PUBLIS JOURNAL
Publication Library and Information Science ISSN 2598-7852
Volume 9 Number 2 November 2025
http://journal.umpo.ac.id/index.php/PUBLIS

STRATEGI PROMOSI BERBASIS KOLEKSI LANGKA : STUDI KASUS PAMERAN MAJALAH KUNO DI PERPUSTAKAAN STAIMS

ATIKAH NUR AINI YUMNA[1*], SHINTA DEWI [2]
***22200011125@student.uin-suka.ac.id**
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga

Keyword:
Library Promotion; Vintage Megazine Exhibition;

Article Info :
Submitted date
2025-05-22
Revised date
2026-11-24
Accepted date
2026-11-24

Abstract

The exhibition of vintage magazines was organized as a promotional activity and an effort to optimize the use of rarely accessed library collections. This study aims to describe the promotional strategy implemented in the exhibition by applying Chaffey's marketing mix theory, which includes five key variables: Product, Price, Place, Promotion, and People. A qualitative descriptive method was employed, with data collected through participant observation, interviews with four informants, and literature review. The results show that the STAIMS Library has effectively applied all five elements of the marketing mix. In terms of Product *and* Price*, the main feature of the exhibition was a bundled display of* Tempo *magazines from the 1990s. For* Place*, the exhibition was held in a public reading garden to ensure accessibility and engagement.* Promotion *was conducted via online platforms and word-of-mouth. Finally, in the* People *aspect, the exhibition committee included not only librarians but also interns, staff members, and final-year students, demonstrating a collaborative approach. The exhibition targeted both the internal academic community of STAIMS and the general public, aiming to enhance literacy and promote the historical value of the library's special collections.*

Abstrak

Pameran majalah lawas diselenggarakan sebagai kegiatan promosi sekaligus upaya untuk mengoptimalkan pemanfaatan koleksi perpustakaan yang jarang diakses. Studi ini bertujuan untuk mendeskripsikan strategi promosi yang diterapkan dalam pameran tersebut dengan menggunakan teori bauran pemasaran (marketing mix) dari Chaffey, yang mencakup lima variabel utama: Produk (Product), Harga (Price), Tempat (Place), Promosi (Promotion), dan Sumber Daya Manusia (People). Metode deskriptif kualitatif digunakan dalam penelitian ini, dengan pengumpulan data melalui observasi partisipatif, wawancara terhadap empat informan, dan tinjauan pustaka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Perpustakaan STAIMS telah menerapkan kelima elemen bauran pemasaran tersebut secara efektif. Dari aspek Produk dan Harga, sajian utama pameran ini berupa koleksi majalah Tempo dari era 1990-an yang ditampilkan secara tematis. Dari aspek Tempat, pameran diadakan di taman bacaan umum untuk menjamin aksesibilitas dan keterlibatan pengunjung. Promosi dilakukan melalui platform daring serta metode dari mulut ke mulut. Terakhir, dari aspek Sumber Daya Manusia, panitia pameran tidak hanya terdiri dari pustakawan, tetapi juga mencakup peserta magang, staf, dan mahasiswa tingkat akhir, yang menunjukkan pendekatan kolaboratif. Pameran ini menyasar komunitas akademik internal STAIMS maupun masyarakat umum, dengan tujuan meningkatkan literasi serta mempromosikan nilai sejarah dari koleksi khusus yang dimiliki perpustakaan.

PUBLIS JOURNAL
Publication Library and Information Science ISSN 2598-7852
Volume 9 Number 2 November 2025
http://journal.umpo.ac.id/index.php/PUBLIS

PENDAHULUAN

Perguruan tinggi memiliki tanggung jawab dalam menjalankan fungsi Tri Dharma Perguruan Tinggi, yang meliputi pendidikan, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat. Dalam konteks ini, perpustakaan perguruan tinggi memegang peranan penting sebagai penyedia informasi ilmiah sekaligus sebagai sarana pendukung tercapainya tujuan Tri Dharma tersebut. Salah satu institusi yang mencerminkan peran ini adalah Perpustakaan Sekolah Tinggi Agama Islam Masjid Syuhada (STAIMS) yang berlokasi di Yogyakarta. Perpustakaan ini melayani kebutuhan informasi bagi dua program studi, yaitu Pendidikan Agama Islam dan Pendidikan Bahasa Arab.

Meskipun demikian, tingkat kunjungan mahasiswa ke perpustakaan masih tergolong rendah. Berdasarkan data statistik pengunjung, jumlah mahasiswa yang datang ke perpustakaan masih kurang dari 100 orang setiap minggunya. Rendahnya angka kunjungan ini disinyalir disebabkan oleh karakteristik mayoritas mahasiswa STAIMS yang telah bekerja, sehingga kehadiran mereka di kampus lebih difokuskan untuk mengikuti perkuliahan semata. Kondisi ini diperkuat dengan sistem perkuliahan non-reguler yang hanya dilaksanakan secara tatap muka pada hari-hari tertentu, sementara selebihnya dilakukan secara daring. Namun demikian, masih terdapat sekelompok mahasiswa yang memanfaatkan keberadaan perpustakaan sebagai tempat untuk meminjam buku, mengerjakan tugas, bahkan berdiskusi secara aktif. Hal ini menunjukkan bahwa perpustakaan tetap memiliki peran strategis dalam mendukung aktivitas akademik, meskipun diperlukan upaya yang lebih intensif untuk meningkatkan minat dan keterlibatan mahasiswa dalam memanfaatkan layanan yang tersedia.

Perpustakaan Sekolah Tinggi Agama Islam Masjid Syuhada (STAIMS) berperan penting dalam menyediakan sumber informasi bagi mahasiswa, baik dalam bentuk cetak maupun elektronik. Sebagai bagian dari institusi pendidikan Islam, koleksi perpustakaan STAIMS didominasi oleh literatur keislaman, mencakup terbitan terbaru hingga koleksi lama yang memiliki nilai historis. Salah satu koleksi langka

PUBLIS JOURNAL
Publication Library and Information Science ISSN 2598-7852
Volume 9 Number 2 November 2025
http://journal.umpo.ac.id/index.php/PUBLIS

yang dimiliki adalah bundel majalah *Tempo* dari era 1990-an, yang diperoleh melalui hibah dari seorang jurnalis. Sayangnya, koleksi ini jarang dimanfaatkan oleh pemustaka, meskipun memiliki potensi sebagai sumber refleksi terhadap isu-isu sosial dan politik pada masa tersebut.

Dalam upaya meningkatkan keterlibatan mahasiswa, strategi promosi perpustakaan menjadi aspek krusial. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa promosi yang efektif dapat meningkatkan kesadaran dan partisipasi pengguna terhadap layanan perpustakaan (Ritonga et al., 2024). Selain itu, adaptasi terhadap perubahan perilaku pengguna menuntut perpustakaan untuk mengembangkan layanan digital dan strategi pemasaran yang inovatif (Winata et al., 2021). Dalam konteks ini, penerapan teori bauran pemasaran yang dikemukakan oleh Chaffey, yang mencakup elemen Product, Price, Place, Promotion, dan People, dapat menjadi kerangka kerja yang efektif dalam merancang strategi promosi perpustakaan yang komprehensif dan responsif terhadap kebutuhan pengguna (Paendon et al., 2023).

Melihat rendahnya pemanfaatan terhadap koleksi majalah lama yang dimiliki, pustakawan Perpustakaan STAIMS bersama dengan mahasiswa magang dari UIN Sunan Kalijaga mengambil inisiatif untuk menyelenggarakan sebuah pameran khusus yang menampilkan koleksi majalah terbitan lama. Istilah "kuno" dalam konteks ini merujuk pada majalah yang meskipun belum tergolong antik secara kronologis, namun memiliki nuansa klasik atau bernuansa "jadul" (jaman dahulu), baik dari segi tampilan sampul maupun kontennya. Tujuan utama dari kegiatan pameran ini adalah sebagai upaya promosi perpustakaan. Promosi perpustakaan sendiri dipahami sebagai proses komunikasi strategis antara pihak perpustakaan dan pemustaka, yang bertujuan untuk menyampaikan informasi mengenai produk dan layanan yang tersedia, sekaligus mendorong ketertarikan dan partisipasi aktif pemustaka dalam memanfaatkan sumber daya yang ditawarkan oleh perpustakaan.

Istilah promosi memiliki keterkaitan erat dengan konsep pemasaran atau *marketing*. Dalam pandangan Kotler sebagaimana dikutip oleh Prasetyawan

PUBLIS JOURNAL
Publication Library and Information Science ISSN 2598-7852
Volume 9 Number 2 November 2025
http://journal.umpo.ac.id/index.php/PUBLIS

(2019) bauran pemasaran (*marketing mix*) merupakan sekumpulan instrumen pemasaran yang digunakan secara terpadu oleh suatu organisasi untuk secara berkelanjutan mencapai tujuan pemasaran mereka pada segmen pasar yang menjadi sasaran. Pemilihan teori bauran pemasaran (*marketing mix*) dalam penelitian ini didasarkan pada relevansi konsep tersebut dengan strategi promosi yang dilakukan oleh perpustakaan. Bauran pemasaran merupakan instrument yang digunakan secara terpadu oleh organisasi untuk mencapai tujuan pemasarannya secara berkelanjutan dalam pasar tertentu.

Meskipun perpustakaan tidak bersifat komersial, promosi tetap menjadi bagian penting dari upaya untuk meningkatkan pemanfaatan layanan dan koleksi oleh pemustaka. Hal ini dikarenakan istilah "promosi" memiliki keterkaitan erat dengan konsep pemasaran, di mana kegiatan promosi berperan sebagai sarana komunikasi strategis yang tidak hanya mengenalkan layanan, tetapi juga membangun citra positif dan meningkatkan partisipasi masyarakat terhadap perpustakaan. Lebih jauh, fungsi promosi di perpustakaan selaras dengan amanat Undang-Undang No. 43 Tahun 2007 tentang Perpustakaan, yang menyatakan bahwa perpustakaan memiliki peran sebagai pusat informasi, pendidikan, rekreasi, dan pelestarian budaya (Perpustakaan Nasional Republik Indonesia, 2007). Oleh karena itu, penerapan teori bauran pemasaran dalam strategi promosi termasuk melalui kegiatan pameran koleksi langka seperti majalah kuno dapat memberikan pendekatan yang lebih sistematis, terarah dan sesuai dengan fungsi edukatif dan kultural perpustakaan.

Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan relevansi yang erat dengan tema yang diangkat dalam studi ini, khususnya dalam konteks pemanfaatan teori bauran pemasaran sebagai strategi promosi di bidang perpustakaan dan kearsipan. Salah satunya adalah penelitian yang berjudul *Analisis Bauran Informasi sebagai Strategi Pemasaran Informasi di Perpustakaan Universitas Indonesia*, yang mengkaji bagaimana penerapan elemen-elemen dalam bauran pemasaran informasi dapat meningkatkan efektivitas layanan perpustakaan serta membangun hubungan yang lebih intensif antara perpustakaan dan pemustaka (Shifa, 2020). Penelitian

PUBLIS JOURNAL
Publication Library and Information Science ISSN 2598-7852
Volume 9 Number 2 November 2025
http://journal.umpo.ac.id/index.php/PUBLIS

ini menyoroti pentingnya komunikasi yang strategis dan berkelanjutan dalam memperkenalkan koleksi dan layanan kepada pengguna. Selain itu, penelitian lainnya yang juga relevan adalah *Analisis Fungsi Pameran Arsip sebagai Sarana Penyampaian Informasi kepada Publik oleh Badan Arsip dan Perpustakaan Provinsi Jawa Tengah pada Pameran Arsip Keliling II di Kota Pekalongan* (Aseantino et al., 2013). Studi ini menekankan peran pameran sebagai medium alternatif untuk menyampaikan informasi sejarah dan arsip kepada masyarakat luas secara visual dan interaktif, serta sebagai upaya memperkuat citra kelembagaan di mata publik.

Kedua penelitian tersebut menunjukkan bahwa pameran dapat menjadi strategi komunikasi yang efektif dalam memperkenalkan koleksi yang kurang dikenal atau jarang dimanfaatkan. Dalam konteks penelitian ini, pendekatan serupa diadopsi melalui penyelenggaraan pameran majalah kuno oleh Perpustakaan STAIMS sebagai sarana promosi koleksi terbitan lama yang selama ini kurang dimanfaatkan. Dengan menggunakan kerangka teori bauran pemasaran, penelitian ini menganalisis bagaimana elemen-elemen seperti produk, harga, tempat, promosi, dan orang (people) dapat dioptimalkan dalam konteks perpustakaan untuk meningkatkan visibilitas dan pemanfaatan koleksi, serta menarik minat pengguna baik dari kalangan internal kampus maupun masyarakat umum. Pendekatan ini tidak hanya menyoroti pentingnya strategi promosi dalam manajemen perpustakaan modern, tetapi juga memperlihatkan bagaimana koleksi lama yang bernilai sejarah dan budaya dapat diberdayakan kembali melalui metode komunikasi yang kreatif dan terencana.

METODE

Penelitian ini menerapkan pendekatan kualitatif deskriptif untuk memperoleh pemahaman mendalam mengenai pelaksanaan pameran majalah kuno sebagai strategi promosi perpustakaan. Metode kualitatif deskriptif memungkinkan peneliti untuk menggambarkan fenomena secara sistematis dan faktual tanpa memanipulasi variabel yang ada, sehingga cocok untuk mengkaji konteks sosial dan budaya dalam lingkungan alami. Menurut Moleong (2019) pendekatan kualitatif bersifat naturalistik dan menekankan pentingnya proses serta makna di balik suatu

PUBLIS JOURNAL
Publication Library and Information Science ISSN 2598-7852
Volume 9 Number 2 November 2025
http://journal.umpo.ac.id/index.php/PUBLIS

peristiwa sebagai pusat perhatian dalam penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Perpustakaan STAIMS

Perpustakaan Sekolah Tinggi Agama Islam (STAI) Masjid Syuhada Yogyakarta merupakan unit pelaksana teknis yang berada di bawah naungan STAI Masjid Syuhada, yang berlokasi di Jalan Pringgokusuman No.12, Gedong Tengen, Yogyakarta. Informasi lebih lanjut mengenai layanan dan kegiatan perpustakaan dapat diakses melalui alamat surel *perpusstaims@gmail.com* atau melalui akun Instagram resmi di @perpusstaims.

Perpustakaan ini menyediakan beragam koleksi, baik dalam bentuk tercetak maupun digital. Koleksi tercetak meliputi buku teks, skripsi, laporan penelitian, jurnal ilmiah, serta majalah. Sementara itu, koleksi digital mencakup e-book, e-journal, CD skripsi, serta CD/DVD materi pembelajaran. Tema koleksi yang dimiliki mencakup subjek umum serta koleksi-koleksi bertemakan keislaman, sesuai dengan karakteristik institusi induknya. Untuk memudahkan pemustaka dalam menelusuri koleksi, perpustakaan menyediakan layanan OPAC (*Online Public Access Catalogue*) yang dapat diakses secara daring melalui laman library.staims.ac.id.

Adapun layanan yang disediakan meliputi layanan informasi, layanan pembuatan kartu anggota, layanan referensi, layanan sirkulasi, layanan tugas akhir, serta layanan bebas pustaka. Selain itu, fasilitas yang tersedia mendukung kenyamanan pemustaka dalam mengakses sumber informasi, di antaranya adalah layanan OPAC sebagai sarana penelusuran koleksi, ruang baca dengan opsi duduk lesehan maupun menggunakan meja baca, serta ruang diskusi terbuka (outdoor) yang dapat dimanfaatkan untuk kegiatan diskusi dengan tetap menjaga suasana tenang agar tidak mengganggu pemustaka lainnya.

Implementasi Bauran Pemasaran Melalui Pameran Majalah Kuno

Pada penelitian ini mengenai Pameran Majalah Kuno Sebagai Sarana Promosi Perpustakaan STAI Masjid Syuhada ditinjau berdasarkan teori Bauran pemasaran 7P menurut Chaffey. Pada tulisan ini menggunakan 5p yaitu Produk (*Product*), Harga

PUBLIS JOURNAL
Publication Library and Information Science ISSN 2598-7852
Volume 9 Number 2 November 2025
http://journal.umpo.ac.id/index.php/PUBLIS

(*Price*), Tempat (*Place*), Promosi (*Promotion*), dan Orang (*People*).

1. **Produk dan Harga (*product dan price*)**

Dalam konteks promosi perpustakaan, aspek produk dan harga merupakan komponen integral yang saling berkaitan dalam bauran pemasaran. Produk perpustakaan mencakup berbagai layanan dan koleksi yang ditawarkan kepada pengguna, baik dalam bentuk cetak maupun digital. Menurut penelitian oleh Olubiyo (2022) pemasaran produk dan layanan informasi di era digital memerlukan pendekatan strategis untuk meningkatkan kesadaran dan pemanfaatan oleh pengguna.

Dalam kegiatan pameran ini, produk utama yang ditampilkan adalah koleksi majalah kuno *Tempo* edisi bundling terbitan tahun 1990-an. Berdasarkan hasil wawancara dengan salah satu dosen STAIMS, koleksi tersebut merupakan hasil hibah dari seorang jurnalis, yang menyumbangkan lebih dari 20 eksemplar majalah kepada perpustakaan. Sebagian besar dari majalah tersebut dipajang di area pameran, meskipun masih terdapat beberapa yang belum ditampilkan karena disimpan oleh pemberi hibah. Sayangnya, sebelum kegiatan pameran ini dilaksanakan, koleksi majalah tersebut tidak tersentuh oleh pengguna, bahkan beberapa eksemplar terlihat berdebu dan dalam kondisi kertas yang mulai rapuh. Oleh karena itu, kegiatan pameran ini menjadi bentuk revitalisasi produk perpustakaan melalui strategi promosi berbasis koleksi langka.

Tujuan utama dari penyelenggaraan pameran ini adalah untuk memperkenalkan koleksi majalah lama sebagai bagian dari kekayaan sumber informasi yang dimiliki perpustakaan, serta meningkatkan kesadaran pengguna terhadap eksistensi dan nilai historis koleksi tersebut. Selain sebagai sarana promosi, pameran ini juga menghadirkan pengalaman nostalgia bagi pengunjung yang pernah mengalami era 1990-an, melalui konten majalah seperti berita populer, gaya iklan, serta desain visual pada masa itu. Dari sisi harga (*price*), kegiatan ini tidak memerlukan pengeluaran biaya karena koleksi yang digunakan berasal dari hibah, sehingga menjadikan promosi ini efektif dari segi anggaran dan efisien dalam pelaksanaannya.

PUBLIS JOURNAL
Publication Library and Information Science ISSN 2598-7852
Volume 9 Number 2 November 2025
http://journal.umpo.ac.id/index.php/PUBLIS

Produk yang ditawarkan tidak hanya memamerkan koleksi langka, namun menawarkan produk makanan ringan dengan konsep jajanan jadul tahun 90an dengan tujuan membawa nilai nostalgia dan edukatif. Mengajak pemustaka mengenang masa kecil, serta mengenalkan generasi muda terhadap konsumsi masa lalu.



gambar 1 Jajanan jadul tahun 90an
(dokumentasi penelitian 2025)

Dengan demikian, integrasi aspek produk dan harga dalam strategi promosi perpustakaan melalui pameran koleksi langka dapat meningkatkan visibilitas dan pemanfaatan koleksi, serta memperkuat peran perpustakaan sebagai pusat informasi dan pelestarian budaya.

2. Tempat (*place*)

Dalam konteks teori bauran pemasaran (marketing mix) khususnya pada elemen *place* (tempat), perpustakaan STAI Masjid Syuhada Yogyakarta menunjukkan penerapan yang strategis dalam penempatan layanan dan aktivitas promosi perpustakaan. Elemen *place* dalam bauran pemasaran merujuk pada bagaimana suatu produk atau layanan dapat diakses oleh target pengguna melalui lokasi dan saluran distribusi yang tepat. Perpustakaan STAIMS, yang berlokasi di Jl. Pringgokusuman No.12, Gedong Tengen, Yogyakarta, berada di lingkungan pendidikan yang mendukung kegiatan literasi dan akademik. Letak ini mencerminkan pemilihan lokasi yang tepat karena

PUBLIS JOURNAL
Publication Library and Information Science ISSN 2598-7852
Volume 9 Number 2 November 2025
http://journal.umpo.ac.id/index.php/PUBLIS

mudah dijangkau oleh sivitas akademika sebagai target utama layanan perpustakaan.



gambar 2 Pameran library and nature
(dokumentasi penelitian 2025)

Perpustakaan ini memiliki dua lokasi utama layanan, yaitu ruang perpustakaan utama dan taman baca (outdoor). Penggunaan taman baca sebagai lokasi pelaksanaan pameran majalah kuno mencerminkan strategi pemanfaatan *place* yang inovatif dan ramah pengguna. Desain taman baca yang terbuka, dengan lantai konblok, dua gazebo di bawah pohon rambutan, serta meja bundar semen yang dinaungi atap bening dengan tanaman anggur menjalar, memberikan suasana alami dan santai yang mendukung kegiatan literasi berbasis pengalaman (*experiential learning*).

Dalam teori pemasaran, *place* bukan hanya berkaitan dengan lokasi fisik, tetapi juga bagaimana tempat tersebut mampu mendukung pengalaman pengguna yang positif terhadap produk atau layanan yang ditawarkan (Chaffey & Ellis-Chadwick, 2019). *Place* menyangkut bagaimana organisasi mengelola distribusi layanan agar dapat menjangkau target audensi secara efektif dan efisien. Dalam perpustakaan, *place* mencakup penataan ruang, aksesibilitas, kenyamanan pengguna, serta atmosfer ruang baca yang mendukung aktivitas literasi. Pelaksanaan pameran di taman baca dengan penataan koleksi majalah secara estetik menggunakan jarik sebagai alas dan nuansa vintage yang ditonjolkan menunjukkan bahwa *place* menjadi elemen penting dalam

PUBLIS JOURNAL
Publication Library and Information Science ISSN 2598-7852
Volume 9 Number 2 November 2025
http://journal.umpo.ac.id/index.php/PUBLIS

meningkatkan daya tarik promosi perpustakaan.

Ketika promosi perpustakaan dilakukan melalui pameran koleksi langka seperti majalah kuno, pemilihan tempat atau lokasi penyelenggaraan menjadi aspek penting dalam menarik perhatian dan meningkatkan keterlibatan pengguna. Dalam hal ini, pemanfaatan ruang luar seperti taman baca yang berada dalam lingkungan perpustakaan merupakan bentuk implementasi dari *place* yang strategis. Dengan mengadopsi pendekatan *"library and nature"* pada perpustakaan STAIMS, tidak hanya menyajikan bacaan tetapi juga menawarkan pengalaman berkreasi membuat kerajinan tangan menggunakan manik-manik.



gambar 3 Kreasi Kerajinan Manik-manik
(dokumentasi penelitian 2025)

Tempat ini dirancang sebagai ruang kolaboratif, tempat pengunjung bisa duduk bersama, berbagi bahan, bertukar ide dan menciptkan karya. Hal ini mendoorng nilai-nilai social seperti kerja sama, empati dan kreativitas yang menjadikan perpustakaan lebih dari sekedar tempat membaca.

Selain itu, berdasarkan wawancara dengan pustakawan STAIMS, kegiatan pameran ini juga merupakan bagian dari upaya untuk mengaktifkan kembali fungsi taman baca yang sebelumnya kurang dimanfaatkan. Hal ini sejalan dengan konsep *place revitalization* dalam pemasaran, yaitu memanfaatkan kembali ruang-ruang yang tidak aktif menjadi pusat kegiatan baru yang memberi nilai tambah pada institusi. Penelitian oleh Risfaldi Akbar Siregar dan Nasihudin Ali (2023) bahwa pameran dapat meningkatkan minat baca dan memperkenalkan kekayaan sejarah lokal pada public secara luas. Dengan demikian, pemanfaatan taman baca STAIMS untuk pameran majalah kuno

PUBLIS JOURNAL
Publication Library and Information Science ISSN 2598-7852
Volume 9 Number 2 November 2025
http://journal.umpo.ac.id/index.php/PUBLIS

sejalan dengan upaya memperkuat peran perpustakaan sebagai pusat literasi dan budaya.

3. Promosi (*promotion*)

Promosi mengacu bagaimana kominasi pemasaran digunakan dalam menyebarkan informasi atau mempengaruhi pengunjung dan pemangku kepentingan lainnya mengenai organisasi dan produknya (Mubarokah & Sulistiawati, 2023). Dalam perpustakaan, promosi menjadi aspek yang sangat penting guna mengoptimalkan pelaksanaan tugas, fungsi, dan peran perpustakaan sebagai pusat informasi, pendidikan, dan budaya.

Perpustakaan STAIMS dalam rangka meningkatkan eksistensinya dan memperluas jangkauan layanan kepada sivitas akademika, telah melaksanakan berbagai strategi promosi. Penyebaran informasi mengenai pelaksanaan pameran majalah kuno ini dilakukan melalui beberapa saluran. Memanfaatkan media sosial seperti Instagram, Facebook, dan WhatsApp untuk menyebarluaskan informasi, serta media cetak dalam bentuk pamflet dan poster Media sosial perpustakaan dimanfaatkan untuk menjangkau audiens yang lebih luas secara cepat dan interaktif, sementara komunikasi dari mulut ke mulut (getok tular) antar anggota sivitas akademika STAIMS turut memperkuat penyebaran informasi secara informal namun efektif. Dengan demikian, kegiatan promosi yang dilakukan tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan angka kunjungan, tetapi juga membangun kesadaran kolektif mengenai pentingnya literasi sejarah dan pelestarian koleksi pustaka lama.

> *"Saya mengetahui informasi pameran ini dari Instagram perpus,grub angkatan, story Whatsapp teman-teman, pustakawan, dan dosen-dosen kemudian saya tertarik untuk datang karena belum pernah ada acara seperti ini sebelumnya. Acaranya menarik, saya usul agar ke depannya diadakan acara seperti ini lagi misalnya acara pelatihan atau apa gitu" Pengunjung dari STAIMS"*

Dapat disimpulkan bahwa mayoritas pengunjung yang berasal dari lingkungan internal STAIMS memperoleh informasi mengenai kegiatan pameran ini melalui media sosial daring, khususnya akun Instagram resmi perpustakaan dengan nama pengguna @perpusstaims, serta melalui

PUBLIS JOURNAL
Publication Library and Information Science ISSN 2598-7852
Volume 9 Number 2 November 2025
http://journal.umpo.ac.id/index.php/PUBLIS

komunikasi interpersonal yang tersebar melalui aplikasi WhatsApp.

Pemanfaatan media sosial sebagai alat promosi perpustakaan menawarkan berbagai keuntungan dibandingkan dengan metode promosi konvensional. Melalui media sosial, kegiatan promosi dapat dilakukan secara lebih luas (global), dengan kecepatan tinggi, biaya yang relatif rendah, serta memungkinkan terciptanya interaksi yang lebih intensif dan langsung antara pustakawan dan pengguna layanan perpustakaan (Maretno & Marlini, 2021).

Motivasi utama pengunjung untuk menghadiri pameran didorong oleh rasa ingin tahu terhadap bentuk kegiatan yang tergolong baru dan belum pernah diselenggarakan sebelumnya oleh pihak perpustakaan. Selain itu, sejumlah pengunjung turut memberikan umpan balik yang bersifat membangun, berupa usulan agar kegiatan serupa dapat diselenggarakan secara rutin atau berkelanjutan di masa mendatang.

> *"Saya mengetahui acara ini dari stori Instagram teman satu kelas saya yang magang di Perpustakaan STAIMS. Saya tertarik datang karena mengusung tema yang menarik memadukan antara perpustakaan dan alam dengan koleksi yang dipamerkan adalah koleksi lawas. Dari pameran ini saya jadi tau ternyata isu-isu yang berkembang saat ini sudah berkembang sejak tahun 80-90 an dan unik juga kampus Islam tapi koleksinya ada yang lawas. Saya juga jadi tahu tantang perkembangan iklan, style pakaian, bentuk periklanan yang terasa otentiknya. Mengusung tema alam menjadikan pameran ini berbeda ya karena biasanya pameran sekarang kan modern" Pengunjung dari luar STAIMS*

Berdasarkan hasil wawancara dengan salah satu pengunjung dari luar lingkungan STAIMS, diperoleh informasi bahwa partisipasinya dalam kegiatan pameran ini berawal dari ajakan seorang teman sekelas yang sedang menjalani program magang di Perpustakaan STAIMS. Secara tidak langsung, keberadaan mahasiswa magang di perpustakaan berperan dalam memperluas jangkauan informasi mengenai kegiatan perpustakaan kepada rekan-rekannya, bahkan menjangkau pengikut media sosial pribadi mereka, seperti melalui unggahan

PUBLIS JOURNAL
Publication Library and Information Science ISSN 2598-7852
Volume 9 Number 2 November 2025
http://journal.umpo.ac.id/index.php/PUBLIS

instastory. Informan menyatakan bahwa ketertarikannya untuk menghadiri acara ini dilatarbelakangi oleh tema yang diusung, yang dianggap menarik dan berbeda dari kegiatan akademik lainnya.

Selain itu, berdasarkan observasi partisipatif penulis yang juga terlibat sebagai panitia penyelenggara, terlihat bahwa sejumlah pengunjung yang sebelumnya belum akrab dengan layanan perpustakaan, tertarik untuk mendalami lebih lanjut informasi mengenai koleksi dan prosedur peminjaman setelah mengunjungi pameran. Sebagai bagian dari strategi promosi, panitia turut menempelkan beberapa lembar informasi di area pameran yang berisi ajakan untuk mengikuti serta menandai akun Instagram perpustakaan. Terdapat pula pengunjung yang mendokumentasikan kunjungan mereka dalam bentuk foto atau video yang kemudian diedit secara kreatif dan diunggah ke akun Instagram pribadi masing-masing dengan menandai akun resmi perpustakaan. Aktivitas ini turut memberikan kontribusi positif dalam memperluas jangkauan promosi perpustakaan melalui platform media sosial.

4. Orang (*people*)

Unsur "people" dalam teori bauran pemasaran merujuk pada bagaimana interaksi yang terjadi antara staf atau personel suatu organisasi dengan pengguna layanan maupun pihak-pihak berkepentingan lainnya. Dalam konteks kegiatan pameran majalah kuno, elemen ini tercermin melalui keterlibatan panitia pameran yang secara langsung berinteraksi dengan para pengunjung. Interaksi tersebut menjadi bagian penting dalam membentuk pengalaman pengguna sekaligus memperkuat citra positif lembaga penyelenggara, dalam hal ini perpustakaan.

> *"Pameran ini diprakarsai oleh program kerja yang dibuat oleh mahasiswi magang dari UIN Sunan Kalijaga, kemudian membentuk panitia kecil-kecilan yang beranggotakan saya sebagai pustakawan, mahasiswi magang, karyawan, dan 2 mahasiswa akhir. Pameran ini disasarkan khususnya kepada mahasiswa dan seluruh stakeholders STAIMS, namun juga dibuka untuk umum juga jadi tidak hanya dikhususkan untuk internal*

PUBLIS JOURNAL
Publication Library and Information Science ISSN 2598-7852
Volume 9 Number 2 November 2025
http://journal.umpo.ac.id/index.php/PUBLIS

saja agar perpustakaan STAIMS dapat dikenal oleh orang banyak" (Hasil wawancara Pustakawan STAIMS)

Berdasarkan hasil wawancara dengan pustakawan STAI Masjid Syuhada (STAIMS), diketahui bahwa kegiatan pameran majalah kuno merupakan inisiatif dari program kerja mahasiswi magang asal UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Gagasan tersebut kemudian dikembangkan lebih lanjut dengan membentuk tim pelaksana atau panitia berskala kecil yang terdiri atas beberapa elemen, yakni pustakawan, mahasiswi magang, karyawan perpustakaan, serta dua mahasiswa akhir STAIMS. Kolaborasi lintas elemen ini menunjukkan semangat partisipatif dalam pengelolaan kegiatan perpustakaan.

Diperlukan strategi promosi yang lebih terstruktur dan edukatif guna membangun pemahaman serta meningkatkan partisipasi masyarakat terhadap layanan perpustakaan. Promosi yang dilakukan oleh perpustakaan umumnya mencakup beberapa bentuk kegiatan, seperti *personal selling* atau pendekatan langsung kepada pengguna untuk memperkenalkan layanan dan koleksi, *special event* seperti seminar, pameran, atau pelatihan yang bertujuan menarik perhatian masyarakat terhadap keberadaan dan manfaat perpustakaan, serta publikasi melalui media cetak maupun digital guna meningkatkan visibilitas dan jangkauan informasi (Riski, 2021).

Adapun sasaran dari kegiatan pameran ini tidak terbatas hanya pada sivitas akademika STAIMS, melainkan juga mencakup masyarakat umum. Hal ini bertujuan agar keberadaan dan peran Perpustakaan STAIMS dapat lebih dikenal secara luas, baik di kalangan internal maupun eksternal. Strategi ini menunjukkan upaya promosi yang inklusif, dengan harapan memperkuat citra perpustakaan sebagai pusat informasi terbuka yang relevan dan adaptif terhadap kebutuhan masyarakat.

PUBLIS JOURNAL
Publication Library and Information Science ISSN 2598-7852
Volume 9 Number 2 November 2025
http://journal.umpo.ac.id/index.php/PUBLIS

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis, dapat disimpulkan bahwa kegiatan pameran majalah kuno yang diselenggarakan oleh Perpustakaan STAIMS telah mengintegrasikan lima elemen utama dari teori bauran pemasaran, yaitu Product, Price, Place, Promotion, dan People**,** dalam konteks pengelolaan perpustakaan dan penyebaran informasi. Dari aspek Product dan Price**,** pameran menampilkan bundel majalah Tempo edisi lama dari tahun 1990-an yang berasal dari hibah seorang jurnalis, dengan tujuan memanfaatkan koleksi langka yang jarang dijamah oleh pemustaka. Pada aspek Place, pemilihan taman baca sebagai lokasi pameran dinilai strategis karena mendukung aktivitas diskusi dan memiliki nuansa alam yang mendukung konsep "library and nature," sekaligus menghidupkan kembali fungsi taman baca sebagai ruang publik literasi. Aspek Promotion dilakukan melalui berbagai saluran, seperti akun Instagram perpustakaan, pesan berantai di WhatsApp antar kelompok mahasiswa, serta partisipasi aktif mahasiswa magang yang turut menyebarkan informasi ke luar lingkungan STAIMS. Promosi juga berlangsung secara tidak langsung ketika pengunjung membagikan pengalaman mereka di media sosial dengan menandai akun perpustakaan. Sementara itu, pada aspek People**,** pelibatan berbagai elemen seperti pustakawan, mahasiswa magang, karyawan, dan mahasiswa tingkat akhir menunjukkan sinergi kolaboratif dalam pelaksanaan pameran. Kegiatan ini tidak hanya ditujukan kepada sivitas akademika STAIMS, tetapi juga terbuka bagi masyarakat umum sebagai bentuk promosi eksternal untuk memperkenalkan keberadaan dan layanan perpustakaan.

Daftar Pustaka

Aseantino, A., Lestari, N., & Riyanto, A. (2013). Analisis Fungsi Pameran Arsip Sebagai Sarana Penyampaian Informasi Kepada Publik Oleh Badan Arsip Dan Perpustakaan Provinsi Jawa Tengah Pada Pameran Arsip Keliling II Di Kota Pekalongan. *Jurnal Ilmu Perpustakaan UNDIP*, *2*(2).

Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital Marketing* (7th ed). Education Limited.

Maretno, S., & Marlini, M. (2021). Pemanfaatan Media Sosial sebagai Media Promosi Perpustakaan. *Baitul 'Ulum: Jurnal Ilmu Perpustakaan Dan Informasi*, *5*(1), 58–71. https://doi.org/10.30631/baitululum.v5i1.98

Moleong, L. (2019). *Metode penelitian kualitatif*. Remaja Cipta Rosda Karya.

Mubarokah, A., & Sulistiawati, I. (2023). Manajemen Media Ssial Sebagai Branding Dalam Pengelolaan Perpustakaan. *JIPI (Jurnal Ilmu Perpustakaan Dan Informasi)*, *8*(1).

Olubiyo, P. O., & Olubiyo, J. T. (2022). Marketing Information Product and Services in the Digital Age in Academic Libraries Environment. *Library Philosophy and Practice*, *7394*.

Paendon, M. K. E., Rambing, P. R., Christopel H. Simanjuntak, A. P. K., Marentek, M. R., & Mandey, N. H. J. (2023). Digital Marketing Ecosystem Perspective of Regional Featured Product in North Sulawesi Province, Indonesia. *Open Journal of Social Sciences*, *11*(2).

Perpustakaan Nasional Republik Indonesia. (2007). *Undang Undang Republik Nomor 43 Tahun 2007 Tentang Perpustakaan*.

Prasetyawan, A. (2019). Strategi Bauran Pemasaran Perpustakaan Di Era Digital. *BIBLIOTIKA : Jurnal Kajian Perpustakaan Dan Informasi*, *3*(1).

Riski, M. A. (2021). Strategi promosi perpustakaan khusus: studi pada Perpustakaan Museum Sonobudoyo Yogyakarta. *Al-Kuttab : Jurnall Kajian Ilmu Perpustakaan, Informasi Dan Kearsipan*, *3*(2), 23–31.

Ritonga, A. R., Veronica, A., Ginting, L. D. C. U., Dalimunthe, M. A., & Nasution, L. H. (2024). Library promotion in the development of the Universitas Sumatera Utara towards a world-class university. *Journal of Information and Public Diplomacy*, *8*(6). https://doi.org/https://doi.org/10.24294/jipd.v8i6.4149

Shifa, D. A. F. (2020). Analisis Bauran Informasi Sebagai Strategi Pemasaran Informasi Di Perpustakaan Universitas Indonesia. *Jurnal Ilmu Perpustakaan*, *9*(3), 35–46.

Siregar, R. A., & Ali, M. N. (2023). Peran taman baca masyarakat Tengku Luckman sinar dalam menyediakan sumber sejarah di kota medan. *JRTI (Jurnal Riset Tindakan Indonesia)*, *8*(2). https://doi.org/https://doi.org/10.29210/30033300000

Winata, A. P., Fadelina, R., & Sulistyo-Basuki. (2021). New normal and library services in Indonesia: a case study of university libraries. *Digital Library Perspectives*, *37*(1), 77–84. https://doi.org/https://doi.org/10.1108/DLP-07-2020-0059