

**KEGIATAN PUBLIC RELATIONS DI PERPUSTAKAAN  
PERGURUAN TINGGI**

**OLEH**

**NENENG KOMARIAH, Dra., M.Lib**



**UNIVERSITAS PADJADJARAN**

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**2008**

**Disampaikan pada acara Dialog Interaktif: Penerapan Konsep  
Public Relations pada Perpustakaan. UIN SUSKA RIAU, 27 Maret  
2008**

## ABSTRAK

Makalah ini mendeskripsikan kegiatan public relations di perpustakaan perguruan tinggi. Tujuan kegiatan public relations di perpustakaan perguruan tinggi adalah untuk menciptakan, dan memelihara citra positif dari perpustakaan yang bersangkutan, agar perpustakaan tersebut memperoleh pengertian, dukungan, kerjasama dan kepercayaan dari berbagai pihak yang berkepentingan. Langkah yang dilakukan dalam kegiatan public relations meliputi identifikasi masalah yang dihadapi, merencanakan program untuk mengatasi masalah tersebut, melaksanakan program yang telah direncanakan, dan melakukan evaluasi. Public yang merupakan public perpustakaan perguruan tinggi terdiri dari lembaga penayang, penyandang dana, pemerintah, lembaga yang berpengaruh, media, organisasi profesi, lembaga social, pegawai, suppliers, pengguna, komunitas di sekitar perpustakaan berada, dll. Adapun kegiatan public relations yang bisa dilaksanakan adalah menerbitkan media tercetak, membuat *notices*, membuat paket *users education*, menyelenggarakan *event* seperti pameran, seminar, lomba, *open house*, melakukan *lobbying*, membuat tulisan untuk media massa, membuat *web site*. Hal lain yang akan menunjang terciptanya citra positif perpustakaan adalah lokasi yang strategis, gedung yang baik dan menarik, display buku baru yang rapi dan menarik, fasilitas yang lengkap, staf yang professional, *customer relationships management*, dll.

Kata kunci: perpustakaan perguruan tinggi, public relations.

## **KATA PENGANTAR**

Bismillahirrohmaanirrohiim. Puji syukur kehadiran Allah Swt. Yang telah mengizinkan saya hadir di UIN SUSKA Pekanbaru, Riau untuk menjadi pemateri dalam acara Dialog Interaktif Penerapan Konsep Public Relations pada Perpustakaan UIN SUSKA Riau.

Konsep public relations sudah merupakan hal yang tidak asing lagi pada kalangan perusahaan, baik perusahaan yang memproduksi barang atau yang menyediakan jasa. Juga di kalangan lembaga pemerintah public relations sudah lama diterapkan dengan nama hubungan masyarakat. Namun di kalangan lembaga perpustakaan konsep public relations masih merupakan hal baru.

Inti dari public relations adalah bagaimana membina hubungan baik dengan berbagai pihak yang berkepentingan dengan lembaga dalam rangka menciptakan, dan memelihara citra yang positif. Citra yang positif terhadap suatu lembaga sangat penting, karena dapat menimbulkan saling pengertian, dukungan, kerjasama, dan kepercayaan dari pihak yang berkepentingan terhadap lembaga.

Oleh karena itu sudah seharusnya konsep public relations diterapkan di lembaga perpustakaan. Dalam aktivitasnya suatu perpustakaan akan berhubungan dengan berbagai pihak, sehingga dibutuhkan manajemen hubungan yang efektif dalam rangka menciptakan, dan memelihara citra yang positif. Semua ini bertujuan agar perpustakaan selalu memperoleh pengertian, dukungan, dan kepercayaan dari berbagai pihak yang berkepentingan.

Kami mengucapkan terima kasih kepada pihak Perpustakaan UIN SUSKA Riau yang telah mengundang kami untuk hadir di sini, berbagi informasi dan pengalaman dalam rangka mengembangkan perpustakaan di lingkungan UIN SUSKA khususnya dan perpustakaan di Indonesia umumnya.

Semoga makalah ini bermanfaat bagi para pembacanya.

Bandung, Maret 2007

Neneng Komariah, Dra., M.Lib

## DAFTAR ISI

Abstrak	i
Kata Pengantar	ii
Daftar Isi	iii
Bab I. Pendahuluan	1
Bab II. Kebutuhan akan Kegiatan Public Relations di Perpustakaan	2
Bab III. Kegiatan Public Relations Perpustakaan Perguruan Tinggi	6
Bab IV. Penutup	15
Daftar Pustaka	16

# BAB I

## PENDAHULUAN

Sebagai satu unit kerja atau lembaga yang menyediakan jasa layanan informasi, perpustakaan merupakan satu lembaga yang sangat penting, karena semua orang akan membutuhkan informasi, sehingga semua orang akan membutuhkan perpustakaan. Namun kenyataannya tidaklah demikian. Kita sering menemukan satu perpustakaan yang kondisinya memprihatinkan, seperti misalnya perpustakaan yang sepi pengunjung, atau koleksinya yang berdebu dan sudah ketinggalan jaman, atau gedung atau ruangnya yang kusam dan gelap dengan mebelernya yang sudah tua. Mengapa sampai terjadi kondisi seperti itu, tentu jawabannya akan sangat beragam. Namun yang pasti kondisi perpustakaan yang demikian menunjukkan satu keadaan yang tidak boleh dibiarkan.

Siapa yang harus bertanggungjawab untuk memperbaiki semua itu, jawabannya tentu saja adalah mereka yang mengelola perpustakaan itu sendiri. Manajer dengan jajarannya harus berusaha mencari jalan keluar dari semua permasalahan yang dihadapinya. Tentu saja itu bukan merupakan pekerjaan yang mudah, namun kita harus mau mencoba dan berusaha.

Kegiatan public relations yang bertujuan untuk menumbuhkan dan memelihara saling pengertian, dukungan, kepercayaan, kerjasama, dan saling menghargai yang dilandasi oleh itikad baik (*goodwill*) yang dilaksanakan oleh suatu perpustakaan dengan berbagai publiknya diharapkan akan mampu mengatasi berbagai permasalahan yang dihadapi oleh perpustakaan yang bersangkutan. Melalui kegiatan public relations, diharapkan suatu perpustakaan dapat membangun citra yang baik di mata publiknya,

untuk selanjutnya akan memperoleh perhatian, pengertian, dukungan, kepercayaan serta penghargaan.

## BAB II

### KEBUTUHAN AKAN KEGIATAN PUBLIC RELATIONS DI PERPUSTAKAAN

Frank Jefkins seorang ahli public relations dari Inggris menjelaskan pengertian public relations sbb: *public relations consists of all form of communication outwards and inwards between an organization and its publics for the purpose of achieving specific objectives concerning mutual understanding.* (McNamara, 1992). Berdasarkan pengertian tersebut dapat diketahui beberapa hal penting tentang public relations, yaitu:

- Kegiatan public relations meliputi semua bentuk kegiatan komunikasi. Artinya bahwa kegiatan komunikasi dalam rangka kegiatan public relations terdiri dari komunikasi interpersonal, komunikasi kelompok, *public speaking*, komunikasi massa baik menggunakan media massa cetak atau elektronik maupun menggunakan media nir massa. Kegiatan komunikasi tersebut ada yang ditujukan pada sasaran yang ada di luar lembaga dan ada pula komunikasi yang dari luar yang ditujukan pada lembaga. Dengan demikian kegiatan komunikasi dalam konteks public relations selalu komunikasi yang interaktif.
- Sasaran kegiatan public relations adalah public, yaitu sekelompok individu yang memiliki kepentingan yang sama

terhadap sesuatu hal. Dalam konteks suatu lembaga maka publicnya adalah kelompok individu yang berkepentingan terhadap lembaga tersebut dan juga sebaliknya lembaga berkepentingan terhadap mereka. Dengan demikian suatu lembaga akan memiliki banyak public, sehingga dibutuhkan kegiatan public relations yang berbeda-beda sesuai dengan kebutuhan.

- **Tujuan** dari kegiatan public relations adalah untuk mencapai target tertentu yang selalu berorientasi pada adanya saling pengertian. Pengertian yang baik dari public pada suatu lembaga merupakan satu hal yang sangat penting, karena tanpa pengertian dan dukungan yang baik dari publiknya maka suatu lembaga akan mengalami hambatan dalam kegiatannya.

Bila memperhatikan pengertian public relations tersebut di atas, maka sudah seharusnya bahwa setiap lembaga melaksanakan kegiatan public relations, karena tidak akan ada satu lembaga pun yang bisa hidup sendiri tanpa pengertian dan dukungan baik dari publiknya.

Demikian pula halnya dengan lembaga yang bernama perpustakaan. Sebagai suatu lembaga atau suatu unit kerja, perpustakaan harus melaksanakan kegiatan public relations. Meskipun perpustakaan hanya satu unit kerja yang berada di bawah naungan satu lembaga yang besar, namun perpustakaan tersebut **tetap harus** menunjukkan keberadaannya.

Bob Usherwood seorang ahli perpustakaan dari Inggris, dalam bukunya *The Visible Library: Practical Public Relations for Public Librarian* menyatakan **bahwa** tujuan kegiatan public relations dari suatu perpustakaan adalah:

- Meningkatkan pemanfaatan perpustakaan

- Mendapatkan sumberdaya untuk perpustakaan
- Meningkatkan kesadaran akan pentingnya perpustakaan
- Menumbuhkan dan memelihara saling pengertian antara perpustakaan dengan berbagai publiknya.
- Menumbuhkan dan memelihara citra (*image*) yang baik
- Menumbuhkan kepercayaan akan layanan yang diberikan oleh perpustakaan.

Kegiatan meningkatkan pemanfaatan perpustakaan sudah sangat akrab dengan kita dan merupakan tujuan utama dari promosi perpustakaan. Kita sudah paham betul bahwa perpustakaan tanpa pengunjung akan merupakan hal yang sia-sia. Namun jangan dilupakan bahwa pengunjung akan senang untuk memanfaatkan perpustakaan apabila kebutuhan informasi mereka dapat terpenuhi dengan maksimal. Dengan demikian perpustakaan harus memiliki sumberdaya yang optimal dalam aspek koleksi, fasilitas dan juga sumberdaya manusia atau staf. Oleh karena itu pengelola perpustakaan harus melakukan berbagai upaya agar memperoleh sumberdaya yang dibutuhkan, sehingga dapat memberikan layanan informasi yang berkualitas yang akan memuaskan penggunanya.

Di pihak lain, sumberdaya yang dibutuhkan oleh perpustakaan akan dapat diperoleh apabila telah tumbuh *kesadaran dan pengertian akan pentingnya* perpustakaan pada berbagai kalangan atau public yang berkepentingan dengan **perpustakaan** sehingga akan muncul dukungan terhadap keberadaan perpustakaan tersebut. Dukungan yang diberikan bisa berupa materil misalnya **dalam** bentuk dana, koleksi, ataupun bentuk lainnya. Bisa juga berupa dukungan moril yaitu adanya penghargaan dan kepercayaan bahwa perpustakaan merupakan unit kerja yang penting.



Kesadaran, pengertian dan dukungan dari public tidak akan timbul dengan sendirinya. Pihak perpustakaan harus berusaha membangun dan memelihara citra atau kesan yang baik di mata publiknya sekaligus harus menumbuhkan kepercayaan bahwa perpustakaan merupakan satu unit kerja yang penting, yang **bisa** menunjang aktivitas lembaga melalui layanan informasi yang disediakan oleh perpustakaan.

Aspek-aspek tersebut di atas merupakan satu kesatuan yang sama **pentingnya** agar suatu perpustakaan dapat terus mempertahankan eksistensinya. Hal ini tidak mudah, apalagi bila melihat bahwa perpustakaan harus bersaing dengan unit-unit kerja lainnya dalam memperoleh dana atau sumberdaya lainnya yang dibutuhkan. Untuk itu kegiatan public relations diharapkan dapat membantu perpustakaan dalam memecahkan masalah klasiknya tersebut.

### **BAB III**

#### **KEGIATAN PUBLIC RELATIONS PERPUSTAKAAN PERGURUAN TINGGI**

Kegiatan public relations bukanlah kegiatan yang dilaksanakan berdasarkan kira-kira atau hanya sekali-sekali dilakukan ketika satu lembaga menghadapi masalah. Namun kegiatan public relations harus dilaksanakan berdasarkan perencanaan yang matang dan secara terus-menerus.

Rhenald Kasali seorang ahli pemasaran di Indonesia dalam bukunya *Manajemen Public Relations: Konsep dan aplikasinya di Indonesia* menjelaskan proses public relations (diadaptasi dari Scott M. Cutup, Allen H. Center dan Glenn M Brown, *Effective Public Relations*) adalah:

- Pengumpulan fakta
- Definisi permasalahan
- Perencanaan dan program
- Aksi dan komunikasi
- Evaluasi

Dari urutan proses tersebut dapat diketahui bahwa kegiatan public relations dimulai dengan kegiatan penelitian untuk mengetahui permasalahan yang ada, dilanjutkan dengan merencanakan kegiatan apa yang akan dilakukan untuk mengatasi atau menjawab permasalahan tersebut, lalu melaksanakan kegiatan public relations yang telah direncanakan, dan diakhiri dengan evaluasi kegiatan yang telah dilakukan tersebut apakah sudah berhasil mengatasi masalah.

Kegiatan mengevaluasi identik dengan melakukan penelitian tentang dampak dari kegiatan public relations yang telah dilaksanakan. Hal ini dilakukan dalam rangka mengidentifikasi masalah baru yang timbul, yang akan diikuti dengan merencanakan program kegiatan

yang baru. Kemudian setelah kegiatan Public relations tersebut dilaksanakan, maka selanjutnya akan dievaluasi lagi. Begitu seterusnya sehingga kegiatan public relations akan merupakan kegiatan yang berkelanjutan.

Dalam konteks public relations, semua kegiatan yang dilakukan harus memiliki tujuan yang jelas dan target public yang jelas. Oleh karena itu ketika merencanakan program public relations, yang paling penting adalah mengidentifikasi siapa public yang menjadi sasaran dari kegiatan tersebut.

Eileen Elliott de Saez dalam bukunya *Marketing concepts for libraries and information services* mengidentifikasi public perpustakaan sbb:

- Lembaga penabung
- Penyandang dana
- Pemerintah (local, nasional atau internasional)
- Lembaga yang berpengaruh
- Media
- Organisasi profesi
- Lembaga social
- Pegawai
- Serikat buruh
- Suppliers
- Pengguna baik actual maupun potensial
- Dll

Apabila diaplikasikan pada suatu perpustakaan perguruan tinggi, maka public yang dihadapi oleh perpustakaan tersebut adalah sbb:

- Lembaga penabung terdiri dari para pengambil kebijakan baik yang ada di tingkat universitas atau fakultas, tergantung pada tingkat mana perpustakaan itu berada. Kelompok inilah yang biasanya sangat berperan dalam menetapkan alokasi dana, ijin melakukan

kerjasama, dsb.

- Penyandang dana, dalam arti public di luar lembaga penabung. Kelompok ini bisa terdiri dari donatur yang bisa memberikan sumbangan, misal perusahaan melalui program CSR, alumni, dsb.
- Pemerintah, yaitu kelompok yang mengeluarkan peraturan seperti buku yang dilarang beredar, undang-undang perpustakaan, undang-undang hak cipta, dab.
- Lembaga yang berpengaruh pada perpustakaan, missal IKAPI
- Media terdiri dari orang-orang (wartawan) media massa baik cetak maupun elektronik.
- Organisasi profesi, misal Ikatan Pustakawan Indonesia
- Lembaga social, missal LSM yang memiliki perhatian pada dunia perpustakaan atau buku.
- Pegawai terdiri dari level manajemen, staf, kelompok pustakawan, dst.
- Suppliers adalah mereka yang mensuplai seluruh kebutuhan perpustakaan, mulai dari supplier buku, mebeler, ATK, TI, dst.
- Pengguna terdiri dari kelompok mahasiswa, dosen, peneliti, pegawai, masyarakat umum.
- Public yang lainnya, missal public pencinta perpustakaan, public komunitas sekitar perguruan tinggi berada, dsb.

Berdasarkan posisinya public suatu lembaga dapat dibedakan atas public internal dan public eksternal. Begitu juga suatu perpustakaan dapat melihat siapa yang menjadi public internalnya dan siapa saja yang menjadi public eksternal.

Pada umumnya yang termasuk public internal adalah para pegawai yang ada di dalam suatu lembaga, sedangkan mereka yang berada di luar lembaga sebagai public eksternal.

Publik internal suatu perpustakaan terdiri dari kelompok manajemen,

staf administrasi, kelompok pustakawan, dll. Sedangkan kelompok di luar kategori itu bisa disebut sebagai public eksternal.

Tujuan kegiatan internal public relations adalah untuk menumbuhkan dan memelihara disiplin, motivasi, dan produktivitas kerja serta rasa memiliki pada lembaga. Hal ini sangat penting ditanamkan pada seluruh pegawai agar tercipta budaya perusahaan (*corporate culture*) atau budaya lembaga yang baik.

Demikian pula halnya dengan lembaga perpustakaan. Hampir 75% dari staf perpustakaan melakukan kegiatan layanan informasi yang berhadapan langsung dengan pengguna. Karena itu budaya kerja yang berdisiplin, bertanggungjawab, bekerjasama dan penuh dedikasi merupakan satu hal yang mutlak. Sikap ini harus ditunjukkan pada perilaku melayani dengan terampil, sopan, ramah dan menyenangkan. Perilaku seperti ini sekaligus merupakan usaha untuk membangun citra atau kesan yang baik pada public pengguna. Melalui sikap dan perilaku staf perpustakaan yang professional, pengguna akan percaya bahwa perpustakaan dapat membantu memenuhi kebutuhan informasi mereka, dan mereka akan memiliki kesan bahwa perpustakaan merupakan tempat yang menyenangkan untuk dikunjungi lagi.

Kegiatan public relations yang ditujukan pada public internal bisa meliputi:

- memberikan kesempatan untuk ikut pelatihan, atau pendidikan formal ke jenjang yang lebih tinggi, mengikuti seminar-seminar yang berkaitan dengan job nya, sehingga staf akan memiliki pengetahuan dan keterampilan yang lebih baik yang sekaligus akan lebih meningkatkan rasa percaya diri.
- melalui kegiatan-kegiatan komunikasi formal yang rutin dilakukan

seperti rapat mingguan atau bulanan atau hanya briefing di pagi

hari sebelum semuanya memulai tugas masing-masing. Hal ini akan membuat seluruh staf selalu mengetahui apa yang terjadi di lingkungan kerjanya, sehingga mereka selalu merasa menjadi bagian dari tim kerja yang ada. Komunikasi formal juga bisa dilakukan secara tertulis seperti memo, papan pengumuman, surat, dst.

- Komunikasi informal yang dilakukan sehari-hari baik secara horizontal maupun secara vertical. Karena itu harus diciptakan situasi komunikasi yang terbuka, saling menghargai dan saling percaya agar tercipta lingkungan kerja yang menyenangkan yang akan meningkatkan produktivitas kerja.
- Kegiatan-kegiatan khusus yang sengaja diselenggarakan, misal rekreasi bersama, olah raga bersama, buka puasa bersama, dsb.
- Menerbitkan majalah internal yang isinya terdiri dari artikel-artikel yang akan memperkaya wawasan, berita-berita internal perpustakaan sendiri, atau berita-berita dari luar yang berkaitan dengan profesi, atau juga berita-berita tentang pegawai seperti pernikahan, kelahiran anak, atau dukacita.
- Dll

Kegiatan external public relations terdiri dari berbagai kegiatan yang ditujukan pada public yang berada di luar perpustakaan. Pada umumnya terdiri dari:

- Menerbitkan media tercetak seperti brosur, leaflet yang berisi profil singkat perpustakaan dengan segala aktivitasnya; buku petunjuk pemanfaatan perpustakaan; daftar koleksi khusus misal koleksi majalah; laporan tahunan, bulletin; dsb. Beberapa hal yang harus diperhatikan ketika menerbitkan sesuatu antara lain: pembuatannya harus dikerjakan oleh tenaga yang professional. Karena terbitan yang asal jadi akan menjatuhkan citra perpustakaan ybs. Hal lain yang harus direncanakan dengan matang adalah

cara pendistribusiannya yang harus dilakukan dengan elegan **dan mencapai target sasaran.**

- **Membuat *notices* (petunjuk lokasi) yang bertujuan membantu pengunjung perpustakaan agar mudah menemukan apa yang dibutuhkannya.** Misalnya petunjuk arah menuju ruangan-ruangan yang ada di perpustakaan,

membuat denah ruangan perpustakaan secara keseluruhan, dsb. *Notices* harus dibuat dengan bagus menggunakan bentuk huruf dan warna yang menarik dengan ukuran yang sesuai dengan kondisi ruangan. Juga harus ditempatkan pada posisi yang mudah terlihat.

- Membuat benda-benda *souvenir* berlogo perpustakaan atau menggunakan logo universitas. Benda-benda tersebut bisa diberikan secara cuma-cuma sebagai hadiah, atau bisa dijual pada acara tertentu, misalnya ketika perpustakaan menyelenggarakan pameran. Tujuan pembuatan benda-benda ini agar perpustakaan dikenal dan selalu diingat oleh public sasaran. Oleh karena itu *souvenir* ini harus menarik dan mudah dibawa, misal gantungan kunci, pisau pembuka surat, stiker, mug, dab.

- Membuat paket pendidikan pengguna (*users education*) dalam bentuk media audio visual, misal dalam bentuk DVD. Tujuannya adalah untuk memperkenalkan aktivitas yang ada di perpustakaan dan sekaligus mendidik para pengguna agar menjadi pengguna perpustakaan yang mandiri. Pembuatan paket ini harus dikerjakan oleh orang yang professional agar hasilnya memuaskan. Disamping itu diperlukan persiapan untuk pengambilan gambarnya sehingga diperlukan pengarahan terlebih dahulu bagi staf perpustakaan yang akan dilibatkan. Juga harus diingat bahwa akan diperlukan alat dan ruangan khusus untuk

pemutarannya. Kelebihan media ini adalah bisa digunakan berulang kali dalam jangka waktu yang relative lama, dan pesan yang disampaikan benar-benar persis dengan aslinya.

- Menyelenggarakan pameran baik di perpustakaan sendiri, maupun membuka stand di pameran yang diselenggarakan pihak lain. Tujuan pameran adalah agar perpustakaan dikenal oleh public eksternal, oleh karena itu pameran harus dipersiapkan dengan matang. Pemilihan materi yang akan dipamerkan harus yang representative dan staf penjaga stand pameran harus yang mampu menjelaskan tentang perpustakaan pada pengunjung. Biasanya pameran dikaitkan dengan *event* tertentu, misalnya dies universitas atau hari-hari besar nasional. Merupakan kesempatan yang sangat baik apabila perpustakaan bisa menjadi peserta dalam sebuah pameran yang besar dimana biasanya diliput oleh media, sehingga perpustakaan bisa diekspose di media dan ini akan merupakan nilai tambah bagi perpustakaan itu sendiri.
- Menyelenggarakan seminar. Biasanya topic **seminar dikaitkan dengan event tertentu atau berkaitan dengan dunia perpustakaan. Kegiatan seminar** juga harus dipersiapkan dengan matang, mulai dengan pemilihan topic, pembicara, tempat, target peserta, dsb. Juga jangan lupa bahwa penyelenggaraan seminar itu harus dipublikasikan. Kegiatan seminar dapat dijadikan media untuk memperkenalkan perpustakaan, menumbuhkan citra yang baik terhadap perpustakaan, dan juga dapat dijadikan sarana mencari uang apabila topic yang dibahas dan pembicaranya cukup mempunyai nilai jual.
- Menyelenggarakan lomba-lomba dengan tema yang berkaitan dengan dunia perpustakaan. Kegiatan ini juga membutuhkan persiapan yang cukup



matang, mulai pemilihan tema, penentuan peserta, penentuan juri, penentuan tempat dan waktu, dan jangan lupa harus menyediakan hadiah bagi pemenang. Oleh karena itu untuk kegiatan ini sering kita harus mencari sponsor. Penyelenggaraan kegiatan ini juga harus dipublikasikan pada masyarakat. Tujuan kegiatan ini untuk memperkenalkan perpustakaan dan juga diharapkan bisa meningkatkan pemanfaatan perpustakaan.

- Menyelenggarakan *open house*. Kegiatan ini disamping membutuhkan persiapan yang cukup matang, juga dibutuhkan rasa percaya diri atau keberanian untuk tampil, karena kita mengundang orang lain untuk mengunjungi dan melihat kita secara keseluruhan. Tonjolkanlah hal-hal yang menarik untuk dilihat orang dan simpanlah dulu hal-hal yang tidak ingin diketahui orang lain. **Open house** perpustakaan biasanya merupakan bagian kegiatan *open house* universitas. Biasanya menjelang penerimaan calon mahasiswa baru.
- Melakukan *lobbying* dengan para pengambil kebijakan. Dalam hal ini dibutuhkan kemampuan melakukan komunikasi interpersonal. Kegiatan ini harus di *back up* oleh kemampuan perpustakaan dalam menyediakan sumber-sumber informasi yang dibutuhkan oleh para *key persons*. Tunjukkan pada mereka bahwa perpustakaan merupakan unit kerja yang penting untuk mereka dan penting untuk universitas secara keseluruhan. Kegiatan ini bertujuan agar perpustakaan mendapatkan perhatian dan memperoleh dukungan dari **para key persons**.
- **Membuat tulisan untuk media massa. Tulisan untuk media massa bisa berupa *release, advertorial, artikel, bahkan mungkin surat pembaca untuk klarifikasi sesuatu hal* yang berhubungan dengan perpustakaan.**

Dengan demikian kemampuan menulis mutlak diperlukan oleh staf perpustakaan.

- Membuat *website* yang berisi profile perpustakaan dengan **layanan-layanan** yang tersedia. Melalui *website* bisa diinformasikan keberadaan perpustakaan sekaligus untuk membangun citra. Suatu *website* akan efektif (sering diunjungi oleh pengguna) apabila informative, di **update secara teratur dan tampilannya menarik. Oleh karena itu dibutuhkan keahlian, sumberdaya, dan waktu** untuk bisa menjaga, eksistensinya. Perencanaan yang matang mengenai tujuan, target sasaran, dan siapa yang akan bertanggungjawab untuk **design dan content** sangat penting.

Hal lain yang harus diperhatikan karena akan menjadi pendorong tumbuhnya citra yang baik antara lain:

- Lokasi perpustakaan harus strategis dalam arti mudah dijangkau dan mudah diketahui.
- Bangunan perpustakaan harus bagus, menarik dengan lingkungan yang bersih dan nyaman. Juga dekorasi dan tata ruang yang sesuai. Mebeler juga harus yang tepat dan memadai dari segi jumlah.
- Display buku baru yang menarik yang akan membangkitkan selera membaca. Usahakan tidak melakukan display pada lemari yang terkunci, agar pengguna bisa melihat-lihat buku sebelum dia meminjamnya nanti.
- Fasilitas yang tersedia harus mencukupi dan akan membantu kemudahan pengguna dalam memperoleh sumber informasi yang mereka butuhkan. Missal tersedianya *hot spot area* dengan jumlah computer yang memadai.
- Staf perpustakaan yang ramah, siap membantu dengan terampil, dan cerdas dengan penampilan yang rapi dan menarik.
- *CRM (customer relationship management)* yaitu menganggap

pengguna perpustakaan sebagai mitra dan membangun serta memelihara hubungan baik yang saling menguntungkan dengan mereka. CRM focus pada pengguna actual dengan berusaha agar mereka selalu merasa *welcome*, memperhatikan keluhan dan pendapatnya, memenuhi kebutuhan informasinya dengan cepat, tepat dan akurat (*personalized service*). Apabila telah tercipta situasi seperti ini, pengguna akan selalu loyal, dan menginformasikan kepuasannya pada temannya, keluarganya, dst., sehingga dia akan menjadi *marketer* bagi perpustakaan. CRM diharapkan bisa diterapkan pada publik pengambil kebijakan (*key persons*) agar tercipta citra yang baik yang selanjutnya diikuti oleh adanya perhatian dan dukungan terhadap perpustakaan.

## **BAB IV**

### **PENUTUP**

Kegiatan-kegiatan public relations yang telah disebutkan di atas mungkin telah sering kita dengar dan bahkan kita laksanakan. Tentu saja kegiatan public relations bukanlah satu obat mujarab yang langsung bisa mengatasi segala permasalahan yang ada. Namun dengan usaha yang konsisten, terus-menerus dan terkoordinasi dengan baik, diharapkan akan tercipta citra yang baik terhadap perpustakaan yang selanjutnya diikuti oleh adanya perhatian dan dukungan.

Kegiatan public relations harus menjadi fokus perhatian seluruh staf perpustakaan, mulai tingkat manajer, kelompok pustakawan, staf administrasi sampai tingkat yang paling bawah, satpam misalnya. Karena kegiatan public relations yang telah dilaksanakan akan berhasil dengan baik apabila didukung oleh kinerja yang professional disertai dengan kepribadian dan perilaku yang menyenangkan, ramah, siap membantu dengan penuh perhatian dan dedikasi dari seluruh staf perpustakaan.

Perpustakaan perguruan tinggi yang telah memiliki reputasi yang baik akan menjadi *image creator* bagi perguruan tinggi yang bersangkutan, mengingat perpustakaan merupakan satu *public service area* yang sering dikunjungi tamu-tamu dari luar. Untuk perpustakaan perguruan tinggi di Indonesia, perpustakaan merupakan satu aspek yang akan menentukan nilai akreditasi, sehingga sudah sewajarnya apabila perpustakaan selalu mendapat perhatian dan dukungan yang baik dari para pengambil kebijakan.

## DAFTAR BACAAN

**Anggoro, M. Linggar. Teori & Profesi Kehumasan Serta Aplikasinya di Indonesia.** Bumi Aksara, Jakart, 2001.

**Cuthp, Scoot M.; Center, Allen H; Glen M. Broom. Effective Public Relations.** Prentice Hall International, New Jersey, 2000.

**Elliot de Saez, Eileen. Marketing Cocepts for Libraries and Information Services.** Facet Publishing, London, 2002.

Kasali, Rhenald. Manajemen **Public Relations Konsep dan Aplikasinya di Indonesia.** Pustaka Utama Grafiti, Jakarta, 1994.

Mcnamara, Jim. **Public Relations Handbook.** Archipelago Press, Linfield, 1992.

Usherwood, Bob. **The Visible Library Practical Public Relations for Public Librarian.** Library Association Publishing, London, 1992.