khusus yang dimaksud disini adalah perpustakaan membuka jam kunjung bebas bagi masyarakat sekitar kampus. Misal, dalam satu bulan terdapat 1 (satu) hari untuk jam layanan khusus. Disini masyarakat dapat berkunjung ke perpustakaan hanya dengan menunjukkan KTP atau kartu pelajar untuk bisa berkunjung ke perpustakaan. Sayangnya, pada *point* ini belum terealisasi.

c. *Game* (permainan)

Permainan merupakan kegiatan yang banyak disukai segala usia. Perpustakaan dapat merealisasikan fungsinya sebagai fungsi rekreasi, dimana seluruh peserta dapat terhibur, sekaligus bergerak dan melakukan aktifitas.

“gaming is not just for teens. people of all ages enjoy games, and for a growing number of people of all ages, gaming is an important from of recreational media”¹¹

Kegiatan seperti ini dapat menarik seluruh masyarakat untuk mengunjungi perpustakaan, karena merupakan hal yang menyenangkan yang sekaligus dapat meringankan beban dari rutinitas. Perpustakaan UMM menyediakan area baca dan permainan yang disebut dengan POJOK REKREASI, biasanya pengunjung dapat membaca bacaan yang bersifat hiburan serta terdapat beberapa permainan ringan misal : dakon, halma , kubik, dll.

d. Lomba

Kegiatan lain yang bisa dilakukan yaitu dengan mengadakan kegiatan lomba di perpustakaan. Lomba ini disesuaikan dengan tema yang diusung. Jika lomba tersebut juga melibatkan mahasiswa maupun masyarakat sekitar kampus, maka lomba dapat dikemas untuk umum misal: mengarang, mencari istilah tentang topik tertentu dimana jawabannya ada di koleksi perpustakaan, Lomba mading.

Perpustakaan UMM mengadakan lomba Mading, disini baik mahasiswa maupun masyarakat di sekitar kampus dapat berpartisipasi. Dari lomba ini kreatifitas dan inovasi, serta ide positif bermunculan.

¹¹ Scott Nicholson, *Everyone plays at the Library : creating great gaming experiences for all ages* (New Jersey: Information today, 2010),



Gb. 4 dan 5: Suasana Lomba Mading

4. Pameran IPTEK – PUSPA IPTEK UMM (dan Local Content)

Perpustakaan dalam rangka meningkatkan kunjungan dan mempresentasikan karya *civitas* akademika, mengadakan pameran IPTEK-PUSPA IPTEK UMM dan *Local Content*. Pameran ini selain dikunjungi civitas akademik juga dihadiri siswa-siswi sekolah Muhammadiyah di kota Malang mulai dari SD, SMP dan SMU.

Tujuan Pameran Ekstern adalah:

- a. Memperluas lingkungan pengaruh dan jasa perpustakaan
- b. Merangsang minat umum pada buku dan baca
- c. Menarik masyarakat bukan anggota perpustakaan serta mendorong mereka agar menjadi anggota perpustakaan
- d. Menarik perhatian orang yang semula tidak tertarik. Mungkin banyak orang tidak berhenti sebentar di perpustakaan hanya untuk membaca pamflet, brosur dan sebagainya yang dibuat oleh perpustakaan. Namun kelompok ini mungkin tertarik pada pameran aneka warna yang menarik perhatian.
- e. Dst.¹²

¹² Sulistyono-Basuki, *Pengantar Ilmu Perpustakaan* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 1991), 137.

Pameran yang mengusung tema *local content* ini mendisplay berbagai karya mahasiswa dari berbagai fakultas serta berbagai penemuan ilmiah mereka dan hasil berbagai prestasi yang telah dicapai dalam beberapa *event* kita tampilkan. Kegiatan tersebut selain menumbuhkan rasa percaya diri bagi mereka yang telah terlibat pada setiap *event* tetapi juga dapat menumbuhkan motivasi bagi mahasiswa khususnya maupun masyarakat yang menyaksikan pameran tersebut.

Dari kegiatan pameran ini diharapkan banyak pasang mata tertuju pada perpustakaan kemudian menggerakkan minat untuk melihat dan berkunjung di perpustakaan.

5. Perpustakaan Sebagai Tempat Lokasi Pemotretan

Perpustakaan sebagai tempat pemotretan kegiatan mahasiswa sudah sering kita jumpai. Hal ini sebagai promosi khususnya bagi program Penerimaan Mahasiswa Baru sehingga dapat menarik minat mereka untuk mendaftar ke UMM.

Perpustakaan dapat juga digunakan sebagai tempat pemotretan “*PRE WEDDING*” yaitu kegiatan *photography* dimana hasilnya akan ditampilkan untuk memperindah tampilan undangan pernikahan calon mempelai.

Mengadakan foto “*Pre Wedd*” di perpustakaan ini menunjukkan animo masyarakat untuk perpustakaan masih tetap ada. Jika foto tersebut ditampilkan pada undangan pernikahan, dan undangan tersebut disebar (misal, minimal) 300 lembar maka sedikitnya ada 600 orang yang mengetahui foto tersebut.

Karena foto tersebut di buat atau dilakukan di perpustakaan , secara tidak langsung merupakan publikasi tersendiri bagi perpustakaan UMM, dimana latar belakang tampilannya adalah koleksinya. Dan dari foto tersebut pulalah dapat menunjukkan latar belakang si calon mempelai (- yang dalam hal ini adalah dosen FISIP-UMM), yang pada akhirnya dapat menjadikan kebanggaan dan seolah dapat menyiratkan dari strata mana si pemeran dalam gambar tersebut.

Dari kegiatan pemotretan diatas, pemeran dalam foto otomatis telah melakukan publisitas perpustakaan . Karena masih menurut Arlinah, “Publisitas adalah salah satu alat promosi yang ampuh dan murah untuk memperkenalkan keberadaan perpustakaan termasuk jasa/produk yang ditawarkan melalui berita di media penerbitan...”¹³

¹³ Arlinah Imam Rahardjo, *Mengatur Strategi Promosi Perpustakaan*, (Surabaya: UK-PETRA), last modified May 7, 2016, <http://faculty.petra.ac.id/arlinah/perpustakaan/PROMOSI/promosi96.pdf>

Berikut adalah foto calon mempelai sedang mengambil foto *pre wedding* di ruang referensi perpustakaan UMM.



Gb. 6: Hasil foto Pre wedding

Saat ini perpustakaan UMM juga membenahi *layout* ruangan dengan disain yang dibuat semenarik mungkin dan cocok untuk selfi (istilah foto untuk diri sendiri), suatu hal yang sering dilakukan dikalangan anak-anak muda saat ini. Diharapkan dengan desain yang cantik dan nyaman dapat menarik pengunjung ke perpustakaan, meskipun tujuan awalnya adalah karena desain dan kenyamanan lingkungannya.

Dibawah ini adalah salah satu dari sudut ruangan di perpustakaan kampus III yang dimuat dalam instagram perpustakaan.



Gb. 7: berpose di perpustakaan

Dari berbagai kegiatan yang menarik tersebut diatas perpustakaan UMM berusaha mengajak masyarakat sekitar kampus III untuk berkunjung ke perpustakaan. Dengan menghadiri acara-acara tersebut secara tidak langsung pengunjung juga akan melihat ruang-ruang perpustakaan dan koleksinya, kemudian tertarik untuk membacanya dan diharapkan tingkat literasi informasi masyarakat tersebut bertambah.

Literasi Informasi

Definisi dari Literasi adalah: “kemampuan membaca, kemampuan menggunakan informasi yang terekam dalam simbol-simbol, dan kombinasi dari berbagai keterampilan teknis yang memungkinkan seseorang berinteraksi dengan lingkungan tertentu, di mana orang berkehidupan dan berfungsi”¹⁴. Masih menurut Baskoro, Literasi Informasi merupakan keterampilan untuk mendayagunakan informasi yang tepat, sesuai kebutuhan untuk tujuan yang spesifik dengan taat azas.

Seseorang dikatakan *information literate* apabila mampu menunjukkan kesadaran bagaimana mereka mengumpulkan, menggunakan, mengelola, mensintesis dan menciptakan informasi dan data secara etis dan efektif¹⁵.

ACRL 2000 mendefinisikan Literasi Informasi sebagai berikut Literasi informasi adalah kemampuan yang dibutuhkan seseorang untuk mengenali kapan informasi dibutuhkan dan memiliki kemampuan untuk mencari, mengevaluasi dan menggunakan secara efektif informasi yang dibutuhkan¹⁶

Dari berbagai definisi tersebut dapat di tarik suatu simpulan bahwa yang dimaksud dengan literasi informasi adalah suatu kemampuan yang dimiliki seseorang untuk mendayagunakan informasi secara etis dan efektif. Demikian juga yang diharapkan oleh perpustakaan UMM agar masyarakat sekitar kampus dapat mengakses informasi yang ada di perpustakaan sesuai dengan kebutuhan mereka, sehingga wawasan dan pola pikir merekaupun berubah seiring dengan bertambahnya informasi yang terserap dari perpustakaan.

¹⁴ Dhama Baskoro, materi seminar dan wokshop *Training of trainer, Membangun budaya akademik literasi informasi dan literasi digital* di Universitas Muhammadiyah Malang, 16 – 18 Maret 2017

¹⁵ Moira Bent and Ruth Stubbings, *The SCONUL Seven Pillars of Information Literacy: Core Model*, last modified June 2, 2017, <https://www.sconul.ac.uk/sites/default/files/documents/coremodel.pdf>

¹⁶ American Library Association (ALA), Association for College and Research Libraries (ACRL), *Information Literacy Competency Standards for Higher Education* last modified June 4, 2017. <https://arizona.openrepository.com/arizona/bitstream/10150/105645/1/standards.pdf>

Kesimpulan

Untuk meningkatkan kunjungan masyarakat sekitar kampus ke perpustakaan UMM adalah suatu perkara yang tidak mudah. Melakukan kegiatan yang tidak biasanya (*Think Out Of The Box*), bertujuan agar masyarakat luas mengarahkan perhatiannya tertuju pada perpustakaan dapat dijadikan sebagai solusi. Berbagai promosi perpustakaan dilakukan dengan menggelar berbagai acara menarik, antara lain mempromosikan budaya bangsa, *fashion show*, kegiatan *CSR* perpustakaan, dan pameran, serta desain ruang yang menarik.

Dari promosi tersebut perpustakaan sebagian besar menggunakan karakteristik *demografis*, dimana komunikasi pemasaran dengan segmentasi pemustaka berdasarkan usia, penghasilan dan etnis lebih diutamakan (Pada Kegiatan pertunjukan tari topeng, fashion, pameran, lomba, dan game). Sedangkan perpustakaan sebagai tempat pemotretan merupakan bagian dari gaya hidup modern yang termasuk dalam karakteristik *psikografis*.

Dari berbagai acara yang digelar, diharapkan menjadi magnet sehingga pengunjung dalam hal ini masyarakat kampus (*civitas* akademik) dan masyarakat diluar kampus tertarik hadir di perpustakaan, yang secara tidak langsung akan menyaksikan koleksi yang ditampilkan, sebagian mereka akan melihat-lihat dan pada akhirnya akan menyentuh kemudian tertarik untuk membacanya, sehingga tanpa mereka sadari perpustakaan telah memaksa untuk mengakses informasi yang dimiliki, selanjutnya membaca menjadi suatu kebutuhan. Meskipun pada akhirnya yang diuntungkan adalah masyarakat tersebut. Wawasan dan literasi mereka bertambah, setidaknya akan merubah pola pikir mereka selama ini, yang selanjutnya akan mempengaruhi perilaku dalam kehidupan sehari-hari.

Pola pikir mereka akan berubah seiring dengan aktif mengakses informasi di perpustakaan, dalam hal ini membaca. Dengan membaca menjadikan mereka lebih tahu dan menjadikannya sebagai suatu kebutuhan. Dengan membaca pula mereka diharapkan mampu mendayagunakan informasi yang diperolehnya secara etis dan efektif sesuai dengan kebutuhan. Yang pada akhirnya mereka tidak segan lagi menjadikan mahasiswa yang berada di lingkungan mereka tinggal untuk dijadikan *sharring partner* yang seimbang dalam berkomunikasi dan meminimalkan kecemburuan sosial. Mahasiswapun akan tetap diuntungkan dengan kondisi lingkungan yang selalu menunjang proses berfikir ilmiah meskipun mereka tidak berada di kampus.

Daftar Pustaka

- American Library Association (ALA), Association for College and Research Libraries (ACRL), *Information Literacy Competency Standards for Higher Education* last modified June 4, 2017. <https://arizona.openrepository.com/arizona/bitstream/10150/105645/1/standards.pdf>
- Baskoro, Dhama. Materi seminar dan wokshop *Training of trainer, Membangun budaya akademik literasi informasi dan literasi digital* di Universitas Muhammadiyah Malang, 16 – 18 Maret 2017
- Bent, Moira and Ruth Stubbings, *The SCONUL Seven Pillars of Information Literacy: Core Model*, last modified June 2, 2017, <https://www.sconul.ac.uk/sites/default/files/documents/coremodel.pdf>
- Darmanto, “Pemasaran perpustakaan perguruan tinggi” *Palimpsest: jurnal ilmu informasi dan perpustakaan*, Th. III, no. 2, Desember (2011) – Mei (2012): 105 – 115.
- Echols, John M. dan Hassan Shadily, *Kamus Inggris-Indonesia*. Jakarta: Gramedia, 1975.
- Febrian, Jack. *Pendidikan Tinggi di Indonesia*. Bandung: Informatika, 2000.
- Hartono. *Manajemen perpustakaan sekolah: menuju perpustakaan modern dan profesional* Yogyakarta: ArRuzz Media, 2016.
- Musman, Asty dan Ambar B.Arini. *Batik: warisan adilubung Nusantara*. Yogyakarta: G-Media, 2011.
- Nicholson, Scott. *Everyone plays at the Library : creating great gaming experiences for all ages*. New Jersey: Information today, 2010.
- Rahardjo, Arlinah Imam. *Mengatur Strategi Promosi Perpustakaan*. Surabaya: UK-PETRA. last modified May 7, 2016, <http://faculty.petra.ac.id/arlinah/perpustakaan/PROMOSI/promosi96.pdf>
- Rangkuti, Fredi. *Strategi promosi yang kreatif dan analisis kasus integrated marketing communication*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2009.
- Shimp, Terence A. *Periklanan promosi: aspek tambahan komunikasi pemasaran terpadu, jilid1*. Translated by Revyani Sahrial, Dyah Anikasari. Jakarta: Erlangga, 2003
- Sulistyo-Basuki. *Pengantar Ilmu Perpustakaan*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 1991.
- Sumantri. *Panduan Penyelenggaraan perpustakaan Sekolah*. Bandung: Rosda, 2008.
- Suwarno, Widji. *Dasar-dasar Ilmu Perpustakaan : sebuah pendekatan praktis*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2007.