



Oleh: DYAH NUGRAHENI<sup>2</sup>  
Email: [henny74@gmail.com](mailto:henny74@gmail.com)

# Keluarga Ramah Buku<sup>1</sup>

## Abstrak

Promosi perpustakaan sangatlah diperlukan, mengingat apresiasi masyarakat terhadap perpustakaan masih sangat rendah, hal ini dapat dilihat dari hasil survey dari UNESCO hanya 0,001 persen dari jumlah penduduk Indonesia sejumlah 237.641.326 jiwa. Gerakan Keluarga Ramah Buku. adalah gerakan mendekatkan bahan bacaan kepada masyarakat, dimana yang menjadi sarannya adalah Ibu-ibu Tim Penggerak PKK (Pembinaan Kesejahteraan Keluarga) adalah organisasi kemasyarakatan yang memberdayakan wanita untuk turut berpartisipasi dalam pembangunan Indonesia. Melalui Gerakan Keluarga Ramah Buku sangat efektif sebagai media promosi perpustakaan, karena secara langsung Pustakawan dapat melakukan penyuluhan pentingnya membaca bagi masyarakat.

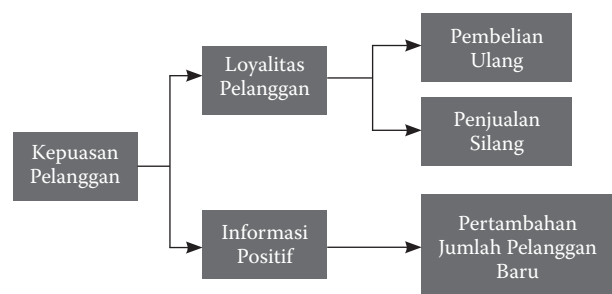
**Kata Kunci:** *Promosi Perpustakaan, Minat Baca*

## Pendahuluan

Kegiatan promosi perpustakaan sangatlah diperlukan, mengingat apresiasi masyarakat terhadap perpustakaan masih sangat rendah, hal ini dapat dilihat dari hasil survey dari UNESCO hanya 0,001 persen dari jumlah penduduk Indonesia sejumlah 237.641.326 Jiwa berdasarkan hasil Survey Badan Statistik Tahun 2010. Belum optimalnya hasil promosi perpustakaan dikarenakan penyelenggaraan promosi perpustakaan belum seefektif penyelenggaraan marketing/pemasaran dalam dunia usaha, karena promosi perpustakaan bagian dari kegiatan pemasaran, seperti disampaikan (Badolah Mustafa, 2010) marketing adalah “kegiatan analisis perencanaan pelaksanaan dan pengendalian program-program yang telah dirancang secara cermat yang dibuat untuk menciptakan tukar menukar sesuatu secara sukarela untuk mencapai sasaran sesuai dengan tujuan organisasi”.

Perpustakaan haruslah mempunyai perencanaan yang matang agar pondasinya kuat untuk mencapai kegiatan promosi perpustakaan, perlu dilakukan monitoring dan evaluasi dalam menjalankan program promosi perpustakaan. Perlu komitmen bersama untuk

melakukan promosi yang efektif dan efisien. Seperti disampaikan (Gregorius Chandra, 2002) definisi pemasaran mencakup “proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan, penawaran, dan pertukaran barang dan jasa yang bernilai antara satu dengan yang lain”. Pada hakekatnya konsep pemasaran harus dapat memenuhi kepuasan konsumennya, berkaitan dengan perpustakaan, hendaklah perpustakaan dapat memberikan kualitas layanan yang terbaik bagi masyarakat. Adapun manfaat dari tingkat kepuasan masyarakat dapat digambarkan dalam diagram berikut ini:



Gambar. 1 Manfaat kepuasan pelanggan

<sup>1</sup> Pemenang Harapan Pertama Pemilihan Pustakawan Berprestasi Terbaik Tingkat Nasional Tahun 2017

<sup>2</sup> Pustakawan Ahli Pertama, Dinas Kearsipan dan Perpustakaan Provinsi Jawa Tengah

Tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi akan mampu menciptakan nilai loyalitasnya terhadap perpustakaan, **yang pertama** nilai loyalitas itu sendiri akan memberikan kontribusi masyarakat akan sering berkunjung ke perpustakaan bahkan akan ada yang menawarkan dalam bentuk kerjasama yang saling menguntungkan, apabila beruntung masyarakat akan memberikan bantuan baik materiil maupun spiritual untuk mengembangkan perpustakaan. **Kedua** dengan tingkat kepuasan yang tinggi dapat menciptakan pandangan yang positif dari masyarakat, dengan pandangan yang positif ini mampu memberikan pertambahan jumlah pemustaka yang potensial. Sehingga program promosi perpustakaan yang telah direncanakan dapat tercapai, masyarakat puas mempunyai korelasi yang positif bagi perkembangan perpustakaan.

Adapun konsep pemasaran di perpustakaan penjual adalah pustakawan, pembeli adalah masyarakat dan produk adalah semua jenis atau semua layanan yang diberikan perpustakaan. Untuk mencapai pemasaran yang optimal pustakawan harus mengetahui strategi pemasaran, sehingga pustakawan harus memahami arti strategi pemasaran, merupakan serangkaian upaya yang ditempuh dalam rangka mencapai tujuan tertentu. Setiap orang akan melakukan strategi yang berbeda untuk setiap produk yang akan dijualnya. Dalam konsep pemasaran dinamis, menurut Regis, Mckena dalam (Badoelah Mustafa, 2010) ada tiga strategi pokok yang harus dilakukan, yaitu:

Dengan strategi pemasaran yang baik tentunya pustakawan akan mampu menguasai konsumen/masyarakat pembaca, sehingga tujuan penyelenggaraan perpustakaan untuk meningkatkan minat baca dapat terwujud.

**Promosi**

Pengertian promosi secara umum dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah “kegiatan komunikasi untuk meningkatkan volume penjualan dengan pameran, periklanan, demonstrasi, dan usaha lain yang bersifat persuasif”, sedangkan menurut (Eko Endarmoko 2007) pengertian promosi adalah “kenaikan peningkatan, publisitas, advertensi, iklan, pariwisata, propaganda, reklame”, sehingga perpustakaan perlu menyampaikan jenis-jenis layanan/jasa serta kegiatan perpustakaan, agar masyarakat mengetahui semua kegiatan di perpustakaan. Sedangkan menurut (Badollahi Mustafa, 2010) promosi adalah “forum pertukaran informasi antara organisasi dan konsumen dengan tujuan memberikan informasi tentang produk atau jasa yang disediakan oleh organisasi sekaligus membujuk konsumen untuk bereaksi terhadap produk atau jasa tersebut.”

Promosi perpustakaan haruslah terencana dengan baik, karena dengan promosi yang baik akan mempunyai pengaruh yang positif pada perilaku masyarakat. Promosi perpustakaan perlu dilakukan agar seluruh aktivitas yang berhubungan dengan perpustakaan dapat diketahui dan dipahami oleh pemustaka. Adapun tujuan dari



Gambar. 2 Strategi Pemasaran

promosi secara umum adalah untuk menarik perhatian, menciptakan kesan, membangkitkan minat, dan untuk memperoleh tanggapan.

Apabila sudah diketahui secara umum tujuan promosi maka selanjutnya akan menganalogikan tujuan promosi ke dalam dunia layanan perpustakaan. Menurut (Sudaryah Nasution, 1982) tujuan promosi perpustakaan adalah “menggairahkan minat baca serta menambah jumlah orang yang membaca agar koleksi perpustakaan dimanfaatkan semaksimal mungkin”. Sehingga secara terperinci tujuan promosi perpustakaan adalah untuk mengenalkan fungsi perpustakaan kepada pemustaka, mendorong kebudayaan gemar membaca serta mengenalkan pelayanan dan jasa perpustakaan kepada pemustaka.

Dengan adanya promosi diharapkan masyarakat akan lebih dekat mengenal perpustakaan dan akhirnya intensitas mereka berkunjung dan memanfaatkan koleksi, jenis layanan dan kegiatan yang ada di perpustakaan. Dalam merencanakan promosi perpustakaan maka perlu dibuatkan program promosi yang baik dengan memperhatikan hal-hal seperti menetapkan sasaran dan prioritas, menentukan prosedur dan tindakan serta menyusun rencana kerja.

Pada hakekatnya perpustakaan mempunyai peluang untuk dapat lebih maju, apalagi sekarang didukung oleh kemajuan teknologi informasi dan komunikasi, dengan kemajuan teknologi tersebut memberikan kemudahan bagi pustakawan untuk melakukan promosi kepada masyarakat pengguna perpustakaan, semua tergantung pada motivasi pustakawan itu sendiri. Berani apa tidak untuk menggairahkan minat baca melalui kompetensi yang dimilikinya. Pustakawan sebagai tenaga profesional dituntut untuk menguasai secara teknis maupun konseptual di bidang perpustakaan dan dibidang lain yang berkaitan dengan perpustakaan dan kepustakawanan.

### Gerakan Keluarga Ramah Buku

Salah satu upaya untuk menggairahkan minat baca adalah dengan cara “Gerakan Keluarga Ramah Buku”. Mengapa keluarga? karena Keluarga adalah unit terkecil dari masyarakat yang terdiri atas kepala keluarga dan beberapa orang yang terkumpul dan tinggal di suatu tempat di bawah suatu atap dalam keadaan saling ketergantungan. Dalam hal ini yang akan didekati adalah

Ibu, karena Ibu mempunyai pengaruh yang cukup tinggi bagi keluarga, pola asuh dari seorang Ibu yang baik akan berpengaruh terhadap kesuksesan keluarga. Adapun rencana program promosi yang akan dilakukan adalah:

- a. Menetapkan sasaran dan prioritas: sasarannya adalah Ibu-ibu anggota PKK tingkat Kelurahan, Tingkat RW di Kecamatan Genuk, Kota Semarang
- b. Menentukan prosedur dan tindakan: prosedur pertama sosialisasi kepada stakeholder dan tindakan yang dilakukan adalah mempersiapkan 3 box berisi 50 Judul buku (koleksi pribadi dan pinjam Perpustakaan Provinsi Jateng), membuat kartu anggota perpustakaan, administrasi buku kunjungan, dokumentasi kegiatan dan tenaga pengelola KRB.
- c. Menyusun rencana kerja: susunan rencana kerja sebagai berikut:

TANGGAL	KEGIATAN	KETERANGAN
Agustus 2016 – Maret 2017	Menggerakkan anak-anak dan tetangga untuk membaca buku	Ada sekitar 10 orang yang aktif pinjam buku dan majalah
April 2017	Terinspirasi dari relawan minat baca untuk membentuk satu gerakan	Muncullah Ide: “Keluarga Ramah Buku”
1 s.d 6 Mei 2017	Mempersiapkan buku dan majalah koleksi pribadi	Terkumpul 20 buku, 60 majalah BOBO dan 20 Majalah Kartini
7 Mei 2017	Sosialisasi kepada Ibu-ibu PKK	Respon yang sangat baik dari masyarakat dari
20 Mei 2017	Layanan di PKK RW III Kelurahan Gebangsari Kec. Genuk.	Pada kegiatan posyandu
20 Mei 2017 dan seterusnya	Setiap tanggal 20 akan melaksanakan layanan “KRB”	Bekerjasama dengan stakeholder
Juni 2017, dst	<i>Parenting</i> : kenakalan remaja, internet sehat, Wanita Bijak	Bekerjasama dengan stakeholder

#### d. Kegiatan *Parenting*

Keluarga Ramah Buku tidak hanya meminjamkan buku saja, termasuk didalamnya adalah menyelenggarakan kegiatan *Parenting*, hal ini sangatlah penting bagi Ibu dalam proses pengasuhan terhadap anak yang dimulai sejak lahir hingga mencapai usia dewasa. Membentuk karakter generasi bangsa yang beriman, mandiri dan

mempunyai rasa asih, asah dan asuh bagi sesamanya. Dengan kegiatan *parenting* ini diharapkan mampu mendukung program pemerintah dengan programnya “revolusi mental”, sehingga melalui gerakan keluarga ramah buku perpustakaan dapat membantu pemerintah meminimalkan permasalahan sosial seperti kenakalan remaja, kekerasan dalam rumah tangga, dan sebagainya. Melalui bahan perpustakaan sebagai sumber ilmu pengetahuan, Pustakawan dapat mendorong masyarakat untuk belajar menyelesaikan permasalahannya secara bijak, dengan keluarga yang harmonis diharapkan mampu meningkatkan pertumbuhan generasi muda

yang cerdas, kreatif dan inovatif untuk memikirkan masa depan bangsa.

Kesimpulannya, kesuksesan budaya minat baca itu sangat dipengaruhi oleh seberapa kuat Pustakawan untuk bergerak, menciptakan ide-ide kreatif mendukung mengentaskan program-program pemerintah. Banyak cara untuk menemukan jalan, jangan terjebak pada sebuah rutinitas, yang hanya cukup menghabiskan waktu melayani masyarakat di jam kerja, perlu disadari bahwa kita punya potensi lebih untuk melayani masyarakat dan bermakna bagi Bangsa dan Negara.

---

#### Daftar Pustaka

---

Mustafa, B. (2010). *Promosi jasa perpustakaan*. Jakarta: Universitas Terbuka  
 Endarmoko, E. (2007). *Tesaurus Bahasa Indonesia*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama  
 Chandra, G. (2002). *Strategi Program Pemasaran*. Yogyakarta: Andi

Nasution, S. (1982). *Promosi di Perpustakaan Umum, dalam Perpustakaan dan Informasi*. Jakarta: Pusat Pembinaan Perpustakaan Departemen P&K.  
 Kotler, P. (1987). *Strategic marketing for nonprofit organization*. Englewood: Prentice Hall