

Pemasaran Layanan Informasi Perpustakaan di Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Medan

Fazria Meiliza Samosir, Anang Anas Azhar, M. Nasihudin Ali

^{1,2,3}Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

samosirfajria@gmail.com

ABSTRACT

This study examines the marketing of information services at the Library and Archives Office of Medan City. Marketing library services is crucial for increasing public interest in utilizing library facilities. The purpose of this study is to identify the marketing programs implemented by the library, analyze the challenges encountered during the marketing process, and find solutions to overcome these challenges. The method used is descriptive qualitative, with data collection through interviews, observations, and documentation. The results of the study indicate that the library has undertaken several marketing efforts through brochures, the e-Pusda Kota Medan application, and social media. However, the library faces challenges such as limited human resources and budget constraints. As a solution, the library has conducted training for librarians and optimized the available budget. This study is expected to serve as a reference for developing more effective library marketing strategies in the future.

Keywords: library marketing, information services, e-Pusda Kota Medan.

ABSTRAK

Penelitian ini membahas pemasaran layanan informasi di Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Medan. Pemasaran layanan perpustakaan menjadi penting dalam meningkatkan minat masyarakat untuk memanfaatkan fasilitas perpustakaan. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi program pemasaran yang dilakukan oleh perpustakaan, mengkaji kendala yang dihadapi dalam proses pemasaran, serta mencari solusi untuk mengatasi kendala tersebut. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif, dengan pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perpustakaan telah melakukan beberapa upaya pemasaran melalui brosur, aplikasi e-Pusda Kota Medan, dan media sosial. Namun, perpustakaan menghadapi kendala seperti keterbatasan sumber daya manusia dan anggaran yang terbatas. Sebagai solusi, perpustakaan telah mengadakan pelatihan untuk pustakawan dan memanfaatkan anggaran yang ada secara optimal. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan untuk pengembangan strategi pemasaran perpustakaan yang lebih efektif di masa depan.

Kata kunci: pemasaran perpustakaan, layanan informasi, e-Pusda Kota Medan.

PENDAHULUAN

Di era digital saat ini, teknologi media mengalami evolusi yang signifikan dengan hadirnya media baru, yang sering disebut sebagai media *online* atau internet. Media ini telah menjadi bagian yang tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari dan terus mengalami pertumbuhan jumlah pengguna yang belum tertandingi. Di negara maju, media baru bahkan telah menggantikan berbagai media tradisional sebagai

sumber utama informasi. Layanan berkualitas yang disediakan oleh perpustakaan memainkan peran penting dalam membentuk kepuasan pengguna, yang pada gilirannya berkontribusi pada penciptaan keuntungan bagi perpustakaan itu sendiri. Semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang dirasakan oleh pengguna (Satira & Hidriani, 2021).

Perpustakaan yang mampu memberikan kepuasan tinggi kepada penggunanya cenderung akan menarik lebih banyak pengguna. Ketika pengguna merasa puas, akan tercipta hubungan harmonis antara perpustakaan dan pengguna, yang menjadi dasar kuat untuk layanan yang baik serta pembentukan rekomendasi koleksi melalui *word of mouth* yang dapat menguntungkan perpustakaan. Di masa sekarang, peran perpustakaan tidak lagi terbatas pada penyediaan buku saja, tetapi juga mencakup berbagai bentuk media lain, seperti majalah, surat kabar, film, *microfilm*, serta koleksi digital seperti *e-journal* dan *e-book*, yang merupakan hasil dari kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi. Dengan perkembangan ini, perpustakaan menjadi semakin penting dalam pengelolaan informasi untuk mendukung proses belajar mengajar.

Sebagai sumber informasi yang mencakup berbagai bidang ilmu pengetahuan, teknologi, seni, dan politik, perpustakaan memegang posisi strategis dalam upaya mencerahkan kehidupan bangsa. Kegiatan pelayanan di perpustakaan sangat menentukan citra perpustakaan itu sendiri, karena berkaitan langsung dengan pengguna. Pelayanan yang baik harus dapat meminimalkan ketidakpuasan pengguna dalam memanfaatkan fasilitas perpustakaan. Kepuasan pengguna diukur dari sejauh mana harapan pengguna terpenuhi oleh kenyataan yang diterima; ketika harapan sesuai dengan kenyataan, maka kepuasan tercapai, dan sebaliknya, jika harapan tidak terpenuhi, akan timbul ketidakpuasan (Nashihuddin, 2017).

Kualitas pelayanan dapat diukur melalui lima dimensi utama, yaitu keandalan, jaminan, bukti fisik, empati, dan daya tanggap (Tjiptono, 2007). Oleh karena itu, penting bagi perpustakaan untuk dikenal oleh pengguna agar bisa dimanfaatkan dengan maksimal. Pengguna perlu mengenal perpustakaan terlebih dahulu untuk dapat memanfaatkan seluruh fasilitas dan layanan yang tersedia.

Sebagaimana yang tertuang dalam Pasal 3 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 43 Tahun 2007 tentang Perpustakaan, perpustakaan berfungsi sebagai wahana pendidikan, penelitian, pelestarian, informasi, dan rekreasi untuk meningkatkan kecerdasan dan keberdayaan bangsa. Perpustakaan umum berperan sebagai pusat informasi yang bertugas melayani, memelihara, mengolah, melestarikan, dan menyajikan informasi kepada masyarakat umum (34, 2007).

Peran pemasaran jasa sangat penting bagi perpustakaan, terutama dalam memperkenalkan perpustakaan serta menarik perhatian sekelompok masyarakat, termasuk mereka yang terlibat dalam pendidikan tinggi, agar memanfaatkan perpustakaan. Pemasaran jasa merupakan sarana untuk mengenalkan perpustakaan dan fungsinya, serta mengubah citra perpustakaan di mata pengguna. Sebagai pusat informasi, perpustakaan menyediakan pengetahuan dan informasi yang siap diakses

oleh setiap pemustaka. Salah satu peran utama perpustakaan adalah memberikan layanan sumber belajar yang dapat memenuhi berbagai kebutuhan setiap individu.

Pemasaran, sebagaimana kita ketahui, adalah rangkaian kegiatan manajemen yang umumnya berkaitan erat dengan pemasaran produk nyata seperti barang dan bersifat *profit-oriented*. Namun, pemasaran di perpustakaan berbeda karena tidak berfokus pada produk barang, melainkan pada produk jasa, yaitu jasa informasi. Perpustakaan memiliki kekayaan yang dapat dipasarkan untuk kepentingan pemakai, termasuk koleksi buku-buku baru, jurnal/majalah, dokumen, klipung, jasa layanan peminjaman, dan jasa layanan penelusuran (Noorika Retno Widuri, 2000).

Perpustakaan Kota Medan adalah salah satu perpustakaan umum yang menyediakan sarana dan prasarana untuk masyarakat umum. Oleh karena itu, strategi pemasaran layanan perpustakaan sangat diperlukan agar dapat menarik pemustaka untuk berkunjung dan memanfaatkan koleksi yang tersedia. Pemasaran juga berperan penting dalam meningkatkan minat baca pemustaka serta memperkenalkan keberadaan Perpustakaan Kota Medan, baik dari segi layanan maupun koleksi. Dari segi pemasaran, Perpustakaan Kota Medan telah banyak melakukan inovasi untuk menarik pemustaka agar berkunjung.

Strategi pemasaran layanan yang dilakukan oleh Perpustakaan Kota Medan meliputi pengenalan kepada pemustaka bahwa perpustakaan ini memiliki berbagai macam koleksi, baik cetak maupun non-cetak, termasuk dalam bentuk digital. Kegiatan pemasaran layanan Perpustakaan Kota Medan dilakukan melalui media sosial seperti Instagram (@Dinas Perpustakaan Arsip Medan), blogger, brosur, serta penyuluhan ke sekolah-sekolah SD dan SMP, dan kepada masyarakat umum melalui kegiatan pameran.

Berdasarkan data pengunjung dari tahun 2019 hingga 2021, terlihat adanya fluktuasi jumlah pengunjung. Pada tahun 2019, tercatat 16.378 pengunjung, kemudian mengalami penurunan pada tahun 2020 dengan 15.178 pengunjung, dan kembali meningkat pada tahun 2021 dengan 16.656 pengunjung. Data ini menunjukkan adanya ketidakstabilan jumlah pengunjung, yang mungkin disebabkan oleh kendala dalam layanan pemasaran perpustakaan. Salah satu kendala tersebut adalah kurangnya jumlah pustakawan dalam setiap layanan yang ada di perpustakaan.

Berdasarkan fenomena di atas maka Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Medan merancang program kerja untuk melakukan pemasaran layanan informasi bagi pemustaka, maka penulis tertarik untuk mengambil judul penelitian **“Pemasaran Layanan Informasi di Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Medan”**.

METODE PENELITIAN

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan peneliti untuk menggali dan

memahami fenomena sosial atau budaya secara mendalam, melalui interpretasi dari perspektif partisipan yang terlibat. Penelitian kualitatif memfokuskan diri pada proses dan makna yang lebih holistik daripada sekadar pengukuran atau perhitungan data. Dengan demikian, peneliti dapat mengeksplorasi pengalaman, pemahaman, dan makna yang mendasari perilaku dan interaksi manusia dalam konteks tertentu. Melalui pendekatan ini, peneliti dapat menangkap nuansa, konteks, dan kompleksitas dari situasi yang diteliti, yang mungkin tidak dapat terungkap melalui pendekatan kuantitatif yang lebih terbatas pada angka dan statistik.

Jenis penelitian yang digunakan dalam studi ini adalah penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif dipilih karena memiliki tujuan utama untuk memberikan gambaran yang akurat dan menyeluruh mengenai situasi, objek, proses, atau individu yang sedang diteliti. Penelitian ini tidak hanya berfokus pada pengumpulan data, tetapi juga pada penyajian informasi yang dapat menggambarkan situasi dengan jelas dan rinci. Penelitian deskriptif dianggap sebagai dasar dari semua jenis penelitian karena menyediakan informasi mendasar yang diperlukan sebelum melangkah ke tahap analisis yang lebih mendalam atau eksperimen. Dengan mendeskripsikan secara cermat dan terperinci, penelitian ini berupaya untuk menghasilkan pemahaman yang mendalam mengenai fenomena yang diteliti, sehingga dapat memberikan kontribusi yang berarti bagi pengetahuan di bidang tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perpustakaan Kota Medan didirikan pada tahun 1972 berdasarkan Surat Keputusan Walikotamadya Kepala Daerah Kotamadya Medan No. 839/1972. Perpustakaan ini berfungsi sebagai Pusat Perpustakaan Umum Kota Medan, memberikan akses informasi dan layanan kepada masyarakat. Pada tahun 2017, Perpustakaan Kota Medan bergabung dengan Kantor Arsip Kota Medan, membentuk Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Medan sesuai dengan Peraturan Daerah Kota Medan Nomor 15 Tahun 2016. Dinas ini bertanggung jawab dalam mengelola urusan perpustakaan dan karsipan di bawah pimpinan Kepala Dinas, yang melapor kepada Walikota melalui Sekretaris Daerah.

1. Program Pemasaran Layanan Informasi Perpustakaan di Dinas Perpustakaan dan Karsipan Kota Medan

Dinas Perpustakaan dan Karsipan Kota Medan merupakan salah satu perpustakaan umum yang salah satu tugasnya mengelola informasi ilmiah untuk masyarakat umum. Keberadaan Dinas Perpustakaan dan Karsipan menyediakan berbagai macam informasi yang relevan dan memenuhi kebutuhan literatur dan informasi bagi pemustaka, sehingga diperlukan pemasaran layanan informasi agar pengguna dapat mengetahui apa saja yang terdapat di dalam Dinas Perpustakaan dan Karsipan Kota Medan.

Penelitian ini menunjukkan bahwa Dinas Perpustakaan dan Karsipan Kota Medan telah melakukan beberapa upaya pemasaran layanan informasi perpustakaan

melalui berbagai metode, termasuk media sosial, brosur, penyuluhan, dan pameran. Berikut adalah ringkasan hasil dan pembahasan dari penelitian ini:

1) Media Sosial

Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Medan memanfaatkan media sosial seperti *Website*, Facebook, Instagram, dan YouTube untuk memasarkan layanan dan koleksi perpustakaan. Tujuan dari penggunaan media sosial ini adalah untuk menjangkau pengguna yang lebih luas, terutama yang tidak bisa datang langsung ke perpustakaan. Meskipun media sosial telah digunakan, implementasinya dinilai belum optimal, dan masih ada ruang untuk perbaikan.

2) Brosur

Brosur digunakan sebagai media pemasaran dengan informasi lengkap tentang koleksi perpustakaan, jam operasional, layanan yang tersedia, serta tata cara peminjaman dan pendaftaran anggota perpustakaan. Brosur ini disebarluaskan kepada pengunjung yang datang ke perpustakaan dan juga melalui kegiatan perpustakaan keliling.

3) Penyuluhan

Penyuluhan dilakukan melalui kegiatan edukasi yang melibatkan siswa-siswi sekolah, seperti lomba karya tulis, untuk memperkenalkan pentingnya perpustakaan dan tata cara penggunaannya. Penyuluhan ini juga dilakukan melalui kegiatan perpustakaan keliling ke berbagai lokasi, termasuk sekolah dan lapangan umum, seperti Lapangan Merdeka setiap hari Minggu.

4) Pameran

Pameran diadakan pada saat-saat tertentu, seperti Hari Buku Sedunia dan peringatan hari-hari besar lainnya. Pameran ini biasanya dilakukan di lokasi-lokasi yang sudah ditentukan oleh penyelenggara acara atau di lingkungan Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Medan. Pameran ini berfungsi untuk mempromosikan koleksi perpustakaan yang sesuai dengan tema acara dan memperkenalkan perpustakaan kepada masyarakat yang lebih luas.

Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Medan telah berupaya dalam pemasaran layanan informasi perpustakaan melalui berbagai strategi. Meskipun demikian, implementasi dari beberapa strategi ini, seperti penggunaan media sosial, masih memerlukan peningkatan agar lebih efektif dalam mencapai tujuan pemasaran dan menjangkau lebih banyak pemustaka.

2. Kendala-kendala yang dihadapi oleh Dinas Kearsipan Kota Medan dalam melakukan kegiatan Pemasaran Layanan Informasi

Dalam semua kegiatan yang dilakukan pastinya terdapat kendala yang dapat menghambat proses kegiatan, dan akan ditemui dari beberapa faktor yaitu, faktor internal dan faktor eksternal, demikian halnya yang akan terjadi dalam kegiatan pemasaran layanan informasi di Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Medan. Berdasarkan dari hasil wawancara yang diperoleh oleh penulis bahwa kendala yang dialami oleh pihak perpustakaan baik kendala internal maupun eksternal antara lain yaitu:

a. Kendala Internal**1) Sumber Daya Manusia**

Sumber daya manusia merupakan faktor penting dalam meningkatkan kualitas lembaga, terutama dalam kegiatan pemasaran layanan perpustakaan. Di perpustakaan, pengelola perpustakaan menjadi kunci sukses dalam kegiatan ini. Namun, jumlah staf yang terlibat dalam pemasaran hanya empat orang, yang dianggap sangat sedikit dan tidak memiliki keahlian khusus dalam bidang pemasaran. Akibatnya, perpustakaan kesulitan dalam menjalankan kegiatan pemasaran. Untuk mengatasinya, perpustakaan melakukan pembagian tugas per lokasi. Kompetensi sumber daya manusia di bidang pemasaran masih kurang, sehingga kegiatan pemasaran belum optimal.

2) Dana yang Terbatas

Dana merupakan masalah besar dalam mengoptimalkan program kerja, terutama dalam pemasaran jasa layanan informasi. Keterbatasan dana di Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Medan menyebabkan kegiatan pemasaran tidak dapat direalisasikan dengan baik. Dana yang tersedia hanya berasal dari anggaran yang sudah ditetapkan dan sering kali terbagi untuk keperluan lain, sehingga kegiatan pemasaran sering terhambat. Dana yang dialokasikan untuk pemasaran sangat terbatas dan dibagi untuk beberapa anggaran lain, sehingga tidak mencukupi untuk kebutuhan pemasaran yang sebenarnya memerlukan dana besar.

3) Pengetahuan Pustakawan tentang Ilmu dan Teknik Pemasaran yang Masih Lemah

Pengetahuan tentang pemasaran sangat penting untuk kelancaran proses pemasaran di perpustakaan. Namun, banyak pustakawan yang terlibat dalam pemasaran tidak memiliki latar belakang pendidikan yang relevan, sehingga keterampilan pemasaran mereka hanya diperoleh melalui pelatihan. Akibatnya, kegiatan pemasaran yang dilakukan masih belum maksimal. Pengetahuan dan teknik pemasaran pustakawan masih kurang karena mereka bukan berasal dari latar belakang ilmu perpustakaan, sehingga kegiatan pemasaran dilakukan seadanya dan perlu adanya pelatihan rutin untuk meningkatkan kompetensi.

b. Kendala Eksternal

1) Budaya Baca Masyarakat yang Lemah

Salah satu kendala eksternal adalah rendahnya minat baca masyarakat dalam memanfaatkan perpustakaan. Selama kegiatan perpustakaan keliling, pengunjung masih sedikit, dan banyak masyarakat yang tidak peduli dengan keberadaan perpustakaan, meskipun ada juga yang memanfaatkan layanan ini untuk membaca atau meminjam buku. Rendahnya minat baca dan kepedulian masyarakat terhadap perpustakaan menjadi hambatan besar dalam kegiatan pemasaran dan upaya untuk memenuhi kebutuhan informasi masyarakat.

c. Solusi Mengatasi Kendala Pemasaran Layanan Informasi Perpustakaan

1) Solusi untuk Mengatasi Kendala Internal

Untuk mengatasi kekurangan sumber daya manusia, perpustakaan mengadakan pelatihan bagi pustakawan yang ada agar mereka lebih berkompeten di bidang pemasaran. Pelatihan ini diharapkan dapat meningkatkan kinerja pustakawan meskipun jumlahnya terbatas. Solusi yang diterapkan adalah dengan menggunakan dana yang telah dianggarkan oleh Pemerintah Kota Medan. Jika dana yang tersedia sangat terbatas, maka tim pemasaran berinisiatif menggunakan dana pribadi untuk mendukung kegiatan pemasaran agar tetap berjalan, meskipun kurang maksimal. Untuk mengatasi keterbatasan pengetahuan pustakawan tentang pemasaran, perpustakaan rutin mengadakan pelatihan guna meningkatkan kemampuan mereka di bidang ini. Dalam menghadapi rendahnya minat baca masyarakat, perpustakaan berupaya melakukan pendekatan lebih intensif dan kreatif untuk menarik minat masyarakat, seperti melalui program-program menarik dan penyuluhan pentingnya literasi di berbagai kesempatan.

3. Pengetahuan Pustakawan Tentang Ilmu dan Teknik Pemasaran Masih Lemah

Pengetahuan tentang ilmu dan teknik pemasaran sangatlah penting untuk kelancaran kegiatan pemasaran di perpustakaan. Kegiatan ini bukan hanya sekedar mengenalkan layanan perpustakaan kepada masyarakat, tetapi juga bagaimana menarik minat masyarakat untuk memanfaatkan layanan tersebut. Jika pemasaran yang dilakukan kurang maksimal, hal ini akan sangat berpengaruh terhadap efektivitas kegiatan pemasaran. Untuk mengatasi keterbatasan ini, perpustakaan telah mengambil tindakan dengan memberikan pelatihan-pelatihan kepada pustakawan agar mereka dapat mengelola kegiatan perpustakaan dengan lebih baik. Upaya ini dilakukan untuk meningkatkan kemampuan pustakawan dalam bidang pemasaran sehingga mereka dapat menjalankan tugas dengan lebih optimal.

Di sisi lain, kendala eksternal seperti rendahnya minat baca masyarakat juga menjadi tantangan yang harus dihadapi. Selama kegiatan pemasaran, banyak masyarakat yang masih enggan berkunjung ke perpustakaan, bahkan ketika perpustakaan keliling datang ke daerah mereka. Untuk mengatasi hal ini, pihak perpustakaan telah berinovasi dengan meluncurkan aplikasi e-Pusda Kota Medan, yang memungkinkan masyarakat mengakses seluruh koleksi buku perpustakaan secara digital. Aplikasi ini dapat diunduh secara gratis dan memudahkan masyarakat untuk membaca buku kapan saja dan di mana saja, tanpa harus datang langsung ke perpustakaan. Dengan adanya aplikasi ini, perpustakaan berharap dapat meningkatkan minat baca masyarakat dan mempermudah akses mereka terhadap bahan bacaan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada Bab IV terkait pemasaran layanan informasi perpustakaan di Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Medan, dapat disimpulkan bahwa program pemasaran yang dilakukan melibatkan berbagai metode, seperti distribusi brosur kepada pemustaka, *monitoring* ke sekolah-sekolah, penggunaan aplikasi e-Pusda Kota Medan, serta pemanfaatan media sosial. Kendala yang dihadapi dalam kegiatan pemasaran ini antara lain adalah keterbatasan sumber daya manusia dan dana yang terbatas. Untuk mengatasi kendala tersebut, perpustakaan mengadakan pelatihan bagi pustakawan agar mereka mampu mengelola perpustakaan dengan baik meskipun jumlah petugas terbatas. Selain itu, perpustakaan menggunakan anggaran yang telah ditetapkan oleh pemerintah untuk mendukung kegiatan pemasaran layanan perpustakaan, meskipun dana yang tersedia terbatas.

Berdasarkan temuan penelitian ini, penulis memberikan beberapa saran untuk meningkatkan peran perpustakaan sebagai pusat penelitian di Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Medan. Pertama, diharapkan perpustakaan dapat mengembangkan program pemasaran layanan yang lebih baik dan kreatif untuk meningkatkan daya tarik layanan perpustakaan. Kedua, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan yang berguna bagi program studi ilmu perpustakaan dan tersedia di Repository UINSU Medan. Ketiga, peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian baru berdasarkan hasil penelitian ini dengan lebih mendalam, khususnya dalam meneliti pemasaran layanan di perpustakaan umum agar hasilnya lebih komprehensif dan bermanfaat bagi pengembangan perpustakaan di masa depan.

DAFTAR PUSTAKA

- 34, U. R. N. (2007). Undang Undang Republik Indonesia Nomor 34 Tahun 2007. *Revista Brasileira de Ergonomia*, 9(2), 10.
- Annisa, A. (2019). Strategi Pemasaran: Promotion Perpustakaan Di Era Milenial Dalam Upaya Peningkatan Kunjungan Perpustakaan. *Journal of Chemical*

Comit: Communication, Information and Technology Journal

Volume 3 Nomor 1 (2024) 124 – 133 E-ISSN 2986-5395

DOI: 10.47467/comit.v3i1.4863

Information and Modeling, <http://repository.uinsu.ac.id/6129/1/Artikel.pdf>
53(9), 1689–1699.

- Ariyani, L. P. S., & Wirawan, I. G. M. A. S. (2017). Peran Perpustakaan Umum Bagi Masyarakat : Studi Kasus Perpustakaan Umum di Bali. *Acarya Pustaka*, 3(2), 55.
- Boakye, O. E. (2014). Pengaruh Promosi. *Implementation Science*, 39(1), 1–24.
- Bororing, H. (2016). Kata Kunci : Pemanfaatan, Jasa, Sirkulasi, Perpustakaan. E-Journal "Acta Diurna,"V(5).
- Dr. Umar Sidiq, M.Ag Dr. Moh. Miftachul Choiri, M. (2019). Metode Penelitian Kualitatif di Bidang Pendidikan. In *Journal of Chemical Information and Modeling* (Vol. 53, Issue 9).
- Elnadi, I. (2018). Upaya Meningkatkan Layanan Pemustaka di UPT Perpustakaan Universitas Bengkulu. *JIPI (Jurnal Ilmu Perpustakaan Dan Informasi)*, 3(2), 203–214.
- Kurniawan, A. W., & Puspitaningtyas, Z. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif (1st ed.; A. W. Kurniawan, Ed.). Yogyakarta: PANDIVA BUKU.
- Lubis, L., Ardyawin, I., & Furbani, W. (2020). Strategi Promosi Perpustakaan Dalam Meningkatkan Minat Baca Masyarakat Di Dinas Perpustakaan Dan Arsip Provinsi Nusa Tengara Barat 2020. *Jurnal Ilmu Perpustakaan (Jiper)*, 2(1), 33–37.
- Majid, H., Rogi, P. S., & Randang, J. L. . (2021). Peran Layanan Perpustakaan Keliling Dinas Kearsipan dan Perpustakaan dalam Meningkatkan Minat Baca Masyarakat Kota Tomohon Kelurahan Talete. *Acta Diurna Komunikasi*, Vol. 3, N0, hlm. 6.
- Misbah, M. S. (2021). Pemanfaatan layanan perpustakaan di era modern sebagai sumber informasi bagi pemustaka. *Al-Kuttab : Jurnal Kajian Perpustakaan, Informasi Dan Kearsipan*, 3(2), 1–10.
- Mukhyi, M. A. (2004). Dimensi Manajemen Strategi. Mulyadi. (2018). Pemasaran Jasa Informasi Perpustakaan. 112–130.
- Nafi'ah, B. A., Salsabila, S. I., Khikmawati, L., & Christy, S. A. (2021). Kualitas Pelayanan Perpustakaan Keliling Di Dinas Perpustakaan Dan Kearsipan Kabupaten Kotawaringin Timur. *Journal Publicuho*, 4(2), 16–29. 62
- Nashihuddin, W. (2014). Perkembangan Pendidikan Ilmu Perpustakaan Indonesia: Dari Masa ke Masa. *Jurnal Pustakawan Indonesia*, 13(1), 41–52.
- Noorika Retno Widuri. (2000). PEMASARAN JASA INFORMASI DI PERPUSTAKAAN. Baca: *Jurnal Dokumentasi Dan Informasi*, 25(3–4), 68– 72.

Comit: Communication, Information and Technology Journal

Volume 3 Nomor 1 (2024) 124 – 133 E-ISSN 2986-5395

DOI: 10.47467/comit.v3i1.4863

- Rahayu, L. (2014). Layanan Perpustakaan. Universitas Terbuka, 1–43. Rauf, F. R. M. (2016). Strategi Promosi Perpustakaan Dalam Meningkatkan Minat Baca Masyarakat Di Perpustakaan Daerah Kabupaten Barru. Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar
- RI, P. N. (2011). Standar Nasional Indonesia (SNI) Bidang Perpustakaan dan Kepustakawan. Jakarta: Perpustakaan Nasional RI.
- Satira, A. U., & Hidriani, R. (2021). Peran Penting Public Relations Di Era Digital. Internasional Journal Sadida Islamic Communicationas Media Studies, 1(1), 179–202.
- Trisakti, F., Hidayat, A., S., & Sgd, D. (2019). Kebijakan : Jurnal Ilmu Administrasi KUALITAS PELAYANAN PERPUSTAKAAN BERBASIS RADIO FREQUENCY IDENTIFICATION (RFID) Kebijakan : Jurnal Ilmu Administrasi. 10, 29–49.
- Umi Kalsum. (2016). Referensi Sebagai Layanan, Referensi sebagai tempat: sebuah tinjauan terhadap layanan referensi di perpustakaan perguruan tinggi. Revista Brasileira de Ergonomia, 3(2), 80–91.
- Wibawanto, A. (2018). Penggunaan Internet dalam Perpustakaan. Pustakaloka, 10(2), 191.
- Wulandari, W. (2018). Strategi Pemasaran Layanan Perpustakaan Dalam Menghadapi Pandemi Covid-19. Sereal Untuk, 51(1), 51.