

STRATEGI *SOSIAL MARKETING* DINAS PERPUSTAKAAN DAN KEARSIPAN SULAWESI TENGGARA DALAM MENINGKATKAN PEMANFAATAN PERPUSTAKAAN

Al Razak Prilsan¹ Muh. Najib Husain² Saidin³ Sriwangi⁴

¹Program Studi Perpustakaan dan Ilmu Informasi

²Staff Pengajar Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Halu Oleo

¹Jl. HEA Mokodompit, Kambu, Kota Kendari, Sulawesi Tenggara 93561

* Corresponden Author E-mail: alrazakprilsan98@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi *social marketing* Dinas Perpustakaan Dan Kearsipan Sulawesi Tenggara dalam meningkatkan pemanfaatan perpustakaan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data adalah observasi, wawancara dan dokumentasi. Adapun teknik analisis data yang digunakan adalah pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi *social marketing* Dinas Perpustakaan Dan Kearsipan Sulawesi Tenggara dalam meningkatkan pemanfaatan perpustakaan dengan menggunakan 5 konsep yaitu tujuan sosial, tujuan sosial yang dimiliki perpustakaan adalah meningkatkan minat baca masyarakat, meningkatkan akses masyarakat ke perpustakaan, memperkenalkan layanan digital, meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya literasi informasi, dan menyediakan sumber informasi tentang isu-isu sosial., target audiens, target audiens perpustakaan untuk meningkatkan minat baca dan pengunjung adalah PAUD, SD,SMP, dan SMA para pelajar mahasiswa, pemerintah, pemerhati atau komunitas perpustakaan dan kelompok-kelompok membaca dan masyarakat pada umumnya., posisi dan pesan, Dinas Perpustakaan Dan Kearsipan Sulawesi Tenggara berperan penting dalam mendukung pembelajaran dan pendidikan masyarakat, pengembangan literasi dan budaya membaca, posisi perpustakaan sebagai tempat konservasi dan pelestarian bahan pustaka dan menyediakan layanan informasi. implementasi kampanye, pelaksanaan strategi *social marketing* Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Sulawesi Tenggara adalah dengan cara roadshow dengan mengadakan kegiatan seperti perlombaan untuk anak-anak dari TK/PAUD sampai SMA. Seperti lomba mewarnai, lomba mengarang atau lomba bercerita, lomba mengulas buku. Bazar buku dan pameran perpustakaan dan perpustakaan membuka kunjungan atau tour dari sekolah-sekolah luar daerah untuk berkunjung ke perpustakaan,dengan memanfaatkan koleksi-koleksi yang dimiliki perpustakaan dengan menginformasikan kemasyarakat melalui sosial media sehingga dapat memudahkan pengunjung dalam mencari referensi,menyiapkan perpustakaan keliling bagi warga berupa mobil perpustakaan keliling.

Kata Kunci: Strategi, *Sosial Marketing*, Dinas Perpustakaan Dan Kearsipan Sulawesi Tenggara, Pemanfaatan Perpustakaan

ABSTRACT

This study aims to determine the social marketing strategy of the Southeast Sulawesi Library and Archives Service in increasing library utilization. The method used in this study is descriptive qualitative, where the informants used in this study amounted to 3 people. Data collection techniques are observation, interviews and documentation. The data analysis techniques used are data collection, data reduction, data presentation and conclusion drawing/verification. The results of this study indicate that the social marketing strategy of the Southeast Sulawesi Library and Archives Service in increasing library utilizationBy using 5 concepts, namely social goals, the social goals of the regional library are increasing people's interest in reading, increasing

people's access to libraries, introducing digital services, increasing people's awareness of the importance of information literacy, and providing sources of information about social issues., target audience , the library's target audience to increase interest in reading and visitors is PAUD, SD, SMP and SMA students, government, library observers or communities and reading groups and society in general., position and message, Southeast Sulawesi Library and Archives Service plays an important role in supporting community learning and education, developing literacy and reading culture, the position of the library as a place for the conservation and preservation of library materials and providing information services. implementation of the campaign, implementation of the social marketing strategy of the Southeast Sulawesi Library and Archives Service is by means of a roadshow by holding activities such as competitions for children from kindergarten/PAUD to high school. Such as coloring competitions, writing competitions or storytelling competitions, book review competitions. Book bazaars and library exhibitions and libraries open visits or tours from schools outside the region to visit the library, by utilizing the collections owned by the library by informing the public through social media so that it can make it easier for visitors to find references, preparing a mobile library for residents in the form of mobile library car.

KeyWords: Strategy, Social Marketing, Southeast Sulawesi Library and Archive Service, Library Utilization

1. PENDAHULUAN

Peran perpustakaan sebagai salah satu wadah terhimpunnya berbagai sumber belajar yang sangat dibutuhkan guna menunjang proses pembelajaran. Pemanfaatan perpustakaan dalam rangka mendukung proses pendidikan sangatlah dibutuhkan bagi masyarakat. Perpustakaan merupakan sistem informasi yang didalamnya terdapat aktivitas pengumpulan, pengolahan, pengawetan, pelestarian dan penyajian serta penyebaran informasi.

Perpustakaan umum daerah sebagai salah satu universitas rakyat yang bertindak sebagai sumber penyedia informasi dan juga sumber belajar bagi masyarakat (Hafiah, 2009). Berdasarkan Peraturan Kepala Perpustakaan Nasional RI Nomor 8 Tahun 2017 tentang Standart Nasional Perpustakaan Kabupaten/kota, dijelaskan bahwa perpustakaan umum daerah berfungsi sebagai perpustakaan pembina, perpustakaan rujukan, perpustakaan deposit, perpustakaan penelitian, dan perpustakaan pelestarian yang secara baku bertugas untuk memenuhi kebutuhan pendidikan, penelitian, pelestarian, informasi, dan rekreasi bagi pemustaka.

Tujuan berdirinya perpustakaan tidak semata-mata hanya untuk mengumpulkan buku-buku atau ragam koleksi lainnya. Akan tetapi koleksi yang dimiliki juga harus dimanfaatkan semaksimal mungkin, agar perpustakaan dapat bermanfaat bagi pemakai (Darmono, 2004).

Hal ini sejalan dengan tujuan berdirinya Dinas perpustakaan dan kearsipan Sulawesi Tenggara. Dinas perpustakaan dan kearsipan Sulawesi Tenggara merupakan salah satu perpustakaan yang berada di pusat Kota Kendari, ibu kota Provinsi Sulawesi Tenggara. Letaknya sangat strategi, karena berada pada jalan poros sehingga mudah dijangkau oleh masyarakat umum. Perpustakaan ini telah memiliki koleksi buku yang relative banyak meskipun belum lengkap dari segi jenis buku, serta didukung oleh tenaga sumber daya manusia (SDM) yang mempunyai berjumlah orang pada tahun 2022.

DOI: <http://dx.doi.org/10.52423/jlpi.v4i1.47455>

Dinas perpustakaan dan kearsipan Sulawesi Tenggara sebagai pusat sumber belajar mendukung terselenggaranya pendidikan seumur hidup dengan upaya mencerdaskan kehidupan bangsa khususnya di Kota Kendari. Upaya tersebut didukung dengan tersedianya materi perpustakaan dan akses informasi. Dengan menyediakan jenis koleksi yang terdiri dari koleksi karya rekam, karya cetak, dan bentuk lain untuk mendukung proses belajar

Namun hal ini dinilai belum mendatangkan minat yang cukup bagi masyarakat untuk memanfaatkan sarana perpustakaan daerah yang disediakan oleh pemerintah. Hal ini disebabkan oleh banyak faktor, salah satunya adalah kurangnya kesadaran masyarakat terhadap pemanfaatan fasilitas perpustakaan serta kurangnya promosi penggunaan perpustakaan sehingga menyebabkan banyak anggota masyarakat yang tidak memanfaatkan layanan perpustakaan untuk mencari ilmu pengetahuan atau informasi.

Upaya peningkatan pemanfaatan ini dapat dilakukan dengan berbagai strategi, salah satunya melalui pendekatan *social marketing*. *Social marketing* adalah sebuah strategi yang bertujuan untuk mengatasi masalah sosial dengan melakukan kegiatan menyeluruh terjadinya transaksi jual beli produk sosial yang tidak berorientasi pada profit bertujuan untuk yang mengubah sikap dan perilaku.

Social marketing merupakan strategi untuk merubah perilaku masyarakat dengan memanfaatkan kemajuan teknologi komunikasi dan keterampilan pemasaran. pada penelitian ini, *social marketing* mengaplikasikan konsep dan alat pemasaran sosial untuk mencapai tujuan sosial yang diinginkan.

A. Konsep Strategi

Secara khusus strategi sering diartikan sebagai taktik atau siasat. Strategi adalah polake putusan dalam perusahaan yang menentukan dan mengungkapkan sasaran, maksud atau tujuan yang menghasilkan kebijaksanaan utama dan merencanakan untuk pencapaian tujuan (Manap, 2016).

Strategi adalah langkah-langkah yang harus dilaksanakan oleh suatu perusahaan atau pengusaha untuk mencapai tujuan, kadang kala langkah dijadikan sulit, tetapi ada pula langkah yang relatif sangat mudah (Saiman, 2015).

B. Konsep Social Marketing

Pemasaran sosial atau *social marketing* adalah suatu penerapan dari konsep pemasaran pada aktivitas non-komersial yang berhubungan dengan kepedulian kemasyarakatan, kesejahteraan rakyat dan pelayanan sosial (Saputra & Nasrullah, 2011).

Pemasaran sosial adalah cara untuk mempengaruhi perubahan perilaku kearah yang lebih baik, yang ini terfokus kepada perbaikan kesehatan, menanggulangi kecelakaan, melindungi lingkungan hidup, kebijakan, kurikulum, pendidikan, organisasi non-pemerintah, dan bisnis (Lestari dan Gaffar, 2014).

C. Konsep Strategi Social Marketing

Konsep strategi sosial marketing adalah sebuah pendekatan dalam pemasaran yang bertujuan untuk mempromosikan perubahan sosial yang positif, dengan cara menggunakan prinsip-prinsip pemasaran untuk mempengaruhi perilaku masyarakat. Konsep ini melibatkan penggunaan strategi pemasaran untuk mengubah perilaku, pandangan, atau kebiasaan masyarakat terkait isu-isu sosial, kesehatan, dan lingkungan (Phillip Kotler dan Gerald Zaltman, 1971).

Ada beberapa konsep dasar dalam strategi sosial marketing menurut Philip Kotler dan Gerald Zaltman, antara lain 1) Fokus pada tujuan sosial, 2) Target audiens, 3) Posisi dan pesan, 4) Implementasi Kampanye, 5) Evaluasi dan perbaikan.

D. Konsep Pemanfaatan Perpustakaan

Perpustakaan berasal dari kata dasar pustaka, dan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2005), pustaka artinya kitab, buku, atau buku primbon, dan sebagian besar mengartikan perpustakaan adalah tempat, gedung, ruang yang disediakan untuk pemeliharaan dan penggunaan koleksi buku dan sebagainya. Pada hakikatnya perpustakaan sekolah adalah sistem pengelolaan informasi oleh sumber daya manusia yang terdidik dalam bidang perpustakaan, dokumentasi, dan informasi. Dalam pengelolaan dan pemanfaatan perpustakaan diperlukan sumber daya manusia yang profesional, gedung/tata ruang yang representatif, anggaran yang memadai, sarana, dan prasarana yang cukup, dan koleksi yang sesuai (Lasa, 2016).

Pemanfaatan perpustakaan tidak hanya didasari oleh faktor internal saja yaitu adanya dorongan dari dalam diri siswa itu sendiri seperti adanya kebutuhan, motif dan minat, melainkan juga didasari oleh faktor eksternal salah satunya yaitu kelengkapan koleksi perpustakaan. Koleksi perpustakaan yang disediakan oleh perpustakaan dapat dimanfaatkan oleh pengguna dengan cara membacanya di tempat atau meminjam koleksi tersebut.

Berdasarkan tujuan perpustakaan yang telah dijelaskan di atas, perpustakaan bertujuan untuk menumbuhkembangkan minat baca siswa dengan menyediakan informasi yang dibutuhkan. Menurut ILFA/UNESCO (2006) beberapa indikator kerja utama yang berguna untuk memantau dan mengevaluasi pencapaian tujuan perpustakaan yaitu, indikator penggunaan, Indikator sumber daya, Indikator sumber daya manusia, Indikator kualitatif, Indikator biaya dan Indikator perbandingan.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini telah dilaksanakan pada kantor Dinas Perpustakaan Dan Kearsipan Sulawesi Tenggara. Alasan peneliti memilih untuk melakukan penelitian di lokasi tersebut, karena kantor Dinas Perpustakaan Dan Kearsipan Sulawesi Tenggara merupakan instansi yang menyelenggarakan pelayanan publik terkait dengan pengelolaan perpustakaan yakni menyediakan referensi atau buku-buku untuk masyarakat di setiap kalangan. Namun pemanfaatan kantor Dinas Perpustakaan Dan Kearsipan Sulawesi Tenggara belum dapat digunakan secara maksimal oleh masyarakat khususnya di Sulawesi Tenggara. Hal ini dapat terlihat dengan masih kurangnya minat masyarakat untuk memanfaatkan fasilitas kantor Dinas Perpustakaan Dan Kearsipan Sulawesi Tenggara.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif yang diperoleh dari informasi atau fakta yang diperoleh melalui pengamatan atau penelitian di lapangan yang bisa dianalisis dalam rangka memahami sebuah fenomena atau untuk mendukung sebuah teori (Hadi, 2016).

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu observasi, wawancara dan dokumentasi. Sedangkan teknik analisis data yang digunakan yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data (data display), dan conclusion drawing/verification

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Keadaan Koleksi Dinas Perpustakaan Dan Kearsipan Sulawesi Tenggara

Keadaan koleksi merupakan syarat mutlak dalam pelayanan perpustakaan yang harus senantiasa menjadi perhatian baik dalam jumlah maupun kemutakhiran kandungan informasi yang ada didalamnya. Tanpa adanya koleksi yang baik dan memadai, perpustakaan tidak akan memberikan layanan yang baik kepada masyarakat secara meluas dan memadai kepada pemustakanya. Sehingga pengadaan koleksi setiap tahunnya untuk mengejar koleksi yang setiap saat mengalami perkembangan dan perubahan di berbagai bidang.

Berikut ini merupakan tabel perkembangan koleksi bahan pustaka yang terdapat di dinas perpustakaan dan kearsipan sulawesi tenggara.

Tabel 4.1 Perkembangan Koleksi Bahan Pustaka 2022

No	Bulan	Koleksi	Eksamplar
1	Oktober	23.179	64.069
2	November	23.959	66.827
3	Desember	24.243	67.214

Sumber : Laporan Data Statistik Dinas Perpustakaan Dan Kearsipan Sulawesi Tenggara, 2022.

B. Layanan Dinas Perpustakaan Dan Kearsipan Sulawesi Tenggara

Sistem layanan yang berlaku dan di berikan oleh dinas perpustakaan dan kearsipan sulawesi tenggara adalah sistem terbuka (*open acces*) sehingga pemustaka dapat langsung mencari koleksi yang di perlukan untuk di baca atau di pinjam.

Dalam layanan perpustakaan masih dominan bersifat manual dan belum banyak banyak menerapkan sistem automasi atau digital. Layanan yang menerapkan sistem digital / automasi hanya pada pencarian buku melalui katalog online, itupun deskriptif buku yang terdapat dalam katalog online biasanya kurang tepat dengan apa yang ada di rak atau ketidaksesuaian antara letak buku yang ada di katalog online dengan yang ada di rak.

Pelayanan di berikan setiap hari kerja yaitu enam hari dalam seminggu. Untuk lebih jelas liat tabel di bawah ini.

Tabel 4.2 Jam Layanan Dinas Perpustakaan Dan Kearsipan Sulawesi Tenggara

Hari	Jam
SENIN - KAMIS	08.00 - 16.00 WITA
ISTIRAHAT	12.00 - 13.00 WITA
JUMAT	08.00 - 16.00 WITA
ISTIRAHAT	11.30 - 13.00 WITA
SABTU	08.00 - 15.00 WITA
ISTIRAHAT	11.30 - 13.00 WITA

Sumber : Laporan Data Statistik Dinas Perpustakaan Dan Kearsipan Sulawesi Tenggara, 2023.

C. Strategi Sosial Marketing Dinas Perpustakaan Dan Kearsipan Sulawesi Tenggara

Dinas perpustakaan dan kearsipan Provinsi Sulawesi Tenggara memiliki Visi Mewujudkan dan memberdayakan perpustakaan sebagai wahana belajar sepanjang hayat menuju masyarakat cerdas. Kampanye ini untuk meningkatkan kesadaran membaca bagi masyarakat Indonesia khususnya daerah Sulawesi Tenggara yang masih tergolong rendah dan berusaha untuk mengubah pola pikir dan perilaku masyarakat agar meningkatkan kesadaran membaca. Dalam melaksanakan kegiatan tersebut dilakukan pengenalan perpustakaan kepada masyarakat serta mengembangkan dan membina perpustakaan

1. Tujuan Sosial

Tujuan sosial adalah tujuan yang ingin dicapai melalui kampanye sosial marketing. Tujuan sosial biasanya terkait dengan perubahan perilaku atau pola pikir masyarakat yang diinginkan oleh pihak pengiklan. Tujuan sosial yang dimiliki perpustakaan adalah meningkatkan minat baca masyarakat, meningkatkan akses masyarakat ke perpustakaan, memperkenalkan layanan digital, meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya literasi informasi, dan menyediakan sumber informasi tentang isu-isu sosial.

Dinas Perpustakaan Dan Kearsipan Sulawesi Tenggara memiliki tujuan sosial untuk meningkatkan minat baca masyarakat, meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya literasi informasi, meningkatkan kesadaran akan pentingnya ilmu pengetahuan. Perpustakaan berharap dengan adanya peningkatan kualitas perpustakaan bisa mengubah pola pikir dan perilaku masyarakat agar tertarik untuk berkunjung ke perpustakaan.

2. Target Audiens

Strategi sosial marketing perpustakaan dapat diidentifikasi dengan mengidentifikasi target audiens yang ingin di capai. Untuk memahami kebutuhan dan minat masing-masing target audiens untuk menyesuaikan pesan dan konten sosial yang akan disampaikan agar sesuai dengan tujuan yang di inginkan.

Target audiens perpustakaan untuk meningkatkan minat baca dan pengunjung adalah PAUD, SD,SMP, dan SMA para pelajar mahasiswa, pemerintah, pemerhati atau komunitas perpustakaan dan kelompok-kelompok membaca dan masyarakat pada umumnya. Mahasiswa atau pelajar adalah salah satu target utama perpustakaan. Mereka adalah pengguna aktif yang memerlukan sumber daya untuk menyelesaikan tugas-tugas akademik mereka. Penting juga untuk memahami karakteristik masing-masing target audiens agar pesan dan konten yang akan di promosikan sesuai dengan tujuan yang di inginkan.

3. Posisi Dan Pesan

Posisi sosial marketing perpustakaan adalah untuk mempromosikan dan membantu masyarakat memahami nilai penting dari perpustakaan. Tujuannya adalah untuk meningkatkan penggunaan perpustakaan dan memperluas pengaruhnya dalam masyarakat.

Pesan strategi sosial marketing perpustakaan harus menekankan pentingnya membaca dan mengakses sumber daya informasi. Pesan ini juga dapat menyoroti manfaat perpustakaan seperti akses gratis ke koleksi buku dan sumber daya elektronik, ruang studi dan konseling referensi, dan program-program pendidikan dan kebudayaan.

Untuk menyosialisasikan promosi kampanye Dinas Perpustakaan Dan Kearsipan Sulawesi Tenggara kemasyarakat posisi perpustakaan harus jelas yaitu sebagai tempat belajar, tempat untuk menyediakan akses informasi dan sebagai tempat rekreasi. Perpustakaan harus memiliki keunikan tersendiri di benak masyarakat Dinas Perpustakaan Dan Kearsipan Sulawesi Tenggara berperan penting dalam mendukung pembelajaran dan pendidikan masyarakat ini

termasuk menyediakan bahan bacaan untuk siswa dan mahasiswa serta menyediakan ruang studi yang nyaman untuk belajar dan melakukan penelitian, pengembangan literasi dan budaya membaca perpustakaan sering kali menyelaraskan program-program kegiatan membaca untuk mendorong minat baca masyarakat, tempat konservasi dan pelestarian bahan pustaka perpustakaan bertanggung jawab untuk menjaga dan melestarikan bahan pustaka agar tetap diakses oleh generasi mendatang. Ini melibatkan perawatan buku, pengarsipan dokumen dan kegiatan restorasi untuk memastikan keberlanjutan bahan pustaka dan menyediakan layanan informasi. Pesan yang di keluarkan Dinas Perpustakaan Dan Kearsipan Sulawesi Tenggara adalah “Membaca, Menjadikan Anda Berkualitas Dan Bijaksana”, “Perpustakaan Adalah Tempat Yang Tepat Untuk Mencari Inspirasi Dan Sumber Ide Kreativitasmu”.

4. Implementasi Kampanye

Implementasi kampanye dari strategi *sosial marketing* dilakukan dengan cara *roadshow* untuk meyakinkan mindset masyarakat mengenai bergunanya program-program perpustakaan. Acara *roadshow* ini di kemas dalam bentuk publikasi yang bersifat edukasi entertainment, karena dalam setiap kegiatannya memberi pemahaman arti penting perpustakaan dan pentingnya peningkatan literasi.

Pelaksanaan strategi *sosial marketing* Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Sulawesi Tenggara adalah dengan cara *roadshow* dengan mengadakan kegiatan seperti perlombaan untuk anak-anak dari TK/PAUD sampai SMA. Seperti lomba mewarnai, lomba mengarang atau lomba bercerita, lomba mengulas buku. Bazar buku dan pameran perpustakaan dan perpustakaan membuka kunjungan atau tour dari sekolah-sekolah luar daerah untuk berkunjung ke perpustakaan.

Pelaksanaan strategi *sosial marketing* Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Sulawesi Tenggara adalah dengan cara *roadshow* dengan mengadakan kegiatan seperti perlombaan untuk anak-anak dari TK/PAUD sampai SMA. Seperti lomba mewarnai, lomba mengarang atau lomba bercerita, lomba mengulas buku. Bazar buku dan pameran perpustakaan dan perpustakaan membuka kunjungan atau tour dari sekolah-sekolah luar daerah untuk berkunjung ke perpustakaan, dengan memanfaatkan koleksi-koleksi yang dimiliki perpustakaan dengan menginformasikan kemasyarakat melalui sosial media sehingga dapat memudahkan pengunjung dalam mencari referensi, menyiapkan perpustakaan keliling bagi warga berupa mobil perpustakaan keliling. perpusda telah memberikan bantuan mobil perpustakaan keliling (MPK) sebanyak 2 unit. ukuran mobil MPK yang seukuran mobil minibus kijang yang menjadikannya dapat leluasa dan lebih mudah untuk menjangkau ke pelosok-pelosok daerah pedesaan terpencil. Sikap masyarakat terhadap seluruh rangkaian acara tersebut mendapat sambutan baik dari masyarakat bahkan masyarakat mengharapkan acara yang serupa rutin diadakan setiap tahunnya.

5. Evaluasi Dan Perbaikan

Dalam melakukan evaluasi strategi sosial marketing perpustakaan, penting untuk mengukur dampak jangka panjang dari strategi tersebut. Hal ini dapat membantu perpustakaan untuk menentukan apakah strategi tersebut memberikan manfaat jangka panjang bagi anggota dan apakah perlu dilakukan penyesuaian atau perubahan pada strategi yang sedang dilakukan.

Target yang di tuju dalam sosialisasi kampanye selain pada pemerintah daerah juga kepada budayawan, pemerhati perpustakaan, pustakawan, pengiat perpustakaan atau taman baca masyarakat, guru, mahasiswa, dan masyarakat. Untuk mengefektifkan pesan-pesan kampanye hingga ke masyarakat pelosok, pihak perpusnas juga berkoordinasi dengan pejabat hingga

tingkat kecamatan dan kelurahan agar warga dapat menerima informasi sehingga mereka dapat berpartisipasi dalam kegiatan acara.

Untuk mendapatkan dukungan penuh dari pemerintah pihak perpustakaan dalam setiap rapat koordinasi menghimbau agar kepala daerah (Bupati/Walikota) untuk memperhatikan perpustakaan sebagai sarana belajar di luar sektor formal (sekolah) hingga ke daerah pelosok dan terluar. Perpustakaan berperan sebagai penjamin distribusi segala ilmu pengetahuan dan informasi agar kepala daerah dapat memprioritaskan anggaran daerahnya untuk pengembangan di bidang perpustakaan. Keberhasilan ini di tandai dengan sebagian kepala daerah yang menyadari arti penting perpustakaan untuk memajukan kehidupan masyarakatnya sehingga jatah APBD perpustakaan meningkat tiap tahunnya.

Evaluasi terhadap program-program yang telah di laksanakan melalui saran dan kritikan dari peserta maupun dari Dinas Perpustakaan Dan Kearsipan Sulawesi Tenggara sebagai pelaksana kegiatan termasuk EO penyelenggara kegiatan. Perpustakaan juga secara konsisten melakukan promosi maupun acara sosialisasi agar selalu tertanam di benak masyarakat akan pentingnya perpustakaan maupun kegemaran membaca dalam kegiatan sehari-hari.

4. KESIMPULAN

Dalam menjalankan strategi *sosial marketing*, Dinas Perpustakaan Dan Kearsipan Sulawesi Tenggara menggunakan 5 konsep yaitu: 1) Tujuan sosial, tujuan sosial yang dimiliki perpustakaan adalah meningkatkan minat baca masyarakat, meningkatkan akses masyarakat ke perpustakaan, memperkenalkan layanan digital, meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya literasi informasi, dan menyediakan sumber informasi tentang isu-isu sosial. 2) Target audiens, target audiens perpustakaan untuk meningkatkan minat baca dan pengunjung adalah PAUD, SD, SMP, dan SMA para pelajar mahasiswa, pemerintah, pemerhati atau komunitas perpustakaan dan kelompok-kelompok membaca dan masyarakat pada umumnya. 3) Posisi dan pesan, Dinas Perpustakaan Dan Kearsipan Sulawesi Tenggara berperan penting dalam mendukung pembelajaran dan pendidikan masyarakat, pengembangan literasi dan budaya membaca, posisi perpustakaan sebagai tempat konservasi dan pelestarian bahan pustaka dan menyediakan layanan informasi. 4) Implementasi kampanye, pelaksanaan strategi *sosial marketing* Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Sulawesi Tenggara adalah dengan cara roadshow dengan mengadakan kegiatan seperti perlombaan untuk anak-anak dari TK/PAUD sampai SMA. Seperti lomba mewarnai, lomba mengarang atau lomba bercerita, lomba mengulas buku. Bazar buku dan pameran perpustakaan dan perpustakaan membuka kunjungan atau tour dari sekolah-sekolah luar daerah untuk berkunjung ke perpustakaan, dengan memanfaatkan koleksi-koleksi yang dimiliki perpustakaan dengan menginformasikan kemasyarakatan melalui sosial media sehingga dapat memudahkan pengunjung dalam mencari referensi, menyiapkan perpustakaan keliling bagi warga berupa mobil perpustakaan keliling. 5) Evaluasi dan perbaikan, Dinas Perpustakaan Dan Kearsipan Sulawesi Tenggara mengevaluasi terhadap program-program yang telah di laksanakan melalui saran dan kritikan dari peserta maupun dari Dinas Perpustakaan Dan Kearsipan Sulawesi Tenggara sebagai pelaksana kegiatan termasuk EO penyelenggara kegiatan. Perpustakaan juga secara konsisten melakukan promosi maupun acara sosialisasi agar selalu tertanam di benak masyarakat akan pentingnya perpustakaan maupun kegemaran membaca dalam kegiatan sehari-hari.

DAFTAR PUSTAKA

- Hadi, S. (2016). Pemeriksaan Keabsahan Data Penelitian Kualitatif Pada Skripsi. *Jurnal Ilmu Pendidikan*, 22(1), 76.
- Hafiah. (2009). Pengantar Layanan Perpustakaan. Padang :Pustakainfo.
- Handayani, R. (2015). Personal Branding Pustakawan Di Perpustakaan. *Pustakaloka*, 7(1), 101-110.
- Hendro, I. (2011). Dasar-dasar kewirausahaan. *Jakarta: Penerbit Erlangga*.
- Heradiansyah, M. I., Kunang, S. O., & Akbar, M. (2014). It strategy alignment in university using it balanced scorecard framework. *Advanced Science Letters*, 20(10-12), 2038-2041.
- Indrawati, J. K. (2013). *Analisis Faktor Kesulitan Guru Bidang Studi Ekonomi Dalam Pelaksanaan Pembelajaran Kurikulum 2013*. 1-8.
- Kartajaya, H. (2007). *Hermawan kartajaya on marketing mix*. Mizan Pustaka.
- Lapod, J. (2016). Analisis Penentuan Strategi Dalam Lingkungan Bisnis Yang Kompetitif Studi Kasus Pada PT. Pelindo IV (Persero). *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen*, 4(1), 33-48.
- Lasa. (2007). *Manajemen Perpustakaan Sekolah*. Pinus: Yogyakarta
- Lestari, C. (2014). *PENGARUH SOSIAL MARKETING CAMPAIGN TERHADAP PROSES PENGAMBILAN KEPUTUSAN UNTUK MENJADI DONATUR GREENPEACE INDONESIA: Survei kepada Donatur Greenpeace Indonesia* (Doctoral dissertation, Universitas Pendidikan Indonesia).
- Manap, A. (2016). *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Jakarta: mitrawacana media.
- Nasrullah, W. S. (2011). *Public Relations 2.0 Teori dan Praktik Public Relations di Era Cyber*.
- Pella, D. A., Sumarwan, U., Daryanto, A., & Kirbrandoko, K. Model Implementasi Strategi sebagai Determinan Kinerja Perusahaan. *Journal of Technology Management*, 12(1), 117700.
- Saiman, L. (2015). *Kewirausahaan*. Jakarta :Salemba Empat, Edisi 2
- Sofjan, A. (2013). *Strategic Management, Sustainable Competitive Advantages*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Sumarno, S. (2011). *Implementasi Manajemen Kepemimpinan Kepala Sekolah Dalam Meningkatkan Kinerja Di Smp Muhammadiyah 3 Medan Selayang* (Doctoral dissertation, Pascasarjana UIN-SU).
- Swastha, B., & Handoko, T. H. (2002). *Manajemen pemasaran. Edisi Kedua. Cetakan Kedelapan*. Jakarta: Penerbit Liberty.
- Wheelen dkk, *Manajemen Strategi* (Yogyakarta: Andi, 2012), 53-65.