



**UNIVERSITAS INDONESIA**



**PROMOSI PORTAL GARUDA: STUDI KASUS DI  
PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS INDONESIA**

**SKRIPSI**

**YULIANA  
0606090770**

**FAKULTAS ILMU PENGETAHUAN BUDAYA  
PROGRAM STUDI ILMU PERPUSTAKAAN DAN INFORMASI  
DEPOK  
JULI 2010**



**UNIVERSITAS INDONESIA**

**PROMOSI PORTAL GARUDA: STUDI KASUS DI  
PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS INDONESIA**

**SKRIPSI**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana**

**YULIANA  
0606090770**

**FAKULTAS ILMU PENGETAHUAN BUDAYA  
PROGRAM STUDI ILMU PERPUSTAKAAN DAN INFORMASI  
DEPOK  
JULI 2010**

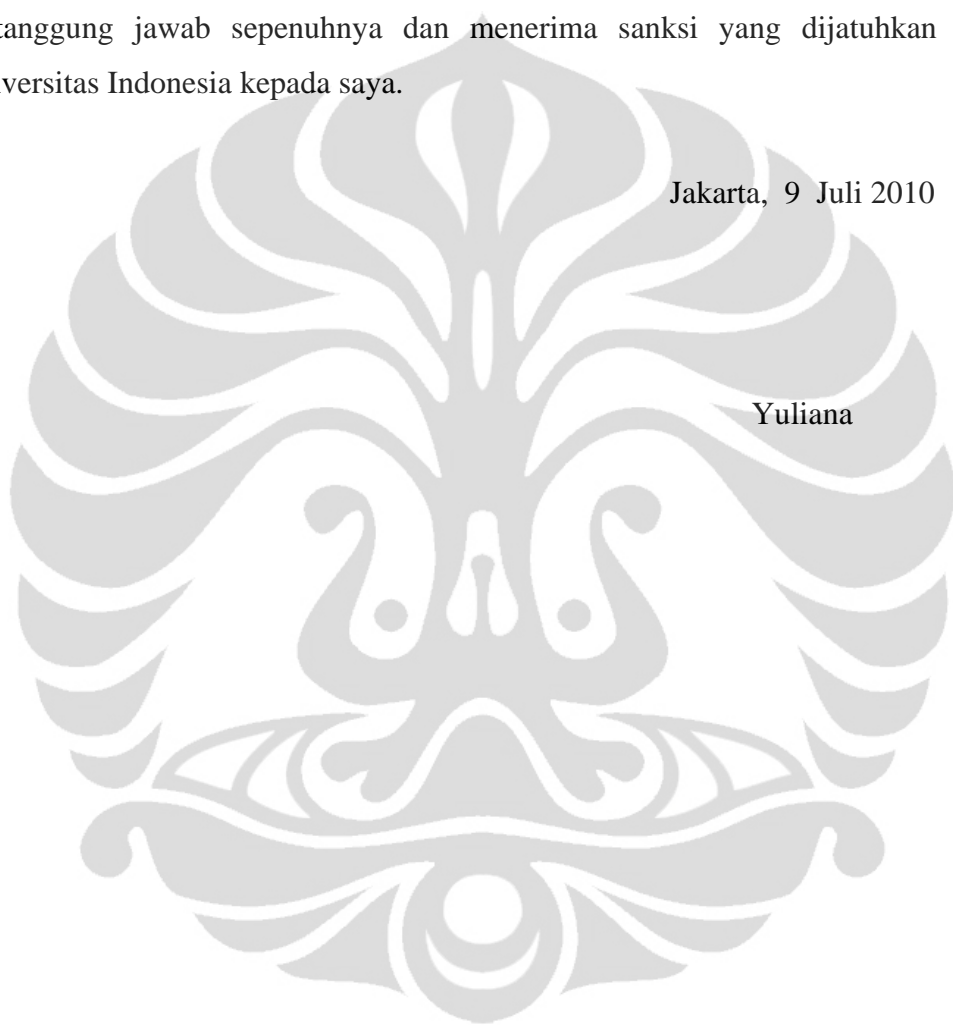
## **SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini dengan sebenarnya menyatakan bahwa skripsi ini saya susun tanpa tindakan plagiarisme sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Indonesia.

Jika di kemudian hari ternyata saya melakukan tindakan Plagiarisme, saya akan bertanggung jawab sepenuhnya dan menerima sanksi yang dijatuhkan oleh Universitas Indonesia kepada saya.

Jakarta, 9 Juli 2010

Yuliana



## **SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS**

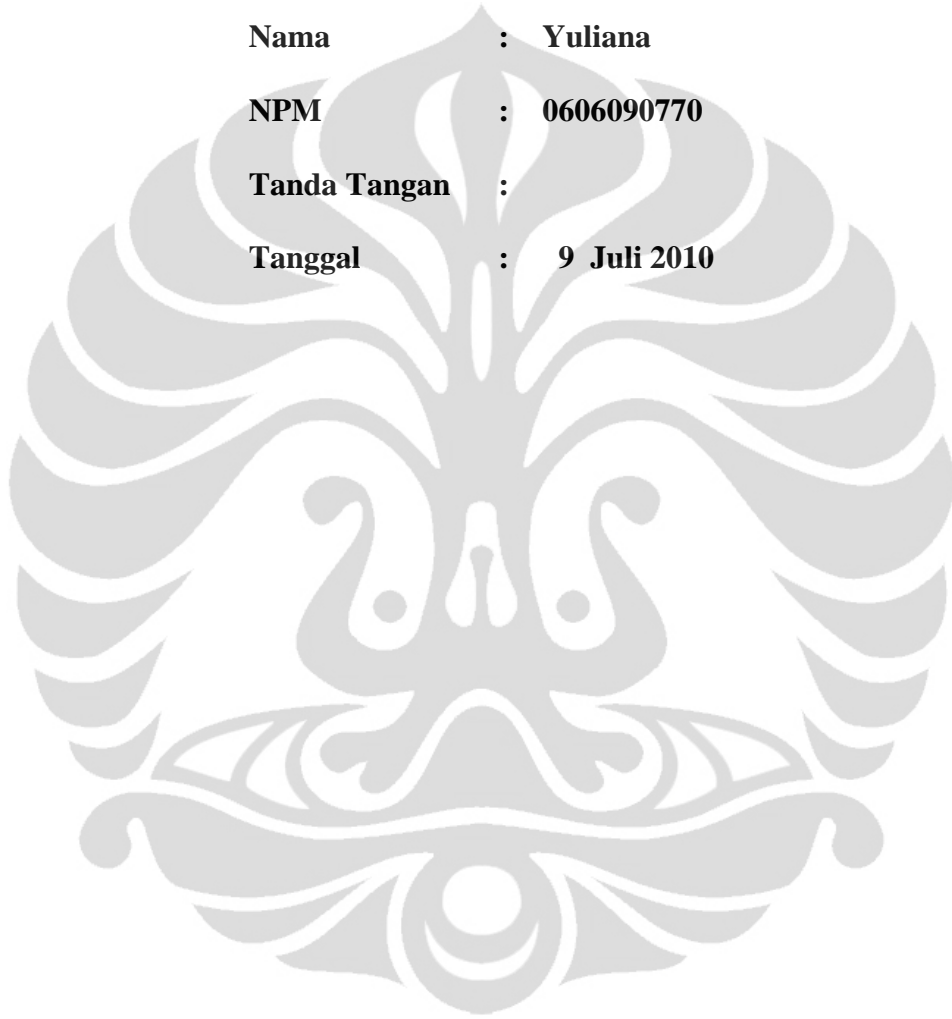
**Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri,  
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk  
telah saya nyatakan dengan benar**

**Nama : Yuliana**

**NPM : 0606090770**

**Tanda Tangan :**

**Tanggal : 9 Juli 2010**



## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang diajukan oleh :  
Nama : Yuliana  
NPM : 0606090770  
Program Studi : Ilmu Perpustakaan  
Judul : Promosi Portal GARUDA: Studi Kasus di  
Perpustakaan Universitas Indonesia


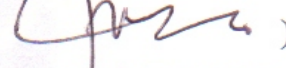
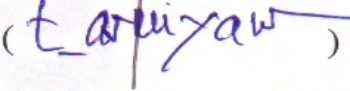
**ini telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Humaniora pada Program Studi Ilmu Perpustakaan Fakultas Ilmu Pengetahuan Budaya, Universitas Indonesia**

## DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Yohanes Sumaryanto, Dip.lib, M.Hum.

Penguji : Dra. Luki Wijayanti, SIP., M.Si.

Penguji : Taufik Asmiyanto, M.Si.

()  
()  
()

Ditetapkan di : Depok  
Tanggal : 16 Juli 2010

oleh

Dekan Fakultas Ilmu Pengetahuan Budaya  
Universitas Indonesia

  
Dr. Bambang Wibawarta  
NIP. 196510231990031002

## KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, Allah SWT karena sampai saat ini telah diberikan nikmat sehat sehingga dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan baik. Tujuan dari penulisan skripsi ini adalah dalam rangka mendapatkan gelar Sarjana Humaniora Program Studi Ilmu Perpustakaan Fakultas Ilmu Pengetahuan Budaya Universitas Indonesia. Dalam proses penulisan skripsi ini, peneliti melibatkan banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Tanpa bantuan dari semua pihak tersebut sangat mustahil untuk menyelesaikan skripsi ini. Untuk itu tidak lupa saya ucapkan terima kasih kepada:

- 1) Bapak Yohanes Sumaryanto, Dip.lib, M.Hum, selaku dosen pembimbing yang dengan begitu sabar membimbing dan telah banyak meluangkan waktu untuk membantu peneliti menyusun skripsi ini.
- 2) Ibu Dra. Luki Wijayanti, SIP., M.Si. dan bapak Taufik Asmiyanto, M.Si., selaku pembaca dan penguji yang memberikan masukan kepada peneliti dalam penyusunan skripsi ini.
- 3) Kepala Perpustakaan Universitas Indonesia, Tim Pengembang Portal GARUDA, dan Pustakawan, yang telah banyak membantu saya untuk mengumpulkan data dan informasi untuk kepentingan skripsi.
- 4) Amang, Mama, ka' Ita, bang Obe dan keluarga besar, yang telah memberikan semangat dan do'a untuk peneliti agar menyelesaikan skripsi ini dengan hasil yang memuaskan.
- 5) Teman-teman seperjuangan JIP 06, yang selama kurang lebih 4 tahun yang telah berbagi suka duka dalam menjalani tugas dan kegiatan kampus bersama-sama. Berhasil menjadi Juara Pertama Petang Kreatif dan membuat acara Pelepasan Wisuda, Buka Puasa Bersama, *Sahur on the Road*, Jumpa Kerabat, dan UI BookFest 2010. *I have such a great time with you, guys!*
- 6) Keluarga besar IMASIP FIB UI, yang turut memberikan semangat secara langsung maupun tidak langsung kepada peneliti.

Akhirnya, saya hanya bisa berdoa agar Allah SWT membalas kebaikan kalian semua. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan selanjutnya.

Jakarta, 9 Juli 2010

Penulis





**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

---

---

Sebagai sivitas akademik Universitas Indonesia, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Yuliana  
NPM : 0606090770  
Program Studi : Ilmu Perpustakaan  
Departemen : Ilmu Perpustakaan dan Informasi  
Fakultas : Ilmu Pengetahuan Budaya  
Jenis karya : Skripsi

demikian demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Indonesia **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

Promosi Portal GARUDA: Studi Kasus di Perpustakaan Universitas Indonesia. beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Indonesia berhak menyimpan, mengalihmediakan/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*data base*), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 9 Juli 2010

Yang menyatakan

Yuliana



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
<b>SURAT PENYATAAN BEBAS PLAGIARISME.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....</b>	<b>iii</b>
LEMBAR PENGESAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	vii
ABSTRAK.....	viii
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>ix</b>
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
<b>BAB 1 PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat.....	4
1.4.1 Manfaat Akademik.....	4
1.4.2 Manfaat Praktis.....	4
1.5 Metodologi Penelitian.....	4
1.5.1 Teknik Pengumpulan Data.....	5
1.6 Sistematika Penulisan.....	5
<b>BAB 2 TINJAUAN LITERATUR.....</b>	<b>6</b>
2.1 Konsep dan Bauran Promosi Informasi.....	6
2.2 Promosi.....	8
2.2.1 Pengertian Promosi.....	8
2.2.2 Bauran Promosi.....	10
2.2.2.1 Periklanan.....	10
2.2.2.2 Penjualan Perorangan.....	11
2.2.2.3 Promosi Penjualan.....	11
2.2.2.4 Publisitas.....	11
2.2.2.5 Pemasaran Langsung.....	12
2.2.3 Metode Promosi.....	12
2.2.4 Tujuan Promosi.....	16
2.3 Jaringan.....	17
2.3.1 Definisi Jaringan Perpustakaan.....	17
2.3.2 Alasan Pembentukan Jaringan Perpustakaan.....	17
2.3.3 Komponen Jaringan.....	21
2.3.4 Bentuk Jaringan.....	23
2.3.5 Manfaat Jaringan Perpustakaan.....	26
2.4 Portal.....	27
<b>BAB 3 METODE PENELITIAN.....</b>	<b>28</b>
3.1 Pendekatan Penelitian.....	28
3.2 Metode Penelitian.....	28

3.3 Pemilihan Informan.....	29
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	29
3.4.1 Observasi.....	29
3.4.2 Wawancara.....	30
3.4.3 Analisis Dokumen.....	30
3.5 Analisis Data.....	30
3.6 Keabsahan Data.....	32
3.7. Tempat dan Waktu Penelitian.....	32
<b>BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>33</b>
4.1 Gambaran Umum Perpustakaan Universitas Indonesia sebagai Anggota Jaringan.....	33
4.1.1 Sejarah Singkat Perpustakaan Universitas Inndonesia.....	33
4.1.2 Fasilitas dan Layanan Perpustakaan.....	35
4.1.3 Awal Pembentukan Jaringan GARUDA.....	36
4.1.4 Perpustakaan Universitas Indonesia sebagai Anggota Jaringan GARUDA.....	39
4.2 Profil Informan.....	41
4.3 Promosi Portal.....	42
4.3.1 Promosi Portal Bersama dengan Kontributor Lainnya.....	42
4.3.2 Promosi Portal untuk Pemustaka UI.....	44
4.3.3 Tujuan Promosi Portal GARUDA.....	46
4.3.4 Metode Promosi Portal GARUDA.....	48
4.3.4.1 Poster.....	49
4.3.4.2 Panji ( <i>Banner</i> ).....	50
4.3.4.3 Spanduk.....	50
4.3.4.4 Pembatas Buku ( <i>Bookmark</i> ).....	51
4.3.4.5 Brosur.....	52
4.3.4.6 Pelatihan Pemakai.....	53
4.3.6 Manfaat Promosi Portal.....	56
4.4 Kendala Promosi Portal GARUDA.....	59
<b>BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>62</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>65</b>

## DAFTAR TABEL

- Tabel 4.1 Struktur Kerjasama Garuda  
Tabel 4.2 Kontributor GARUDA 2009  
Tabel 4.3 Jumlah Informan  
Tabel 4.4 Jumlah Alat promosi portal GARUDA



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Poster di pintu masuk-keluar Perpustakaan UI Gedung B

Gambar 4.2 Panji (*Banner*) di selasar Perpustakaan UI Gedung A

Gambar 4.3 Pembatas Buku *Bookmark*

Gambar 4.4 Panduan Pengguna Portal GARUDA

Gambar 4.5 Panduan Kontributor Portal GARUDA



## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Pedoman Wawancara
- Lampiran 2. Reduksi Transkrip Wawancara
- Lampiran 3. Observasi



## ABSTRAK

Nama : Yuliana  
Program Studi : Ilmu Perpustakaan  
Judul : Promosi Portal GARUDA: Studi Kasus di Perpustakaan  
Universitas Indonesia

Skripsi ini membahas kegiatan promosi portal GARUDA yang dilakukan oleh perpustakaan Universitas Indonesia. Penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan metode studi kasus. Hasil penelitian membahas tentang kegiatan promosi portal GARUDA yang dikaitkan dengan konsep, metode, manfaat dan kendala pada jaringan perpustakaan. Penelitian juga menyarankan agar kegiatan promosi portal GARUDA di perpustakaan Universitas Indonesia melalui pelatihan literasi informasi lebih diintensifkan agar visi dan misi dari jaringan berhasil dicapai.

Kata kunci:  
Promosi, Jaringan Perpustakaan

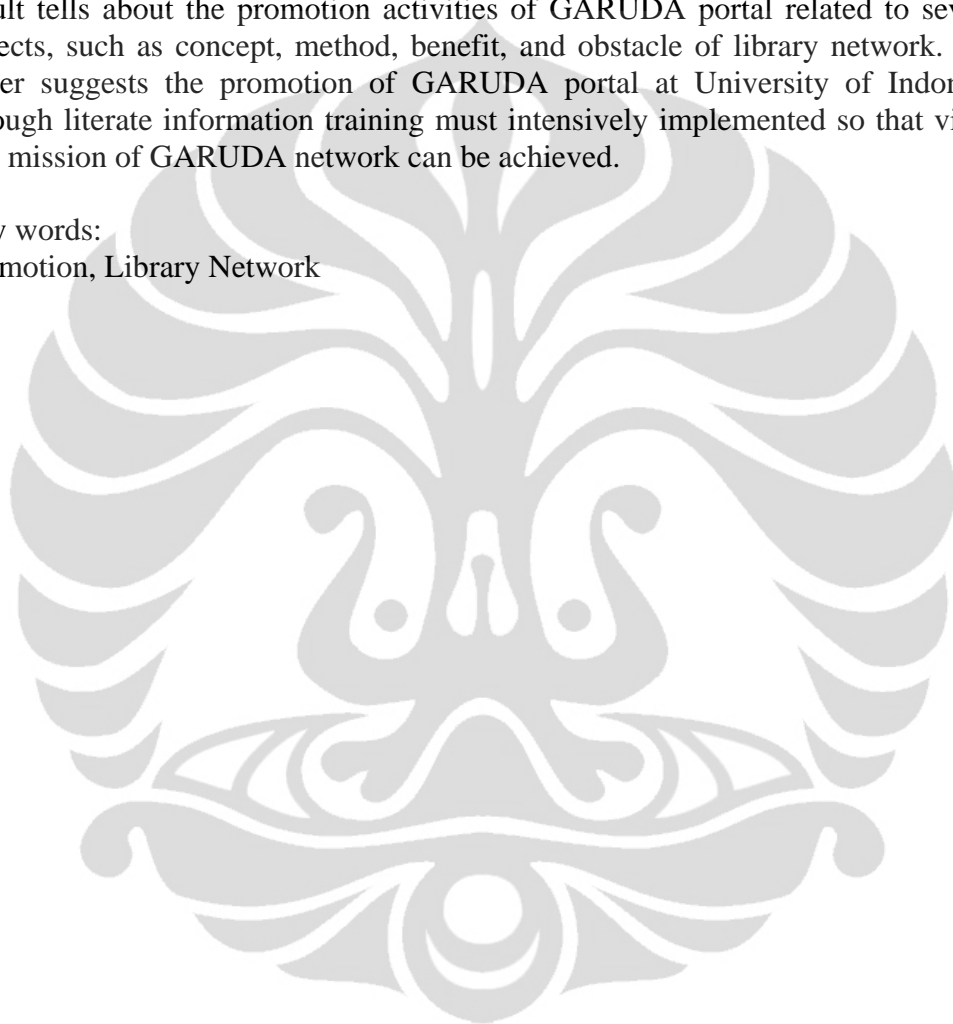


## ABSTRACT

Name : Yuliana  
Study Program: Library Science  
Title : Promotion of GARUDA Portal: Case Study in University of  
Indonesia Library

This paper is about the activity of promotion of GARUDA portal at University of Indonesia. This paper is using qualitative research in case study method. The result tells about the promotion activities of GARUDA portal related to several aspects, such as concept, method, benefit, and obstacle of library network. This paper suggests the promotion of GARUDA portal at University of Indonesia through literate information training must intensively implemented so that vision and mission of GARUDA network can be achieved.

Key words:  
Promotion, Library Network





# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Penelitian

Kebutuhan akan sumber informasi terus meningkat bersamaan dengan perkembangan informasi dan teknologi informasi. Teknologi informasi telah mempermudah penyebaran dan akses informasi untuk aktivitas pendidikan, kegiatan penelitian, dan pengembangan. Akses untuk mendapatkan sumber informasi di lembaga informasi seperti perpustakaan dan pusat dokumentasi berkembang dengan menggunakan sistem intranet maupun internet. Perpustakaan sebagai penyedia dan pengelola sumber informasi ikut serta berperan dalam memberikan akses ke sumber informasi bagi pemustaka.

Perpustakaan dalam menyalurkan informasi ke pemustaka perlu mengembangkan sistem layanan, antara lain dengan meningkatkan layanan pengelolaan sumber informasi dengan sistem yang lebih efisien. Perlu adanya wadah yang dibangun secara bersama-sama untuk menyediakan kebutuhan informasi dan meningkatkan pelayanan di perpustakaan dan lembaga pendidikan. Salah satu cara peningkatan layanan yang dilakukan oleh perpustakaan adalah bekerjasama dengan perpustakaan lain membuat suatu jaringan perpustakaan.

Usaha untuk membangun sistem jaringan yang dilakukan oleh pemerintah dimulai sejak 1970-an, pada bulan Juli 1971 di Bandung telah diselenggarakan lokakarya atau *workshop* jaringan perpustakaan, dokumentasi dan informasi. Hasil lokakarya menyebutkan 4 jaringan perpustakaan, dokumentasi dan informasi berdasarkan cakupan bidang atau disiplin ilmu. Keempat bidang tersebut, adalah: bidang iptek, biologi dan pertanian, kesehatan, dan sosial dan kemanusiaan. (Sulistyo-Basuki, 2005)

Pada tahun 2009, Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi (selanjutnya disebut Dikti) bekerjasama dengan PDI-LIPI membangun sebuah jaringan referensi ilmiah ke dalam suatu portal yang disebut Garda Referensi Ilmiah yang kemudian disebut,

GARUDA. Dikti bertugas untuk mengajak institusi/lembaga pendidikan, seperti universitas dan institusi/lembaga yang berkecimpung di bidang pendidikan dan pengembangan penelitian, agar turut menjadi penyedia hasil karya akhir sivitas akademika (skripsi/tesis/disertasi). Sedangkan, PDI-LIPI sebagai penyedia akses jurnal ilmiah. Para simpul jaringan GARUDA menjadi kontributor data bibliografi referensi ilmiah, seperti jurnal, prosiding, paten dan tugas akhir mahasiswa yang ditampilkan dalam portal GARUDA (<http://garuda.dikti.go.id>).

Perpustakaan Universitas Indonesia merupakan salah satu kontributor, yang mengirimkan karya sivitas akademiknya ke dalam portal GARUDA. Hal ini merupakan salah satu misi perpustakaan UI dalam menyediakan sumber informasi secara global dan langkah awal yang baik bagi perpustakaan Universitas Indonesia untuk menuju *world class library*. Seiring dengan misi mencapai *world class library* ini, perpustakaan dapat mengurangi praktek duplikasi penelitian bahkan plagiarisme di lingkungan Universitas Indonesia.

Salah satu faktor plagiarisme atau duplikasi penelitian sering terjadi karena karya penelitian tidak banyak diketahui para calon peneliti. Untuk mencegah plagiarisme dan duplikasi penelitian diperlukan akses ke penelitian-penelitian terdahulu. Pembuatan portal GARUDA merupakan langkah awal untuk menghindari plagiarisme dan langkah yang akan membantu peneliti pemula memetakan ide para peneliti pendahulu sekaligus belajar banyak hal dari apa yang mereka lakukan.

Disampaikan oleh Deffan dalam artikel tempointeraktif "*Plagiarisme Ilmiah Biasanya Terjadi di Program Master dan Doktor*," Profesor Aunu Rauf, seorang Guru Besar IPB menyatakan, kebanyakan karya ilmiah yang dijiplak adalah karya mahasiswa perguruan tinggi lainnya, yang kebetulan memiliki jurusan yang sama. Pelaku plagiat hanya mengganti lokasi penelitian sedangkan isi materi hampir sama. Untuk mengantisipasi hal ini Profesor Aunu Rauf menyarankan agar semua perguruan tinggi saling berkomunikasi. Melalui jaringan, perguruan tinggi secara tidak langsung akan saling berkomunikasi melalui sumber informasi. Prof. Dr. Aunu Rauf menambahkan bahwa perlunya ada sistem data hasil penelitian dan karya ilmiah mahasiswa maupun dosen yang dapat diakses oleh masyarakat untuk menghindari

plagiarisme. Semakin terbukanya informasi mengenai karya-karya ilmiah, maka bisa mencegah plagiarisme karya ilmiah.

Di sinilah peran portal GARUDA yang harus diperkenalkan kepada sivitas akademika yang akan menulis tugas akhir, tesis, maupun disertasi. Melalui kegiatan promosi, sivitas akademika akan dikenalkan mengenai bagaimana mendapatkan sumber informasi atau daftar acuan mengenai penelitian apa saja yang sudah pernah dilakukan. Promosi adalah kegiatan yang mengenalkan produk atau jasa kepada pemakai. Namun, dalam observasi awal, peneliti belum banyak menemukan sivitas akademika yang mengetahui tentang keberadaan portal GARUDA ini.

Demikian pula motif peneliti untuk mengangkat tema mengenai promosi jaringan perpustakaan GARUDA. Berkenaan dengan hal tersebut, peneliti tertarik untuk mengetahui lebih dalam tentang promosi portal GARUDA tersebut.

## **1.2 Perumusan Masalah**

Di era digital ini, perpustakaan berusaha meningkatkan pelayanan dengan memberikan kemudahan untuk mengakses sumber informasi bagi pemustaka. Perpustakaan Universitas Indonesia bergabung dan menjadi tim pelaksana dalam pengembangan portal jaringan GARUDA untuk memberikan akses sumber informasi lebih luas kepada sivitas akademika.

Peningkatan pelayanan yang diberikan tidaklah cukup jika tidak diperkenalkan manfaat dan kegunaannya kepada pemustaka. Mengenalkan, membujuk, dan mempengaruhi pemustaka untuk menggunakan portal jaringan GARUDA adalah kegiatan promosi. Perpustakaan Universitas Indonesia sebagai tim pengembang tentunya mempunyai kegiatan promosi yang dilakukan untuk mengajak perguruan tinggi di Indonesia agar ikut bergabung dan pemustaka agar menggunakan portal ini. Dalam penelitian ini peneliti berminat untuk mendalami kegiatan promosi yang dirumuskan dalam pertanyaan permasalahan, sebagai berikut:

1. Bagaimana kegiatan promosi portal GARUDA di perpustakaan Universitas Indonesia?

2. Apa saja kendala dalam melaksanakan kegiatan promosi portal GARUDA?

### **1.3 Tujuan penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan kegiatan promosi portal GARUDA dan kendala yang dihadapi di perpustakaan Universitas Indonesia.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Dalam penelitian ini dapat diperoleh manfaat, yang meliputi:

#### **1.4.1 Manfaat Akademik**

Penelitian ini menggambarkan kondisi dan praktik promosi dari portal GARUDA. Hasil penelitian ini diharapkan menambah pengetahuan baru di bidang promosi, sehingga memperluas pengetahuan kita tentang promosi. Penelitian ini juga bermanfaat sebagai sumber informasi untuk penelitian berikutnya.

#### **1.4.2 Manfaat Praktis**

Penelitian ini dapat dijadikan bahan masukan bagi pihak pengembang portal GARUDA dalam rangka meningkatkan strategi promosinya dan sebagai sumbangan dalam penentuan kebijakan program promosi.

### **1.5 Metodologi Penelitian**

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif yang menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif, peneliti bertujuan untuk menggambarkan kegiatan promosi portal GARUDA di perpustakaan Universitas Indonesia.

### 1.5.1 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini data dikumpulkan dengan menggunakan cara:

1. Observasi

Peneliti melakukan peninjauan secara cermat mengenai kegiatan informan untuk mendukung data wawancara.

2. Wawancara

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan wawancara kepada pengurus dan pengelola jaringan GARUDA guna memperoleh sumber informasi utama dalam penelitian ini.

3. Analisis Dokumen

Peneliti mencari teori-teori literatur dan dokumen tertulis dalam kajian promosi dan jaringan yang mendukung pokok penelitian ini.

### 1.6. Sistematika Penelitian

Penelitian ini disusun ke dalam lima bab, yaitu:

Bab 1 Pendahuluan, pembahasan mengenai latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metodologi penelitian, teknik pengumpulan data, daftar istilah, dan sistematika penelitian.

Bab 2 Tinjauan Litelatur, pembahasan mengenai konsep pemasaran, promosi, bauran promosi, metode promosi, tujuan promosi, pengertian jaringan, dibentuknya jaringan perpustakaan, komponen jaringan, manfaat jaringan, dan portal.

Bab 3 Metode Penelitian, pembahasan mengenai metode dan teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini.

Bab 4 Hasil Penelitian dan Pembahasan, pembahasan mengenai kegiatan promosi portal GARUDA, yang terdiri dari dua bagian yaitu, pelaksanaan penelitian dan analisis data.

Bab 5 Kesimpulan dan Saran. Kesimpulan ditarik berdasarkan data yang telah diolah, untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan yang telah dirumuskan. Sumbangan pemikiran yang menurut peneliti positif untuk tim pengembang portal GARUDA dalam mengembangkan kegiatan, dimasukkan kedalam bagian ini juga.

## BAB 2 TINJAUAN LITERATUR

### 2.1 Konsep dan Bauran Pemasaran

Konsep pemasaran sudah mulai diimplementasikan di organisasi nirlaba, seperti perpustakaan. Perpustakaan juga mengembangkan produk dan jasa berdasarkan kebutuhan yang teridentifikasi, informasi aktual dan untuk berkomunikasi atau menjelaskan kepada pelanggan tentang produk dan layanan baru. (Barwell, 1965 dalam Randall, 1993) menjelaskan konsep pemasaran, sebagai berikut:

Marketing concept is a philosophy, not a system of marketing or an organizational structure. It is founded on the belief that profitable sales and satisfactory returns on investment can only be achieved by identifying, anticipating and satisfying customer needs and desires – in that order. (Barwell, 1965)

Menurut pandangan Barwell, konsep pemasaran merupakan filosofi, bukan sistem atau struktur organisasi. Diperlukan keyakinan bahwa penjualan yang menguntungkan dan kembalinya investasi hanya dapat dicapai melalui gabungan dari identifikasi, antisipasi dan kepuasan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pengguna. Dengan kata lain, esensi pemasaran adalah mencari tahu apa yang pengguna inginkan, kemudian bagaimana memenuhi kebutuhan tersebut. Pemasaran mengidentifikasi dan menghubungkan manusia dengan kebutuhan sosialnya (Kotler, 2002: 2)

Kotler (2000: 9-10) secara ringkas menguraikan masing-masing variabel bauran marketing yang dikenal dengan 4 P, yaitu *Product*, *Price*, *Places*, dan *Promotion*, sebagai berikut:

#### a) Produk

Produk ialah barang dan atau jasa yang ditawarkan oleh pemasar kepada konsumen. Perencanaan dan pengembangan produk atau jasa perlu dipertimbangkan secara matang, agar produk dapat dipasarkan secara baik dan dapat dimanfaatkan



pemakai. Termasuk di dalamnya adalah bagaimana kualitas, bentuk fisik, kemasan, layanan dan lain-lain.

#### b) Harga

Harga mempunyai peran penting, untuk menentukan sebaik apa yang ditawarkan dari suatu produk, hal ini dapat menunjukkan persepsi konsumen terhadap suatu produk. Pesaing atau pasar dan kemampuan konsumen juga menentukan dalam penentuan harga.

#### c) Tempat

Merupakan upaya agar produk yang ditawarkan berada pada tempat dan waktu yang tepat sesuai dengan kebutuhan konsumen dengan biaya wajar. Beberapa unsur yang perlu diperhatikan, antara lain:

- 1) Saluran distribusi
- 2) Jangkauan distribusi
- 3) Persediaan barang
- 4) Lokasi dan transportasi

#### d) Promosi

Promosi merupakan salah satu variabel yang penting dalam pemasaran, yang merupakan suatu proses yang berlanjut. Adanya promosi dapat membantu pihak-pihak yang terlibat dalam pemasaran untuk memperbaiki hubungan antara pemasar dan konsumen.

Bauran pemasaran kini semakin berkembang, De Sáez (2002: 53) menambahkan “P” pada bauran pemasaran bagi perpustakaan dan lembaga informasi, yaitu:

- 1) *People* : manusia yang melakukan pelayanan.
- 2) *Physical evidence* : materi representasi yang bersifat *tangible*, seperti brosur.



- 3) *Process* : aktivitas atau komunikasi yang dilakukan ketika pustakawan menyalurkan layanan kepada pemustaka.

Mary C. Bushing (1995) dalam *The Library Product and Excellence* mengatakan bahwa pemasaran menawarkan teori dan proses di mana perpustakaan dapat menghubungkan antara produk, hasil, dan peran. Bagaimana sebuah perpustakaan mengolah sumber informasi, layanan, dan manusia. Pustakawan harus mampu menilai kebutuhan pemustaka dan berusaha menyediakan kebutuhan pemustaka. Perpustakaan sudah melaksanakan pemasaran, seperti bagaimana perpustakaan menyediakan informasi itu sendiri. Namun, untuk melakukan ini secara efektif pustakawan harus merangkul keseluruhan fungsi pemasaran yang melibatkan riset pasar dan analisis, perencanaan layanan dan promosi.

## **2.2 Promosi**

Promosi merupakan salah satu dari 4 bauran dari pemasaran, yaitu *product, price, place, promotion*. Promosi pada dasarnya upaya perpustakaan mendekati pemakai, bagian dari rencana pemasaran yang bersifat lebih manusiawi (Sulistyo-Basuki, 2005: 15-11). Dalam pandangan Sulistyo-Basuki, promosi perpustakaan adalah upaya pustakawan untuk menjalin hubungan kepada pemustaka.

### **2.2.1 Pengertian Promosi**

Menurut Martino, (dalam Detty, 1998), bila ditinjau dari sudut pandangan ekonomi, perpustakaan dapat digolongkan sebagai suatu perusahaan yang bergerak di bidang jasa, dengan layanan informasi sebagai produknya. Oleh karena itu, sebagai perusahaan yang akan menjual produk/jasanya maka menurut teori pemasaran, perpustakaan perlu menerapkan konsep pemasaran dalam pengelolaan (Detty, 1998). Meski tidak menjual suatu produk, perpustakaan sebagai organisasi nirlaba, mempunyai jasa layanan yang dapat dipromosikan ke pemustaka. Promosi merupakan komunikasi pemasaran, untuk meningkatkan jumlah pemakai yang menggunakan produk/jasa.

Promosi menurut Stanton (1996: 138) adalah unsur dalam bauran pemasaran organisasi, yang didayagunakan untuk memberitahu, membujuk, dan mengingatkan tentang produk/jasa organisasi. Promosi pada hakikatnya adalah semua usaha/kegiatan yang dimaksudkan untuk menyampaikan informasi atau mengkomunikasikan suatu produk atau jasa pada konsumen.

Sedangkan menurut Randall, (1994: 113) Promosi meliputi segala usaha untuk mempromosikan produk dan perusahaan melalui iklan maupun penjualan perorangan. Dengan kategori utama antara lain: sponsor, kemasan, *display*, *point-of-purchase promotion*, demonstrasi, *sample* gratis, kompetensi, eksibisi, dan pameran dagang.

Sistaningrum (2002: 98) mengungkapkan arti promosi sebagai suatu upaya atau kegiatan perusahaan dalam mempengaruhi "konsumen aktual" maupun "konsumen potensial" agar mereka mau melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan, saat ini atau di masa yang akan datang. Konsumen aktual adalah konsumen yang langsung membeli produk yang ditawarkan pada saat atau sesaat setelah promosi produk tersebut dilancarkan perusahaan. Konsumen potensial adalah konsumen yang berminat melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan perusahaan di masa yang akan datang.

Bila dikaitkan pada ranah ilmu perpustakaan dan informasi, menurut Joyce A. Edinger (dalam Detty, 1998) promosi dalam bidang perpustakaan adalah kegiatan komunikasi dengan pemakai maupun pemustaka yang belum memanfaatkan perpustakaan (*potential users*). Komunikasi merupakan hal penting bagi pustakawan untuk menyampaikan layanan perpustakaan kepada pemustaka. Dalam pokok bahasan kali ini, komunikasi yang dilakukan adalah dengan mempromosikan layanan.

Dari pengertian promosi menurut, Randall, Sistaningrum, dan Ediger dapat di simpulkan bahwa promosi adalah segala usaha interaksi yang secara langsung maupun menggunakan media untuk membujuk pemustaka aktual maupun potensial agar memanfaatkan layanan/jasa perpustakaan.

## 2.2.2 Bauran Promosi

Kegiatan promosi terbagi menjadi kegiatan-kegiatan yang disebut bauran. Bauran promosi merupakan gabungan dari kegiatan-kegiatan pelaksanaan promosi. Jika promosi merupakan bauran dari pemasaran, promosi kemudian mempunyai bauran tersendiri.

Menurut Kotler dan Gary A (2000), bauran promosi adalah ramuan khusus dari iklan pribadi, promosi penjualan dan hubungan masyarakat yang dipergunakan perusahaan untuk mencapai tujuan iklan dan pemasarannya. Kemudian, (Kotler, 2001: 98-100) menjelaskan empat bauran promosi, *Advertising* (iklan), *Personal selling* (penjualan perorangan), *Sales promotion* (promosi penjualan), *Publicity* (publisitas), dan *Direct marketing* (pemasaran langsung).

### 2.2.2.1 Periklanan

*Advertising* atau periklanan merupakan kegiatan promosi yang cepat dan mudah diingat. Periklanan adalah bentuk *nonpersonal* promosi yang disampaikan melalui media, sebagian besar pemasang iklan diharuskan membayar untuk penempatan pesan. Iklan berfungsi agar konsumen tersadar (*aware*), tertarik, dan mempunyai kesan yang baik terhadap sebuah produk. Iklan merupakan kegiatan promosi yang paling banyak digunakan oleh pemasar sebab memiliki keunggulan cepat dalam menyebarkan informasi dan kemampuan iklan untuk diingat dalam waktu singkat. Iklan telah lama dipandang sebagai metode promosi massal yang dapat mencakup orang banyak.

Promosi melalui iklan mempunyai kendala karena pesan iklan tidak secara langsung ditujukan kepada target pemasaran. Namun, hal ini dapat diantisipasi dengan teknologi iklan baru dan munculnya media baru menawarkan lebih banyak pilihan. Kendala lainnya adalah dana yang dibutuhkan untuk memesan sebuah iklan cukup besar, karena itu tidak banyak perpustakaan yang mengiklankan layanannya karena terbentur dengan masalah pendanaan.

#### 2.2.2.2 Penjualan Perorangan

*Personel selling* atau tatap muka merupakan kegiatan promosi yang tingkat keberhasilannya cukup tinggi. Komunikasi pada penjualan perorangan ini berlangsung antara penjual dan calon pelanggan untuk memperkenalkan suatu produk. Kegiatan promosi ini membutuhkan pustakawan yang mengerti jasa/layanan karena pada kegiatan ini akan terjadi tanya jawab, keuntungannya adalah pemustaka mendapatkan informasi yang mendalam dari jasa/layanan yang dipromosikan. Kegiatan promosi ini dapat disebut dengan promosi aktif.

#### 2.2.2.3 Promosi Penjualan

*American Marketing Association* dalam Stanton (1996) menyatakan bahwa definisi yang paling tepat bagi promosi penjualan, adalah kegiatan-kegiatan pemasaran, di luar penjualan perorangan, periklanan dan publisitas, yang menstimulasi pembelian oleh konsumen dan keefektifan *dealer*, misalnya pameran, pertunjukan dan eksposisi, demonstrasi serta berbagai kegiatan penjualan luar biasa yang bukan kerja rutin biasa. Promosi penjualan merupakan bentuk persuasif yang dilakukan untuk menjembatani pengiklanan dan penjualan perorangan. Promosi penjualan dapat diberikan kepada:

- a) pelanggan, berupa *free offers, samples, demonstrations, coupons, cash refunds, prized*, lomba, dan garansi
- b) penyalur, berupa *free goods, discount, advertising allowances, cooperative advertising, distribution contests, and awards*
- c) *salesman*, berupa bonus, penghargaan, lomba dan hadiah buat tenaga penjual terbaik (*prized for best performer*)

#### 2.2.2.4 Publisitas

Publisitas yaitu bentuk penyajian promosi oleh organisasi lain yang bukan produsen dari produk tersebut (promosi dilakukan secara cuma-cuma). Menurut *American Marketing Assosation* yang dikutip oleh Kotler (1976: 337), publisitas adalah salah satu kegiatan promosi non-personal terhadap permintaan akan suatu

produk, jasa atau organisasi dengan memuat berita komersil di dalam media yang dipublikasikan melalui televisi, radio, maupun bioskop yang tidak dibayar oleh sponsor.

Publisitas sangat cocok dengan organisasi non-profit seperti perpustakaan, promosi yang tidak memerlukan pendanaan karena organisasi lain melakukannya secara suka rela.

#### 2.2.2.5 Pemasaran Langsung

Sistem pemasaran yang bersifat interaktif, yang memanfaatkan satu atau beberapa media iklan untuk menimbulkan respon yang terukur. Pemasaran langsung atau *direct marketing* merupakan perkembangan dari teknik *direct mail* dan *mail order* (Randall, 1993: 159). Menurut Randall, ada beberapa komponen yang mengindikasikan cakupan dan konten dari *direct marketing*, yaitu:

- a) *direct mail* atau pesan langsung, surat atau materi promosi yang dikirim melalui pos atau ditujukan secara perorangan. Pada era digital, perpustakaan bisa mengirimkan surat elektronik ke alamat anggota-anggotanya
- b) *mail order*, sistem distribusi bagi pemustaka yang dapat memesan bahan pustaka menggunakan jasa pos, telepon, dan fax
- c) *direct response marketing*, setiap pendekatan yang meminta pemustaka untuk mengambil tindakan, misalnya dengan menggunakan kupon
- d) *telemarketing*, menggunakan telepon untuk menghubungi calon pelanggan
- e) *data base marketing*, menggunakan *data base* (biasanya melalui komputer) untuk menjual dan menargetkan hubungan secara langsung.

#### 2.2.3 Metode Promosi

Promosi dapat terbagi menjadi promosi aktif dan promosi pasif. Promosi aktif adalah komunikasi interaktif yang secara langsung dilakukan dengan pemustaka, promosi ini termasuk metode promosi berkembang karena pemustaka dapat mengajukan pertanyaan kepada pemustaka. Pemustaka harus paham dengan produk/layanan yang akan dipromosikan.

Sedangkan untuk promosi pasif, peran pemustaka tidak banyak, karena promosi pasif menggunakan media lain atau alat promosi. Media yang biasa digunakan adalah media cetak ataupun elektronik. Untuk menjabarkan promosi aktif dan promosi pasif, menggunakan metode promosi oleh Sulistyono-Basuki (2003), sebagai berikut:

a) Brosur

Salah satu metode promosi yang sering digunakan oleh perpustakaan adalah brosur. Brosur adalah media promosi untuk konsumen mengetahui kelebihan produk atau *product knowledge*. Dengan brosur akan lebih memudahkan konsumen memahami kelebihan produk yang ditawarkan, untuk itu isi brosur dibuat sejelas mungkin tentang produk yang akan ditawarkan kepada konsumen.

Fungsi utama brosur adalah memberikan penjelasan produk yang lebih karena adanya keterbatasan media lain untuk menyampaikannya atau waktunya yang begitu singkat sehingga belum tentu dapat dipahami oleh calon konsumen untuk itu dibutuhkan brosur untuk menjelaskan produk lebih lengkap lagi. Brosur dapat dibagi melalui surat atau juga surat elektronik atau dengan membagikan dalam satu event promosi baik dalam ruang maupun diluar ruang.

b) *Newsletter*

Metode kedua adalah *newsletter*. *Newsletter* adalah terbitan suatu berita/laporan secara berkala dan teratur dibagi-bagikan secara umum tentang topik utamanya berasal dari minat para konsumennya. Surat kabar dan selebaran-selebaran adalah jenis-jenis dari newsletters, selain itu laporan berkala yang dikirim secara elektronik via email (*e-newsletters*).

*Newsletter* dibuat untuk kalangan terbatas yang ditulis dengan gaya informal. *Newsletter* memuat berita, misalnya suatu editorial yang memuat pandangan menarik dan memberikan informasi; rincian pertemuan, lokakarya, seminar dan pertemuan lain yang relevan, perubahan staf perpustakaan, ilustrasi, dan foto.



### c) Poster

Poster adalah selebar kertas lebar berisi pengumuman atau iklan yang dicetak, tetapi adakalanya juga ditulis tangan, untuk ditempelkan pada dinding/papan pengumuman (Kamus Istilah Perpustakaan dan Dokumentasi, 1992). Bahasa yang digunakan poster harus komunikatif, yang dapat dilengkapi dengan ilustrasi yang menarik. Poster juga perlu ditempatkan pada posisi yang strategis. Pada umumnya, poster memiliki tujuan komersial sebagai iklan suatu produk, jasa, atau mengumumkan suatu kegiatan tertentu. Poster terkadang digunakan sebagai pengumuman yang mendidik bagi masyarakat, alat propaganda, atau murni suatu hasil karya seni. Menurut Coote (1997: 32-33), poster biasanya merupakan kontak pertama bagi kostumer potensial. Coote juga menyebutkan beberapa yang harus dimiliki sebuah poster: 1) mudah terlihat, 2) posisi strategis, 3) isi menarik.

### d) Pemasangan Iklan

Iklan adalah suatu bentuk komunikasi yang dimaksudkan untuk membujuk *audiens* (pemirsa, pembaca atau pendengar) untuk melakukan suatu tindakan. Komunikasi yang dilakukan dapat meliputi suatu produk/layanan dan bagaimana produk/layanan yang dapat menguntungkan konsumen, untuk membujuk pelanggan potensial agar membeli atau mengonsumsi merek tertentu yang diiklankan.

Pemasangan iklan merupakan metode yang membutuhkan banyak biaya. Untuk memasang iklan di media komersial, elektronik maupun tercetak, instansi perlu membayar sejumlah uang agar dapat dipublikasikan. Perlu diperhatikan juga cakupan media tempat perpustakaan memasang iklan. Misalnya surat kabar, media yang mencakup keminatan orang yang suka membaca, cocok untuk mempromosikan layanan perpustakaan, tetapi untuk memasang iklan tersebut relatif mahal. Menggunakan media publikasi televisi akan mencakup geografi yang lebih besar dari surat kabar dan cakupan *audiens* regional, tetapi dana yang dibutuhkan untuk memasang iklan cukup tinggi dan apakah sasaran layanan perpustakaan seluas itu? Semua ini perlu dipertimbangkan, agar dana yang digunakan tidak sia-sia dan publikasi dapat tepat sasaran.



e) Sesi terbuka jasa informasi dan perpustakaan

Sesi terbuka jasa informasi dan perpustakaan disebut sebagai pelatihan. *Training* (pelatihan) adalah usaha suatu organisasi merencanakan kegiatan untuk membantu sumber daya yang terdapat dalam organisasi agar memperoleh efektifitas dalam pekerjaan mereka yang sekarang atau yang akan datang melalui pengembangan *skill, knowledge* dan *behaviour* (Noe, 2005: 3).

Pelatihan pada perpustakaan mempunyai jadwal khusus yang telah ditetapkan untuk pustakawan/pemustaka. Pelatihan bertujuan untuk memperkenalkan dan melatih terhadap suatu layanan perpustakaan. Dalam kegiatan tersebut perpustakaan membuat jadwal khusus untuk pemustaka yang kemudian melakukan pengenalan/pelatihan terhadap layanan perpustakaan. Metode ini tidak hanya sebagai ajang promosi layanan perpustakaan, tetapi sekaligus dapat memaksimalkan penggunaan layanan di perpustakaan.

f) *Press Release*

Perpustakaan membuat *press release* menyangkut layanan di perpustakaan. *Press release* ini kemudian dikirimkan ke media massa cetak maupun elektronik. *Press release* dapat memuat berbagai berita seperti: acara yang dijadwalkan, penghargaan, berita mengenai jasa/layanan perpustakaan. *Press release* sangat dianjurkan karena *press release* melalui media massa dapat memberikan hasil yang baik dan dengan cangkupan masyarakat yang luas. Namun, perpustakaan atau organisasi informasi tidak dapat mengontrol bagaimana media itu menggunakan informasi pada *press release* tersebut. (De Sáez, 2002: 106)

g) Siaran radio

Metode selanjutnya, menurut Sulistyono-Basuki adalah siaran radio. Metode promosi ini dapat mencapai *audiens* yang besar dengan biaya yang murah. Perpustakaan dapat melakukan kerjasama dengan radio setempat, misalkan *blocking*

*time* mengenai rekomendasi buku baru atau memperkenalkan layanan-layanan baru di perpustakaan.

#### 2.2.4 Tujuan Promosi

Promosi perpustakaan adalah aktivitas memperkenalkan perpustakaan dari segi fasilitas, koleksi jenis layanan, dan manfaat yang dapat diperoleh oleh setiap pemakai perpustakaan secara lebih terperinci. Menurut Jerome dan Andrew (1982) (dalam Detty, 1998: 22), promosi mempunyai empat tugas, yaitu untuk membangkitkan kesadaran diantara pemakai potensial, menarik perhatian dan membangkitkan minat, menciptakan citra/kesan yang baik serta membujuk pelanggan untuk menggunakan jasa yang dipromosikan.

Tujuan promosi perpustakaan adalah (a) memperkenalkan fungsi perpustakaan kepada pemustaka, (b) mendorong minat baca dan mendorong masyarakat agar menggunakan koleksi perpustakaan semaksimal mungkin dan menambah jumlah orang yang membaca, (c) memperkenalkan pelayanan dan jasa perpustakaan kepada masyarakat. Menurut Basu S. (dalam Detty, 1998: 21). Promosi bertujuan untuk:

- a) Memodifikasi tingkah laku – promosi mengubah pikiran konsumen. Perusahaan sebagai pemberi informasi atas barang/jasa yang dihasilkan selalu berusaha untuk memberikan kesan baik pada pasar konsumen
- b) Memberitahu - kegiatan pasar juga dapat ditujukan untuk memberitahu produk yang dihasilkan perusahaan kepada masyarakat, tujuan pasar yang bersifat informatif ini penting bagi masyarakat untuk dapat membantu dalam mengambil keputusan untuk memilih produk jasa yang sebaiknya dibeli.
- c) Membujuk – untuk mendorong orang agar bersedia membeli barang dan jasa yang dihasilkan perusahaan. Membujuk pelanggan sasaran untuk menentukan pilihan merk, mendorong pembeli untuk belanja saat itu juga dan mendorong pembeli untuk menerima kunjungan pemasar

- d) Mengingat – bertujuan untuk mengingatkan kembali dan dilakukan untuk memperhatikan konsumen yang telah ada dan mengingatkan pembeli akan tempat-tempat penjualan produk/jasa tersebut.

Singkatnya, tujuan promosi dalam perpustakaan adalah kegiatan seorang pustakawan mengenalkan layanan perpustakaan yang ada kepada pemustaka agar tertarik untuk memakai dan memaksimalkan penggunaan kegiatan, koleksi, dan layanan apa saja yang ada di perpustakaan.

## **2.3 Jaringan**

### **2.3.1 Definisi Jaringan Perpustakaan**

Dalam dunia komputer kata *network* diartikan sebagai hubungan kontinyu dua komputer/lebih yang memberikan fasilitas *file* dan sumber secara bersama-sama. Dalam dunia perpustakaan kata *network* itu diartikan sebagai dua/lebih perpustakaan yang sepakat untuk menyelenggarakan kerjasama dengan membentuk suatu jaringan bersama (Lasa H, 1998).

Jaringan perpustakaan (*library networking*) adalah kumpulan perpustakaan yang melayani sejumlah badan, instansi atau lembaga atau melayani berbagai instansi yang berada di bawah wilayah hukum tertentu (yurisdiksi) dan memberikan sejumlah jasa sesuai dengan rencana terpadu untuk mencapai tujuan bersama. (Sulistyo-Basuki, 2005: 8-5).

Menurut kedua definisi jaringan perpustakaan di atas, jaringan berarti kumpulan perpustakaan secara bersinergi melakukan jasa/layanan yang telah disepakati untuk mencapai tujuan bersama.

### **2.3.2. Alasan Pembentukan Jaringan Perpustakaan**

Melalui jaringan ini, suatu perpustakaan dapat melakukan kerjasama dengan perpustakaan lain yang mempunyai kesamaan dalam tujuan. Kerjasama jaringan bisa dalam hal katalogisasi, tukar-menukar informasi, dan pendidikan pustakawan.

Gabungan perpustakaan yang secara bersama-sama bergabung membuat untuk mencapai suatu tujuan, disebut dengan istilah jaringan perpustakaan. Istilah tersebut menurut Sulistyio Basuki (2005), bermakna sebuah kumpulan perpustakaan yang melayani sejumlah badan, instansi atau lembaga, atau melayani berbagai instansi yang berada di bawah yurisdiksi tertentu dan memberikan sejumlah jasa sesuai dengan rencana terpadu untuk mencapai tujuan bersama. Hal ini hampir sama dengan apa yang telah ditetapkan oleh *The National Commission on Libraries and Information Science* di Amerika, bahwa sebuah jaringan perpustakaan adalah kumpulan dua atau lebih perpustakaan atau organisasi yang terikat di dalam satu pola pertukaran informasi yang sama melalui sistem komunikasi untuk mencapai tujuan bersama yang telah ditetapkan. Suatu jaringan perpustakaan biasanya diatur secara formal untuk menyediakan dan memberikan informasi dan layanan oleh beberapa perpustakaan atau organisasi kepada pemakai perpustakaan.

Menurut Delaney dan Cuandra (1972) dalam Woro, ada beberapa alasan dominan yang mendasari mengapa jaringan perpustakaan dan informasi perlu dibentuk. Alasan-alasan tersebut antara lain:

- a) Untuk membantu perpustakaan didalam menyeleksi koleksi. Dengan melakukan hal ini setiap perpustakaan akan mempunyai gambaran tentang koleksi apa yang diperlukan dan koleksi apa yang dapat dimanfaatkan bersama, sehingga dapat menghindari duplikasi koleksi.
- b) Untuk membantu pembelian , pengkatalogan dan pemrosesan koleksi. Dengan melakukan hal ini, setiap perpustakaan dapat membeli koleksi yang berbeda-beda dan dapat menciptakan keseragaman pengolahan koleksi.
- c) Untuk mengkoordinasi kegiatan pengadaan, *interlibrary loans*, dan reproduksi koleksi. Dengan melakukan hal ini, setiap perpustakaan dapat saling meminjam koleksi dan dapat saling menelusuri di mana suatu koleksi yang diperlukan berada.
- d) Untuk mempromosikan program-program dan kegiatan-kegiatan yang ada dan dapat dipergunakan bersama. Dengan melakukan hal ini, setiap perpustakaan dapat saling melakukan promosi atau saling membantu tentang

kegiatan-kegiatan atau layanan-layanan yang tersedia untuk dapat dimanfaatkan bersama.

- e) Untuk menstimulasi pengembangan fasilitas-fasilitas layanan perpustakaan. Dengan melakukan hal ini, setiap perpustakaan dapat saling berusaha untuk selalu mengembangkan fasilitas-fasilitas layanan guna dapat dimanfaatkan bersama.
- f) Untuk mengembangkan kualitas pustakawan. Dengan melakukan hal ini, setiap perpustakaan dapat mengembangkan pustakawannya secara bersama. Pengembangan pustakawan ini sangat penting mengingat jaringan perpustakaan menggunakan teknologi informasi yang baru. Selain itu, hal ini dapat mengembangkan teknik-teknik baru untuk menstandarisasikan layanan yang mereka berikan kepada pemakai melalui peralatan elektronik.
- g) Untuk membantu melengkapi informasi di setiap perpustakaan. Walaupun informasi tersebut tidak dipunyai oleh sesuatu perpustakaan.
- h) Untuk memenuhi semua kebutuhan pemakai yang berada di mana saja.
- i) Untuk mempersingkat waktu dan menghemat tenaga serta dana di dalam penyediaan informasi.

Atherton (1986) berpendapat bahwa dalam sistem jaringan setiap peserta diharapkan sampai kepada tujuan yang telah disepakati bersama dan untuk tujuan itu perpustakaan menghimpun sumber tenaga, biaya, alat, dan keterampilan pengelolaan. Untuk itu antara perpustakaan-perpustakaan peserta diperlukan kemampuan dan keterlibatan dalam program jaringan, juga pengetahuan kebutuhan pemakai-pemakainya. Tanpa syarat-syarat di atas dipenuhi, maka kesepakatan akan memenuhi kemacetan.

Untuk membangun kerjasama pada jaringan perpustakaan, diperlukan bentuk kegiatan/mechanisme jaringan, menurut Wilson dan Marsterson (dalam MacDougall, 1991), tiga kerangka kerjasama jaringan, adalah:

a) Pertukaran

Dalam suatu jaringan perpustakaan, pertukaran informasi merupakan bentuk awal dari kegiatan kerjasama. Pertukaran ini dapat dibagi menjadi : pertukaran materi informasi dari berbagai jenis, kebutuhan informasi bagi staf, kebutuhan informasi untuk pertanyaan pembaca, pemustaka, bibliografi, dan staf perpustakaan.

Pertukaran informasi ini dapat mencakup banyak kegiatan yang didasari untuk kepentingan bersama atau masyarakat dan kepentingan organisasi. Beberapa contoh termasuk pertukaran materi informasi seperti katalog, pengembangan kebijakan, pertukaran informasi oleh staf dengan mengadakan pertemuan antara pengurus jaringan. Hal ini dapat mengurangi usaha dan pengeluaran tetapi dapat memaksimalkan proses pembuatan atau penyaringan ide-ide yang dapat membantu dalam proses pengambilan keputusan.

b) *Coalition/Working Together* (Penggabungan)

Bentuk kerjasama yang kedua adalah tahap penggabungan. Pada tahap ini dapat disebut sebagai tahap “*working together*” atau bekerja secara bersama-sama. Konsep dari penggabungan ini telah dikembangkan menjadi beberapa subjek yang menyangkut:

1) Pengembangan alat layanan

Pengembangan ini seperti pengembangan *software*, jaringan komputer (internal/eksternal) atau kegiatan pengembangan yang berhubungan dengan teknologi, pengembangan kegiatan, akuisisi dari materi perpustakaan.

2) Pengembangan sumber informasi

Pengembangan materi perpustakaan, seperti bibliografi, dan daftar bibliografi.

3) Penelitian

Kerjasama dalam hal mengumpulkan sumber informasi penelitian dapat menguntungkan suatu organisasi (MacDougall (1988), dalam MacDougall



(1991)). Dalam bidang pendidikan, suatu penelitian akan membantu pembuatan penelitian-penelitian yang lain.

#### 4) Pelatihan

Pelatihan ini meliputi berbagai kegiatan yang dirancang agar menghasilkan produktivitas lebih efektif, meningkatkan semangat bekerja, dan sistem pelatihan diselenggarakan berdasarkan tujuan kerjasama.

#### 5) Penerbitan

Kerjasama dalam penerbitan menawarkan kesempatan penyedia informasi dalam membuat katalog perpustakaan dan publikasi bersama buku dan jurnal secara bersama-sama.

#### c) *Entrepreneurial and one-way marketing*

Kerjasama pada umumnya dianggap sebagai pertukaran dan koalisi. Hal ini telah diperluas dengan masuknya bidang kewirausahaan, sebagai salah satu cara pemasaran. Sebuah jasa/layanan komersil yang dilakukan oleh *British Library Document Supply Center* dan *Regional Library System*, di mana konsumen harus membayar beberapa layanan komersil yang disediakan. Kewirausahaan dan pemasaran dapat diterapkan pada organisasi informasi yang menawarkan layanan tertentu untuk memperoleh keuntungan.

### 2.3.3 Komponen Jaringan

Suatu jaringan harus memperhatikan komponen-komponen, seperti berikut:

#### a. Struktur organisasi atau sistem pengelolaan

Struktur ini harus jelas dan dapat dipertanggungjawabkan. Di sini tercakup unit dan struktur organisasi serta mekanisme kerja dan tata laksananya dalam pengelolaan jaringan.

#### b. Rencana kerja

Suatu jaringan harus mempunyai rencana kerja yang berjangka pendek, menengah, dan panjang, serta selalu harus melakukan evaluasi terhadap rencana kerja tersebut.



c. Kebijakan

Tercakup semua elemen atau perundang-undangan yang mendukung terlaksananya mekanisme kerja jaringan.

d. Simpul (Nodes)

Simpul adalah peserta jaringan diharapkan dari berbagai simpul dapat dikembangkan spesialisasi koleksi, bentuk jaringan maupun pola kerja.

e. Sarana fisik

Semua sarana fisik yang dipergunakan sebagai basis pelaksanaan jaringan, misalnya koleksi, gedung, komputer (perangkat keras dan perangkat lunak) dan sebagainya.

f. Pemakai

Pemakai adalah orang yang menggunakan jaringan perpustakaan.

g. Sistem komunikasi antarsimpul

Sistem komunikasi antarsimpul harus jelas apakah setiap simpul dapat komunikasi langsung seperti dalam jaringan nonterpimpin atau setiap simpul tidak dapat berkomunikasi langsung seperti di jaringan terpimpin.

h. Jasa yang ditawarkan

Setiap anggota jaringan menetapkan bentuk dan jenis yang akan ditawarkan oleh masing-masing simpul.

i. Katalog induk terpadu

Katalog ini diperlukan untuk mengetahui di mana saja dokumen tersimpan di antar simpul.

j. Tenaga

Setiap anggota mempunyai tenaga yang handal untuk dapat mengelola jaringan.

k. Dana

Dana memang merupakan unsur yang sangat penting guna mendukung bagi berkembangnya jaringan.

### 1. Pendidikan dan pelatihan

Pelatihan dan pelatihan diberikan baik untuk pengelola maupun pemakai. Hal ini perlu dilakukan karena mengingat bahwa jaringan perpustakaan pada umumnya memakai peralatan teknologi yang selalu berkembang dengan cepat.

Komponen-komponen ini merupakan kerangka-kerangka terbentuknya suatu jaringan perpustakaan. Dengan adanya struktur organisasi, rencana kerja, kebijakan, dan simpul jaringan dapat disusun, apa saja tujuan dan target dari dibentuknya jaringan tersebut. Sedangkan sarana fisik, pemakai, sistem komunikasi, jasa, katalog induk, tenaga, dana, dan pelatihan merupakan penunjang pelaksanaan kegiatan dari suatu jaringan. Komponen-komponen ini secara sinergi membentuk suatu jaringan.

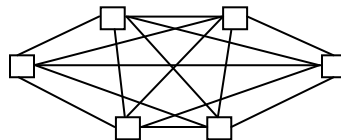
#### 2.3.4 Bentuk Jaringan

Setiap jaringan membuat kebijakan untuk mencapai visi dan misi dari pembuatan jaringannya. Kebijakan ini dimaksudkan agar setiap simpul mengetahui tugas dan hubungan kerjasama yang dapat dilakukan dalam suatu jaringan. Hubungan komunikasi antara satu simpul dengan simpul lainnya dapat digambarkan dengan bentuk jaringan. Bentuk jaringan dibagi menjadi 8 bentuk oleh Sulistyio-Basuki (2005: 8-7), sebagai berikut:

##### a. Jaringan non-terpimpin

Hubungan antar simpul tanpa pusat pengarah komunikasi, masing-masing simpul dapat berhubungan langsung. Pada gambar 2.1 terdapat 6 simpul yang menghasilkan 16 hubungan antar simpul.

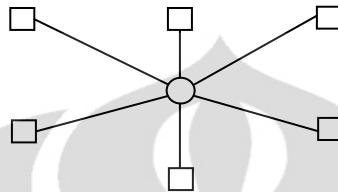
Gambar 2.1 Jaringan non-terpimpin



b. Jaringan terpimpin

Hubungan antar simpul harus melalui suatu koordinator, sehingga hubungan antar simpul tidak terjadi. Pada bentuk jaringan ini, hasil saluran hubungan berjumlah 6.

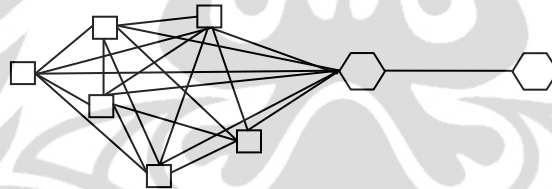
Gambar 2.2 Jaringan terpimpin



c. Jaringan non-terpimpin dengan pusat khusus

Merupakan komunikasi antara jaringan non-terpimpin dengan sebuah pusat khusus, misalnya pusat bibliografi atau pusat penelusuran data. Para simpul dapat langsung berhubungan dengan pusat khusus.

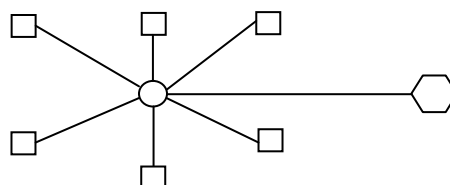
Gambar 2.3 Jaringan non-terpimpin dengan pusat khusus



d. Jaringan terpimpin dengan pusat khusus

Hubungan bentuk jaringan terpimpin dengan pusat khusus. Setiap simpul hanya berhubungan dengan koordinator jaringan, kemudian hanya koordinator yang dapat berhubungan dengan pusat khusus. Terdapat 7 saluran komunikasi.

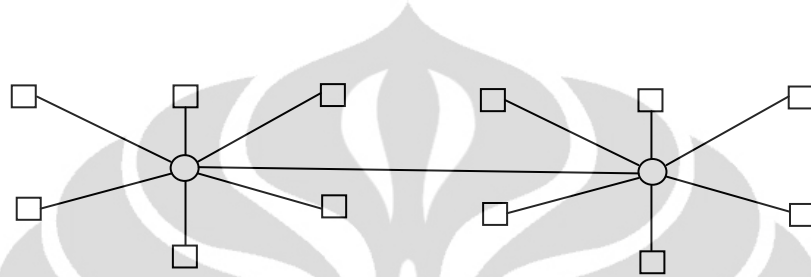
Gambar 2.4 Jaringan terpimpin dengan pusat khusus



e. Komunikasi antar dua jaringan terpimpin.

Hubungan komunikasi yang terjalin antara 2 jaringan terpimpin dengan jaringan terpimpin lainnya. Hal ini terjadi karena berkembangnya jaringan regional dan internasional.

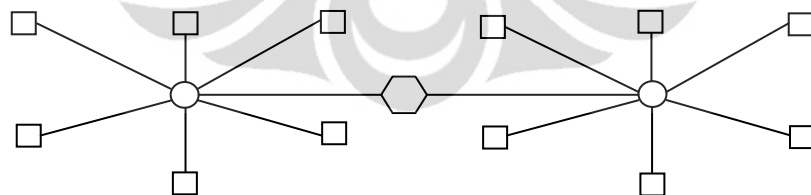
Gambar 2.5 Komunikasi antara 2 jaringan terpimpin



f. Hubungan antar jaringan terpimpin dengan pusat khusus dengan jaringan terpimpin lainnya

Sebuah jaringan dengan pusat khusus melakukan hubungan dengan jaringan tanpa pusat khusus. Hal ini dapat terjadi bila pusat khusus tersebut kuat sekali perannya, baik dalam sebuah subjek atau sebuah kawasan.

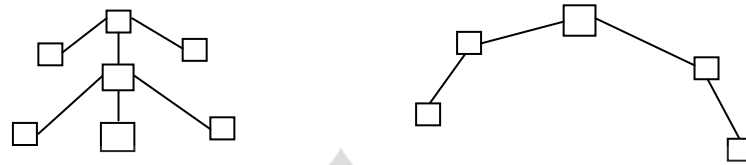
Gambar 2.6 Hubungan antara jaringan terpimpin dengan pusat khusus dengan jaringan terpimpin lainnya



## g. Jaringan hirarkis

Jaringan ini saling berhubungan berdasarkan tingkatannya.

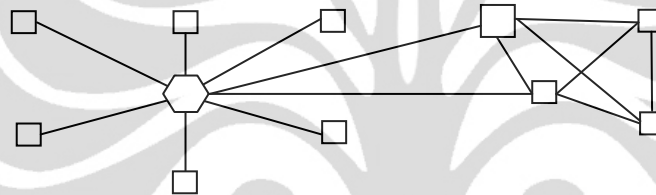
Gambar 2.7 Jaringan berstruktur hirarkis



## h. Hubungan antara berbagai struktur jaringan

Hubungan suatu jaringan dengan struktur jaringan lainnya. Suatu jaringan dengan berbagai struktur jaringan lain.

Gambar 2.8 Hubungan antara berbagai struktur jaringan



### 2.3.5 Manfaat Jaringan

Menurut Rice (1984) dalam Woro, ada 8 manfaat yang dapat dipetik dari sebuah jaringan perpustakaan dan informasi, jika sebuah perpustakaan menjadi anggota jaringan.

- Adanya standarisasi dan keseragaman pengolahan.
- Adanya akses informasi bibliografis baik dalam tingkat nasional maupun internasional.
- Adanya kemungkinan dikembangkannya *data base*.
- Adanya *authority control* dan *authority files* dalam tingkat nasional maupun internasional.
- Adanya kerjasama pengadaan.
- Adanya peminjaman koleksi secara timbal balik.
- Adanya evaluasi koleksi.
- Adanya kontrol serial dalam tingkat nasional maupun internasional.

Manfaat yang dijabarkan oleh Rice di atas dapat memudahkan pekerjaan pustakawan karena adanya standarisasi dan kesamaan diantara anggota jaringan. Hubungan kerjasama yang dijalin ini menciptakan adanya kontrol terhadap kebijakan dan sumber informasi pada anggota jaringan ini. Perpustakaan dapat mengembangkan layanan/jasa secara bersama dan saling membantu perkembangan satu sama lain.

#### **2.4 Portal**

Sebagaimana yang sudah dijelaskan sebelumnya bahwa jaringan adalah kumpulan institusi/lembaga yang bersinergi membuat suatu layanan untuk mencapai tujuan bersama. Salah satu layanan yang dibuat sebuah jaringan adalah portal.

Portal adalah aplikasi berbasis *web*. Aplikasi ini menyediakan akses suatu titik tunggal dari informasi online terdistribusi, seperti dokumen yang didapat melalui sistem pencarian, kanal berita dan *link* ke situs khusus. Untuk memudahkan pengguna biasanya disediakan pencarian canggih dan pengorganisasian informasi (Wiryana dan Hasibuan, 2002 dalam Kukuh, 2004).

## **BAB 3**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1. Pendekatan Penelitian**

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif dimaksudkan untuk memberikan gambaran secara seksama mengenai promosi portal GARUDA.

Bogdan dan Taylor (dalam Moleong, 2007) mengemukakan bahwa metode kualitatif merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis maupun lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati. Sumber data utama dalam penelitian kualitatif adalah kata-kata dan tindakan. Sedangkan data tertulis, foto, dan statistik adalah data tambahan (Moleong, 2007:157). Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang menguraikan kata-kata dan tindakan tentang karakteristik suatu fenomena penelitian dengan menggunakan data tambahan.

Adapun tujuan dari penelitian kualitatif menurut Locke, Spirduse, dan Silverman (1987) adalah untuk memahami suatu situasi sosial, peristiwa, peran, kelompok, atau interaksi tertentu (Cresswell, 2003: 155).

#### **3.2 Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode Studi Kasus. Menurut Stake (2001) Peneliti studi kasus harus menegaskan batas dari kasusnya, dan hanya memusatkan perhatian kepada hal-hal yang berada di dalam batas itu. Dalam pandangannya, studi kasus harus mengurangi kemungkinan pengaruh hal-hal di luar batas itu terhadap hasil penelitian.

Menurut Robert Stake (1994: 7), keunggulan studi kasus adalah metode ini dapat memberikan suatu bentuk pengalaman baru yang lengkap dan khusus bagi ilmu pengetahuan. Metode penelitian ini tidak memberikan generalisasi tetapi lebih kepada menggambarkan kasus dengan fokus tertentu yang ditangkap dengan bentuk unik.

Dengan kedua teori di atas, metode studi kasus merupakan metode yang tidak menggeneralisasi dan membatasi fokus atau permasalahan penelitian.



### 3.3 Pemilihan Informan

Pemilihan Informan dilakukan dengan metode *snowball sampling*. *Snowball Sampling* merupakan teknik penarikan model bola salju dimulai dengan contoh kecil, kemudian contoh kecil ini diminta untuk memilih temannya untuk dijadikan contoh. Demikian seterusnya sehingga jumlah contoh semakin lama semakin besar, diibaratkan dengan bola salju yang semakin lama semakin besar (Sulistyo-Basuki, 2006). Peneliti meminta satu informan untuk mencalonkan informan lain yang mempunyai sifat yang sama, kemudian dari rekomendasi informan mengarahkan ke informan selanjutnya.

*Snowball sampling* merupakan skema sampling *non-probabilitas* dimulai dari satu orang informan kunci jaringan GARUDA, lalu minta rekomendasi dari informan itu untuk nama-nama lain yang mungkin akan menjadi informan, maka dari informan pertama akan merujuk ke informan selanjutnya dan seterusnya.

### 3.4 Metode Pengumpulan Data

Untuk menyusun penelitian ilmiah, diperlukan data yang dapat dipertanggung jawabkan dengan metode yang terstruktur. Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data, sebagai berikut:

#### 3.5.1 Observasi

Dalam pengumpulan data, salah satu metode yang digunakan adalah observasi. Observasi adalah pengamatan langsung para pembuat keputusan berikut lingkungan fisiknya dan atau pengamatan langsung suatu kegiatan yang sedang berjalan. Observasi penelitian ini menggunakan metode non-partisipan. Observasi non-partisipan adalah observasi di mana peneliti (observer) tidak ikut serta dalam kegiatan yang dilakukan oleh yang diobservasi.

### 3.5.2 Wawancara

Teknik pengumpulan data adalah wawancara terbuka, yang memberikan keluasaan bagi informan untuk memberikan pandangan-pandangan secara bebas (Koentjaraningrat, 1991). Wawancara dalam suatu penelitian yang bertujuan mengumpulkan keterangan tentang kehidupan manusia dalam suatu masyarakat serta pendirian-pendirian mereka itu, merupakan suatu pembantu utama dari metode observasi.

Data utama dalam penelitian ini berasal dari wawancara. Pada saat wawancara, peneliti menggunakan daftar pertanyaan sebagai pedoman peneliti. Daftar pertanyaan ini dimaksudkan agar fokus pembicaraan tidak terlalu jauh dari permasalahan penelitian. Namun, tidak menutup kemungkinan munculnya pertanyaan-pertanyaan tambahan selama masih mencakup permasalahan.

### 3.5.3 Analisis Dokumen

Selanjutnya adalah analisis dokumen. Analisis dokumen merupakan data tambahan dalam pendekatan kualitatif yang mendukung penelitian. Dokumen yang dipakai adalah dokumen yang berhubungan dengan permasalahan penelitian.

## 3.6 Analisis Data

Menurut Moleong (2002: 103), analisa data adalah proses mengorganisasikan dan mengurutkan data kedalam pola, kategori, dan satuan uraian dasar sehingga dapat ditemukan tema dan dapat dirumuskan hipotesis kerja seperti yang disarankan oleh data. Sementara Bogdan dan Taylor, (1975: 79) menjelaskan bahwa analisis data sebagai suatu proses secara formal untuk menemukan tema dan merumuskan hipotesis/ide, sebagai usaha untuk memberikan bantuan dan tema pada hipotesis. Maka dari kedua pengertian tersebut, dapat disimpulkan bahwa analisis data merupakan proses pengolahan data penelitian yang disusun menjadi suatu pola, kategori, dan satuan uraian dasar untuk mendapatkan tema dan merumuskan hipotesa dari hasil data penelitian. Untuk menganalisis data, peneliti merujuk kepada buku

penelitian kualitatif dan kuantitatif untuk ilmu-ilmu sosial oleh Prasetya Irawan (2007):

- Pengumpulan data mentah

pengumpulan data dilakukan dengan melalui wawancara, observasi lapangan, kajian pustaka. Pada tahap ini digunakan alat-alat seperti recorder, kamera, dan lain-lain.

- Transkrip data

Pada tahap ini peneliti merubah catatan dalam bentuk tertulis (misalnya dari tape recorder disalin ke dalam tulisan) dan yang diketik adalah verbatim (apa adanya). Hasil wawancara diolah setiap kali peneliti melakukan pertemuan dengan informan.

- Pengkodean

Pada tahap ini peneliti membaca ulang seluruh data yang ditranskrip. Pada bagian-bagian tertentu, peneliti akan menemukan hal-hal penting yang perlu dicatat untuk proses berikutnya. Dari hal-hal penting itulah akan diambil kata kunci yang kelak akan diberikan kode.

- Kategori data

Pada tahap ini peneliti mulai menyederhanakan data dengan “mengikat” kata-kata kunci (konsep) dalam besaran yang disebut kategori.

- Penyimpulan sementara

Pada tahap ini peneliti boleh melakukan kesimpulan sementara namun berdasarkan data. Bukan campuran penafsiran dan pikiran peneliti.

- Triangulasi

Triangulasi adalah proses cek dan ricek antara satu sumber data dengan sumber data lain.

- Penyimpulan akhir

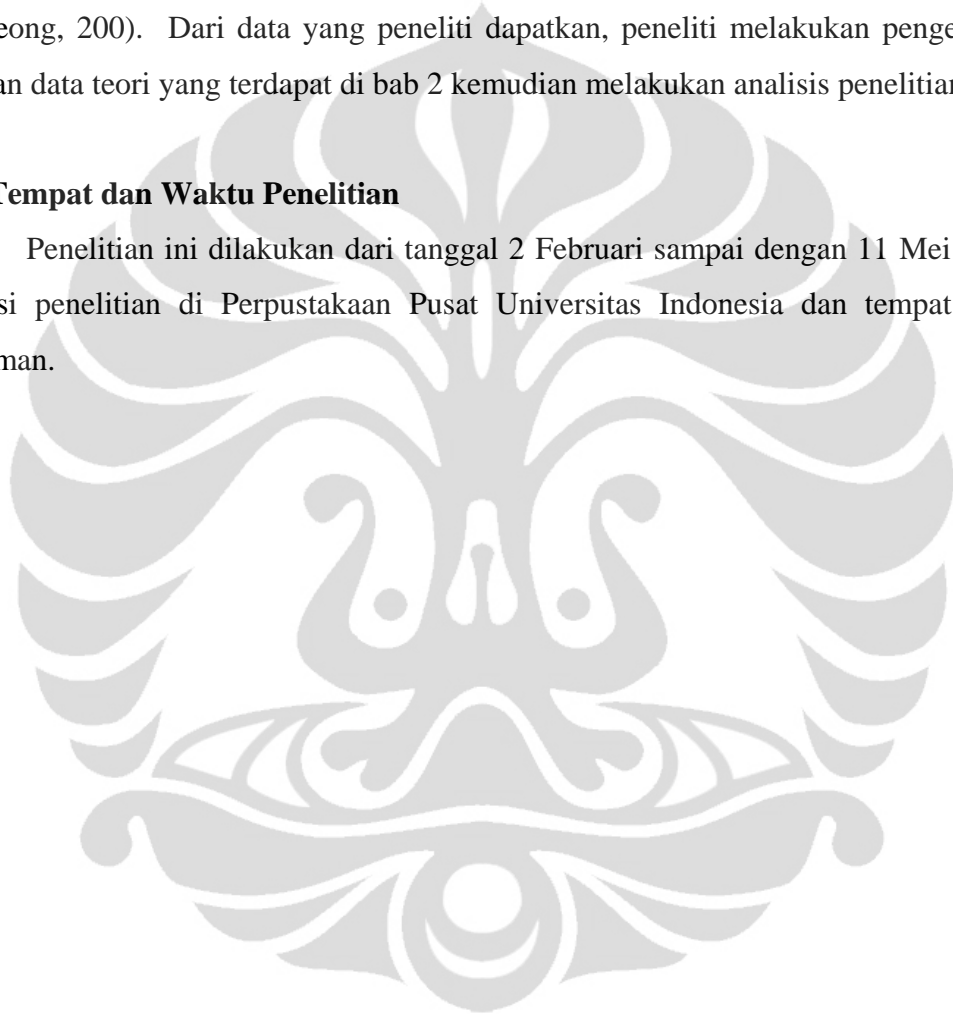
Kesimpulan dari hasil penelitian.

### **3.7 Keabsahan Data**

Tahap berikutnya adalah pengecekan keabsahan. Pengecekan keabsahan data didasarkan pada kriteria derajat kepercayaan dengan teknik triangulasi, ketekunan pengamatan, pengecekan teman sejawat (Moleong, 2004). Triangulasi merupakan teknik pengecekan keabsahan data yang didasarkan pada sesuatu di luar data untuk keperluan mengecek atau sebagai pembanding terhadap data yang telah ada (Moleong, 2000). Dari data yang peneliti dapatkan, peneliti melakukan pengecekan dengan data teori yang terdapat di bab 2 kemudian melakukan analisis penelitian.

### **3.8 Tempat dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilakukan dari tanggal 2 Februari sampai dengan 11 Mei 2010. Lokasi penelitian di Perpustakaan Pusat Universitas Indonesia dan tempat kerja informan.



## BAB 4

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### 4.1 Gambaran Umum Perpustakaan Universitas Indonesia sebagai Anggota Jaringan

##### 4.1.1 Sejarah Singkat Perpustakaan

Hingga tahun 1978, perpustakaan di Universitas Indonesia tersebar di fakultas, bagian atau jurusan, bahkan di sejumlah unit lainnya. Belum ada induk perpustakaan di lingkungan Universitas Indonesia hingga pada tanggal 12 Juni 1959, diputuskan bahwa Universitas Indonesia seyogianya membuat suatu badan koordinasi yang bertugas untuk menjalin kerja sama dan membina *interlibrary service* yang baik antarperpustakaan di lingkungan Universitas. Kemudian pada tahun 1983, Universitas Indonesia mempunyai Unit Pelaksana Teknis (UPT) Perpustakaan UI berdasarkan keputusan yang telah disahkan oleh Menteri Pendidikan dan Budaya.

Rencana Strategis UI Tahun 1998-2003 pun kemudian menetapkan agar UPT Perpustakaan UI menjadi Perpustakaan Universitas Indonesia yang modern menuju Universitas Riset. Menurut Budi Rahardjo dalam makalahnya yang berjudul *Toward Research University*, universitas riset mengedepankan pembuatan hasil riset, teknologi, HaKI (*patent, trade secrets*) oleh sivitas akademika dan dosen yang didukung oleh roadmap, management pengelolaan penelitian, proses dan prosedur, dan kultur penelitian di universitas.

Penelitian ilmiah di perguruan tinggi bertujuan untuk (a) memperoleh pengetahuan baru, (b) menghasilkan peneliti, dan (c) memutakhirkan pengetahuan dan kemampuan di bidang ilmu dan teknologi agar perguruan tinggi (selanjutnya disebut PT) mampu menghimpun, mengalihkan, menyebarkan, dan menerapkan ilmu pengetahuan bagi kemajuan dan kesejahteraan masyarakat. Lingkup penelitian di PT

meliputi penelitian dasar, penelitian terapan, dan penelitian pengembangan (Soehendro, 1996). Untuk mewujudkan hal ini Perpustakaan Universitas Indonesia mempunyai strategi yang akan ditempuh, antara lain adalah: 1) meningkatkan koleksi buku dan majalah ilmiah; 2) membentuk otomatisasi dan informasi perpustakaan; dan 3) membentuk Sistem Perpustakaan Universitas Indonesia Terpadu (SPUIT).

Kedudukan, tugas pokok, dan fungsi Sistem Perpustakaan Universitas Indonesia Terpadu itu dikukuhkan dengan Keputusan Rektor No. 230/SK/R/UI/1999, tanggal 16 Agustus 1999. Kini Perpustakaan Universitas Indonesia membawahi 12 Perpustakaan Fakultas, yaitu: Fakultas Kedokteran (FK), Fak. Kedokteran Gigi (FKG), Fak. Matematika dan Ilmu pengetahuan Alam (FMIPA), Fak. Teknik (FT), Fak. Hukum (FH), Fak. Ekonomi (FE), Fak. Ilmu Budaya (FIB)-dulu Fak. Sastra-, Fak. Psikologi (FP), Fak. Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP), Fak. Kesehatan Masyarakat (FKM), Fak. Ilmu Komputer (FASILKOM) dan Fak. Ilmu Keperawatan (FIK).

Dalam menjalankan tugas, fungsi dan sistem perpustakaanannya dan juga mendukung visi dan misi Universitas Indonesia sebagai lembaga pendidikan, Perpustakaan Universitas Indonesia mempunyai visi dan misi, sebagai berikut:

#### Visi

Menjadi perpustakaan universitas yang unggul dalam menyediakan sumber informasi untuk pendidikan dan riset berskala internasional.

#### Misi

1. Menyediakan akses ke sumber ilmu pengetahuan secara global
2. Menyebarkan sumber informasi pengetahuan hasil karya sivitas akademika Universitas Indonesia
3. Berperan serta dalam pengembangan perpustakaan universitas di dunia

#### 4.1.2 Layanan dan Fasilitas Perpustakaan

Untuk meningkatkan jasa pelayanannya Perpustakaan Universitas Indonesia mempunyai jam buka perpustakaan, sebagai berikut:

##### a) Jam Buka Perpustakaan

Hari	Pukul
Senin – Jum'at	08.30 – 19.00
Sabtu & Minggu	08.30 – 15.00

##### b) Layanan Perpustakaan

###### 1) Layanan Rujukan

Layanan ini bertujuan untuk membantu sivitas akademika UI dalam hal penelusuran informasi, khususnya bagi mahasiswa yang sedang mengerjakan tugas akhir atau sedang melakukan penelitian. Permintaan informasi dapat disampaikan secara langsung atau lewat email.

###### 2) Paket Informasi

Paket informasi merupakan salah satu layanan dalam bentuk paket-paket informasi dengan topik tertentu. Masing-masing paket memuat beberapa judul artikel beserta anotasinya sesuai dengan topik yang telah ditetapkan.

###### 3) Pelatihan Penelusuran Informasi

Layanan Pelatihan Penelusuran Informasi terdiri dari beberapa paket, yaitu Paket Dasar dan Paket Lanjutan, yang bertujuan untuk membantu meningkatkan *information skills* pengguna. Layanan ini disediakan untuk seluruh sivitas akademika UI, khususnya mahasiswa baru dan mahasiswa tingkat akhir. Permohonan untuk mengadakan pelatihan dapat disampaikan secara langsung atau melalui *email*.



#### 4) Sirkulasi (Peminjaman Buku)

Layanan peminjaman buku teks berada di Gedung B lantai 2. Koleksi buku rujukan, tesis, disertasi, laporan penelitian serta UI-ana hanya dapat dibaca di tempat baca Perpustakaan UI.

#### 5) Pinjam Antar Perpustakaan (PAP)

Bagi mahasiswa, peneliti dan dosen UI sekarang dapat meminjam buku yang ada di seluruh Perpustakaan Fakultas di lingkungan UI melalui Perpustakaan (Pusat) UI. Informasi lebih lanjut tentang layanan ini dapat menghubungi Bagian Layanan Pengguna ([libserv@ui.edu](mailto:libserv@ui.edu)).

### C. Fasilitas UPT Perpustakaan UI

Untuk menunjang pelayanan, perpustakaan menyediakan fasilitas penunjang, sebagai berikut:

1. OPAC (*Online Public Access Catalog*)
2. Akses Internet, melalui akses internet ini, antara lain portal GARUDA dapat diakses
3. Komputer, Scanner dan Backup Data (CDRW)
4. Fotokopi
5. Ruang Diskusi, Kelas dan Seminar
6. Ruang Belajar Khusus
7. Loker

sumber: *digilib.ui.ac.id*

#### 4.1.3 Awal Pembentukan Jaringan GARUDA

Sejak tahun 2001, pimpinan Perpustakaan UI, ITB, UGM, dan IPB melakukan pertemuan setiap 6 (enam) bulan sekali, yang mendiskusikan mengenai bagaimana masing-masing perpustakaan perguruan tinggi itu mengelola sumber daya yang dimiliki masing-masing. Masing-masing perguruan tinggi BHMN ini memiliki

letak geografis yang cukup jauh, sehingga untuk melakukan *interlibrary loan* tercetak dinilai cukup sulit, kemudian disepakati untuk saling berbagi hanya dalam bentuk digital.

Pada tahun 2008, keempat perpustakaan perguruan tinggi BHMN yang difasilitasi oleh DIKTI membuat jaringan, yang bernama In-HEDLINE (*Indonesian higher education library network*) atau JAPERDIPTI (Jaringan Perpustakaan Perguruan Tinggi Indonesia). Perguruan-perguruan tinggi sepakat untuk berbagi informasi (*sharing resource*) mengenai pengetahuan dan bagaimana kegiatan manajemen perpustakaan di masing-masing PT.

Awal tahun 2009, Dikti mengumpulkan referensi ilmiah milik beberapa PT melalui Referensi Ilmiah Indonesia (RII), yang sebelumnya bernama Indonesia-ana. Latar belakang dibuatnya RII ini adalah dinilai masih sulitnya letak sumber informasi dan lokasi pengelola yang tersebar, dan belum adanya kesepakatan dalam pengelolaan informasi di Indonesia, terutama informasi dalam format digital yang berakibat sulitnya aksesibilitas terhadap sumber informasi. Hal ini membuat sumber informasi tidak dapat dimanfaatkan secara optimal.

Kemudian pada tanggal 15 Desember 2009, diluncurkan sebuah portal secara umum yang kemudian dikenal dengan GARUDA, yaitu Garda Rujukan Digital. Portal GARUDA merupakan kerjasama antara perpustakaan PT di bawah Dikti dengan PDII-LIPI dalam hal penyediaan konten. Setelah itu, Dikti mengajak beberapa lembaga ke dalam struktur jaringan, diantaranya adalah Badan Standarisasi Nasional (BSN), Biro Pusat Statistik (BPS), dan Dirjen HKI (Lihat Tabel 4.1). Adanya hubungan dan kerjasama lembaga dalam pengumpulan data untuk kemudian dimasukkan ke dalam sebuah portal inilah yang disebut sebagai jaringan. Pengembangan portal untuk merupakan tujuan bersama yang ingin dicapai jaringan ini.

Jaringan GARUDA merupakan bentuk jaringan terpimpin. Menurut Sulistyobasuki (2005), hubungan antar simpul pada jaringan terpimpin harus melalui suatu

koordinator, sehingga hubungan antar simpul jaringan tidak terjadi. Dalam jaringan GARUDA, DIKTI menunjuk tim pengembang GARUDA sebagai koordinator yang bertugas untuk mengumpulkan *local content* dari simpul jaringan yang ikut bergabung. Dengan demikian, simpul jaringan hanya berhubungan dengan tim pengembang yang mengumpulkan metadata ke dalam portal GARUDA dan tidak bekerjasama dengan sesama simpul jaringan.

Portal GARUDA yang memuat referensi ilmiah Indonesia diharapkan dapat memberikan akses terhadap karya ilmiah yang dihasilkan oleh akademisi dan peneliti Indonesia. Portal ini dikembangkan melalui penggunaan teknologi informasi dan telekomunikasi.

Dalam panduan kontributor yang dibuat oleh tim pengembang, konten yang diberikan GARUDA, terdiri atas:

1. Tugas akhir mahasiswa (skripsi, tesis, disertasi)
2. Artikel jurnal
3. Prosiding
4. Bahan ajar
5. Paten
6. Makalah
7. Pidato pengukuhan

Sumber: *Panduan Kontributor Portal GARUDA*

Berikut adalah langkah-langkah untuk mengakses portal jaringan GARUDA, yang diambil dari panduan pengguna portal:

1. Ketik alamat url <http://garuda.dikti.go.id>
2. Masukkan *query* (kata kunci/istilah yang diperlukan) ke kotak pencarian kemudian tekan tombol telusuri
3. Hasil yang ditampilkan meliputi: Judul, Peneliti, Nama Lembaga, dan URL menuju *permalink* dari masing-masing universitas
4. Klik *Permalink* untuk melihat data lengkap mulai dari data bibliografi, abstrak sampai dengan file *full text* (jika ada) dari beberapa Perguruan Tinggi dan Lembaga di Indonesia, misalnya PDII-LIPI

Sumber: *Panduan Pengguna Portal GARUDA*

Pada tahun 2009, simpul jaringan yang tergabung dalam jaringan GARUDA adalah Universitas Indonesia, Institut Teknologi Bandung, Univ. Airlangga, Univ.

Brawijaya, PDI-LIPI, Univ. Negeri Riau, Univ. Kristen Petra, Univ. Pendidikan Indonesia, Univ. Terbuka, Univ. Atma Jaya, Univ. Gadjah Mada, Univ. Sumatra Utara, Inst. Pertanian Bogor, Univ. Bina Nusantara (Lihat Tabel 4.2). Jumlah data yang sudah masuk ke dalam *database* portal GARUDA per April 2010 berjumlah 105.592 data digital. Data ini disampaikan pada seminar *How to be part of Indonesian Scientific Resources Portal* pada tanggal 20 April 2010.

Jumlah simpul atau kontributor ini akan terus bertambah, DIKTI mengharapkan semua perguruan tinggi di Indonesia ikut menjadi kontributor dalam jaringan ini. Namun, tidak semua perguruan tinggi dapat bergabung, karena untuk bergabung, perguruan tinggi harus memiliki *local content* dalam bentuk digital minimal 500 judul dan sistem *website server* perpustakaan harus aktif selama 24 jam setiap hari. *Website server* ini diharuskan aktif agar sivitas akademika atau peneliti yang ingin mencari sumber informasi tidak terbatas oleh waktu dari jam perpustakaan, sivitas akademika/peneliti dapat mengakses setiap saat.

Dalam penelitian ini, peneliti membagi calon pengguna atau pengguna portal menjadi dua, yaitu: sivitas akademika dan pemustaka. Sivitas akademika adalah seluruh mahasiswa UI yang dapat mengakses portal GARUDA, sedangkan pemustaka adalah pengunjung perpustakaan UI.

#### 4.1.4 Perpustakaan Universitas Indonesia sebagai Anggota Jaringan GARUDA

Universitas Indonesia yang sudah mengembangkan *local content* ikut memelopori terbentuknya jaringan GARUDA. Keseriusan perpustakaan Universitas Indonesia mengembangkan *local content* dalam bentuk digital sivitas akademikanya sendiri, membuat perpustakaan UI kemudian dipercaya menjadi tim pelaksana untuk mengembangkan portal jaringan GARUDA. Sebelum mengembangkan GARUDA, Perpustakaan Universitas Indonesia sudah terlebih dahulu mencoba menyatukan *local content* dari tiap fakultas, menggunakan aplikasi Lontarnya. Lontar adalah sistem aplikasi temu kembali perpustakaan yang dikembangkan oleh perpustakaan Universitas Indonesia. Setiap perpustakaan fakultas sudah secara mandiri

mendigitalisasikan *local content* khususnya skripsi sivitas akademika dan membuat katalog *online* koleksi-koleksi. Berikut pemaparan dari LK:

Mula-mula, pada saat akan mengembangkan GARUDA, saya mencoba di UI dulu. Karena klo di UI jalan, di luar pun akan jalan. Jadi UI itu dulu tiap fakultas punya data sendiri, punya sistem aplikasi sendiri, kan?! Saya sempat berpikir, ada tidak satu sistem aplikasi yang dapat menyatukan mereka, tapi mereka enggak usah pake sistem aplikasi yang kita buat. Gitu. Jadi tetap menggunakan sistem masing-masing, tetapi dengan menggunakan sistem masing-masing.. tetapi kalau format metadatanya sama pasti bisa kita ambil, yang sama-sama kita. *Synchronisasi* istilahnya. Akhirnya kita kembangkan lontar. (LK)

Salah satu informan juga mengiyakan pengembangan *local content* di perpustakaan Universitas Indonesia, pendapatnya adalah sebagai berikut:

Karena kita [Perpustakaan Universitas Indonesia] sudah melakukan digitalisasi itu sudah lama. (CL)

Menurut pendapat kedua informan di atas, Universitas sudah lama mengembangkan digitalisasi *local content* (yang disebut UI-ana) dan telah berhasil menggabungkan metadata UI-ana di setiap fakultas menggunakan satu aplikasi, yaitu Lontar. Sivitas akademika dapat mengakses UI-ana hanya dengan membuka salah satu *website* perpustakaan di Universitas Indonesia. Hal ini kemudian diaplikasikan pada portal GARUDA. Melalui portal GARUDA, metadata *local content* dari berbagai kontributor dapat diakses.

Tim pengembang GARUDA mengambil metadata dengan menggunakan OAI-PMH (*Open Archive Inisiative-Protocol for Metadata Harvesting*). Simpul jaringan diharuskan menginformasikan alamat provider OAI-nya kepada tim pengembang GARUDA, selanjutnya sistem GARUDA akan melakukan *harvest* metadata dari perpustakaan yang bersangkutan. Setelah proses *harvest* selesai, data tersebut diindeks di sistem portal GARUDA. Namun, tidak semua perpustakaan mengimplementasikan OAI-PMH pada sistemnya. Untuk perpustakaan yang mengimplementasikan OAI-PMH, mereka menginformasikan Bagi perpustakaan yang belum implementasi OAI-PMH, mereka dapat mengirimkan file dalam bentuk

*excel* sesuai format yang telah tim GARUDA buat. File *excel* ini dikirim melalui *e-mail* dan diindeks di sistem portal GARUDA.

#### 4.2 Profil Informan

Untuk mendapatkan data penelitian, peneliti menggunakan informan sebagai sumber data untuk mengetahui kegiatan promosi. Informan yang peneliti wawancarai tidak hanya pustakawan Perpustakaan Pusat Universitas Indonesia, tetapi juga pustakawan perpustakaan fakultas yang ikut melakukan kegiatan promosi portal GARUDA. Jumlah informan yang peneliti wawancarai berjumlah 4 orang, dengan pembagian 4 pustakawan dengan inisial LW, CL, PR, MY.

Tabel 4.3 Jumlah Informan

Inisial	Jenis Kelamin	Jabatan
LW	Wanita	Kepala Perpustakaan dan Tim Pengembang
CL	Wanita	Tim Pengembang dan Pustakawan LI
PR	Pria	Pustakawan LI
MY	Wanita	Tim Pengembangan dan Pelaksana

Dalam pemilihan informan, peneliti menggunakan metode *snowball sampling*, peneliti meminta kepada informan kunci untuk merekomendasi informan selanjutnya yang sesuai dengan persamaan sifat informan yang telah peneliti tentukan. LW merujuk kepada CL dan PR, kemudian CL dan PR merekomendasikan MY. LW adalah kepala perpustakaan sekaligus ketua pelaksana jaringan dan portal GARUDA, CL adalah tim pengembang di lingkungan Universitas Indonesia dan merupakan pustakawan bagian informasi, PR merupakan pustakawan literasi informasi di fakultas dan mewakili Universitas Indonesia dalam mempromosikan portal GARUDA di salah satu acara di luar lingkungan UI, dan MY merupakan tim pengembang jaringan dan portal GARUDA.



### 4.3 Promosi Portal GARUDA

#### 4.3.1 Promosi Portal GARUDA Bersama dengan Kontributor Lainnya

Kontributor merupakan penyedia sumber *local content* portal GARUDA yang bersedia mengikuti kebijakan jaringan GARUDA untuk mengembangkan portal ini. Berdasarkan kesediaan para kontributor dari berbagai perguruan tinggi untuk berbagi sumber informasi yang dimiliki institusinya, jaringan GARUDA berhasil dibangun.

Perpustakaan Universitas Indonesia merupakan salah satu simpul GARUDA. Selain sebagai kontributor, Perpustakaan Universitas Indonesia telah dipercaya untuk menjadi tim pelaksana dan pengembang portal GARUDA. Salah satu strategi pengembangannya adalah mengajak PT untuk ikut menjadi kontributor dalam penyediaan isi portal GARUDA. Promosi dan sosialisasi dilakukan untuk memperkenalkan dan mengajak perpustakaan PT lain agar bergabung dengan simpul GARUDA. Kegiatan ini dilakukan di berbagai daerah di Indonesia, dengan mengundang puluhan perguruan tinggi.

Promosi dan sosialisasi jaringan ini dilakukan di beberapa Universitas, seperti di UNRI (Univ. Negeri Riau), Universitas Negeri Surabaya, kemudian universitas Mulawarman, di Samarinda dengan membuat workshop-workshop yang mengundang kepala perpustakaan masing-masing. Dari tanggal 17 Oktober sampai dengan 25 Oktober 2009 di acara *Indonesia Library & Publisher Expo*, portal ini mulai diperkenalkan kepada masyarakat, ketika itu PR adalah salah satu pustakawan yang diberi tugas untuk ikut mempromosikan jaringan ini bersama tim pengembang. Kemudian, pada tanggal 19 Desember 2009 jaringan ini resmi di *launching* di Senayan oleh para peneliti dan para perekayasa di lingkungan Dirjen DIKTI.

Promosi portal GARUDA dilakukan di beberapa daerah di Indonesia melalui pameran, *workshop*, dan seminar dan menyebarkan alat promosi, seperti yang dilansir dari informan, berikut ini:

Kita *roadshow* ke beberapa daerah. Ke Riau, Bandung, Jogja, Surabaya, Banjarmasin, Gorontalo, terus ikut-ikutan pameran, *Library & Book Expo*. Lalu



membuat *workshop* dan seminar-seminar. Kemudian, menyebarkan poster, spanduk, *flyer*, brosur, lalu buku panduan untuk kontributor, kemudian *bookmark* dan *x-banner* ini. (LK)

Promosi dan sosialisasi ini secara berkala dilaksanakan di daerah Indonesia Timur seperti Gorontalo, Indonesia Tengah seperti Banjarmasin, dan Indonesia Barat seperti Jogja dan Surabaya. Tidak hanya membuat *workshop*, tim pengembang juga menyebarluaskan alat promosi seperti poster, spanduk, *flyer*, brosur, *bookmark*, *banner*, dan buku panduan kontributor. Semua ini dilakukan untuk menarik perpustakaan perguruan tinggi agar ikut bergabung dalam memberikan akses ke sumber informasinya kepada jaringan GARUDA sebagai konten portal GARUDA.

Sosialisasi ini dilakukan bersamaan dengan sosialisasi *online database* yang dilanggan oleh DIKTI dan *Indonesian Scientific Journal Database (ISJD)* milik PDI-LIPI. Untuk sosialisasi portal GARUDA pada tahun 2010, perpustakaan Universitas Indonesia telah mengundang beberapa pustakawan potensial untuk menjadi penanggung jawab di provinsi masing-masing. Sosialisasi ini dilakukan di beberapa Universitas, antara lain:

di Jakarta:

1. Universitas Indonesia, pada Kamis, 15 s.d. 16 April 2010
2. Universitas Bina Nusantara, pada Senin, 19 April 2010
3. Universitas Atmajaya, pada Senin, 20 April 2010

di Bandung:

1. Institut Teknologi Bandung, pada Rabu s.d. Kamis, 21-22 April 2010
2. Universitas Padjadjaran, pada Jum'at, 23 April 2010

di Medan:

1. Universitas Sumatra Utara, pada Selasa, 27 April 2010
2. Universitas Negeri Medan, pada Rabu, 28 April 2010

di Palembang:

Universitas Sriwijaya, pada Senin, 3 Mei 2010

di Banjarmasin

Universitas Lambung Mangkurat, pada Jum'at, 7 Mei 2010

di Denpasar

Universitas Udayana, pada Senin 10 Mei 2010

Pemanfaatan *database online* yang dilanggan oleh DIKTI juga menjadi bahan promosi portal GARUDA, karena jaringan dan portal ini juga merupakan bagian dari program kerja dari DIKTI. Dalam pelatihan ini disisipkan promosi mengenai portal dari *local content* Indonesia. Sosialisasi ini dilakukan di 13 Universitas Jakarta dan Bogor dari tanggal 15 sampai dengan 16 April 2010. Universitas-universitas itu adalah: Univ. Indonesia, Univ. Gunadarma, Univ. Pancasila, Inst. Sains dan Teknologi Nasional, Univ. Sahid, Univ. Pakuan Bogor, Univ. Nusa Bangsa Bogor, Inst. Pertanian Bogor, UPN Veteran Jakarta, STIE Kusuma Negara, STIE IMI, dan STIE Adm. Menara Siswa Bogor.

Pada tanggal 20 dan 21 April 2010 telah dilaksanakan Seminar Nasional dan workshop “*how to be part of Indonesian scientific resource portal*” untuk kontributor maupun calon kontributor jaringan dan portal yang diselenggarakan oleh Forum Perpustakaan Perguruan Tinggi Indonesia di Auditorium AJB Bumiputra FISIP dan ruang ITTC Gedung A Perpustakaan Universitas Indonesia. Dalam seminar ini dibahas tentang isi dan aksesibilitas, manajemen isi pengembangan portal, dan pandangan pengguna terhadap portal. Calon kontributor dan kontributor dijelaskan mengenai bagaimana cara bergabung dan manfaat bergabung bagi institusi perguruan tinggi masing-masing.

#### 4.3.2 Promosi Portal GARUDA untuk Pemustaka UI

Promosi di perpustakaan merupakan salah satu kegiatan pengenalan terhadap produk dan jasa/layanan di perpustakaan. Pelaksanaan promosi di lingkungan Universitas dilakukan dengan mengirimkan alat promosi kepada kepala perpustakaan masing-masing fakultas di Universitas Indonesia. Kemudian, perpustakaan Universitas Indonesia sebagai perpustakaan induk mengoordinasikan alat promosi dengan membagikan poster, *bookmark*, *banner*, dan brosur panduan pengguna. Hal ini disampaikan oleh informan, sebagai berikut:

“Kita melakukan sosialisasi dengan teman-teman di fakultas, dengan mengirimkan alat promosi, dikirimkan kepada kepala perpustakaan fakultas.” (LK)

“Nah, alat-alat promosi itu juga kita kirimkan yaitu melalui kepala perpustakaan fakultas, berharap agar kepala perpustakaan fakultas membantu menyebarkan informasi tentang portal GARUDA kepada lingkungan di sekitar.” (MY)

Universitas Indonesia terdiri dari 12 fakultas, UPT perpustakaan UI mengirimkan alat promosi ke setiap perpustakaan fakultas di seluruh UI. Keberadaan perpustakaan fakultas ini diharapkan membantu penyebaran promosi di lingkungan tiap fakultas. Setiap fakultas mendapatkan *bookmark*, buku panduan, dan satu buah poster. Menurut MY, alat promosi ini mulai disebar di perpustakaan pada awal masuk semester tahun 2010, yang dipaparkan sebagai berikut:

“...karena banyak libur, jadi kita tunda penyebaran sarana promosi ini. Karena sarana promosi ini harus sampai ke tangan pengguna. Kalau pengguna itu sedang libur semesteran, libur lebaran, libur natal. Jadi sayang kalau tidak langsung sampai [ke sivitas akademika]. (MY)

Dari paparan informan di atas dapat dilihat bahwa pemustaka merupakan unsur penting dalam tindakan promosi tersebut. Hal ini sesuai dengan pendapat Barwell dalam Randall yang menyatakan bahwa konsep filosofi pemasaran adalah bagaimana memenuhi kebutuhan konsumen. Konsumen dalam bahasan ini adalah pemustaka yang merupakan sasaran alat promosi. Alat promosi yang dibuat, penyebarannya disesuaikan dengan jadwal masuk kuliah. Kemudian menurut Kotler mengenai penyebaran atau distribusi, pendistribusian harus memperhatikan waktu dan tempat yang sesuai dan tepat. Memilih waktu yang tepat untuk melakukan promosi, merupakan strategi promosi. Hal ini agar informasi dapat sampai ke sasaran promosi. Penyebaran alat promosi seperti panduan pengguna dan *bookmark* diharapkan dapat diterima langsung oleh sivitas akademika ketika masa kuliah telah dimulai.

Untuk membantu penyebaran promosi, ketika jaringan ini di *launching* untuk umum, tim pengembang mengundang beberapa peneliti surat kabar *online*. Hal ini merupakan promosi menggunakan publisitas dari media *online*. Promosi ini dilakukan oleh perpustakaan Universitas Indonesia sebagai tim pengembang, dan Dikti sebagai institusi koordinator pengembangan portal GARUDA. Publisitas yang dilakukan menurut LK,

“Kita memang *hire* orang. Jadi saya membayar agen iklan. Untuk menyebarkan atau apapun kegiatan GARUDA itu di-*expose*, tapi memang tidak selalu dalam media massa tercetak yah. Jadi lewat internet, detik dot com, itu informasinya selalu keluar. Bahkan terakhir di Kompas. (LK)

Pernyataan ini didukung oleh MY,

“Anda bisa lihat di situ ada beberapa media seperti Kompas dan *website* beberapa institusi yang mem-*publish* keberadaan GARUDA.” (MY)

Kegiatan di atas tidak jauh dari yang ditulis oleh Basu S. bahwa tujuan promosi salah satunya adalah memberitahukan produk yang ditawarkan. Perpustakaan Universitas Indonesia menyebarkan alat promosi kepada pemustaka untuk menyebarkan informasi mengenai keberadaan portal GARUDA di lingkungan perpustakaan.

#### 4.3.3 Tujuan Promosi Portal GARUDA

Perpustakaan sebisa mungkin memberikan layanan yang dibutuhkan oleh pemustaka. Dalam meningkatkan pelayanan, perpustakaan mengembangkan pelayanan yang telah ada dan memberikan layanan baru sesuai dengan kebutuhan bagi pemustaka, yang semakin berkembang seiring dengan perkembangan penelitian dan teknologi. Layanan yang telah ada dan layanan baru tentunya perlu diingatkan dan diketahui oleh pemustaka, agar dapat dimanfaatkan dengan baik. Hal ini merupakan tujuan dari promosi yaitu segala usaha perpustakaan dalam meningkatkan layanan juga diketahui dan dimanfaatkan kegunaannya bagi pemustaka.

“Untuk membangun budaya penelitian yang lebih berkualitas, karena dengan banyaknya bahan yang dibaca maka wawasannya akan lebih luas.” (CL)

Menurut pernyataan informan di atas, dengan tersedianya bahan bacaan yang luas akan terbangun budaya penelitian yang lebih berkualitas. Pernyataan ini sejalan dengan tujuan dari promosi layanan perpustakaan yaitu mendorong minat baca dan mendorong masyarakat agar menggunakan koleksi perpustakaan semaksimal mungkin. Perguruan tinggi merupakan tempat terciptanya penelitian-penelitian, dengan mempromosikan koleksi yang terdapat pada portal GARUDA yang berisi penelitian dari beberapa perguruan tinggi di Indonesia akan membuat sivitas akademika atau calon peneliti mempunyai bahan referensi mengenai penelitian yang akan dilakukan. Sivitas akademika yang akan meneliti akan dipermudah dalam mencari referensi dari salah satu pakar dengan bidang yang diminatinya melalui portal ini.

Peneliti akan mengenali kepakaran seseorang dari karyanya yang terdapat di dalam portal GARUDA. Pakar adalah orang yg mempunyai keahlian dalam bidang ilmu tertentu. Berikut menurut salah satu informan:

“...pastinya tujuan kami adalah menunjukkan kepakaran bagi mahasiswa.” (MY)

Menurut MY, dengan mempromosikan portal GARUDA, pemustaka diberitahu tentang penelitian apa saja yang sudah dilakukan dan siapa peneliti yang ahli dalam suatu bidang penelitian dengan melihat karya-karyanya dalam portal GARUDA.

Kemudian, tujuan promosi portal GARUDA kepada kontributor adalah untuk meyakinkan atau membujuk calon kontributor agar ikut bergabung dengan jaringan ini. Hal ini disampaikan oleh informan, sebagai berikut:

”Tujuannya untuk mengenalkan GARUDA sebagai salah satu sumber rujukan yang layak dipercaya, dan untuk menarik minat calon kontributor supaya mau menjadi kontributor.”(CL)

Pada pernyataan di atas, menurut Basu tujuan promosi ini dikenal dengan: memberitahu. Melalui promosi, tim pengembang memberitahu calon kontributor

mengenai keuntungan jika bergabung dengan jaringan GARUDA. Keuntungan-keuntungan bergabung dengan jaringan, seperti menambah akses sumber informasi penelitian, meningkatkan peringkat *webometrics*, dan membantu mengurangi praktik plagiarisme pada penelitian sivitas akademika di Indonesia. Jika calon kontributor diberitahukan mengenai keuntungan, maka semakin besar minat untuk ikut bergabung menjadi penyedia *local content* di portal GARUDA.

”... untuk menginformasikan sumber-sumber rujukan yang dapat sivitas akademika jadikan acuan dalam melakukan penelitian.” (CL)

Tujuan promosi isi selaras dengan pendapat Basu, yaitu memberitahu manfaat produk dan layanan yang ditawarkan. Pemustaka diberitahu mengenai manfaat sebagai acuan sebelum membuat penelitian, agar tidak terjadi duplikasi dalam penelitian dan terhindar dari plagiarisme penelitian.

#### 4.3.4 Metode Promosi Portal GARUDA

Metode promosi dapat berupa promosi aktif seperti pada pelatihan maupun promosi pasif dengan menggunakan alat promosi. Alat promosi portal GARUDA diberikan oleh tim pengembang kepada masing-masing PT yang bersedia menjadi simpul jaringan dan menjadi kontributor. Alat promosi yang didapat oleh perpustakaan Universitas Indonesia berjumlah 270 buah, yang terdiri dari poster, spanduk, *standing banner*, CD, *bookmark*, panduan pengguna dan panduan kontributor (Lihat Tabel 4.4).

Tabel 4.4 Jumlah Alat Promosi Portal GARUDA untuk Universitas Indonesia

Jenis	Jumlah
CD	1 buah
Panduan Kontributor	1 buah



Panduan Pengguna	100 buah
Pembatas Buku ( <i>Bookmark</i> )	150 buah
Poster	9 buah
Spanduk	6 buah
Panji ( <i>Banner</i> )	1 buah

#### 4.3.4.1 Poster

Awalnya poster ini diletakkan di papan pengumuman di samping pintu masuk perpustakaan gedung B, kemudian poster ditempelkan pada kaca di depan dan belakang meja pendaftaran masuk dan peminjaman kunci loker perpustakaan. Posisi poster menghadap ke pintu masuk dan ruang bebas lantai 1 perpustakaan. Letak poster ini akan terlihat bila pemustaka akan masuk dan keluar dari perpustakaan. Menurut Coote, poster harus menarik dan di letakkan diposisi yang strategis. Menurut observasi peneliti, ukuran poster yang besar cukup menarik perhatian, dengan warna hijau dan biru, terdapat lambang GARUDA dan beberapa ilustrasi isi portal, kemudian pesan yang bertuliskan "Perlu Referensi Ilmiah?" kemudian tercetak alamat portal GARUDA bagian bawah poster. (lihat Gambar 4.2)

Tata letak poster sebisa mungkin ditempel di tempat yang dilintasi oleh pemustaka, di perpustakaan poster ini sengaja ditempelkan pada jalan keluar-masuk. Hal ini disampaikan oleh MY dan PR, sebagai berikut:

"... poster, spanduk dipasang di lokasi yang strategis.. kalau di perpustakaan UI dipasang di *white board* yang mau masuk ke pintu gedung B." (MY)

Disamping itu, menurut PR,

"...sesuatu klo diiklankan lewat poster tidak maksimal." (PR)



Kegiatan promosi dinilai oleh PR kurang dapat menarik minat pemustaka jika hanya lewat media poster. Poster merupakan salah satu promosi pasif, promosi ini menggunakan media cetak untuk menyalurkan informasi, sehingga bila tidak menarik maka promosi ini tidak banyak berperan karena hanya mengandalkan komunikasi satu arah dari media ilustrasi dalam media cetak.

#### 4.3.4.2 Panji (*Banner*)

Panji atau *banner* adalah media yang dicetak atau cetak secara digital, mempunyai kaki untuk berdiri yang terbuat dari bahan *flexiglass* yang ringan dengan bantalan *banner* yang dapat disesuaikan/diatur untuk menjaga *banner* tetap regang dan rata. Bentuknya panjang vertikal, dan juga disebut dengan *standing banner*. Dalam observasi peneliti, banner diletakkan di depan kantor perpustakaan gedung A. Posisi dari banner menurut peneliti tidak terlalu tepat, karena diletakkan di daerah yang jarang dilalui oleh pemustaka. Tidak ada strategi khusus dalam penempatan *banner*, hanya diletakkan di depan kantor perpustakaan Gedung A. Menurut peneliti, karena keterbatasan alat promosi, maka *x-banner* hanya diletakkan di perpustakaan gedung A. (lihat Gambar 4.3)

#### 4.3.4.3 Spanduk

Menurut LK, spanduk promosi dipasang berjumlah 3 buah, yaitu di depan perpustakaan Universitas Indonesia, stasiun Pondok Cina, dan stasiun UI. Sedangkan menurut MY, spanduk berjumlah 4 buah, dan dipasang di depan Perpustakaan Universitas Indonesia, di area fakultas ilmu keperawatan, fakultas teknik dan halte Universitas Indonesia. Berikut adalah pernyataan dari MY:

“...Pokoknya satu di tengah-tengah, Perpus UI. Kemudian di depan, yang dekat halte UI.. kemudian dekat teknik dan daerah yang dekat PKM, yang melintas di situpun supaya tau. Pokoknya sebisa mungkin tempat yang terbaca, *eye catching*, kita juga untuk membuat sarana promosi pun harus menyeragamkan warna.” (MY)

Hal yang disampaikan MY sesuai dengan pendapat Wilson dalam Cronin (1972: 253), yang berpendapat bahwa agar berhasil promosi harus mampu mendapatkan perhatian. Promosi harus dibuat dengan tema, warna, dan desain yang jelas, yang dapat mewakili gambaran dari layanan dan memberikan visual yang menarik.

Spanduk dipasang di depan perpustakaan Universitas Indonesia mengarah ke jalan, namun karena letak perpustakaan yang berbentuk bulat dan berada di sekitar pohon, spanduk kurang mendapat perhatian dari pemustaka. Menurut Kotler, lokasi merupakan unsur pemasaran yang harus diperhatikan agar menarik konsumen. Lokasi ini kurang banyak dilewati oleh para pemustaka, karena hanya pemustaka yang melewati pintu masuk gedung A. Ini mungkin disebabkan arah datang pemustaka terbagi dari 3 tempat pintu masuk. Pertama, dari arah Barat menggunakan pintu masuk utama atau gedung A, kedua, dari arah Selatan atau Fakultas Ilmu Pengetahuan Budaya, dan ketiga arah Timur Tenggara. Melewati pintu masuk gedung B atau dari arah sebaliknya pintu masuk gedung A.

Pada kesempatan lain, MY memberikan data tentang jumlah alat promosi yang diterima oleh Universitas Indonesia berjumlah 6 buah. Peneliti tidak dapat melakukan observasi terhadap jumlah spanduk, karena spanduk sudah diturunkan pada minggu awal di bulan Mei 2010. Bila disimpulkan dari penyebaran alat promosi yang mulai dilakukan oleh tim pengembang, promosi melalui spanduk ini berjalan selama bulan Desember, ketika portal GARUDA diluncurkan hingga April 2010 hingga akhir bulan April.

#### 4.3.4.4 Pembatas Buku (*Bookmark*)

*Bookmark* atau yang biasa dikenal dengan pembatas buku ini salah satu alat promosi portal GARUDA, konten informasinya dibuat singkat, karena ukurannya yang kecil (Lihat Gambar 4.4). Hal ini selaras dengan pendapat Wilson mengenai isi promosi hendaknya berisi informasi yang penting hingga menarik dan informasinya dapat diterima dengan baik oleh pemustaka.

*Bookmark* ini dibagikan pada periode minggu awal masuk kuliah. Pembagian *bookmark* ini diundur hingga mahasiswa aktif kuliah, yaitu pada bulan Februari. MY menjelaskan,

“...Pada saat pertama kali *bookmark* ini dibuat kemudian dibagi-bagikan pada bulan Februari. Karena bulan sebelumnya banyak libur, jadi kita tunda penyebaran sarana promosi ini. Karena sarana promosi ini kan harus sampai ke tangan pengguna. Kalau pengguna itu sedang libur semesteran, libur lebaran, libur natal. Jadi sayang kalau tidak langsung sampai.”(MY)

Pendapat informan di atas dipahami sebagai penyebaran *bookmark* ini hanya dilakukan saat awal semester saja dan jumlahnya tidak banyak. Menurut MY, jumlah *bookmark* yang didapat Universitas Indonesia berjumlah 150 buah.

#### 4.3.4.5 Brosur

Brosur merupakan alat promosi yang sering digunakan oleh perpustakaan selama ini. Merupakan *direct mail*, yaitu surat selebaran yang berisi iklan atau promosi suatu benda atau produk yang disebarluaskan melalui pos ataupun secara langsung. Brosur merupakan promosi *direct mail*, karena brosur dibagikan langsung ke pemustaka.

Penyebaran brosur diletakkan di tempat pendaftaran pemustaka. Di tempat ini, setiap pemustaka harus menulis daftar hadir sebelum masuk ke dalam perpustakaan. Brosur atau panduan pengguna ini dilipat menjadi 4 (empat) lipatan. Di dalamnya berisi informasi mengenai apa itu GARUDA dan langkah-langkah mengakses portal GARUDA dengan ilustrasi *interface* pada komputer.

Untuk kontributor juga dibuatkan panduan brosur kontributor (Lihat Gambar 4.5) Isi dari brosur ini adalah visi misi, latar belakang, ruang lingkup, maksud dan tujuan, bentuk dan struktur kerjasama, hak dan kewajiban jaringan, format metadata, dan mekanisme penyerahan metadata portal GARUDA. Panduan kontributor ini dikirimkan ke lebih dari 200 perguruan tinggi di Indonesia melalui pos maupun dibagikan ketika pelaksanaan kegiatan sosialisasi dilakukan.

Pembagian brosur panduan pengguna ini kurang efektif dilakukan, karena jumlahnya yang kurang memadai dan hanya disebarikan kepada pengguna sekali, yaitu pada saat awal semester genap dimulai. Dari data yang diberikan oleh MY, jumlah panduan pengguna berjumlah 100 buah, sedangkan panduan kontributor berjumlah 3 buah.

#### 4.3.5.6 Pelatihan Pemakai

*Training* (pelatihan) adalah usaha suatu organisasi merencanakan kegiatan untuk membantu sumber daya yang terdapat dalam organisasi agar memperoleh efektifitas dalam pekerjaan mereka yang sekarang atau yang akan datang melalui pengembangan *skill, knowledge* dan *behaviour* (Noe, 2005).

Pelatihan di perpustakaan mempunyai jadwal khusus yang telah ditetapkan untuk pustakawan/pemustaka. Pelatihan bertujuan untuk memperkenalkan dan melatih mereka terhadap suatu layanan perpustakaan. Metode ini tidak hanya sebagai ajang promosi layanan perpustakaan, tetapi sekaligus dapat memaksimalkan penggunaan layanan di perpustakaan.

Promosi portal GARUDA dilakukan bersamaan dengan kegiatan pelatihan literasi informasi untuk *online database*. Seperti yang disampaikan oleh LK, sebagai berikut:

“... Kita menggunakan program yang namanya literasi informasi jadi sebetulnya kita punya program pelatihan, sebagai ajang sosialisasi. Namun, yang kita sosialisasikan tidak hanya GARUDA. Tapi juga misalnya seluruh database yang ditangani UI. Kemudian yang dilanggankan oleh DIKTI, juga *portal domestic* yang dinamakan GARUDA. Tetapi tidak banyak karena target kita mahasiswa S3, S2, dan S1 yang sedang menulis tugas akhir.” (LK)

Dari pernyataan informan di atas, program pelatihan literasi informasi digunakan sebagai sarana promosi yang dilakukan pustakawan untuk mahasiswa yang sedang menulis tugas akhir. Program pelatihan literasi informasi ini merupakan promosi aktif, karena dalam program ini ada interaksi antara pustakawan sebagai *librarian instructor* dan pemustaka sebagai penerima pelatihan ini. Literasi informasi

merupakan salah satu layanan perpustakaan untuk mensosialisasikan portal GARUDA dengan menggunakan media komputer dan internet. Dalam pelatihan literasi ini diinformasikan dan dipraktekkan secara langsung apa dan bagaimana cara kerja portal GARUDA.

Pada pelatihan ini, selain mengenalkan apa itu portal GARUDA, pemustaka juga diajarkan tentang bagaimana menelusur di portal GARUDA dan memanfaatkan sumber informasi yang ada. Hal ini merupakan pernyataan dari informan yang dikutip sebagai berikut,

“Saya kenapa ke literasi informasi karena tujuan kita kan mahasiswa, [yang mungkin] belum tau strategi penelusurannya. Yang kedua adalah pemanfaatan [portal GARUDA] secara etis. Ini loh. Seperti ini, seperti ini. (LK)

Dalam pelatihan ini, tidak hanya dilatih bagaimana cara menelusur, tetapi sebelumnya disampaikan bagaimana menggunakan sumber informasi dengan baik. Hal ini selaras dengan pendapat Noe, pelatihan dilakukan untuk mengembangkan *skill*, *knowledge* dan *behaviour* dari pemustaka. Pemustaka dilatih kecakapannya dalam menelusur dan memanfaatkan karya orang lain secara etis.

Materi pelatihan ini adalah bagaimana menelusur jurnal komersial internasional yang dilanggan perpustakaan dan portal GARUDA diperkenal sekaligus sebagai sumber informasi konten lokal. Kelas pelatihan ini menurut LK dibuka sesuai dengan permintaan pemustaka maupun undangan melalui *e-mail*, seperti dikutip peneliti, sebagai berikut:

“Kita buka kelas hari Selasa 20 orang. Siapa saja yang mau ikut. Dan itu biasanya [diundang] melalui *e-mail*, lewat *root*. Lewat *e-mail* [www. ui.ac.id](http://www.ui.ac.id).” (LK)

Jadwal pelatihan ini pun dapat disesuaikan dengan permintaan dari perpustakaan fakultas, seperti yang disampaikan oleh LK, sebagai berikut:

“Tergantung pemustaka maunya kapan, tidak terstruktur. Jadi, setiap fakultas kemudian dikumpulkan kemudian dibawa ke sini [UPT Perpustakaan], kita latih.” (LK)



Dalam pelatihan ini, diajarkan bagaimana menelusur, dan cara melakukan penelusuran ini disampaikan oleh PR sebagai berikut,

“Yah, pertama kita buka situsnya, jadi saya secara langsung buka situs <http://garuda.dikti.go.id>. Kita buka langsung setelah itu kita coba ketik 'keyword' kemudian secara langsung temuan itu kita klik, kalau saya selalu memilih yang dari UI, karena koleksi UI sudah *full text*. Untuk demo akan lebih menarik. Klo saya *explore* koleksi dari anggota lain itu tidak banyak koleksi *full text* jadi saya selalu memilih yang dari UI. Ketika demo, saya tunjukkan satu-persatu langkah-langkah untuk mengaksesnya. Termasuk juga kalau ada pencarian canggih itu buat apa, saya sampaikan semua pada saat pelatihan.” (PR)

Dari pemaparan PR di atas, hingga saat ini koleksi digital pada portal GARUDA yang dapat diakses dalam bentuk *full text* hanya beberapa perguruan tinggi, termasuk Universitas Indonesia. Untuk mempraktekkan penelusuran akan lebih menarik jika pemustaka dapat menelusur hingga mengunduh *full text*. Untuk saat ini, perguruan tinggi yang membuka akses *local content* dalam bentuk *full text* hanya Universitas Indonesia, hal ini dikemukakan oleh informan sebagai berikut,

”Jadi Cuma UI yang membuka *full text*. Belum semua.”(CL)

Format *full text* merupakan produk yang ingin di'jual' kepada sivitas akademika. Tim pengembang dari perpustakaan UI hingga saat ini merencanakan dan mengembangkan format *full text* dari kontributor lainnya yang bersedia ikut membuka akses *full text*, sehingga sivitas akademika atau peneliti dapat mengakses format *full text* dari seluruh kontributor.

Merujuk kepada misi dan tujuan dibuatnya portal GARUDA, diharapkan kedepannya dengan adanya portal ini diharapkan dapat mengurangi praktik plagiarisme, duplikasi penelitian, dan juga menumbuhkan kolaborasi penelitian. Sehingga, pada pelatihan ini juga dikomunikasikan mengenai bagaimana memanfaatkan sumber informasi dan hasil penelitian dengan baik.



Pada tanggal 15 dan 16 April 2010, perpustakaan UPT Perpustakaan UI melakukan Pelatihan Penelurusan Jurnal Elektronik untuk mahasiswa S2 dan S3, seperti yang peneliti kutip dari informan, sebagai berikut:

“Pada tahun 2010 ini. Baru sosialisasi yang kemarin aja. Sosialisasi langganan online jurnal Dikti, khususnya S3 yah.” (CL)

“...seperti yang kemarin kita lakukan kepada mahasiswa pascasarjana dan peneliti, kita sampaikan. Ini loh ada portal yang sudah dilanggan oleh DIKTI, anda tidak perlu bayar lagi dan ini ada portal 'local domestic' yang namanya GARUDA.” (MY)

#### 4.3.6 Manfaat Promosi

Dalam melaksanakan kegiatan, jaringan GARUDA mempunyai misi jaringan yang dibuat oleh tim pengembang yang menjadi tujuan dibuatnya portal GARUDA oleh simpul atau kontributor lainnya yang ikut berkontribusi dalam hal isi. Menurut Atherton, sebuah jaringan diharapkan bekerjasama untuk mencapai tujuan jaringan. Pada jaringan GARUDA ini anggota simpul/kontributor bekerjasama menaati kebijakan dan berkolaborasi untuk mencapai visi dan misi. Visi dan misi merupakan salah satu komponen dari suatu jaringan yang ingin dicapai oleh sebuah jaringan. Visi dan misi ini diharapkan memberikan pedoman bagi simpul jaringan untuk melaksanakan kegiatannya. Kegiatan yang memberikan manfaat kepada kontributor maupun sivitas akademika yang menggunakan portal GARUDA ini.

Salah satu manfaat dari promosi portal GARUDA adalah adanya kesempatan bagi peneliti untuk dapat mengetahui dan memahami apa yang menjadi minatnya dan menumbuhkan kolaborasi dengan peneliti lain, karena melalui portal GARUDA, seorang peneliti dapat menemukan peneliti-peneliti lain yang mempunyai peminatan terhadap bidang yang sama. Bahkan, peneliti dalam negeri dapat bekerjasama dengan peneliti lain di luar negeri, karena menggunakan jaringan internet, sehingga portal ini dapat diakses pula oleh peneliti dari dalam negeri maupun luar negeri. Mengenai kolaborasi penelitian ini, LK menjelaskan sebagai berikut,

”Orang-orang Indonesia yang penelitiannya dianggap baik, mempunyai *interest* yang sama dengan orang luar, maka diajak untuk berkolaborasi. Nah ini sifatnya jadi internasional kan.” (LK)

Dari suatu kesamaan minat maka dapat tercipta kolaborasi penelitian. Kolaborasi penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan penelitian-penelitian selanjutnya.

Kepakaran seseorang dapat teridentifikasi oleh kelompok/masyarakat. Masyarakat dapat mengakses karya peneliti-peneliti di Indonesia, misalnya dalam karya yang dipatenkan, akan terlihat siapa saja peneliti Indonesia yang membuat karya bermanfaat dan menjadi ahli dalam suatu bidang tersebut. MY bercerita mengenai seorang pakar di Makasar,

”Ada 7 paten yang ditulis oleh seorang pakar, tetapi dia tidak dikenal oleh masyarakatnya, baik di Gorontalo apalagi di Indonesia.” (MY)

Pencari informasi dapat menemukan siapa saja pakar yang memahami dan ahli dalam suatu bidang dari karya-karya *local content* yang terdapat di portal GARUDA. Selain itu, sitasi pakar tersebut pun dapat meningkat dan dapat ditemukan oleh banyak orang. Informan merancukan antara paten dan hak cipta. Sebenarnya, paten berbicara tentang investasi di bidang teknologi, sedangkan hak cipta berbicara tentang karya di bidang pengetahuan maupun seni.

Manfaat selanjutnya adalah penelitian di Indonesia diharapkan akan berkembang, seperti yang disampaikan oleh LK berikut ini,

“Penemuan-penemuan atau hasil-hasil temuan [seseorang] merupakan hasil temuan atau hasil-hasil penelitian yang *advance research* itu tadi. Yah, *research-research* lanjutan. Jadi, di situ bisa dilihat perkembangan terbaru di dalam suatu kajian ilmu.” (LK)

Menurut pernyataan informan di atas, GARUDA dapat membantu menghasilkan penelitian lanjutan dan mencegah pengulangan dari penelitian terdahulu dan selanjutnya penelitian tersebut dapat dikembangkan menjadi penelitian baru. Hal ini senada dengan yang dikemukakan oleh Rice, bahwa manfaat dari jaringan yaitu adanya akses informasi bibliografis baik dalam tingkat nasional

maupun internasional. Melalui portal GARUDA, sivitas akademika di masing-masing PT di Indonesia dapat mengakses sumber informasi dari *local content* hasil karya Indonesia melalui internet, ketika ia berada di mana saja dan kapan saja.

Manfaat bagi PT dapat membantu meningkatkan mempromosikan *website* PT tersebut. Portal GARUDA adalah pintu gerbang bagi *website* perpustakaan perguruan tinggi. Portal GARUDA menyediakan pintu masuk bagi para pencari informasi lewat satu portal, kemudian pencari informasi akan mendapatkan metadata dari hasil pencarian ke *website* perpustakaan perguruan tinggi, dengan ini *website* dari perguruan tinggi itu akan menambah jumlah pengunjung *website* perpustakaan dan dapat meningkatkan *webometrics* *website* perguruan tinggi itu. Hal ini juga disampaikan oleh informan, sebagai berikut:

“GARUDA tentu dapat meningkatkan *webometrics* masing-masing lembaga.”(CL)

“...dapat meningkatkan *ranking webometrics* buat perguruan tinggi tersebut karena secara tidak langsung mereka (pengguna) akan dibawa ke *website* tersebut...”(MY)

“...kalau mau *webometrics*-nya tinggi, ikut garuda.” (LK)

*Webometrics* adalah suatu *website* internasional, yang membuat peringkat perguruan tinggi berdasarkan beberapa kriteria penilaian, yang mengukur sebanyak apa suatu *website* itu dirujuk oleh orang. Dalam penilaian *webometrics* termasuk seberapa banyak *rich file* yang dimiliki oleh suatu perguruan tinggi, dan seberapa banyak pencarian dapat ditemukan oleh *Google Scholar*. Inti dari peringkat ini menunjukkan eksistensi suatu perguruan tinggi dalam konten ilmiah dalam bentuk digitalnya di internet.

Menurut Jerome dan Andrew (1982) promosi mempunyai empat tugas, yaitu untuk membangkitkan kesadaran diantara pemakai potensial, menarik perhatian dan membangkitkan minat, menciptakan citra/kesan yang baik serta membujuk pelanggan untuk menggunakan jasa yang dipromosikan. Dari salah satu informan diperoleh informasi sebagai berikut:

“Promosi, sosialisasi kepada mahasiswa, tidak hanya mahasiswa civa UI baik itu peneliti, mahasiswa S1,S2, S3 maupun para pimpinan di lingkungan UI itu perlu sekali. Karena semakin banyak literature artikel ilmiah yang bisa dibaca, yang mendukung penelitian.”(MY)

Dari uraian tersebut, promosi portal GARUDA bermanfaat dalam memberikan akses yang lebih luas kepada sivitas akademika dan para pimpinan di lingkungan UI. Perluasan akses tersebut dipahami oleh informan akan meningkatkan penelitiannya. Pernyataan tersebut sejalan dengan UI dalam usahanya menjadi universitas riset yang sangat menekankan kualitas dan kuantitas penelitian. Melalui promosi ini, diharapkan perkembangan literatur ilmiah sivitas akademika perguruan tinggi dalam negeri akan terus berkembang dan kinerja mahasiswa Indonesia kian meningkat sehingga dapat bersaing dalam bidang penelitiannya.

Namun, dampak dari portal bagi pengguna belum dapat diidentifikasi karena portal ini masih baru. Hal ini disampaikan oleh LK, sebagai berikut:

”Saya belum identify, saya belum identifikasi. Mana yang, jadi dampak-dampaknya jujur saja belum kita evaluasi. Jadi sejauh mana Garuda ini memberikan dampak kepada adposer akademik.” (LK)

Portal ini terbilang masih baru, karena baru di-*launching* pada bulan Desember 2009. Belum ada evaluasi yang dilakukan oleh tim pengembang. Tim pengembang masih sibuk dengan sosialisasi dan pengembangan konten.

#### **4.4 Kendala Promosi Portal GARUDA**

##### **A. Keterbatasan Jumlah Alat Promosi**

Alat promosi cetak seperti brosur panduan pengguna dan *bookmark* jumlahnya jauh tidak mencukupi dari jumlah pengunjung perpustakaan. Hal ini mengakibatkan tidak banyak sivitas akademika yang mendapatkan alat promosi ini. Waktu pembagian alat promosi pun tidak dilakukan secara berkala, hanya sekali pada saat awal semester. MY menegaskan akan kurangnya alat promosi, sebagai berikut:

“...UI itu kurang lebih ada 40.000 mahasiswa atau siva, sehingga ya kita prediksi.. misalnya kita harus kirimkan panduan pengguna kurang lebih 200 eksemplar. Berharap mahasiswa mendapatkan satu eksemplar, tapi tidak mungkin karena alat promosinya terlalu mahal....” (MY)

Penyebaran panduan pengguna di Universitas Indonesia dengan perbandingan dua kali lipat dari perguruan tinggi lainnya. Tindakan ini barang kali dilakukan karena informan berpendapat bahwa jumlah mahasiswa UI melebihi jumlah mahasiswa perguruan tinggi lainnya. Meskipun UI mendapatkan jatah ekstra, jumlah panduan tersebut masih jauh mencukupi.

#### B. Keterbatasan Pendanaan

Dalam melakukan promosi, dibutuhkan dana untuk membuat alat promosi. Namun, tidak ada dana khusus dari perpustakaan untuk mempromosikan portal GARUDA. Menurut LK, promosi merupakan tugas pustakawan.

“Iya, karena promosi merupakan tugas dari pustakawan yah.. jadi saya tidak perlu dana.” (LK)

Sedangkan untuk alat promosi, perpustakaan telah menerima dari Dikti. Seperti yang dinyatakan oleh PR, sebagai berikut:

“... Memang dari Dikti sudah disiapkan segalanya, tentang posternya, tentang vidionya, brosur-brosurnya. Itu sudah semua didanai oleh Dikti.” (PR)

Pendapat informan di atas dapat dipahami bahwa pustakawan sendiri memiliki tugas untuk menjadikan dirinya sebagai alat promosi. Misalnya, di dalam memberikan layanan kepada pemustaka dalam layanan rujukan, pustakawan sendiri dapat menggunakan portal tersebut. Lalu, pustakawan juga dapat berinisiatif dalam kegiatan seperti literasi informasi yang sekaligus mempromosikan keberadaan portal GARUDA.

#### C. Respon Kurang Positif

“Sebetulnya sih sepanjang kita diberi kesempatan bertemu dan bertatap muka dengan mahasiswa itu tidak masalah yah. Namun, terkadang untuk mencari



kesempatan itu yang agak sulit. Maksudnya tidak semua orang mau ikut pelatihan. Sepertinya kalau orang saya dekati di sini, kok kesannya cuek, tidak ada respon positif. Jadi, itu salah satu kendalanya, bila saja diberikan kesempatan untuk mempromosikan. Jadi kendalanya kesulitan kita bertatap muka dengan mahasiswa.”(PR)

Kendala lain yang mencolok adalah tidak banyak mahasiswa yang mendaftar untuk ikut pelatihan literasi informasi dan sebagian mahasiswa terkesan cuek dan kurang respon positif. Menurut peneliti, kesan negatif mahasiswa itu dapat diubah dengan memberikan informasi yang lengkap tentang portal GARUDA tersebut. Seperti yang dijelaskan oleh Basu, bahwa promosi bertujuan untuk memodifikasi tingkah laku, memberitahu, membujuk, dan mengingatkan konsumen akan produk/layanan.

#### D. Kurangnya Pemahaman dari Pustakawan

Pustakawan masih enggan untuk ikut aktif dalam menjalankan promosi ini. Sumber daya manusia sebagai alat promosi tentunya akan lebih efektif, jika pustakawan ikut membantu mempromosikan portal ini kepada pemustaka. Menurut MY, kendala dari promosi adalah:

“Sarana promosinya kan terbatas, sebetulnya pustakawan yang sudah kita berikan presentasinya, pustakawan di fakultas mau melanjutkan tetapi mungkin karena mereka tidak paham betul atau tidak mendalami betul tentang GARUDA ini.”(MY)

Dalam suatu promosi aktif, diperlukan pemahaman yang mendalam akan suatu produk/jasa/layanan karena pada promosi ini akan terjadi percakapan dan tanya jawab antara pustakawan dan pustakawan. Pertanyaan akan terus berkembang hingga pemustaka puas akan informasi yang diberikan oleh pustakawan. Kesimpulan informan bahwa pustakawan kemungkinan tidak paham betul portal GARUDA ini barangkali benar. Hasilnya, pemustaka akan paham dengan apa yang disampaikan oleh pustakawan. Melalui metode promosi aktif, tujuan promosi seperti memperkenalkan, membujuk, dan mendorong minat kemungkinan besar akan tercapai.



## BAB 5

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Perpustakaan Universitas Indonesia sebagai titik tolak pencarian sumber informasi, harus mampu memberikan pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan pemustakanya. Namun, pelayanan yang ada belum mencukupi kebutuhan pemustakanya. Diperlukan sumber informasi dari tempat lain yang dapat diakses melalui perpustakaan Universitas Indonesia tersebut, yakni melalui jaringan perpustakaan. Salah satu jaringan tersebut adalah jaringan GARUDA yang menghasilkan sebuah portal GARUDA. Pemustaka tidak akan paham atau menyadari layanan/jasa tersebut jika tidak ada sosialisasi dan promosi mengenai apa dan bagaimana jasa/layanan itu bekerja. Oleh karena itu, diperlukan promosi portal tersebut kepada para pemustaka.

Secara garis besar, promosi terhadap portal GARUDA telah dilakukan oleh perpustakaan Universitas Indonesia melalui penyebaran kepada pemustaka dan pemasangan alat promosi di tempat-tempat yang dianggap strategis. Metode yang digunakan mencakup publikasi melalui media internet, pelatihan, penyebaran brosur, penempatan *banner*, spanduk, dan poster di lingkungan perpustakaan Universitas Indonesia dan membagikan alat promosi ini kepada kontributor portal GARUDA.

Kegiatan promosi portal GARUDA ini juga bertujuan untuk membangun budaya penelitian yang berkualitas. Penelitian-penelitian yang telah dilakukan akan terdaftar pada portal GARUDA ini, yang kemudian dapat dimanfaatkan oleh peneliti berikutnya dan seterusnya dapat menunjang penelitian selanjutnya. Sehingga, penelitian yang terdapat pada portal akan menjadi referensi penelitian berikutnya dan penelitian di Indonesia pun dapat berkembang kualitasnya. Para peneliti dan mahasiswa yang akan melakukan penelitian akan mengakses sumber informasi

melalui portal GARUDA ini, sehingga setiap orang dapat mengawasi perkembangan penelitian di Indonesia. Hal ini dapat mencegah adanya duplikasi dan plagiarisme dalam penelitian dan mendorong terciptanya kolaborasi penelitian dan pengembangan penelitian Indonesia ke tingkat internasional.

Kemudian, penempatan alat promosi portal GARUDA cukup strategis, seperti letak penempatan poster. Poster dipasang pada jalur keluar-masuk pemustaka, yang merupakan jalur lalu lintas setiap pemustaka yang ingin masuk dan keluar perpustakaan. Alat promosi portal GARUDA dibuat serupa dengan bentuk dan media yang berbeda, namun mengutamakan unsur identitas dari satu produk layanan. Sehingga, pemustaka dapat mengenali alat promosi ini walaupun dibuat dengan media dan bentuk yang berbeda.

Selain menggunakan alat promosi, promosi portal GARUDA ini juga membuat pelatihan untuk pemustakanya, seperti pelatihan literasi informasi penelusuran *online database*. Pelatihan literasi informasi digunakan sekaligus sebagai sarana promosi portal GARUDA. Pada pelatihan ini pemustaka dikenalkan dan sekaligus diajarkan bagaimana mengakses dan memanfaatkan sumber informasi pada portal dengan baik.

Portal ini memberikan manfaat seperti kesempatan bagi sivitas akademika UI dan peneliti untuk lebih memahami bidang kajian dan kesempatan untuk berkolaborasi. *Local content* dari simpul jaringan yang terdapat pada portal GARUDA menunjukkan sitasi peneliti-peneliti, sehingga sivitas akademika dapat menemukan kelompok peneliti tertentu yang menulis mengenai suatu kajian tertentu. Hal ini dapat mengarah kepada kolaborasi penelitian dari peneliti atau sivitas akademika yang tertarik pada suatu kajian tertentu. Salah satu manfaat yang didapat oleh institusi PT masing-masing adalah dengan bergabung dengan jaringan GARUDA ini, *website* PT tersebut mempromosikan *website* perpustakaan universitas, sehingga peringkat universitas tersebut dapat meningkat.

Namun, dalam kegiatan promosi ditemukan kendala pendanaan dan keterbatasan alat promosi. Selama ini, alat promosi hanya diberikan oleh Dikti. Jangka waktu promosi pun dilakukan hanya sebentar, sehingga kurang menyebar kepada seluruh sivitas akademika. Tanggapan pemustaka terhadap kegiatan literasi informasi yang di dalamnya juga mencakup juga kegiatan promosi kurang mendapat respon positif dari pemustaka dan sivitas akademika pada umumnya.

## 5.2 Saran

Setelah selesai melakukan penelitian ini, peneliti mengajukan saran sebagai berikut:

1. Pelatihan literasi informasi lebih diintensifkan karena dalam kegiatan literasi informasi pemustaka dikenalkan mengenai portal GARUDA dan disertai teknik-teknik penelusurannya. Dengan lebih intensifnya kegiatan literasi informasi, diharapkan pemustaka lebih mengenal dan menggunakan portal jaringan GARUDA dalam kegiatan penelusuran informasi khususnya dalam tugas-tugas penyusunan skripsi, tesis, dan disertasi. Pustakawan hendaknya lebih aktif menyebarkan dan melakukan promosi aktif, seperti pada saat pelatihan. Peran pustakawan sebagai alat promosi itu sendiri tentunya akan lebih efektif dibandingkan menggunakan promosi pasif.
2. Penyebaran informasi atau promosi mengenai portal GARUDA dapat dilakukan melalui [www.webmail.ui.ac.id](http://www.webmail.ui.ac.id). Penginformasian ini berbarengan dengan pemberitahuan *username* dan *password online database* agar setiap sivitas akademika tidak hanya mengetahui sumber informasi dari luar negeri tetapi juga sumber informasi dari Indonesia yakni portal GARUDA ini.
3. Mendorong sivitas akademika untuk memaksimalkan penggunaan portal GARUDA sebagai bahan acuan sumber informasi sebelum melakukan penelitian.
4. Mempromosikan layanan melalui radio kampus. Perpustakaan dapat bekerjasama dengan radio kampus

## DAFTAR PUSTAKA

- Ashcroft, Linda. (2002). Issues in developing, managing and marketing electronic journals collections. *Collection Building*. Vol. 21, p. 147-154. ABI/INFORM Global (Proquest) database.
- Atherton, Pauline. (1986). *Sistem dan Pelayanan Informasi*. Jakarta: Aneka Kencana Abadi.
- Baptista, Sofia Galvão, [et al.]. (Juli 2008). *Marketing for information products and services promotion: Brasil Republic Presidency Library's case study*. 24 April 2010. <http://polaris.bc.unicamp.br/seer/ojs/viewarticle.php?id=202&layout=abstract>
- Beauchamp, Peter. (1991). *The government role in cooperation*. In Handbook of Library Cooperation. UK: Gower.
- Bogdan, R dan Taylor, S.T. (1975). *Introduction to qualitative research methods: a phenomenological approach to the social science*. New York: John Wiley and sons.
- Budi Rahardjo. (2004). *Towards a Research University*. Bandung: Institut Teknologi Bandung. 24 April 2010. <http://budi.paume.itb.ac.id/articles/towards-research-university-2.doc>.
- Bushing, Mary C. (1995). The library's product and excellence. *Library Trends*. 24 April 2010. [http://findarticles.com/p/articles/mi\\_m1387/is\\_n3\\_v43/ai\\_16709308/](http://findarticles.com/p/articles/mi_m1387/is_n3_v43/ai_16709308/)
- Coote, Helen. (1997). *How to market your library service effectively*. London: Aslib.
- Cronin, Blaise. (1981). *The Marketing of library and information services*. London: Aslib.
- De Sáez, Eileen E. (2002). *Marketing concepts for libraries and information services*. London: Facet.
- Deffan Purnama. (4 Maret 2010). *Plagiarisme ilmiah biasanya terjadi di program master dan doktor*. 27 April 2010. <http://www.tempointeraktif.com/hg/pendidikan/2010/03/04/brk,20100304-230080,id.html>

- Dempsey, Kathy. (September 2007). The library promotion side of ALA annual 2007. *Computers in Libraries*. Vol. 27, p. 46-48. 17 Maret 2010. ABI/INFORM Global (Proquest) database.
- Detty Suryati. (1998). *Manajemen dan teknik promosi jasa perpustakaan: komitmen dan pemahaman kasus di tiga perpustakaan*. Tesis Magister UI.
- Elisa Ekaningsih. (2006). *Pemasaran jasa perpustakaan dan informasi pada perpustakaan perguruan tinggi*. 24 April 2010. <http://repository.usu.ac.id/handle/123456789/1745>
- Fuady Munir. (1996). *Bauran promosi organisasi nonprofit studi pada perpustakaan the british council*. Tesis Magister UI.
- Gomm Roger, [et. al]. (2002). *Case study method: key issues, key texts*. London: Sage Publication.
- Hoffmann, Beverly R. Hoffmann. (May, 1992; rev. January, 2002). *Marketing for Charitable Nonprofit Organizations*. 9 April 2010. <http://marketing.about.com/gi/o.htm?zi=1/XJ/Ya&zTi=1&sdn=marketing&cdn=money&tm=167&f=20&tt=14&bt=0&bts=0&st=23&zu=http%3A//www.archrespite.org/archfs7.htm>
- Ilham Prisgunanto dan Siti Anisah. (April 2007). Tanggapan pemakai terhadap promosi perpustakaan: studi perpustakaan kotamadya Jakarta Selatan – JUPS. *Visi Pustaka*. Vol 9, No.1. 1.
- Julie Nicholas. (1998). Marketing and promotion of library services. *Library and Information Services in Astronomy III ASP Conference Series*. Vol. 153. 27 April 2010. <http://www.eso.org/sci/libraries/lisa3/nicholasj.html>
- Koentjaraningrat. (1991). *Metode-metode penelitian masyarakat*. Jakarta: Gramedia.
- Kotler, Philip. (1976). *Marketing management: analysis, planning, and control*. London: Prentice-Hall.
- Kotler, Philip. (2000). *Marketing management: the millennium edition*. New Jersey: Prentice-Hall.
- Kukuh Setyo P. (2004). *Fundamental of Portal*. 12 Juni 2010. <http://ikc.unimal.ac.id/umum/kukuh/kukuh-portal.zip>
- Lasa Hs. (1998). *Kamus istilah perpustakaan*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- MacDougall, Alan F dan Prytherch, Ray. (1991). *Handbook of library cooperation*. Hampshire: Gower.



- Mahnke, Christel. (2006). WSIS, IFLA, UNESCO and GATS: networking for libraries on an international level. *Library Hi Tech*. Vol. 24, p. 540. 17 Maret 2010. ABI/INFORM Global (Proquest) database.
- Moleong, Lexy J. (2005). *Metodologi penelitian kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nazir, Mohammad. (1988). *Metode penelitian*. Jakarta: Ghalia.
- Noe, Raymond A. (2005). *Employee training and development*. New York: McGraw-Hill.
- Putu Laxman Pendit. (2003). *Penelitian ilmu perpustakaan dan informasi*. Jakarta: JIP-FSUI.
- Prasetya Irawan. (2007). *Penelitian kualitatif dan kuantitatif untuk ilmu-ilmu sosial*. Depok: Universitas Indonesia.
- Randall, Geoffrey. (1993). *The principle of marketing*. London: Routledge.
- Rao, N Laxman. (2006). Knowledge-sharing activities in India. *Library Trends*. Vol. 54, p. 463-485. 17 Maret 2010. ABI/INFORM Global (Proquest) database.
- Retno Pratiwi. (2006). *Promosi perpustakaan melalui situs web: studi kasus di PUSTAKA Bogor*. Tesis Magister UI.
- Rowley, Jennifer. (2001). *Information marketing*. Aldershot: Ashgate.
- Rush, James E. (Juni/Juli 1993). Technology-driven resource sharing. *Bulletin of the American Society for Information Science*. Vol. 19, p. 19-23. ABI/INFORM Global (Proquest) database.
- Siregar, A. Ridwan. (2005). Kerjasama dan sistem jaringan perpustakaan umum. *Pustaka: Jurnal Studi Perpustakaan dan Informasi*. Vol.1, No. 2. 12-16.
- Sistaningrum, Widyaningtyas. (2002). *Manajemen Penjualan Produk*. Yogyakarta: Kanisius.
- Soehendro, Bambang. (1996). *Kerangka pengembangan pendidikan tinggi jangka panjang 1996-2005*. Jakarta: Depdikbud, Ditjen Dikti.
- Stake, Robert E. (1994). *The art of case study*. Los Angeles: Sage.
- Stanton, William J. (1996). *Prinsip pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Sulistyo-Basuki. (1996). *Kerjasama dan jaringan perpustakaan*. Jakarta: Universitas Terbuka, Depdikbud.



- Sulistyo-Basuki. (2004). *Pengantar dokumentasi*. Bandung : Rekayasa Sains.
- Sulistyo-Basuki. (2005). *Pengantar ilmu perpustakaan dan informasi*. Jakarta:: Gramedia.
- Sulistyo-Basuki. (2006). *Metode Penelitian*. Jakarta: Wedatama Widya Sastra.
- Woro Titi Haryanti. (2009). *Kerjasama jaringan dan jaringan informasi*. 17 Maret 2010. <http://www.scribd.com/doc/17622812/kerjasama-dan-jaringan-informasi>
- Membaca karya penelitian terdahulu, langkah awal hindari plagiarisme. *Universitas Pendidikan Indonesia*. 27 April 2010. <http://inggris.upi.edu/alumni-student/hindari-plagiarisme/>



**Pedoman Wawancara**

	<b>Pertanyaan</b>
Profil GARUDA	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Latar belakang</li> <li>2. Terbentuknya jaringan</li> <li>3. Simpul jaringan</li> <li>4. Tujuan</li> </ol>
Peran Promosi dalam Mencapai Visi dan Misi	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menghindari plagiarisme dan duplikasi penelitian</li> <li>2. Mendorong kolaborasi penelitian</li> <li>3. Mendorong terwujudnya hasil penelitian bertaraf internasional</li> <li>4. Menjadi acuan pertama untuk akses sumber informasi</li> <li>5. Akses informasi yang terdepan di dalam perkembangan ilmiah</li> </ol>
Kegiatan Strategi Promosi	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Langkah – langkah kegiatan promosi</li> <li>2. Kegiatan promosi</li> <li>3. Dana promosi</li> <li>4. Proses pengumpulan database hingga <i>publish</i> di website</li> <li>5. Kerjasama yang telah dilakukan jaringan untuk mempromosikan portal GARUDA</li> </ol>
Kendala	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kendala dalam melaksanakan promosi portal GARUDA</li> <li>2. Kendala kegiatan promosi dari pemustaka</li> <li>3. Kendala kegiatan promosi dari pustakawan</li> </ol>

Lampiran 1. Pedoman Wawancara



**Reduksi Wawancara Informan LK****Tempat : Ruang Kerja****Waktu : 12.16-13.45****Tanggal : 16 April 2010**

Pertanyaan	Jawaban	Interpretasi
<p>Apa yang melatarbelakangi dibentuknya portal GARUDA?</p>	<p>Sumber informasi sudah ada, tetapi tidak terdeteksi, kemudian</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bahwa sekarang ini lebih mudah mencari informasi yang dihasilkan oleh orang luar UI.. Indonesia melalui <i>google</i> dan lain-lain. Sedangkan informasi dalam negeri sendiri itu lebih sulit diperoleh. Dan terutama yang <i>grey literatur</i> yang hasil karya sivitas akademik</li> <li>2. Kalaupun ada letaknya terpencar-pencar sehingga kalau orang mau mencari harus masuk <i>website</i>-nya UI, <i>website</i>-nya UGM, ITB gitu-gitu kan. Letaknya terpencar-pencar.</li> <li>3. Banyak duplikasi penelitian, jadi mahasiswa meneliti hal yang sama, saya tidak menyebut itu sebagai plagiarisme yah, tapi banyak sekali plagiarisme terjadi. Kemudian, kita ingin berbagi informasi, pokoknya kita ingin berbagi jadi <i>sharing resources</i>. Apalagi perguruan tinggi yang tertinggal, kita tau kan relatif banyak perguruan tinggi yang sudah maju .</li> <li>4. Sudah sejak tahun 2003 ingin berbagi sumber informasi. Perpustakaan perguruan tinggi sudah mulai melakukan interkoneksi. Nah, latar belakangnya adalah karena itu sudah terbentuk, maka akan mudah dibentuk yang namanya</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mencari sumber informasi karya Indonesia masih sulit</li> <li>• Letak sumber informasi yang masih terpencar-pencar</li> <li>• Banyaknya duplikasi dan plagiarism, sehingga PT memutuskan untuk berbagi sumber informasinya untk mencengahnya</li> <li>• Sudah ada interkoneksi antar PT</li> </ul>

(Lanjutan)

	GARUDA.	
Bagaimana portal GARUDA dapat membantu menghindari plagiarisme dan duplikasi penelitian?	Kalau ini kan perkembangan awal dulu. Jadi pertama sistem aplikasi, yang kedua siapa tau mahasiswa itu tidak bermaksud untuk melakukan plagiarisme, dia tidak tau plagiarisme itu kayak apa sih, gitu kan. Nah itu yang harus kita edukasi. Jadi disini yang kita harus lakukan adalah melakukan edukasi kepada sivitas akademika mengenai batasan plagiarisme itu seperti apa, bagaimana menggunakan informasi dengan baik, bagaimana menggunakan informasi dengan etika-etika yang berlaku. Kemudian tidak hanya etika tapi aturan normal. Norma-norma tertulis. Yah, yang berlaku, jadi Literasi Informasi juga kita berikan.	<ul style="list-style-type: none"><li>• Sivitas akademika diberikan pelatihan literasi mengenai etika dan norma-norma penulisan</li></ul>
Bagaimana portal GARUDA bisa mendorong kolaborasi penelitian?	Saya berharap ketika nanti orang saling mengetahui apa yang dilakukan oleh seseorang jadi kepakarannya keliatan, jadi oh si A itu kok tulisannya selalu mengenai ini, si B selalu mengenai ini. Misalnya si A misalnya saya selalu menulis tentang perilaku penggunaan informasi. Pasti nanti orang-orang yang mendekati saya adalah orang-orang yang mempunyai <i>interest</i> yang sama.	<ul style="list-style-type: none"><li>• Kepakaran peneliti bisa diidentifikasi, sehingga peneliti lain dapat melakukan kolaborasi penelitian dengan mengetahui keminatan yang sama</li></ul>
Kolaborasi penelitian apa saja yang sudah ada di lingkungan kampus?	Saya belum <i>indentify</i> , saya belum identifikasi. Mana yang, jadi dampak-dampaknya jujur saja belum kita evaluasi. Jadi sejauh mana GARUDA ini memberikan dampak kepada adposer akademik. Apakah benar-benar bisa.. kalo kolaborasi penelitian iya. Karena mereka sekarang mulai begitu mau melakukan penelitian yang dilihat adalah GARUDA, kemudian yang mereka, apa namanya, lihat adalah siapa yang sudah melakukan apa, tetapi hasilnya apa belumlah karena ini dari baru dua.. baru berapa dengan	<ul style="list-style-type: none"><li>• Kolaborasi penelitian belum dapat diidentifikasi karena usia portal yang masih muda</li></ul>

(Lanjutan)

	sekarang, (4 bulan) belum ada setahun kan.	
Bagaimana portal GARUDA bisa mendorong terwujudnya hasil penelitian bertaraf internasional?	Ehm.. gini. Saya mau mereka berkompetisi. Jadi, sebetulnya orang itu kan ingin... Orang mampu melakukan <i>advance research</i> itu pengulangan. <i>Research</i> itu harus apa yang sudah dilakukan, dilakukan lagi. Lanjutan dari yang telah [dilakukan].. untuk melakukan <i>research-research</i> itu yang ini loh. Bahwa orang-orang akan melakukan kolaborasi dengan orang-orang yang berada di luar Indonesia, atau orang-orang Indonesia.. yang dilihat kepakaran kan bisa lewat GARUDA juga.. Nah itu biasanya akan terseret-seret. Orang-orang Indonesia yang penelitiannya dianggap baik, mempunyai <i>interest</i> yang sama dengan orang luar, maka diajak untuk berkolaborasi. Nah ini kan lalu sifatnya jadi internasional kan.	<ul style="list-style-type: none"><li>• Kolaborasi penelitian diharapkan dapat mngembangan penelitian selanjutnya</li></ul>
Bagaimana portal GARUDA bisa menjadi acuan pertama untuk akses sumber informasi?	Ahm... sekarang belum ada tuh. Saya belum liat. Belum ada. Suatu portal yang.. apa namanya.. saya maunya ketika orang mencari informasi ke GARUDA dulu deh. Coba saudara kalau mau melakukan penelitian larinya kemana? <i>Google</i> toh, atau <i>Yahoo!</i> Sedangkan kalau orang perpustakaan mustinya tau yah.. kalau yang ada di dalam GARUDA itu kan jelas karya sivitas akademis yang sudah dievaluasi oleh paling tidak dosennya. Saya maunya, apa namanya.. ini adalah portal Indonesia kalau <i>Yahoo!</i> Kan portal internasional gitu kan ya. ini memang pertama dan utama. Kalau saya belum liat, perpustakaan nasional belum bikin, PDII-LIPI belum bikin. PDII-LIPI bikin sih tapi khusus untuk jurnal. Kalau ini kan saya gabungkan antara jurnal.. hayo perpustakaan nasional saya ambil, perpustakaan perguruan tinggi saya ambil.	<ul style="list-style-type: none"><li>• Belum ada portal khusus mengenai karya di Indonesia</li></ul>



(Lanjutan)

Apa saja sosialisasi yang telah dilakukan?	Kita <i>roadshow</i> ke beberapa daerah. Ke Riau, Bandung, Jogja, Surabaya, Banjarmasin, Gorontalo, terus ikut-ikutan pameran, <i>Expo.. Library &amp; Book Expo</i> gitu-gitu. Terus <i>workshop</i> , seminar-seminar, terus menyebarkan ini.. (menunjuk <i>bookmark</i> , poster, <i>x-banner</i> , panduan kontributor dan panduan pengguna di atas meja) itu tadi menyebarkan poster, spanduk.. menyebarkan poster. Jadi penyebarakan poster, spanduk, flyer, brosur ya, lalu buku panduan untuk kontributor, kemudian <i>bookmark</i> dan <i>x-banner</i> ini..	<ul style="list-style-type: none"><li>• Sosialisasi yang telah dilakukan adalah melakukan seminar dan <i>workshop</i>, dan menyebarkan alat promosi, seperti: poster, spanduk, <i>flyer</i>, brosur, <i>bookmark</i>, <i>banner</i></li></ul>
Apa promosi yang dilakukan di UPT Perpustakaan?	Kita melakukan sosialisasi dengan teman-teman di fakultas, dengan mengirimkan alat promosi, dikirimkan kepada kepala perpustakaan fakultas.	<ul style="list-style-type: none"><li>• Promosi di lingkungan fakultas dilakukan dengan mengirimkan alat promosi kepada kepala perpustakaan</li></ul>
Darimana portal GARUDA memperoleh dana untuk melakukan promosi?	Dikti. (dari Dikti semua?!) iya..	<ul style="list-style-type: none"><li>• Anggaran promosi untuk membuat alat promosi diperoleh dari Dikti</li></ul>
Apakah peran portal menjadi akses informasi yang terdepan di dalam perkembangan ilmiah?	Penemuan-penemuan atau hasil-hasil temuan [seseorang] merupakan hasil temuan atau hasil-hasil penelitian yang <i>advance research</i> itu tadi. Yah, <i>research-research</i> lanjutan. Jadi, di situ bisa dilihat perkembangan terbaru di dalam suatu kajian ilmu.	<ul style="list-style-type: none"><li>• Membantu menghasilkan penelitian lanjutan dan mencegah pengulangan dari penelitian terdahulu dan dikembangkan menjadi penelitian baru dan selanjutnya.</li></ul>

(Lanjutan)

Bagaimana dengan anggaran promosi dari Universitas?	Kalau dari dalam kampus sendiri sudah enggak. Kita sudah perpustakaan universitas (uhuk, sorry) kalau dalam universitas sendiri itu sudah menjadi tanggung jawabnya masing-masing perguruan tinggi. Iya .. karena itu merupakan tugas dari pustakawan yah.. jadi saya tidak perlu dana.	<ul style="list-style-type: none"><li>• Dana promosi dirasa tidak diperlukan karena merupakan tugas pustakawan</li></ul>
Apa saja kegiatan promosi di UPT Perpustakaan UI?	Sebagai bagian dari perguruan tinggi UI kan juga kebagian sama dengan yang lain. Jadi kita Cuma kebagian 100.. padahal kita kan punya ratusan mahasiswa.. Jadi kalo.. kalau poster di semua fakultas dapet kan? Di semua fakultas semua poster ada. X-banner di semua fakultas dapet. Cuma kan karena tiap fakultas Cuma dapet satu.. satu.. jadi tidak terlalu tampak yah.	<ul style="list-style-type: none"><li>• Alat promosi dibagikan kepada kontributor-kontributor Perguruan Tinggi dan fakultas di UI. Namun, jumlahnya sedikit</li></ul>
Adakah langkah-langkah strategi promosi portal GARUDA di UPT Perpustakaan UI?	Kita menggunakan program yang namanya Literasi Informasi jadi sebetulnya kita punya program pelatihan, sebagai ajang sosialisasi. Namun, yang kita sosialisasikan tidak hanya GARUDA. Tapi juga misalnya seluruh <i>database</i> yang ditangani UI. Kemudian yang dilanggankan oleh DIKTI, juga <i>portal domestic</i> yang dinamakan GARUDA. Tetapi tidak banyak karena target kita mahasiswa S3, S2, dan S1 yang sedang menulis tugas akhir. Saya kenapa ke literasi informasi karena tujuan kita kan mahasiswa, [yang mungkin] belum tau strategi penelusurannya. Yang kedua adalah pemanfaatan [portal GARUDA] secara etis. Ini loh. Seperti ini, seperti ini.	<ul style="list-style-type: none"><li>• Portal GARUDA disosialisasikan bersamaan dengan database yang dilanggan oleh UI melalui pelatihan Literasi Informasi untuk mahasiswa S1, S2, dan S3.</li></ul>
Berapakah pelatihan literasi informasi dilakukan?	Tergantung mereka maunya kapan. Tidak terstruktur. Setiap fakultas kemudian dikumpulkan kemudian dibawa kesini, kita latih.	<ul style="list-style-type: none"><li>• Jadwal pelatihan tidak struktur, dijadwal bila ada permintaan dari permustaka</li></ul>
Bagaimana UPT Perpustakaan	Kita mengundangnya. Memang banyak yang menggunakan	<ul style="list-style-type: none"><li>• Sivitas akademika</li></ul>

(Lanjutan)

mengajak pemustaka untuk ikut pelatihan?	layanan literasi di sini, jadi misalnya ada mahasiswa datang. Kita umumkan. Kita buka kelas hari Selasa 20 orang, siapa saja yang mau ikut. Dan itu biasanya lewat <i>e-mail</i> , lewat <i>root</i> . Lewat <i>e-mail</i> <a href="http://www.ui.ac.id">www. ui.ac.id</a> .	diundang melalui <i>webmail</i> mahasiswa
Apakah ada promosi dalam bentuk artikel atau newsletter?	Kita memang <i>hire</i> orang. Jadi saya membayar agen iklan. Untuk menyebarluaskan atau apapun kegiatan GARUDA itu di- <i>expose</i> , tapi memang tidak selalu dalam media massa tercetak yah. Jadi lewat internet, detik dot com, itu informasinya selalu keluar. Bahkan terakhir di Kompas.	<ul style="list-style-type: none"><li>• Tim pengembang membayar agen iklan untuk memuat berita mengenai portal ini</li></ul>
Apa keuntungan bagi kontributor?	Keuntungan dari <i>webometrics</i> yang mereka kejar itu. Mengapa orang ingin berlomba-lomba menjadi bagian dari kita karena mereka mengejar ranking <i>webometrics</i> . <i>webometrics</i> itu ranking internasional yang mengukur sebanyak apa suatu <i>website</i> itu dirujuk oleh orang. Nah dari situ saya masuknya.. jadi klo mau <i>webometrics</i> -nya tinggi.. ikut GARUDA.	<ul style="list-style-type: none"><li>• Kontributor yang bergabung dengan portal GARUDA, <i>webometrics</i> website perpustakaanya dapat meningkat</li></ul>

**Reduksi Wawancara Informan CL**

**Tempat : Perpustakaan UPT Universitas Indonesia**

**Hari, tanggal : Senin, 19 April 2010**

**Pukul : 13.45 – 15.15 WIB**

<b>Pertanyaan</b>	<b>Jawaban</b>	<b>Interpretasi</b>
Apa tujuan dari jaringan GARUDA?	..padahal GARUDA ini tujuannya supaya tidak terjadi duplikasi penelitian...	<ul style="list-style-type: none"><li>• Menghindari duplikasi penelitian</li></ul>
Apa manfaat dari portal jaringan GARUDA ini?	Untuk membangun budaya penelitian yang lebih berkualitas, karena dengan banyaknya bahan yang dibaca maka wawasannya akan lebih luas.	<ul style="list-style-type: none"><li>• Dengan banyaknya ketersediaanya sumber informasi, maka wawasan akan bertambah luas</li></ul>
Kapan promosi jaringan GARUDA ini dilakukan di UPT Perpustakaan?	Saya tahun ini, 2010 ini. Baru sosialisasi yang kemarin aja. Sosialisasi langganan <i>online</i> jurnal dikti, khususnya S3 yah. ( <i>memberikan jadwal sosialisasi</i> )	<ul style="list-style-type: none"><li>• Sosialisasi dilakukan awal tahun 2010</li></ul>

## Reduksi Wawancara Informan PR

Tempat: Ruang Kerja

Tanggal : 21 April 2010

Waktu: 13.40-14.58 WIB

Pertanyaan	Jawaban	Interpretasi
Apa yang Bapak ketahui tentang Jaringan Garuda?	Garuda adalah portal Dikti. Portal Dikti yang terdiri dari.. e, apa.. Sementara ini yang saya tahu 12 perguruan tinggi kemudian, anggotanya yah 12 perguruan tinggi dan LIPI. Dan mengumpulkan karya-karya <i>local content</i> dari masing-masing perguruan tinggi. Baik swasta maupun negeri dan kalau dari LIPI itu sebenarnya koleksi-koleksi atau artikel-artikel dari LIPI atau jurnal ilmiah dari LIPI. Sementara ini yang saya tau.	<ul style="list-style-type: none"><li>• GARUDA adalah portal yang berisikan <i>local content</i> dari 12 perguruan tinggi dan koleksi artikel dan jurnal PDII-LIPI</li></ul>
Bagaimana peran promosi bagi jaringan garuda dalam menghindari plagiarisme?	Iya, kalo dari saya pribadi. Itu saya selalu menginformasikan kepada mahasiswa dengan .. bukan hanya <i>fulltext</i> dan bisa diakses dimana saja.. itu pasti .. dapat dikontrol klo terjadi <i>plagiarism</i> , dan itu selalu saya pada saat-saat kesempatan saya bertemu dengan mahasiswa. Selalu saya sampaikan itu. Ya, memang karena paham dan sadar gitu yah. Jadi, jangan sembarangan mengutip tanpa menyebutkan sumber dan sebagainya.	<ul style="list-style-type: none"><li>• Plagiarisme dapat dikendalikan melalui jaringan</li><li>• Mahasiswa jangan sembarangan mengutip</li><li>• Hak Kekayaan Intelektual</li></ul>
Dalam rangka promosi garuda, apa saja	Eh, dalam rangka promosi, kebetulan kami dapet poster	Promosi dilakukan dengan:

(Lanjutan)

langkah-langkah yang sudah dilakukan?	dari Dikti. Itu poster saya pasang di lingkungan perpustakaan. Pintu masuk dua, kanan-kiri. Kemudian yang kedua, pada saat pertemuan tadi kebetulan di FISIP ini sering ada pelatihan penelusuran, <i>information literacy</i> . Nah, itu pada saat itu saya sampaikan bahwa ada situs garuda dan seterusnya. Langsung saya buka gitu yah.. karena sesuatu klo tidak diiklankan saja lewat poster tidak maksimal. Terus langsung saya buka pada situsnya. Nih, langsung saya demo-kan. Jadi kita langsung peragakan. Bahkan di lab itu langsung pada praktek semua, di <i>explore</i> gitu misalkan dan seterusnya. Supaya bisa akrab gitu. Kalo cuman poster mungkin apaan sih, gitu yah.. itu sementara. Jadi semenjak saya tau Garuda, saya selalu mempromosikan. Yaitu setelah <i>launching</i> pertama itu di senayan,, eh di bung Karno yah. Itu saya tau ada itu langsung saya setiap ada kesempatan saya sampaikan.	<ul style="list-style-type: none"><li>• Memasang poster</li><li>• Literasi Informasi</li><li>• Pelatihan Penelitian</li><li>• Demo GARUDA</li></ul>
Bagaimana langkah-langkah promosi jaringan? misalnya newsletter, poster, iklan atau apa saja yang digunakan?	Yang saya lakukan baru itu, baru poster aja. Promosinya ya baru itu tadi, melalui poster dan pelatihan tadi. Brosur ada (x-banner gitu pak) tidak ada... belum.	<ul style="list-style-type: none"><li>• Promosi baru dilakukan melalui pelatihan</li></ul>
Bapak mulai mempromosikan sejak <i>launching</i> di Bung karno tadi?	Iya, betul, setelah di gelora Bung Karno itu langsung. Saya mempromosikan. Karena pada saat di gelora Bung Karno pun saya mempromosikan ke siapa aja yang datang.	<ul style="list-style-type: none"><li>• Promosi dilakukan sejak <i>launching</i></li></ul>
Kalau posternya Bapak letakkan dimana?	Eh, posternya saya letakkan di depan. Karena memang tidak terlalu besar. Jadi di depan pintu masuk kanan kiri.	<ul style="list-style-type: none"><li>• Tempat peletakkan poster di depan pintu masuk kanan kiri</li></ul>



(Lanjutan)

Kenapa di depan pintu masuk kanan kiri?	Karena itu tiap orang keluar masuk perpustakaan itu pasti lewat situ.. gitu. Strategi, ya mudah-mudahan orang liat.	<ul style="list-style-type: none"><li>• Tempat yang strategis untuk promosi</li></ul>
Pada saat kapan promosi jaringan dilakukan?	Seperti yang saya bilang tadi, pada saat IL, <i>Information Literacy</i> di kelas. Kemudian pada saat kami membimbing mahasiswa perorangan. Ataupun kepada mahasiswa yang mencari <i>literature</i> klo tidak sengaja bertemu yah.. kebetulan untuk mahasiswa pasca sarjana yang di Cikini. Karena saya harus setiap hari <i>standby</i> di sana dan internet juga nyala terus. Nah itu semuanya saya sampaikan. Itu semua yang di pasca, sudah saya promosikan semua.	<ul style="list-style-type: none"><li>• Pelatihan Literasi Informasi</li><li>• Saat bimbingan perorangan</li><li>• Ketika mereka mencari <i>literature</i></li></ul>
Bagaimana dengan anggaran untuk promosi Garuda? Darimana dana ini?	Klo promosi anggaran yah.. dari Dikti. Dari fakultas itu ga ada.. memang dari Dikti sudah di siapkan segalanya, tentang posternya, tentang videonya, brosur-brosurnya. Itu sudah semua didanai oleh Dikti.	<ul style="list-style-type: none"><li>• Anggaran diperoleh dari Dikti</li></ul>
Boleh diberi contoh ketika Bapak mempromosikan jaringan garuda itu seperti apa? Cara Bapak mengajak.	Yah, pertama kita buka situsnya, jadi saya secara langsung buka situs <a href="http://www.garuda.dikti.go.id">www.garuda.dikti.go.id</a> gitu yah. Kita buka langsung setelah itu kita coba ketik <i>keyword</i> kemudian secara langsung temuan itu kita klik, kalau saya selalui memilih yang dari UI karena UI <i>fulltext</i> . Untuk demo gitu agak menarik yah. Klo saya <i>explore</i> yang lain itu tidak terlalu <i>fulltext</i> jadi saya selalu milih yang dari UI. Ketika demo, saya tunjukkan satu-persatu langkah-langkah untuk mengaksesnya. Termasuk juga klo ada pencarian canggih itu buat apa.. saya sampaikan semua pada saat pelatihan.	<ul style="list-style-type: none"><li>• Demo penelusuran koleksi UI jadi prioritas karena data sudah dalam bentuk <i>fulltext</i></li></ul>

(Lanjutan)

Apakah Bapak menggunakan panduan penggunaan?	Iya.. iya pake. Panduan itu.Iya	<ul style="list-style-type: none"><li>• Dalam memberikan pelatihan, digunakan panduan pengguna yang telah dibuat oleh tim pengembang</li></ul>
Selama Bapak mempromosikan Jaringan Garuda. Apa saja masukan dan saran dari pengguna kepada Bapak?	Ee.. rata-rata pengguna itu walaupun pada saat pelatihan sudah saya sampaikan tetapi tetap aja mereka mengeluh. Memang saya sudah menyampaikan bahwa belum semua yang memberikan <i>fulltext</i> . Tapi tetap aja, “Yah, Pak. Tetap aja saya tidak bisa pake <i>fulltext</i> , padahal saya sudah sesuai dengan topik saya” dan sebagainya.. biasanya keluhannya tidak <i>fulltext</i> semua. Itu yang paling banyak dikeluhkan. Kalau tentang mudahnya itu iya tapi hanya katalog saja, metadata saja.	<ul style="list-style-type: none"><li>• Pemustaka berharap format <i>fulltext</i> pada portal jaringan GARUDA</li><li>• Data berupa catalog dan metadata tidak memuaskan pengguna</li></ul>
Apa perbedaan pemakaian Garuda dengan <i>database</i> sendiri. Bagaimana Bapak mempromosikan kepada penggunanya lebih baik GARUDA atau <i>online database</i> UI?	Iya, kebetulan dua-duanya, kalau untuk anak UI kebetulan lewat UI juga bisa. Sama aja. Saya terus terang gitu, Cuma klo yang Garuda ini kan tidak hanya UI. Tapi klo untuk UI sendiri dari UI juga bisa, gitu. Jadi saya buka UI kebetulan sama.. kebetulan Garuda sendiri klo melihat tampilannya yang digunakan oleh UI juga. Jadi bisa klo mau melihat dari UI, karena memang pasti sama. Kalau masuk Garuda itu kalau mau liat fakultas-fakultas eh, universitas lain.	<ul style="list-style-type: none"><li>• Untuk saat ini tidak terdapat perbedaan pada konten portal GARUDA dengan koleksi <i>online database</i> UI.</li></ul>
Adakah kendala dalam melaksanakan promosi?	Sebetulnya sih sepanjang kita diberi kesempatan bertemu dan bertatap muka dengan mahasiswa itu sih enggak masalah yah.. Cuma kadang-kadang kita cari kesempatan itu yang agak sulit yah.. sulit. Maksudnya tidak semua	<ul style="list-style-type: none"><li>• Respon mahasiswa kurang positif untuk dalam keikutsertaan dalam pelatihan</li></ul>

(Lanjutan)

	<p>orang mau ikut pelatihan. Sepertinya kalau orang saya dekati disini kok kesannya cuek ga ada respon positif gitu.. jadi apa yah, itu lah kendalanya itu aja masalah diberikan kesempatan mempromosikan itu ga masalah. Jadi kendalanya kesulitan kita bertatap muka dengan mahasiswa.</p>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Kesempatan bertatap muka dengan mahasiswa jadi kendala</li></ul>
<p>Adakah masukan untuk jaringan Garuda?</p>	<p>Masukan saya yah, muda-mudahan bisa menarik tidak hanya beberapa perguruan tinggi jadi kalau bisa semua perguruan tinggi di Indonesia ini ikut bergabung. Yang kedua, anggota yang tergabung itu memberikan <i>fulltext</i> juga, rasanya masih banyak yang berat memberikan <i>fulltext</i>. Kalau perlu juga Dikti itu memberikan kebijakan. Jadi kalau kebijakan dari atas mau enggak mau semua perguruan tinggi maupun swasta mereka akan melepas. Mungkin dosen-dosen pasti keberatan tapi kalau menurut saya klo dibuka <i>policy</i>-nya banyak, mungkin harus ada <i>policy</i> dari Dikti konsisten bahwa PTN dan PTS melepas dalam arti membuka area local content-nya. Gitu yah sebaiknya ketok palunya jangan dari .. ketok palunya itu dari Dikti sendiri.</p>	<p>Usulan informan:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Semua perguruan tinggi diharapkan ikut bergabung membuka akses dalam bentuk <i>fulltext</i></li><li>• DIKTI dapat membuat suatu kebijakan agar kontributor mau membuka akses terhadap format <i>fulltext</i></li></ul>

## Reduksi Wawancara Informan MY

Tempat : Ruang Kerja

Tanggal : 26 April 2010

Pukul : 12.31 – 13.37 WIB

Pertanyaan	Jawaban	Interpertasi
Langkah-langkah promosi	<p>Jadi tim pengembangan portal garuda jaringan telah melakukan sosialisasi di beberapa perguruan tinggi se-Indonesia. Sosialisasi di UNRI, Universitas Negeri Surabaya, kemudian Samarinda. <i>Workshop-workshop</i> dengan kepala-kepala perpustakaan di Indonesia. Sementara promosi untuk di perpustakaan UI, kita kemarin, tim dari pengembang itu mengirimkan yang namanya alat promosi yang telah kita buat antara lain <i>bookmark</i> atau pembatas buku, kemudian kita mencetak spanduk, membuat semacam panduan kontributor. Kita juga membuat semacam panduan dengan pengguna.</p>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Promosi yang dilakukan untuk kontributor adalah sosialisasi di beberapa perguruan tinggi, seperti <i>workshop</i>, seminar, dan menggunakan alat promosi</li><li>• Di lingkungan UI, langkah promosi yang dilakukan adalah dengan menyebarkan alat promosi kepada kepala perpustakaan dan melakukan pelatihan literasi informasi</li></ul>
	<p>Nah, tujuan kami mengirim alat promosi tersebut adalah agar Universitas atau perguruan tinggi tersebut mensosialisasikan atau menyebarkan alat promosi tersebut kepada sivanya. Berharap mahasiswa mendapatkan satu ekslemplar, tapi tidak mungkin karena alat promosinya terlalu mahal, sehingga yang diberikan juga segitu, selain itu kita juga memberikan apa namanya itu <i>banner</i>.</p>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Alat promosi yang disebarkan di fakultas diharapkan membantu penyebaran di tiap fakultas yang ada di universitas Indonesia</li></ul>

(Lanjutan)

	<p>Nah, alat-alat promosi itu juga kita kirimkan yaitu melalui kepala perpustakaan fakultas, berharap agar kepala perpustakaan fakultas membantu menyebarkan informasi tentang portal GARUDA kepada lingkungan di sekitar.</p>	
	<p>Dan disamping itu, disaat kita ada pelatihan-pelatihan IL (<i>Information Literacy</i>), kita juga menyelipkan tentang pengembangan portal GARUDA.</p> <p>Kalau saya pribadi, saya melakukannya seperti ini tiap bulan atau pada bulan pertama portal GARUDA ini di <i>launching</i>, saya langsung memasukkan kedalam..ee.. apa itu namanya alat promosi yang kita berikan kepada para ketua departemen atau pimpinan di lingkungan UI. Itu dengan selebaran yang data yang kita kirimkan untuk informasi <i>username</i> dan <i>password</i> khusus untuk <i>online database</i>.</p>	
Bagaimana secara personal ibu mempromosikan jaringan ini?	<p>Sering sekali saya mendapatkan pertanyaan tidak hanya dari mahasiswa tetapi juga dari pengelola perpustakaan , kemudian dari peneliti, kemudian dari staf pengajar yang kebetulan akan menggunakan portal tersebut.</p> <p>Dimana pada workshop kemarin, pada saat seminar kemarin kita merekomendasikan beberapa catatan kepada DIKTI agar kedepan DIKTI mengeluarkan suatu kebijakan, surat edaran dari Mendiknas yang ditujukan kepda seluruh rektor Perguruan Tinggi supaya mereka membuat semacam pedoman penulisan tugas akhir</p>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Mendapat pertanyaan dari mahasiswa dan pengelola perpustakaan yang menggunakan portal secara langsung</li><li>• Merekomendasikan kepada Dikti agar mengeluarkan kebijakan untuk membuka akses</li></ul>

(Lanjutan)

	<p>dengan format yang seragam yang nanti kita sepakati seperti apa modelnya.</p> <p>Nah, ini masih dalam proses pengembangan dan untuk sementara memang kita tidak bisa memaksa para kontributor bukan dalam <i>fulltext</i> tapi minimal kalau mereka sudah punyai <i>file digital</i> minimal 500 eksemplar, kemudian dia ikut bergabung dengan kami.. ee kita buka . yang penting <i>website</i>-nya secara baik dia selalu ON, karena kenapa?!</p> <p>Dapat meningkatkan ranking webometrics buat perguruan tinggi tersebut karena secara tidak langsung mereka (pengguna) akan dibawa ke website tersebut. Kemudian akan meningkatkan.. ee.. apa yah namanya.. kepakaran. Akan mempromosikan para pakar yang ada di institusi tersebut, jadi antara lain itu, yang dapat diambil oleh institusi. Kemudian juga dia bisa mendapatkan akreditasi yang sekarang dimiliki</p>	<p>format <i>fulltext</i></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Syarat menjadi kontributor, perpustakaan perguruan tinggi harus mempunyai 500 eksemplar koleksi digital</li><li>• Manfaat dari keikutsertaan dalam jaringan GARUDA adalah meningkatkan ranking <i>webometrics</i> perpustakaan perguruan tinggi tersebut</li></ul>
<p>Bagaimana promosi melalui pendekatan pelatihan yang dilakukan di Perpustakaan Universitas Indonesia?</p>	<p>Jadi kemarin ketika ketika kami mensosialisasikan di acara-acara seminar dan <i>workshop</i>.. kita memberikan semacam ini: contohnya kita memberikan informasi secara indetail mengenai GARUDA, file presentasinya kita berikan, kemudian kita memberikan CD kepada pustakawan tersebut, tidak hanya pustakwan misalkan ketika kami mempresentasikan di perguruan tinggi seperti di Gorontalo, di UNRI, di UNMUL, di UGM.. Di UGM tuh bukan mahasiswa UGM tok, kami mengundang UGM dan perguruan Tinggi disekitar atau</p>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Sosialisasi melalui seminar dan <i>workshop</i> dengan memberikan file presentasi dalam bentuk CD kepada contributor</li><li>• Sosialisasi ini digabung dengan sosialiasasi <i>online database</i> yang dilanggan Dikti</li></ul>



(Lanjutan)

	<p>yang berada di Jogjakarta. Kemudian di UNAIR, bukan UNAIR saja tetapi perguruan tinggi yang di Jawa Timur. Kita sampaikan ini ada namanya portal GARUDA, ini ada <i>file</i> presentasinya, ada CD-nya.. Khususnya di UI, dan perguruan tinggi lainnya.. kita langsung menggabung dengan portal database lain. Khusus untuk di UI dan juga perguruan tinggi yang lainnya, yang kemarin kita undang.. kita langsung memberikan sosialisasi ini digabung dengan portal dengan <i>database</i> lain. Yang dilanggan oleh DIKTI secara gratis.. seperti PROQUEST, EBSO, dan CENGAGE.. 3 <i>online database</i>.. <i>online</i> jurnal itu satu portal GARUDA, domestik ditempelkan disitu.. Jadi, pada saat kita sosialisasi <i>information literate</i>.. seperti yang kemarin kita lakukan kepada mahasiswa pascasarjana dan peneliti, kita sampaikan ini loh ada portal yang sudah dilanggan oleh DIKTI, anda tidak perlu bayar lagi dan ini ada portal <i>local domestic</i> yang namanya GARUDA.</p>	
<p>Itu dilaksanakan di Perpustakaan UI? UPT?</p>	<p>Iya.. iya Waktu itu pada 16/23 April 2010, dua kali diadakan.. Untuk <i>online database</i> yang dilanggan oleh Dikti <i>include</i> GARUDA. Dan kita juga sudah membuat modul penelusuran jurnal elektronik. Mengundang mahasiswa S2.</p>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Pelatihan diselenggarakan pada tanggal 16/23 april mengundang mahasiswa S2</li><li>• Tim pengembang membuat modul penelusuran jurnal elektronik</li></ul>

(Lanjutan)

Bagaimana promosi melalui internet?	Kita sampaikan ketika sosialisasi seminar itu.. url GARUDA. Disamping cara penelusuran, disitu ada manajemen portal, panduannya dan sebagai berikut. Kita berharap <i>user</i> yang mengakses atau kontributor bisa mengetahui, siapa sih pengelola dari ini, siapa sih . keuntungan apa sih bagi kontributor. Jadi, itu merupakan bagian dari promosi untuk portal GARUDA, menggunakan media elektronik.	<ul style="list-style-type: none"><li>• Dengan mengakses portal GARUDA, hal ini merupakan bentuk promosi media elektronik</li></ul>
Bagaimana dengan promosi melalui iklan?	Oh, waktu itu pada saat kita launching, pda tanggal 15 Desember 2009. anda bisa lihat itu mungkin masih ada secara elektronik itu di dalam <i>search engine</i> .. itu misalnya anda klik. Misalnya DIKTI me- <i>launching</i> portal garuda. Anda bisa lihat distu ada beberapa media seperti Kompas dan <i>website</i> beberapa institusi yang mem- <i>publish</i> keberadaan GARUDA.	<ul style="list-style-type: none"><li>• GARUDA di <i>launching</i> pada tanggal 15 Desember</li><li>• Media seperti kompas ikut mempublikasikan portal ini</li></ul>
Bagaimana dengan media brosur/ newsletter?	Boomark seperti ini kami berikan pada saat kita <i>launching</i> , pada saat kita seminar. Kita bagikan kepada seluruh yang hadir disitu. Dan itu juga kita sampaikan kepada seluruh kepala perpustakaan yang ada di lingkungan UI. Karena anda menanyakan yang di lingkungan UI. Itu kita berikan 1 bendol seperti ini, ini ada ratusan ekslemplar.. kita berikan kepada kepala perpustakaan.. karena saya pengelolanya jadi saya punya lebih.. jadi misalnya ada yang langsung datang kesini saya berikan. Tapi ini juga sudah kami taruh di depan, pada saat pertama kali ini dibuat kemudian dibagi-bagikan. Pada bulan Januari. Karena Desember	<ul style="list-style-type: none"><li>• Bookmark diberikan pada saat seminar</li><li>• Bookmark disebarakan pada bulan Januari setelah libur hari raya</li><li>• Sarana promosi lain, antara lain adalah: CD, <i>banner</i>, spanduk, <i>leaflet</i> jurnal internasional</li><li>• Seluruh paket yang telah disebarakan berjumlah 212 paket alat promosi</li></ul>

(Lanjutan)

	<p>banyak libur, jadi kita tunda penyebaran sarana promosi ini. Karena sarana promosi ini kan harus sampai ke tangan pengguna. Kalau pengguna itu sedang libur semesteran, libur lebaran, libur natal.. jadi sayang kalau tidak langsung sampai. Sarana promosinya tidak hanya ini tetapi ada juga yang namanya buku panduan pengguna, buku panduan kontributor, kemudian CD, banner, spanduk.. <i>leaflet</i> untuk jurnal internasional, jadi sekaligus.. termasuk ke dalamnya.. jadi kami informasikan semua.. jadi satu paket dengan jurnal yang lainnya. Semua PTN di Indonesia, sampai ke Aceh.. sekitar 212 paket.</p>	
<p>Bagaimana dengan promosi poster? Bagaimana penempatannya?</p>	<p>Ehm.. kalau itu jadi kami bersamaan dengan surat kepada Rektornya, mohon poster, spanduk dipasang di lokasi yang strategis. Di perpustakaan, di bagian akademik. Spanduk di pasang di pintu utama perpustakaan tersebut..</p>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Poster dan spanduk dipasang pada tempat yang strategis, seperti di bagian akademik atau di pintu utama perpustakaan</li></ul>
<p>Bagaimana di UPT UI?</p>	<p>Mungkin anda bisa lihat di pintu masuk, kalau banner saya masih lihat yah.. di papan informasi anda bisa potret. Kemudian, kalau di perpustakaan UI dipasang di <i>white board</i> yang mau masuk ke pintu gedung B. Mungkin anda waktu itu enggak <i>care</i>.</p>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Poster dilektakkan di pintu masuk pada papan pengumuman</li></ul>
<p>Spanduk ?</p>	<p>Di halte UI. Untuk UI ada 4 yah.. karena UI siva-nya banyak, kita berikan spanduknya lebih dari 2. Kalau kemarin kalau gak salah yang pasang itu Pak Slamet, dipandu oleh Pak... Di depan Perpustakaan Pusat,</p>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Spanduk dipasang di empat titik sekitar kampus, antara lain di depan perpustakaan pusat,</li></ul>

(Lanjutan)

	<p>kemudian di halte UI, kemudian di dekat Teknik.. kemudian yang satu lagi yang dekat daerah yang sebelah sana yah., yang dekat FKM, FMIPA. Pokoknya satu di tengah-tengah, Perpus UI. Kemudian di depan, yang dekat halte UI.. kemudian dekat Teknik dan daerah yang dekat PKM, yang melintas disitupun supaya tau. Pokoknya sebisa mungkin tempat yang terbaca, <i>eye cathing</i>, kita juga untuk membuat sarana promosi pun harus menyeragamkan warna. Jadi, dari segi warna pun kita juga perhatikan. Karena apa.. oh, begitu liat ini.. oh ini GARUDA. Ini (<i>boomark</i>) tulisannya pun tidak terlalu banyak, dan kita samakan dengan spanduk.. supaya orang sudah langsung tau.. oh itu GARUDA. Jadi kita ada strategi dalam membuat buku pedoman, bookmar, spanduk, poster, maupun banner.</p>	<p>halte Universitas Indonesia, Fakultas Teknik/kukusan, dan Pusat Kesehatan Mahasiswa</p>
<p>Kendala promosi?</p>	<p>Untuk di perpustakaan UI sendiri, tidak terlalu banyak. Sarana promosinya kan terbatas, sebetulnya kan pustakawannya yang waktu itu yang sudah kita berikan presentasinya, pustakawan di fakultas mau melanjutkan tetapi mungkin karena mereka tidak paham betul atau tidak mendalami betul tentang GARUDA ini.</p>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Sarana promosi yang terbatas</li><li>• Peran pustakawan kurang</li><li>• Pustakawan seharusnya memahami tentang jaringan GARUDA</li></ul>
<p>Peran Promosi, dalam mencapai visi dan misi?</p>	<p>Kami berharap, dengan adanya ini mahasiswa atau peneliti, tapi kan kita tidak tahu basis dari seseorang yah.. karena kita belum melakukan penelitian peran dari portal ini.. tetapi secara lisan, beberapa yang saya tangkap yang saya terima dari telepon maupun <i>e-mail</i> bahwa setelah yang bersangkutan mengakses portal ini mereka cukup senang, karena portal ini sangat</p>	<p>Promosi jaringan GARUDA ini dapat mendorong peneliti, untuk:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Menulis karya ilmiah yang berkualitas</li><li>• Menghindari duplikasi penelitian.</li></ul>

(Lanjutan)

	<p>membantu dalam penulisan karya ilmiahnya. Seperti yang saya sampaikan dari awal.. Ada sisi positif dan negatif. Seperti negatifnya, ada yang <i>men-download</i> lalu menjual.. ada yang dipublish secara terbuka, ada yang dia <i>attachment</i> itu dari CD kepada khalayak masyarakat .. tetapi dari segi positifnya, dengan di <i>publish</i>-nya portal GARUDA ini para peneliti yang jujur. Para mahasiswa yang membutuhkan artikel.. mungkin peran dari portal ini bagi mereka agar bisa menulis karya ilmiah yang berkualitas dan menghindari duplikasi penelitian.</p>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Membantu penulisan karya ilmiah setelah mengetahui portal jaringan ini</li></ul>
Publikasi lewat <i>email</i> ?	<p>Kalau kita biasanya <i>by</i> cetak, kalau dari <i>e-mail</i> itu biasanya permintaan. Kita pikir dengan dicantumkannya panduan pengguna di <i>website</i> GARUDA itu merupakan suatu promosi juga..selain <i>by post</i>..</p>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Kegiatan promosi melalui e-mail dilakukan bila ada permintaan dari pemustaka atau kontributor</li></ul>
Siapa saja yang meminta dikirimkan <i>e-mail</i> ?	<p>Macam-macam, tidak hanya siva UI. Pustakawan.. misalkan. “Tbu boleh gak saya nambah, saya tuh sudah menerima sarana promosinya secara tercetak, tapi bisa gak sih saya dikirimkan lewat <i>e-mail</i>.” Padahal kami sudah memberikan di <i>website</i> GARUDA, tetapi mungkin mereka ingin meminta dari kita, ya kita beri.</p>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Pustakawan sering kali meminta dikirimkan informasi mengenai jaringan GARUDA melalui <i>e-mail</i></li></ul>
b	<p>Setiap bulan saya mengirimkan informasi tentang langganan <i>online database</i> di lingkungan UI. Itu saya tempelkan portal GARUDA. Nah, selain tercetak, informasi mengenai <i>online database</i> itu kepada seluruh pimpinan di lingkungan UI. Jadi saya kan ikutin milis</p>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Informasi mengenai portal GARUDA dimasukkan ke dalam informasi mengenai langganan <i>online</i></li></ul>



(Lanjutan)

	yang namanya milis dosen. Jadi, setiap bulan saya mengirimkan informasi mengenai <i>online database include GARUDA</i> .	<i>database</i> yang di langgan UI kepada pimpinan maupun dosen
Apakah promosi jaringan GARUDA di Universitas Indonesia itu diperlukan?	Ya, menurut saya pribadi. Sebetulnya sangat perlu sekali.. karena apa, informasi yang terkandung dari portal GARUDA ini semakin lama semakin bertambah tidak hanya <i>local content</i> yang bergabung di tahun 2009 itu bari 14, nah sekarang kurang lebih yang kemarin permaret sudah 20. Promosi, sosialisasi kepada mahasiswa, tidak hanya mahasiswa siva UI baik itu peneliti, mahasiswa S1,S2, S3 maupun para pimpinan di lingkungan UI itu perlu sekali. Karena apa.. karena itu akan semakin banyak <i>literature</i> artikel ilmiah yang bisa dibaca, yang mendukung penelitian. Misalkan saya ingin menulis tentang ini, ternyata ketika melihat di <i>list</i> .. Oh, ternyata penelitian tentang itu sudah ada. Saya rasa sangat perlu.	<ul style="list-style-type: none"><li>• Informasi pada portal jaringan akan terus bertambah</li><li>• Diperlukan promosi jaringan agar mahasiswa mengetahui penelitian apa saja yang telah dilakukan</li></ul>
Apa tujuan promosi jaringan GARUDA?	Untuk membangun budaya penelitian yang lebih berkualitas.. karena apa ya karena dengan banyaknya bahan yang dibaca maka wawasannya akan lebih luas. Supaya yah dapat merangkai kata dari beberapa <i>literature</i> sesuai dari penelitiannya. Kemudian pastinya tujuan kami adalah menunjukkan kepakaran bagi mahasiswa. Coba bayangkan pengalaman saya waktu saya sosialisasi di Universitas Gorontalo di Makasar sana, ada 7 paten yang ditulis oleh seorang pakar tetapi dia tidak dikenal oleh masyarakatnya, baik di Gorontalo apalagi di Indonesia. Nah berarti ini kan sayang sekali.	Tujuan dari promosi GARUDA agar: <ul style="list-style-type: none"><li>• Dapat membangun budaya penelitian yang berkualitas</li><li>• Dapat menunjukkan kepakaran bagi mahasiswa/peneliti</li><li>• Dapat meningkatkan daya saing bangsa</li></ul>



(Lanjutan)

	<p>Tujuan yang lain mungkin untuk meningkatkan daya saing bangsa, karena dari dulu katanya dari kepala PDI-LIPI, Indonesia itu penelitiannya di bawah Malaysia, bukan berarti Indonesia tidak mempunyai penelitian tetapi Indonesia itu belum di <i>publish</i> secara internasional dan dengan adanya portal GARUDA ini diharapkan, bisa diketahui oleh masyarakat dunia.</p>	
--	--	--



**Reduksi Wawancara Informan CL**

**Melalui e-mail**

**Tanggal : 21 April 2010**

<b>Pertanyaan</b>	<b>Jawaban</b>	<b>Interpertasi</b>
Apa peran promosi yang dilakukan jaringan GARUDA untuk perkembangan jaringan dan sivitas akademika?	<p>Promosi GARUDA dilakukan oleh tim pengembang untuk para kontributor dan calon kontributor. Tujuannya untuk mengenalkan GARUDA sebagai salah satu sumber rujukan yang layak dipercaya, dan untuk menarik minat calon kontributor supaya mau jadi kontributor. Dengan bergabungnya mereka di GARUDA tentu akan dapat meningkatkan <i>webometrics</i> masing-masing lembaga.</p> <p>Untuk sivitas akademika sendiri, promosi ini bertujuan untuk menginformasikan sumber-sumber rujukan yang dapat mereka jadikan acuan dalam melakukan penelitian. Siva akan dapat mengetahui perkembangan penelitian di berbagai subjek, dan tahu apakah ada penelitian serupa yang</p>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Mengenalkan GARUDA sebagai salah satu sumber rujukan</li><li>• Menarik minat kontributor agar ikut bergabung dengan jaringan GARUDA</li><li>• Menginformasikan sumber-sumber rujukan agar dapat menjadi sumber acuan untuk menulis penelitian</li><li>• Siva akan mengetahui penelitian yang telah dilakukan</li><li>• Mengurangi duplikasi penelitian</li></ul>

(Lanjutan)

	sudah pernah dilakukan. Dengan akses ini, diharapkan duplikasi penelitian tidak terjadi.	
Kapan metode ini dilakukan?	Semuanya dilakukan sejak November 2009. Sosialisasi dan Pelatihan dilakukan selama Oktober sampai dengan Desember 2009.	Pelatihan dan Sosialisasi dilakukan sejak bulan November 2009 sampai bulan Desember 2009
Apa kendala dalam melaksanakan promosi jaringan?	Pada dasarnya tidak ada kendala dalam melakukan promosi. Anggarannya ada dan sarananya ada.	Anggaran dan sarana telah disediakan

**Lampiran Observasi LK**

**Kode : Ob.01**

**Tanggal : 16 April 2010**

**Waktu : 12.16-13.45**

Pada tanggal, Peneliti sudah membuat janji bertemu pukul 12.00 WIB, ketika istirahat solat Jum'at. Peneliti tiba di ruang kerja LK pada pukul 12.27 WIB. LK sedang sibuk mengetik di depan komputer. Ketika peneliti mengucapkan salam, LK berbalik melihat peneliti dan bertanya apa keperluan peneliti. Peneliti menjelaskan bahwa peneliti adalah sudah membuat janji dengan LK lewat telepon hari Selasa lalu. Kemudian LK meminta peneliti untuk menunggu, selagi LK menyelesaikan pekerjaannya. Peneliti kemudian duduk di meja diskusi panjang di depan meja kerja LK. Setelah beberapa menit, LK mulai membersihkan meja kerja dan bersiap-siap untuk melakukan wawancara dengan peneliti. Namun, sebelumnya LK meminta ijin untuk pergi ke kamar kecil.

Saat melakukan wawancara, LK kerap kali mengecek data pada layar monitor di samping mejanya, untuk memastikan data. LK juga mengaku dia sedikit lupa dengan beberapa detil, sehingga meminta peneliti untuk kembali mengecek data pada panduan yang bisa di-*download* di portal GARUDA. LK juga mengambil alat promosi, dan menunjukkan satu persatu kepada peneliti. Sesekali LK menunjukkan dan menggambarkan lokasi penempatan alat promosi kepada peneliti. Bertanya apakah alat perekam peneliti berfungsi dengan baik, menanyakan apakah suara LK dapat terdengar.

LK terlihat santai menjelaskan ketika peneliti bertanya mengenai latarbelakang dibentuknya portal GARUDA. Pada akhir pertemuan, LK menyarankan peneliti untuk ikut seminar dan workshop portal GARUDA yang akan berlangsung pada minggu terakhir di bulan April.

**Lampiran Observasi CL**

**Kode : Ob.02**

**Tanggal : Senin, 19 April 2010**

**Pukul : 13.45 – 15.15 WIB**

Peneliti menghampiri meja CL setelah waktu makan siang. CL sedang sibuk mengetik di komputer kerjanya. Saat peneliti menghampiri, CL bertanya adakah keperluan yang dapat dibantu kepada peneliti. Peneliti kemudian memberitahukan maksud dan keperluan untuk mewawancarai CL. CL dengan senang hati bersedia menjawab pertanyaan dan meminta ijin sesekali untuk melakukan pekerjaannya.

Ditengah-tengah pembicaraan, CL sempat menjawab telepon mengenai pekerjaannya. CL pun terkadang memastikan beberapa informasi pada bahan presentasi di komputer miliknya. CL secara kooperatif memperlihatkan sekaligus mempraktekkan cara penelusuran pada portal GARUDA, dan memberikan jadwal sosialisasi portal GARUDA dan daftar kontributor kepada peneliti.

Pada akhir pertemuan, seorang petugas fotokopi, memberikan sejumlah fotokopi materi di letakkan di atas meja CL, peneliti berasumsi itu adalah bahan materi untuk workshop portal yang akan diselenggarakan beberapa hari ke depan. CL memberikan alamat *e-mail* kepada peneliti, agar peneliti dapat menghubungi lewat media yang lebih mudah.

**Lampiran Observasi PR**

**Kode : Ob.03**

**Tanggal : 21 April 2010**

**Waktu: 13.40-14.58 WIB**

Pada siang hari itu, ketika peneliti menghampiri PR di ruang kerjanya, PR sedang memberikan bimbingan kepada salah satu mahasiswa. Peneliti harus menunggu 18 menit di ruang tunggu. PR dengan ramah mempersilahkan peneliti duduk dan menanyakan keperluan peneliti. PR memperlihatkan video portal GARUDA pada komputer dan bersemangat menjawab pertanyaan dari peneliti.

Kemudian, peneliti meminta PR untuk memperagakan kegiatan promosi yang biasa dilakukan oleh PR ketika membujuk dan menginformasikan portal jaringan GARUDA kepada pemustaka pada pelatihan literasi informasi, kemudian kepada calon dan kontribur di acara *expo* ataupun seminar mengenai portal GARUDA. PR juga memberikan bahan materi, seperti materi presentasi, video GARUDA, dan *e-book* sebagai bahan tambahan kepada peneliti.





**Lampiran Observasi MY**

**Kode : Ob.04**

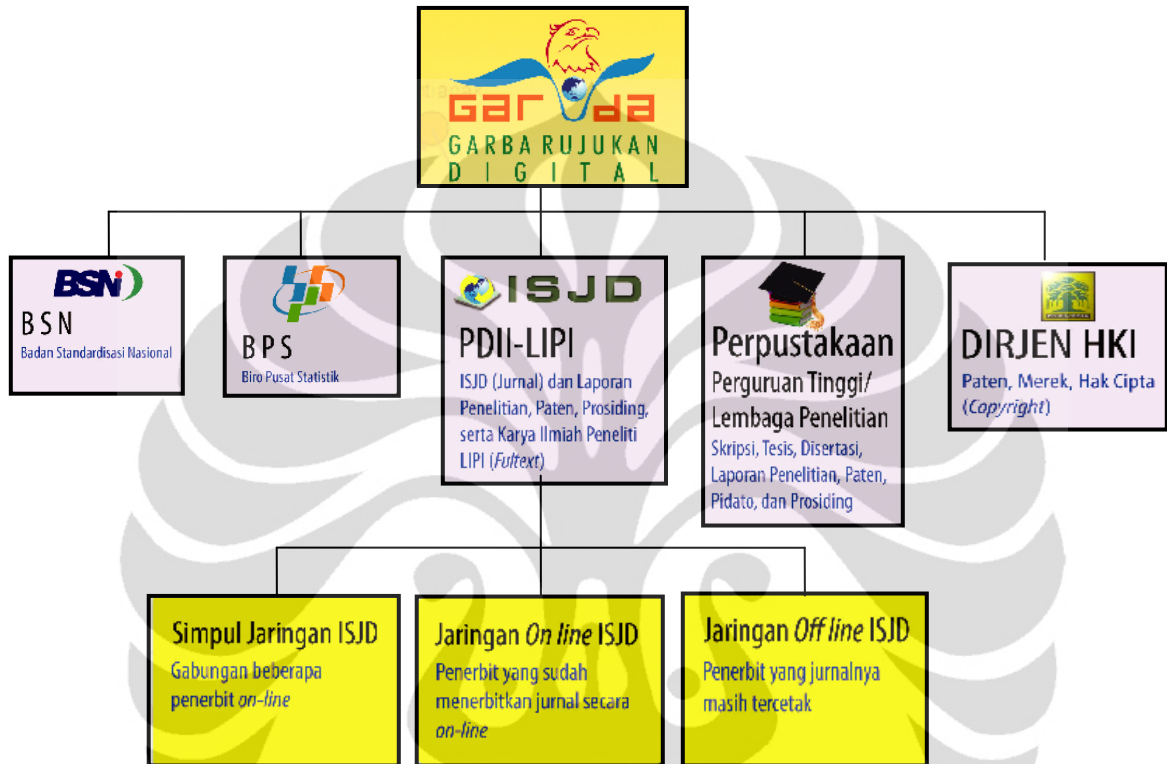
**Tanggal : 26 April 2010**

**Pukul : 12.31 – 13.37 WIB**

Siang itu, pada tanggal 26 April 2010, peneliti mengucapkan salam kepada MY. MY sedang sibuk dengan komputer di sebelah meja kerjanya. Letak komputer menghadap ke dinding pintu masuk. Jadi, MY langsung menyadari kedatangan peneliti yang menaiki tangga menuju ruang kerjanya. Sehari sebelum wawancara, peneliti sudah bertemu dengan MY untuk meminta waktu wawancara, dan MY berkata akan menyediakan waktu pada Jumat siang, karena itu MY sudah mengenali peneliti dan langsung mempersilahkan masuk. MY menghentikan pekerjaannya dan mempersilahkan peneliti untuk duduk di depan meja kerjanya. Suasana di dalam ruangan tampak rapi, meski di atas meja MY hampir dipenuhi dengan buku dan macam-macam bahan bacaan, letaknya disusun rapi dan memberikan ruang yang cukup untuk MY. Sebelah kanan meja kerja MY terlihat kaca bening yang langsung memperlihatkan jelas sebagian perpustakaan.

Peneliti memulai memberikan pertanyaan kepada informan, yang dijawab dengan santai dan jelas oleh informan. Di sela-sela wawancara MY memperlihatkan alat promosi, seperti pembatas buku, panduan kontributor, dan sebuah telepon genggam yang digunakan untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan dari calon kontributor maupun pemustaka yang menggunakan portal. MY dengan santai menjawab semua pertanyaan dari peneliti tanpa ragu. Pada akhir pertemuan, MY memberikan alat promosi kepada peneliti untuk bahan pendukung skripsi peneliti.

Tabel 4.1 Struktur Kerjasama Garuda



Sumber : Panduan Kontributor

Table 4.2 Tabel Kontributor GARUDA 2009

No	Institusi	Data
1.	UI	20.105
2.	ITB	1.723
3.	UNAIR	668
4.	UNIBRAW	200
5.	PDII-LIPI	20.987
6.	UNRI	9.189
7.	UK Petra	2.812
8.	UPI	6.414
9.	UT	725
10.	Atma Jaya	17.607
11.	UGM	1.723
12.	USU	13.386
13.	IPB	2.241
14.	BINUS	7.812
<b>Total Data</b>		<b>105.592</b>

Sumber: Materi Presentasi *How to be part of Indonesian Reference Portal*

Gambar 4.1 Poster di pintu masuk dan keluar Perpustakaan UI gedung B



Sumber: Koleksi pribadi peneliti, April 2010

Gambar 4.2 Panji (Banner) di selasar Perpustakaan UI Gedung A



Sumber: koleksi pribadi peneliti, April 2010