

Partisipasi komunitas dalam kegiatan promosi: studi kasus perpustakaan pendidikan nasional

Citra Octaviana, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20159908&lokasi=lokal>

Abstrak

Promosi merupakan hal yang harus dilakukan di perpustakaan untuk memperkenalkan jasa yang ditawarkannya. Salah satu metode promosi yang dilakukan Perpustakaan Diknas adalah dengan melakukan kerjasama kemitraan dengan komunitas literasi yang mempunyai visi dan misi yang sama dengan Perpustakaan Diknas. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi bentuk partisipasi komunitas dalam kegiatan promosi yang dilakukan Perpustakaan Diknas. Partisipasi tersebut dihubungkan dengan bauran promosi yang terdiri dari publisitas, penjualan perorangan (personal selling), promosi penjualan (sales promotion), direct marketing, dan periklanan (advertising). Penelitian ini juga mengidentifikasi apakah partisipasi yang dilakukan dapat berperan dalam mempromosikan perpustakaan ke kalangan masyarakat yang lebih luas. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan kuesioner dan metode sample yang digunakan adalah accidental sampling. Kuesioner disebarkan kepada anggota dari tiga komunitas, yaitu Britzone Library@Senayan Speaking Club, Komunitas Athenaeum Light Indonesia, dan Eorlingas The Tolkien Indonesian Society. Hasil penelitian menunjukkan bahwa bentuk partisipasi yang paling banyak dilakukan adalah promosi dari mulut ke mulut (word of mouth) yang