

## Strategi promosi taman bacaan masyarakat (TBM) kampung buku, Cibubur = Promotion strategy of taman bacaan masyarakat (TBM) kampung buku, Cibubur

Ery Meirani, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20440371&lokasi=lokal>

---

### Abstrak

Penelitian ini membahas tentang strategi promosi Taman Bacaan Masyarakat (TBM) Kampung Buku di Cibubur, Jakarta Timur. Tujuan penelitian adalah mendeskripsikan strategi promosi apa saja yang dilakukan oleh TBM Kampung Buku dan faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi TBM Kampung Buku Cibubur dalam mempromosikan jasa, layanan, kegiatan dan fasilitas yang ada di dalamnya. Penelitian ini tersebut meliputi rencana, tujuan, strategi dan taktik yang dilakukan oleh TBM Kampung Buku serta faktor-faktor apa saja yang mempengaruhinya, juga sedikit menambahkan teori bauran promosi yang meliputi periklanan, promosi penjualan, penjualan perorangan dan interactive/internet marketing.

Penelitian ini menggunakan metode studi kasus dengan pendekatan kualitatif. Data yang dikumpulkan berasal dari kegiatan observasi dan wawancara dengan lima informan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa TBM Kampung Buku telah melakukan strategi promosi yang unik dan berbeda dengan yang lainnya guna menarik perhatian masyarakat untuk mengetahui keberadaan dari TBM Kampung Buku ini, selain menggunakan strategi promosi mereka juga melakukan bauran promosi periklanan, promosi penjualan, penjualan perorangan dan pemasaran media interaktif. Waktu, desain, dana dan sumber daya manusia (SDM) merupakan faktor yang mempengaruhi kegiatan promosi di TBM Kampung Buku.

.....The research discusses the promotion strategy of Taman Bacaan Masyarakat (TBM) Kampung Buku, Cibubur. The purpose of the research is to described promotion strategy in promoting services, service, activities and facilities TBM Kampung Buku as well as understand the factors that influence it. This research include a plan, objectives, strategy and tactics as well as what factors are affected, also promotion mix theory used is advertising, sales promotion, personal selling and interactive marketing.

This research is using case study method with qualitative approaches. Data collected comes from observation and interviews with five informants.

The results showed that TBM Kampung Buku have been doing promotion strategy which is unique and different from the other in order to attract the attention of the public to know the existence of TBM Kampung Buku, besides using the promotion strategy they also does a promotion mix are advertising, sales promotion, personal selling and marketing of interactive media. Time, design, funding and human resources (HR) is a factors affecting promotion activities at TBM Kampung Buku.