



Oleh: Tulus Wulan Juni¹

Strategi Promosi Gemar Membaca dan Gemar ke Perpustakaan melalui Kekuatan Media

ABSTRAK

Rendahnya minat baca akan berimbas pada rendahnya tingkat kunjungan masyarakat ke perpustakaan. Salah satu usaha yang selama ini belum dimaksimalkan oleh perpustakaan adalah kurangnya peran media di berbagai kegiatan perpustakaan. Padahal media mempunyai kekuatan yang sangat luar biasa dan cepat membentuk opini masyarakat. Sudah banyak gerakan moral dicanangkan oleh pemimpin bangsa ini namun gerakan tersebut kurang disosialisasikan di media. Kantor Arsip, Perpustakaan dan Pengolahan Data Kota Makassar melalui program Gerakan Makassar Gemar Membaca (GMGM) terus mensosialisasikan perpustakaan, kegemaran membaca diberbagai media cetak dan elektronik.

Strategi Promosi ini bertujuan bagaimana usaha menembus media dengan berbagai pendekatan, semakin banyak media yang digunakan untuk berpromosi maka semakin besar peluang meningkatkan daya tarik masyarakat terhadap perpustakaan dan kegemaran membaca. Selain itu dicontohkan beberapa kegiatan minat baca dan pengembangan perpustakaan yang telah dilaksanakan oleh Kantor Arsip, Perpustakaan dan Pengolahan Data Kota Makassar beserta media yang dilibatkan didalamnya.

Dampak hasil yang diperoleh setelah memanfaatkan peran media menunjukkan bahwa jumlah kunjungan masyarakat ke perpustakaan meningkat dan daya beli buku di beberapa toko buku juga naik, seperti di Toko Buku Graha Media Makassar setiap tahunnya mengalami kenaikan hingga 30%.

Kata Kunci: Strategi promosi, minat baca

Pendahuluan

Minat baca dan keberadaan Perpustakaan tidak dapat dipisahkan. Keduanya memiliki saling ketergantungan, bagaikan dua sisi mata uang logam. Supriyanto (2006: 05) dalam sebuah tulisannya mengatakan bahwa misi utama perpustakaan adalah menyediakan layanan dan pemberdayaan koleksi pustaka. Terlaksananya misi tersebut amat tergantung pada kondisi berkembangnya minat dan kebiasaan membaca. Tetapi, minat dan kebiasaan membaca hanya dapat berkembang manakala tersedia bahan bacaan yang memadai jumlahnya, sesuai dengan kebutuhan masyarakat, memiliki daya tarik untuk dibaca, dan kemudahan akses bagi pemustaka. Kemampuan membaca merupakan kompetensi dasar

manusia yang berperan penting menggerakkan kompetensi lainnya. Sehingga, kemampuan membaca itu dapat memberi manfaat besar bagi lingkungan sekitarnya. Di samping itu, membaca merupakan unsur terpenting dalam kehidupan setiap orang. Itulah sebabnya, wahyu pertama yang diturunkan Allah SWT kepada Rasulullah SAW adalah wahyu yang berisi perintah membaca (iqra). Tidak berlebihan kemudian kalau setiap orang yang cerdas dan berbudaya pasti menyadari adanya korelasi kuat antara minat baca masyarakat dengan kecerdasan suatu bangsa. Jepang dan Singapura membuktikan hal itu. Masyarakat mereka minat bacanya tinggi, dan mereka menjadi bangsa yang cerdas.

¹ Pustakawan Pertama di Kantor Arsip, Perpustakaan dan Pengolahan Data Kota Makassar

Berdasarkan beberapa laporan tentang tingkat minat baca masyarakat, Indonesia disebutkan tergolong rendah minat bacanya dibandingkan dengan bangsa lain, bahkan dengan beberapa negara ASEAN. *Human Development Indeks Tahun 2010-2011* menempatkan Indonesia di urutan 103 dari 180 negara. Hal ini sangat jauh dari negara tetangga seperti Malaysia di urutan 61, Brunai di urutan 31 dan Singapura di urutan 26. Selain itu *Survey Unesco* menunjukkan bahwa indeks membaca masyarakat Indonesia masih disekitar angka 0,001. Artinya, dari setiap seribu penduduk, hanya 1 orang yang memiliki minat baca tinggi. Jauh dibanding Negara Singapura yang indeks membaca masyarakatnya telah mencapai 0,45.

Salah satu faktor penyebab rendahnya kebiasaan dan kegemaran membaca masyarakat Indonesia adalah karena masih dominannya budaya tutur dari pada budaya baca. Selain itu belum siapnya pemerintah dan masyarakat menghadapi gempuran era modernisasi. Sehingga, menurut Gola Gong dalam sebuah tulisannya "keterpurukan minat baca di Indonesia telah menumbuhkan budaya hedonis (materialis) dan konsumtif". Bagaimana tidak, mereka lebih bangga anak-anaknya mengenal *3 F Revolution (Fashion, Food dan Film)* dari pada membentuk iklim budaya membaca (*reading habit*). Selanjutnya, dampak seriuspun terjadi seperti aktivitas menonton masih lebih dominan dibandingkan dengan membaca. *Survey Badan Pusat Statistik (BPS)* mengeluarkan rilis angka yang mengejutkan bahwa 90,27% penduduk menyukai menonton dari pada membaca, termasuk membaca surat kabar/ majalah.

Jika minat baca kian terpuruk, maka peran perpustakaan akan terkena juga imbasnya. Sebenarnya setiap perpustakaan mempunyai beberapa kegiatan minat baca, namun selama ini masih belum tersosialisasikan dengan baik pada berbagai media di era informasi saat ini. Berangkat dari berbagai permasalahan minat baca di atas, maka bagaimana memaksimalkan peran media massa dalam mempromosikan gemar membaca dan gemar ke perpustakaan? Langkah-langkah dan strategi apa yang harus dilakukan untuk memanfaatkan berbagai media dalam melakukan promosi lebih luas terhadap gemar membaca dan gemar ke perpustakaan?

Konsep Strategi dan Promosi

Konsep dan teori tentang strategi banyak berasal dari strategi militer. Kata "strategi" berasal dari bahasa Yunani yaitu *strategos* yang terbentuk dari kata *stratos* yang berarti militer dan *-ag* yang berarti memimpin. Menurut Grant (1999:11) terdapat perbedaan paling mendasar antara strategi dan taktik dalam militer. Strategi merupakan suatu rencana keseluruhan dalam memanfaatkan sumber daya untuk memperoleh kedudukan yang menguntungkan. Sedangkan taktik merupakan skema dari tindakan secara spesifik. Kemudian, Grant (1999:18) mengartikan strategi sebagai suatu usaha pencarian rencana tindakan yang sengaja dilakukan sehingga dapat terbentuk keunggulan kompetitif suatu usaha dan mempertahankannya.

Dalam konteks yang sama J. Salusu (1999:101) mengungkapkan bahwa strategi ialah suatu seni menggunakan kecakapan dan sumber daya suatu organisasi untuk mencapai sasarnya

melalui hubungannya yang efektif dengan lingkungan dalam kondisi yang paling menguntungkan. Sehingga dari pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa strategi adalah rencana tindakan untuk memanfaatkan sumber daya organisasi untuk mencapai tujuan.

Promosi menurut Julie Nicholas (*ASP Conference Series*, Vol. 153,1998) mengatakan bahwa promosi pada prinsipnya berarti memberitahukan pemustaka apa yang anda kerjakan dan apa yang anda bisa lakukan. Manfaat mempromosikan adalah adanya peningkatan penggunaan, peningkatan penilaian dalam lembaga, pendidikan bagi pemustaka dan berubahnya persepsi. Dari pendapat ini dapat diartikan bahwa promosi perpustakaan dapat menghasilkan sebuah perbedaan kondisi dari sebelumnya seperti peningkatan jumlah kunjungan, jumlah penawaran kerjasama dan keterlibatan seluruh elemen masyarakat dalam berbagai kegiatan.

Selanjutnya, Buchori (2010) dalam sebuah tulisannya mengatakan untuk mewujudkan sinergi yang maksimal antara perpustakaan dan masyarakat, perlu diadakan pasyarakat Gerakan Minat Baca dan sekaligus Promosi Perpustakaan agar menumbuhkan rasa cinta masyarakat terhadap perpustakaan. Sehingga, promosi perpustakaan dapat disimpulkan sebagai kegiatan atau usaha memperkenalkan dan mensosialisasikan mengenai aktifitas serta program-program perpustakaan untuk meningkatkan jumlah pengguna perpustakaan.

Adapun tujuan promosi menurut Buchori adalah :

- Untuk menginformasikan kepada pemustaka tentang layanan dan

- program kegiatan yang ada di perpustakaan
- Untuk membangkitkan minat dan keinginan pemustaka terhadap perpustakaan dan layanannya
 - Untuk memelihara kesadaran pemustaka terhadap layanan perpustakaan
 - Untuk meningkatkan penggunaan perpustakaan oleh masyarakat

Jika melihat prinsip dan tujuan promosi tersebut, maka diperlukan strategi sebagaimana cara-cara promosi dunia usaha. Dengan begitu promosi perpustakaan bisa lebih luas dan menjadi salah satu sajian selain produk-produk lainnya. Selain itu akan memberi dampak positif bagi perkembangan dunia usaha.

Banyak yang mengira bahwa melakukan promosi membutuhkan biaya besar. Pendapat ini benar adanya. Namun, biaya mahal itu sebenarnya dapat dinegosiasikan kepada pimpinan media, khususnya di bagian promosi. Berikut ini beberapa pertimbangan sebagai strategi awal untuk mendekati insan media:

- Setiap media pasti memiliki bagian promosi yang berusaha meningkatkan jumlah pendapatan dan menguatkan brand/merek mereka ke masyarakat, sehingga sistem kerjasama dapat dibicarakan.
- Semua perusahaan memiliki program CSR (*Corporate Sosial Responsibility*) termasuk perusahaan media cetak dan elektronik yang mendukung kegiatan-kegiatan sosial. Perpustakaan merupakan lembaga nonprofit yang tentunya akan mendapat dukungan dari perusahaan media massa
- Pendekatan psikologis, yakni meyakinkan kepada media bahwa

- keberhasilan minat baca dan perpustakaan akan berdampak pada pertumbuhan media itu sendiri
- Persamaan visi, misi hingga segmen pasar dari media dengan beberapa kegiatan perpustakaan sehingga cenderung media akan mendukung, tanpa ada syarat dan ketentuan yang memberatkan.

Tentunya pendekatan tersebut tidak semuanya harus gratis. Tetapi, ada ikatan emosional berupa kerjasama yang saling menguntungkan. Karena bagaimanapun media membutuhkan biaya operasional untuk tetap eksis di samping untuk meningkatkan pendapatannya.

Di sisi lain, perpustakaan dengan anggaran sedikit dan kemauan pustakawan untuk berpromosi maka hasil yang dicapai akan lebih optimal. Memanfaatkan media juga bisa dilakukan dengan bekerjasama dengan sponsor nonmedia karena biasanya perusahaan lebih dulu memiliki kerjasama dengan berbagai media sehingga kesempatan berpromosi di media lebih mudah.

Gerakan Gemar Membaca dan Gemar Keperpustakaan

Argumentasi setiap orang untuk tidak membaca sebagai aktivitas penting dalam kehidupan sehari-hari beragam. Alasan yang biasa dijadikan pembenaran untuk tidak membaca adalah sibuk, tidak ada waktu, capek, dan sejumlah alasan lainnya. Alasan yang kurang lebih sama terhadap kealfaan dalam mengunjungi perpustakaan.

Setyaningsih (2013) menyatakan manusia abad 21 selalu ada waktu untuk berbelanja baju, ber-facebook, pergi ke salon, nonton TV dan lainnya bahkan kegiatan itu sudah menjadi rutinitasnya. Lalu pertanyaannya

kenapa membaca buku tidak? Alasan sibuk dan sebagainya akan mengundang pertanyaan besar. Contoh berbelanja baju saja bisa sampai menghabiskan waktu berjam-jam, bukankah itu juga menjadi bagian dari kesibukan yang melelahkan dan ternyata tetap dijalani sebagai rutinitas. Bisakah hal itu berlaku sebaliknya, sesekali kita perlu menolak hasrat berbelanja dengan alasan sedang sibuk membaca buku.

Meningkatkan minat baca tidaklah mudah, mengingat membaca merupakan suatu bentuk kegiatan budaya. Menurut H.A.R. Tilaar (1999: 381) untuk mengubah perilaku masyarakat gemar membaca membutuhkan suatu perubahan budaya atau perubahan tingkah laku dari anggota masyarakat kita. Mengadakan perubahan budaya masyarakat memerlukan suatu proses dan waktu panjang sekitar satu atau dua generasi, tergantung dari "*political will* Pemerintah dan masyarakat". Adapun ukuran waktu sebuah generasi adalah berkisar sekitar 15-25 tahun.

Sesungguhnya sejak tahun 1972 UNESCO telah memprioritaskan masalah pembinaan minat baca. Pada tahun tersebut diluncurkan program yang disebut *Books for All* (buku untuk semua orang), yang bertujuan untuk meningkatkan minat dan kegemaran membaca masyarakat dunia. Sejarah mencatat di jaman Orde Baru kepemimpinan Presiden Soeharto, program dan kegiatan minat baca dan perpustakaan tertuang dalam GBHN (Garis-garis Besar Haluan Negara). Presiden Soeharto pada tanggal 14 September 1995 bertempat di Istana Negara mencanangkan Hari Kunjung Perpustakaan dan bulan gemar membaca, Presiden

Megawati pada tanggal 12 November 2003 mencanangkan Gerakan Nasional Gemar Membaca, selanjutnya Presiden Susilo Bambang Yudhoyono pada tanggal 17 Mei 2006 mencanangkan Gerakan Pemberdayaan Perpustakaan dan pada bulan Mei 2007 Wakil Presiden Yusuf Kalla meresmikan layanan Perpustakaan Elektronik Keliling yang diselenggarakan oleh Perpustakaan Nasional RI. Kemudian yang ditunggu-tunggu oleh insan perpustakaan akhirnya terwujud. Setelah melalui proses panjang di DPR-RI akhirnya Undang-Undang RI Nomor 43 Tahun 2007 disahkan dengan harapan mampu mewujudkan kegemaran membaca dan berkembangnya perpustakaan di Indonesia. Selanjutnya sebagai rangkaian acara puncak Indonesia Gemar Membaca yang dilaksanakan oleh Perpustakaan Nasional RI maka Wakil Presiden Boediono mencanangkan Gerakan Nasional Pembudayaan Gemar Membaca di Taman Mini Indonesia Indah (TMII) tanggal 27 September 2011 yang ditandai dengan penandatanganan buku pusaka oleh Wakil Presiden Boediono didampingi Kepala Perpustakaan Nasional Hj. Sri Sularsih dan Wakil Gubernur DKI Jakarta.

Selain pemerintah pusat melakukan gerakan akan pentingnya budaya membaca, Pemerintah Kota Makassar yang diprakarsai oleh Walikota Makassar, Ir. Ilham Arief Sirajuddin, MM dan Dr. Hj. Marwah Daud Ibrahim, MA. Mencanangkan Gerakan Makassar Gemar Membaca (GMGM) pada tanggal 5 Juni 2005, di pantai Losari Makassar. Latar belakang dicanangkan gerakan ini adalah berangkat dari berbagai permasalahan minat baca dan keresahan yang dihadapi dengan data buta aksara yang tinggi di awal kepemimpinan Walikota Makassar.

Hal itu mendorong untuk mencari terobosan cerdas mengatasi problema itu. Walikota Makassar sadar bahwa membaca adalah dasar dari segala pengetahuan dan sarana mendobrak masalah buta aksara. Untuk itu, perlu ada program yang bisa memancing minat baca warga kota Makassar yang didasarkan pemikiran bahwa “membaca adalah kunci dari semuanya” dan “membangun peradaban Kota Makassar Menuju Kota Dunia yang berlandaskan kearifan lokal”.

Dasar pertimbangan diprogramkannya Gerakan Makassar Gemar Membaca adalah:

- Pemerintah Daerah merupakan ujung tombak pembangunan bangsa yang berhadapan langsung dengan masyarakatnya sebagai pelaku sekaligus konsumen dan pemasok dalam kaitannya dengan pengelolaan Sumber Daya Alam yang dimilikinya.
- Kemampuan membaca merupakan kompetensi dasar manusia yang sangat penting untuk mendongkrak kompetensi lainnya, sehingga dapat memberikan manfaat yang besar bagi lingkungan sekitarnya.
- Perpustakaan Sekolah dan Perpustakaan Umum merupakan wahana yang paling efektif dan efisien untuk mempercepat proses pencerdasan masyarakat melalui penyediaan informasi dan bahan bacaan yang mutakhir, lebih banyak dan bervariasi.

Tujuan jangka pendek dari program ini adalah menumbuhkan kesadaran pada masyarakat akan pentingnya membaca dalam meningkatkan daya pikir dan kualitas masyarakat. Sedangkan, tujuan jangka panjangnya adalah menjadikan

masyarakat “membaca” sebagai kebutuhan dan terciptanya suasana religius, kemudahan akses informasi di pusat-pusat informasi seperti pada perpustakaan, baik perpustakaan pribadi, kantor, sekolah, kampus dan sebagainya.

Program Gerakan Makassar Gemar Membaca (GMGM) telah mendapat apresiasi oleh seluruh lapisan masyarakat di Kota Makassar. Bahkan, program itu telah menjadi percontohan pengembangan budaya baca di berbagai daerah di Indonesia dan di tingkat Nasional. Berdasarkan Survei LSI 2011 menempatkan Kota Makassar di urutan kedua kota yang masyarakatnya gemar membaca setelah Yogyakarta. Agar program ini tidak menjadi seremoni seperti program-program serupa lainnya, maka penjabaran kegiatan atau *leading sector* di kembangkan oleh Kantor Arsip, Perpustakaan dan Pengolahan Data Kota Makassar.

Setiap tahunnya berbagai kegiatan gemar membaca dan gemar berkunjung ke Perpustakaan didesain sedemikian rupa untuk menyesuaikan kebutuhan masyarakat dan membentuk imej bahwa perpustakaan sebagai salah satu sumber informasi yang menyenangkan.

Pendekatan melalui Media Cetak dan Elektronik

Media dalam Kamus Bahasa Indonesia berarti alat atau sarana komunikasi seperti koran, majalah, radio, televisi, film, poster, dan spanduk. Ada beberapa jenis media massa yang dapat mendukung kegiatan promosi minat baca dan perpustakaan. Media berikut ini telah menjadi mitra Perpustakaan Kota Makassar:

1. Media Cetak

a. Surat Kabar/ Koran

Media yang paling banyak dinikmati oleh masyarakat saat ini salah satunya surat kabar/koran. Kekuatan surat kabar lebih lama dibandingkan televisi. Karena itu, dukungan surat kabar lebih besar membentuk imej/citra perpustakaan. Sebagian besar materi promosi Minat Baca dan Perpustakaan Kota Makassar banyak memanfaatkan media ini, seperti Harian Fajar, Tribun Timur, Koran Tempo, Koran Sindo, Cakrawala dan media lokal lainnya. Bentuk-bentuk promosi perpustakaan yang biasa dilakukan adalah sebagai berikut:

- Resensi buku baru yang dimiliki perpustakaan
- Kupon undian/pendaftaran lomba
- Iklan khusus untuk kegiatan minat baca dan Perpustakaan
- Berita Kegiatan/Rilis/ Citizen Reporter yang dilaporkan oleh Panitia/ Pustakawan
- Liputan Khusus/Askul, dan sebagainya yang dilakukan oleh Wartawan

b. Majalah/Tabloid

Walau tak sebanding dengan kekuatan surat kabar/koran, namun keberadaan majalah/tabloid punya segmen khusus/komunitas, sehingga perpustakaan perlu juga memanfaatkan media ini. Salah satu perusahaan yang telah bekerjasama dengan perpustakaan Kota Makassar adalah Majalah Makassar Terkini, Tabloid Fajar Pendidikan dan beberapa

majalah lokal lainnya. Bentuk promosi yang dilakukan sebagai berikut:

- Berita Kegiatan
- Liputan Khusus
- Iklan Khusus

c. Brosur

Media ini sangat efektif untuk memberikan informasi yang sifatnya beralur. Media ini oleh Perpustakaan Kota Makassar mewujud dalam bentuk Brosur Pendaftaran Anggota Perpustakaan yang menunjukkan proses mulai pendaftaran, memperoleh kartu dan proses peminjaman dan pengembalian buku. Selain itu, kegiatan lomba minat baca disampaikan melalui brosur untuk memperjelas proses pendaftaran dan ketentuan/ syarat-syarat lomba.

d. Poster/Pamflet

Poster akan memberi pelengkap informasi tercetak lainnya. Poster cocok dipasang di tempat-tempat umum selain di papan pengumuman perpustakaan.

e. Spanduk/Baliho

Seperti poster, spanduk dan baliho digunakan dengan tujuan untuk menguatkan pesan tentang kegiatan yang akan dilaksanakan. Karena pembuatan media ini relatif mahal, maka pembuatannya dilakukan dengan kerja sama dengan bagian promosi perusahaan yang ada di kota Makassar.

2. Media Elektronik

a. Televisi

Inilah media yang paling

banyak menghabiskan waktu produktif semua kalangan khususnya ibu-ibu. Televisi memiliki pengaruh dan kekuatan luar biasa membentuk opini. Ini sebuah tantangan tetapi sekaligus peluang, mengapa mereka bisa menguasai dan membentuk opini masyarakat dengan mudah, sedangkan perpustakaan tidak mencoba melakukan hal yang sama. Sebagian besar materi promosi Minat Baca dan Perpustakaan Kota Makassar melibatkan berbagai televisi, seperti TVRI, Celebes TV, Makassar TV, Fajar TV dan tidak jarang ada beberapa TV Nasional yang mengangkat profil perpustakaan dan minat baca di Kota Makassar seperti Metro TV dan TV One. Bentuk promosinya antara lain sebagai berikut :

- Liputan/advetorial
- Talkshow
- Live Event
- Iklan Layanan Masyarakat (ILM)

b. Internet

Perpustakaan seyogyanya memiliki *website* yang menarik bagi penggunaannya. *Website* dapat menjadi perwakilan perpustakaan di dunia maya. Selain menampilkan profil perpustakaan dan koleksi yang dimilikinya, seluruh materi promosi yang disebarkan diberbagai media dapat ditampilkan di *website* perpustakaan. Sejak Tahun 2009 Perpustakaan Kota Makassar memiliki *website*: www.pustakakotamakassar.com

c. Radio

Selain televisi, media radio kalah penting sebagai media

informasi publik khususnya daerah yang belum tersentuh siaran televisi. Selain itu penikmat radio punya segmen tersendiri termasuk komunitas tertentu. Beberapa materi promosi Minat Baca dan Perpustakaan Kota Makassar memanfaatkan media ini, seperti di Radio Gamasi, SPFM, Telstar, Bosowa, RAM, SmartFM dan Kantor Berita Antara. Bentuk promosi perpustakaan yang disampaikan melalui radio berbentuk:

- Iklan
- *Talkshow*
- Liputan/reportasi

Masih banyak media lain yang bisa dimanfaatkan oleh perpustakaan untuk promosi. Tetapi, hal itu tergantung pada kreatifitas pustakawan membangun kerja sama dengan media. Inspirasi dan motivasi seorang marketing televisi yang pernah menyampaikan pernyataan kepada penulis bahwa "Acara sukses dengan banyak dana itu biasa, tetapi acara sukses dengan sedikit dana atau bahkan tidak ada dana sama sekali itulah yang luar biasa".

Semakin banyak media yang digunakan sebagai sarana promosi maka semakin besar peluang untuk meningkatkan daya tarik masyarakat terhadap perpustakaan dan kegemaran membaca.

Kegiatan Perpustakaan yang dipromosikan

Banyak kegiatan yang dapat diciptakan untuk mendorong masyarakat gemar membaca dan gemar keperpustakaan. Sebagai contoh seluruh kegiatan yang dilaksanakan oleh Kantor Arsip, Perpustakaan dan pengolahan Data kota Makassar selain mengacu pada kegiatan pusat dan provinsi juga disesuaikan dengan kondisi dan harapan masyarakat di Kota Makassar. Sebagai agenda rutin tahunan, Kantor Arsip, Perpustakaan dan Pengolahan Data Kota Makassar melalui seksi Perpustakaan melaksanakan kegiatan sebagai berikut:

1. Perpustakaan Keliling (Kegiatan Rutin)

Media yang digunakan untuk berpromosi pada kegiatan ini antara lain: poster, liputan khusus/news surat kabar, majalah, Televisi, dan *website* perpustakaan. Selain itu, Perpustakaan Kota Makassar memanfaatkan media dari fasilitas pihak ketiga dengan kegiatan keliling bersama.

2. Lomba bercerita (*Story Telling*) bagi siswa SD/MI



2.1. Gambar Kegiatan Lomba Bercerita

Setiap tahun, Kantor Arsip, Perpustakaan dan Pengolahan Data Kota Makassar menyelenggarakan kegiatan Lomba Bercerita tingkat SD/MI seleksi tingkat Kota Makassar. Kegiatan ini juga merupakan program tahunan Badan Perpustakaan dan Arsip Daerah Sulawesi Selatan dan Perpustakaan Nasional RI. Kegiatan ini telah berkontribusi signifikan karena Kota Makassar telah 3 tahun berturut-turut mewakili Provinsi Sulawesi Selatan untuk Lomba Bercerita di tingkat Nasional (2010, 2011, 2012). Pada tahun 2012, Kota Makassar berhasil menjadi Juara II pada Lomba Bercerita Tingkat Nasional.



2.2. Promosi dalam bentuk Baliho

Keberhasilan tersebut merupakan wujud dukungan berbagai pihak, termasuk peran media dalam memberitakan kegiatan lomba bercerita di Kota Makassar. Hal ini secara tidak langsung media efektif dalam membangun pencitraan Perpustakaan Kota Makassar dan mempromosikan program-programnya.

Setiap tahun, panitia pelaksana lomba bercerita melakukan improvisasi terhadap konsep audisi kegiatan ini. Tujuannya, agar pelaksanaan seleksi lomba bercerita berjalan dengan lancar dan dapat menetapkan calon terbaik sebagai wakil kota Makassar. Selain itu, panitia memaksimalkan penggunaan media cetak dan elektronik sehingga tahun ini seleksi Lomba Bercerita dapat ditayangkan Live dan Siaran Tunda di Celebes TV yakni 14 hari *Live* Audisi dan Babak Eliminasi 6 hari. Menurut pengamatan penulis, sepertinya belum ada daerah yang menayangkan secara *live* dari audisi terlama lomba bercerita, selain Kota Makassar. Selain bekerjasama dengan media, panitia juga membangun kemitraan dengan berbagai perusahaan, seperti PT. Penerbit Erlangga. Perusahaan ini mendukung acara ini dengan menghadirkan pendongeng nasional setiap tahun. Mitra lain terlibat adalah Bimbingan Belajar JILC. Bentuk dukungannya adalah dengan memberikan hadiah berupa *Voucher* Bimbingan kepada seluruh pemenang.

Kegiatan lomba bercerita berdampak luas dalam pembinaan minat baca anak

sejak usia dini, maka peran media harus dimaksimalkan seperti penyebaran brosur, poster, liputan khusus/*news* surat kabar, majalah dan Televisi, Iklan media cetak dan elektronik, spanduk, baliho, *Talkshow* di Televisi dan Radio serta *website* perpustakaan. Selain itu memanfaatkan media dari fasilitas pihak ketiga yang turut mendukung kegiatan ini.

3. Layanan Keanggotaan perpustakaan (Kegiatan Rutin)



3.1. Gambar Kartu Anggota Perpustakaan

Berbeda dengan kartu anggota perpustakaan yang lain, kartu anggota Perpustakaan Kota Makassar memiliki fasilitas plus. Nilai plus yang disiapkan adalah berupa fasilitas pendaftaran keanggotaan gratis, kartu dapat digunakan meminjam buku di seluruh Taman Baca yang tersebar di 14 kecamatan (40 Taman Baca), tawaran diskon hingga 20 % bagi pemegang kartu perpustakaan Kota Makassar di sejumlah toko buku dan penerbit.

Media yang digunakan untuk mempromosikan kegiatan ini adalah berupa poster di tempat-tempat umum dan lokasi diskon, liputan khusus/*news* surat kabar, majalah dan Televisi serta *website* perpustakaan. Selain itu, Perpustakaan Kota Makassar memanfaatkan media dari fasilitas mitra kerja sama.



3.2. Promosi dalam bentuk Brosur

4. Lomba Karya Ilmiah Pelajar SMA/MA/SMK
Seperti halnya lomba bercerita, kegiatan ini juga dimaksimalkan seperti dengan penyebaran poster, liputan khusus/*news* surat kabar, majalah dan Televisi, Iklan media cetak dan elektronik, spanduk, *Talkshow* di Televisi dan Radio serta *website* perpustakaan. Selain itu manfaat media dari fasilitas pihak ketiga yang turut mendukung kegiatan ini.
5. Bimbingan Teknis Perpustakaan
Karena kegiatan ini bersifat internal maka media yang digunakan untuk berpromosi pada kegiatan ini antara lain: iklan media cetak, liputan khusus/*news* surat kabar, majalah dan Televisi serta *website* perpustakaan.
6. Pembinaan Taman Baca (Kegiatan Rutin)
Dalam rangka memberikan informasi kepada masyarakat tentang keberadaan dan layanan taman baca maka secara berkala di promosikan ke berbagai

media dalam bentuk brosur, spanduk, rilis/laporan perkembangan taman baca, liputan khusus/news surat kabar, majalah dan *talkshow* televisi serta *website* perpustakaan.

7. Pembinaan Perpustakaan Umum Kota Makassar (Kegiatan Rutin)

Perpustakaan Umum Kota Makassar sebagai sarana pembelajaran sepanjang hayat terus mensosialisasikan keberadaannya kepada masyarakat dengan melakukan penyebaran brosur, spanduk, informasi di media cetak dan media elektronik. Hal penting lainnya bahwa setiap pelaksanaan kegiatan lomba minat baca selalu memanfaatkan ruang perpustakaan umum sebagai salah satu usaha memperkenalkan perpustakaan kepada peserta lomba.

8. Lomba Perpustakaan dan Taman Baca

Media promosi yang digunakan untuk kegiatan ini dengan penyebaran poster, liputan khusus/news surat kabar, majalah dan Televisi, Iklan media cetak, spanduk, *Talkshow* di Televisi dan Radio serta *website* perpustakaan. Selain itu dapat memanfaatkan media dari fasilitas pihak ketiga yang menjadi sponsor kegiatan ini.

9. Wisata Baca



9.1. Gambar Kegiatan Wisata Baca

Konsep awal kegiatan ini bernama *Roadshow* Wisata Baca yang dilaksanakan pada tahun 2009, tanpa menggunakan dana dari APBD. Akhirnya pada tahun 2010 kegiatan ini mendapat respons pimpinan dengan merestui pelaksanaannya setiap tahun sebagai kegiatan rutin.

Kegiatan Wisata Baca bertujuan mengajak masyarakat berwisata mengunjungi perpustakaan dan taman baca. Panitia menyiapkan kotak *door price* di setiap perpustakaan. Kegiatan ini diisi dengan berbagai



9.2. Promosi dalam bentuk Iklan Media Cetak

lomba dan pameran yang dilaksanakan di 4 zona atau wilayah dengan seluruhnya lokasi di taman baca. Grand final dilaksanakan di Perpustakaan Umum Kota Makassar atau tempat umum, seperti di Pusat Perbelanjaan di Kota Makassar.

Media promosi untuk menyukseskan acara ini dengan penyebaran poster, liputan khusus/news surat kabar, majalah dan Televisi, Iklan media cetak, spanduk, *Talkshow* di Televisi dan Radio serta *website* perpustakaan. Selain itu dapat memanfaatkan media dari fasilitas pihak ketiga yang turut mendukung kegiatan ini.

10. Wajib Kunjungan Perpustakaan

Promosi kegiatan ini dilakukan dengan penyebaran brosur, poster, liputan khusus/news surat kabar, *advedtorial* televisi, Iklan media cetak, spanduk, Radio serta *website* perpustakaan. Selain itu dapat memanfaatkan media promosi yang dimiliki pihak ketiga yang mendukung kegiatan ini.

11. Gelar Minat Baca

Untuk mendukung kelancaran kegiatan ini media promosi yang digunakan adalah penyebaran poster, liputan khusus/news surat kabar, majalah dan Televisi, Iklan media cetak, spanduk, *ex-banner*, *Talkshow* di Televisi dan Radio serta *website* perpustakaan. Selain itu dapat memanfaatkan media dari fasilitas pihak ketiga yang turut mendukung kegiatan ini.

12. Pameran dan Expo Buku

Media promosi yang dimanfaatkan untuk kegiatan ini dengan penyebaran brosur, poster, liputan khusus/*news* surat kabar, majalah, Iklan media cetak, spanduk, *Talkshow* di Televisi dan Radio serta *website* perpustakaan. Selain itu dapat memanfaatkan media dari fasilitas pihak penyelenggara pameran jika pameran tersebut memanfaatkan jasa EO.

13. Publikasi melalui Media Elektronik (Iklan Layanan Masyarakat)



13.1. Gambar Kegiatan Pembuatan Iklan



13.2. Promosi dalam bentuk Iklan di TV

Untuk menggugah kesadaran masyarakat akan pentingnya membaca dan perpustakaan, maka perlu dilakukan sosialisasi melalui penayangan iklan publikasi di media elektronik. Iklan Layanan Masyarakat (ILM) setiap tahun diproduksi oleh Kantor Arsip, Perpustakaan dan Pengolahan Data Kota Makassar melalui jasa rumah produksi dan ditayangkan secara berkala di stasiun TV lokal dan beberapa radio.

Kegiatan promosi melalui penayangan iklan di televisi dan radio sangat penting karena media ini

paling banyak disukai oleh masyarakat. Sehingga pesan perpustakaan dan minat baca bisa lebih cepat menyentuh ke masyarakat. Tetapi masih menjadi tantangan seluruh pengelola perpustakaan karena iklan perpustakaan masih kalah bersaing dengan iklan-iklan lain, apalagi yang memanfaatkan TV Nasional.

14. Lomba Mendongeng untuk Guru TK (Program Baru 2012)

Untuk menyebarkan informasi dari pelaksanaan kegiatan ini maka dipilih promosi melalui liputan khusus/*news* surat kabar, majalah dan Televisi, Iklan media cetak, spanduk, baliho, poster, *Talkshow* di Televisi dan Radio serta *website* perpustakaan. Selain itu memanfaatkan media dari fasilitas pihak ketiga yang turut mendukung kegiatan ini dan bekerjasama dengan komunitas dongeng atau forum guru TK IGTKI di Kota Makassar.

15. Sosialisasi Perpustakaan dan Minat Baca (Program Baru 2012)

Media promosi yang digunakan melalui penyebaran poster, liputan khusus/*news* surat kabar, majalah dan Televisi, Iklan media cetak, spanduk, *Talkshow* di Televisi dan Radio serta *website* perpustakaan.

16. Pemilihan Duta Baca Pelajar (Program Baru 2012)

Untuk memaksimalkan pelaksanaan kegiatan ini maka banyak media cetak maupun elektronik yang dilibatkan sebagai sarana promosi diantaranya dengan penyebaran brosur, poster, liputan khusus/*news* surat kabar, majalah dan Televisi, Iklan media cetak, spanduk, baliho, *Talkshow* di Televisi dan Radio serta *website* perpustakaan. Selain itu bekerjasama dengan berbagai mitra/sponsor yang mempunyai segmen sama ke pelajar.

17. Bursa Buku Murah (Program Baru 2012)

Kegiatan Bursa Buku Murah merupakan salah satu upaya menyediakan buku murah dan bermutu kepada masyarakat sesuai amanah Undang-Undang RI No. 43 Tahun 2007. Konsep yang dilaksanakan yakni dengan memfasilitasi penerbit lokal dan nasional untuk menempati stand bursa buku murah tanpa dipungut biaya dan selanjutnya seluruh penerbit berkomitmen menyediakan buku semurah mungkin bagi masyarakat. Kegiatan ini diramaikan dengan bedah buku, *talkshow* dan *doorprice*.

Media promosi yang dimanfaatkan untuk kegiatan ini dengan penyebaran brosur, poster, liputan khusus/

news surat kabar, majalah dan Televisi, Iklan media cetak, spanduk, baliho, Talkshow di Televisi dan Radio serta *website* perpustakaan dan *website* masing-masing penerbit.

18. Pelatihan Literasi Media untuk Generasi Muda Makassar (Program Baru 2012)
Media promosi untuk kegiatan ini melalui penyebaran brosur, poster, liputan khusus/news surat kabar, majalah dan Televisi, Iklan media cetak, spanduk, Talkshow di Televisi dan Radio serta *website* perpustakaan.

19. Pengelolaan Website Perpustakaan (www.pustakakotamakassar.com)
Salah satu usaha mempromosikan program-program perpustakaan dan layanan perpustakaan di Kota Makassar maka sejak tahun 2009 diluncurkan *website* perpustakaan dengan nama www.pustakakotamakassar.com. Isi *website* antara lain adalah informasi buku terbaru, info kegiatan perpustakaan, info Kota Makassar, daftar lokasi perpustakaan dan taman baca di Kota Makassar. Itulah beberapa kegiatan minat baca dan perpustakaan yang dipromosikan oleh Kantor Arsip, Perpustakaan dan Pengolahan Data Kota Makassar bekerjasama dengan berbagai media. Pada dasarnya media akan menyambut baik kerjasama perpustakaan karena kegiatan-kegiatan tersebut bersentuhan langsung dengan kepentingan masyarakat.

Dampak dari Strategi Promosi

Kehadiran program GMGM sebagai wujud keseriusan (*political will*) pemerintah harus terus disosialisasikan dengan melibatkan berbagai pihak termasuk peran media. Sebagai implementasi Gerakan Makassar Gemar Membaca (GMGM), maka pemerintah Kota Makassar melalui lembaga teknis daerah yakni Kantor Arsip, Perpustakaan dan Pengolahan Data Kota Makassar telah menyediakan berbagai fasilitas pendukung. Sejak tahun 2006 hingga akhir tahun 2012 telah mendirikan perpustakaan umum, 40 Taman Baca percontohan, 73 Perpustakaan Kelurahan yang tersebar di 14 Kecamatan.

Dengan memanfaatkan promosi melalui berbagai media maka jumlah kunjungan masyarakat tiap tahun ke perpustakaan dan taman baca kecamatan/kelurahan secara umum mengalami peningkatan, khususnya pada Tahun 2012 lihat tabel 1. Hal ini menandakan bahwa promosi perpustakaan dan taman baca telah menyentuh masyarakat untuk memanfaatkan perpustakaan dan taman baca sebagai sumber belajar.

Tabel 1
Jumlah Kunjungan Perpustakaan dan Taman Baca

Perpustakaan Umum	Perpustakaan Khusus	Taman Baca (TBK)	Perpustakaan Keliling	Jumlah Total
3.265	1.582	1.905	3.416	10.168
4.471	1.936	4.527	9.592	20.526
5.689	2.107	61.547	21.048	90.391
9.512	3.459	80.871	31.907	125.695
10.234	3.917	79.606	21.593	115.350
5.252	2.280	61.325	35.374	104.231
11.069	2.442	137.485	21.961	172.957

*) sumber : laporan KAPPD Kota Makassar 2012

Seperti halnya jumlah pengunjung, jumlah anggota perpustakaan setiap tahunnya mengalami peningkatan sebagaimana tersaji pada Tabel 2 berikut ini.

Tabel 2
Jumlah Anggota Perpustakaan Kota Makassar

Tahun	Jumlah Anggota Aktif
2006	518
2007	1.212
2008	4.098
2009	4.374
2010	5.610
2011	7.166
2012	9.402

*) sumber : laporan KAPPD Kota Makassar 2012

Peran media selain berdampak langsung terhadap perpustakaan, juga terhadap peningkatan omset penerbitan dan toko buku. Salah satu toko buku Graha Media M'Tos misalnya, menurut Andi Junaedi selaku pemilik gerai buku mengakui bahwa setiap tahun usahanya mengalami peningkatan hingga mencapai 30%, belum lagi toko buku besar seperti toko buku Gramedia dan yang lainnya. Dengan minat baca yang tinggi tentunya daya beli buku pun akan semakin bertambah.

Tidak hanya sampai di situ, secara makro dampaknya dapat dilihat dari kemajuan ekonomi Makassar yang mencatat nilai tertinggi dibandingkan 23 Kabupaten/kota lain se-Sulawesi Selatan. Meningkatnya pendapatan perkapita penduduk dan pertumbuhan sarana dan prasarana serta infrastruktur kota Makassar.

Data dan fakta yang tersaji dalam tulisan ini menunjukkan bahwa peran media sangat besar dalam mempromosikan perpustakaan dan kegiatan-kegiatan yang dilakukannya. Tentu, hal ini harus didukung dengan kreatifitas dan kerja

keras pustakawan untuk mengemas program/kegiatan semenarik mungkin yang dapat diterima dan disebarluaskan oleh berbagai media.

Penutup

Perpustakaan merupakan sarana publik yang berperan penting dalam membentuk budaya membaca masyarakat dan membangun budaya belajar sepanjang hayat. Promosi perpustakaan dan minat baca perlu digalakkan diberbagai media untuk memperkenalkan dan mensosialisasikan program-program perpustakaan sekaligus mengubah pandangan masyarakat terhadap perpustakaan selama ini.

Ternyata kegiatan promosi tidak harus mengeluarkan biaya besar melalui berbagai strategi dan kemampuan pustakawan untuk bekerja keras yang didasari semangat pengabdian yang tinggi untuk pengembangan perpustakaan maka hal yang tidak mungkin dapat terjadi. Seperti beberapa program kegiatan perpustakaan di kota

Makassar yang telah dipromosikan diberbagai media.

Strategi promosi telah berdampak positif terhadap aktivitas perpustakaan dan minat baca di Kota Makassar. Seperti peningkatan jumlah kunjungan perpustakaan dan taman baca, meningkatnya jumlah anggota perpustakaan dan daya beli buku di berbagai toko buku. Selain itu promosi minat baca secara tidak langsung telah berdampak luas di masyarakat yang ditandai dengan semakin meningkatnya pertumbuhan ekonomi masyarakat di Kota Makassar.

Keberhasilan pustakawan dalam melaksanakan kegiatan promosi di media harus mendapat dukungan oleh pimpinan instansi sebagai salah satu pelaksanaan butir kegiatan pustakawan yakni memasyarakatkan perpustakaan, informasi dan dokumentasi. Olehnya itu setiap pimpinan instansi perlu memberi ruang kepada pustakawan untuk berkreaitifitas.

daftar pustaka

Baderi, Athaillah, 2005. Meningkatkan Minat Baca Masyarakat Melalui Suatu Kelembagaan Nasional: Wacana Kearah Pembentukan Sebuah Lembaga Nasional Pembudayaan Masyarakat Membaca (Makalah), Jakarta.	Supriyanto, 2006. Aksentuasi Perpustakaan dan Pustakawan. Ikatan Pustakawan Indonesia, Pengurus Daerah DKI Jakarta bekerjasama dengan Sagung Seto, Jakarta.
Grant, Robert, M, 1999. Analisis Strategi Kontemporer: Konsep, Teknik, Aplikasi. Erlangga, Jakarta.	Tahir, Muchtar, 2008. Buku Saku Gemar Membaca. Kantor Arsip, Perpustakaan dan Pengolahan Data Kota Makassar dan Bappeda Kota Makassar.
_____, 2002. Kamus Besar Bahasa Indonesia. Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional. Balai Pustaka, Jakarta.	_____, 2012. Laporan Perpustakaan Kota Makassar Tahun 2012. Kantor Arsip, Perpustakaan dan Pengolahan Data Kota Makassar.
Kamah, Idris, 2008. Reformasi Perpustakaan Indonesia. Badan Pengelola Harian Perpustakaan Masjid Al-Markaz Al-Islami Jenderal M. Yusuf, Makassar	_____, 2013. Akrabkan Buku Pada Anak Sejak Dini. Fajar Pendidikan No. 172 Tahun VII edisi 1-15 Juni 2013
Kusuma, Bachtiar Adnan, 2008. H. Ilham Arief Sirajuddin: Mengikat Makna Lewat Membaca. Yapensi dan Pemkot Makassar, Jakarta	_____, 2013. Makassar Kota Harapan dan Impian. Jurnal Makassar Edisi 01 Januari 2013
Maddukalleng, Andi, 2011. Gemar Membaca: Membangun Peradaban Makassar Kota Dunia. Kantor Arsip, Perpustakaan dan Pengolahan Data Kota Makassar bekerjasama dengan ISEE Press, Makassar	Undang-Undang Republik Indonesia Nomor: 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional. Sinar Grafika, Jakarta.
Majid, Furqon, 2009. Makassar: Bagaimana Menjadi Kota Dunia?. Penerbit Ombak bekerjasama dengan Pemerintah Kota Makassar.	Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 43 Tahun 2007 tentang Perpustakaan. Perpustakaan Nasional RI, Jakarta.
_____, 2011. Pedoman Peningkatan Minat Baca Masyarakat. Kantor Arsip, Perpustakaan dan Pengolahan Data Kota Makassar.	Wooliscroft, Michael. 1997. "From Library User Education to Information Literacy: Some Issues Arising in this Evolutionary Process." <i>COMLA Workshop</i> . Botswana, July.
Salusu, J, 1996. Pengambilan Keputusan Stratejik untuk Organisasi Publik dan Organisasi Nonprofit. Grasindo, Jakarta.	Internet
Setyaningsih, Buku dan Waktu, Koran Tempo, 2 Juni 2013	www.facebook.com. Gerakan Makassar Gemar Membaca-Facebook. Diakses 30 Mei 2011.
	www.makassar.tribunnews.com. Makassar Peringkat Kedua Kota Gemar Membaca, 12 Maret 2011. Diakses 30 Mei 2011.
	www.pemustaka.com. Peningkatan Minat Baca dan Promosi Perpustakaan sebagai cara untuk mendekatkan masyarakat pada perpustakaan oleh: Agus Buchori. Diakses 3 Juni 2013.