

**Kolaborasi Mitra Eksternal dalam Promosi Layanan Perpustakaan:
Studi Kualitatif UPT Perpustakaan Undip dan Undip Press**
**Rifdah Adilah¹; Chindi Kurnia²; Gilang Destyananto Wibowo³; Dwi Agustina⁴; Herika
Ramadani⁵; Nur'aini Perdani SP⁶**

Program Studi S1 Ilmu Perpustakaan dan Informasi, Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Diponegoro

¹Email: adilahrifdah@students.undip.ac.id

ABSTRACT

This study explores the increasing importance of collaborative promotional practices in academic libraries as they strive to remain visible, relevant, and responsive to the needs of their users in a rapidly evolving digital environment. Before focusing on the specific objectives of the research, it is essential to understand that libraries today face growing demands for innovative communication strategies, cross-institutional synergy, and sustainable media engagement to strengthen their public presence. The purpose of this study is to examine how external partner collaboration supports the promotion of library services at the Diponegoro University Library, particularly through its cooperation with UNDIP Press. Using a qualitative approach, the research investigates how promotional programs are conceptualized, executed, and strengthened through interinstitutional coordination. Data were collected through structured interviews and documentation reviews. The findings indicate that the library adopts a multi-channel promotional model integrating social media, official websites, printed materials, and academic communication networks. Collaboration with UNDIP Press enhances content quality, expands cross-platform dissemination, and reinforces literacy campaigns. Nevertheless, several challenges arise, including limited human resources, the need for consistent messaging, and adaptation to the fast pace of digital communication trends. Despite these constraints, the partnership creates a more sustainable promotional ecosystem characterized by shared responsibilities, complementary expertise, and coherent communication. The study concludes that external collaboration significantly contributes to the effectiveness of library service promotion and strengthens institutional visibility while fostering greater user engagement.

ABSTRAK

Perkembangan teknologi informasi dan meningkatnya kebutuhan komunikasi publik menuntut perpustakaan akademik untuk membangun strategi promosi yang lebih inovatif, kolaboratif, dan berkelanjutan. Sebelum menguraikan tujuan penelitian, penting dipahami bahwa perpustakaan saat ini tidak hanya berfungsi sebagai pusat informasi, tetapi juga harus mampu mengelola citra institusi melalui kerja sama lintas lembaga guna memperluas jangkauan publik. Penelitian ini bertujuan mengkaji peran kolaborasi mitra eksternal dalam mendukung promosi layanan UPT Perpustakaan Universitas Diponegoro melalui kemitraan strategis dengan UNDIP Press. Pendekatan kualitatif digunakan untuk memahami proses perancangan, pelaksanaan, serta dinamika koordinasi dalam kegiatan promosi. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara terstruktur dan telaah dokumen promosi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perpustakaan menerapkan strategi promosi multi-channel yang memadukan media sosial, website resmi, media cetak, dan jaringan komunikasi akademik. Kolaborasi dengan UNDIP Press meningkatkan kualitas konten, memperluas publikasi lintas platform, dan memperkuat kampanye literasi. Tantangan yang muncul meliputi keterbatasan sumber daya manusia, kebutuhan menjaga konsistensi pesan, serta tuntutan adaptasi terhadap perubahan tren komunikasi digital. Meskipun demikian, kemitraan tersebut membentuk ekosistem promosi yang lebih berkelanjutan melalui pembagian peran, dukungan keahlian, dan sinkronisasi pesan antar instansi. Penelitian ini menyimpulkan bahwa kolaborasi eksternal berperan signifikan dalam meningkatkan efektivitas promosi layanan perpustakaan, memperkuat visibilitas institusi, dan mendorong keterlibatan pemustaka.

Keywords: *Library promotion; External partnership; Academic libraries; Collaborative strategy; Digital communication*

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan signifikan dalam pengelolaan serta penyediaan layanan informasi di perpustakaan. Perpustakaan tidak lagi hanya diposisikan sebagai tempat penyimpanan koleksi tercetak, melainkan telah berkembang menjadi pusat informasi, pembelajaran, penelitian, serta ruang kolaborasi bagi masyarakat akademik. Transformasi ini menuntut perpustakaan untuk terus beradaptasi dengan dinamika kebutuhan pengguna serta perkembangan media komunikasi agar layanan yang disediakan dapat dimanfaatkan secara optimal. Dalam konteks tersebut, kegiatan promosi menjadi salah satu aspek penting yang menentukan keberhasilan perpustakaan dalam menjangkau pemustaka dan meningkatkan pemanfaatan layanan. Promosi tidak hanya bertujuan untuk memperkenalkan keberadaan perpustakaan, tetapi juga untuk membangun citra positif serta meningkatkan minat dan partisipasi pengguna terhadap berbagai layanan yang tersedia (Kartika et al., 2023).

Pada era digital saat ini, promosi perpustakaan dituntut untuk lebih kreatif, inovatif, dan adaptif terhadap perkembangan media komunikasi. Perubahan perilaku pengguna yang semakin bergantung pada media digital mendorong perpustakaan untuk memanfaatkan berbagai kanal komunikasi seperti media sosial, website, dan platform digital lainnya. Media sosial menjadi sarana yang efektif dalam menyebarkan informasi karena mampu menjangkau pengguna secara cepat dan luas. Namun demikian, pemanfaatan media digital dalam promosi perpustakaan juga menghadapi berbagai tantangan, seperti keterbatasan sumber daya manusia, konsistensi pengelolaan konten, serta kemampuan dalam mengikuti tren komunikasi yang terus berkembang.

Dalam menghadapi berbagai tantangan tersebut, kolaborasi dengan mitra eksternal menjadi salah satu strategi penting yang dapat dilakukan oleh perpustakaan. Kolaborasi tidak hanya berfungsi sebagai bentuk kerja sama pendukung kegiatan, tetapi juga sebagai upaya memperluas jangkauan promosi, meningkatkan kualitas layanan, serta memperkuat posisi perpustakaan sebagai pusat literasi dan edukasi. Kolaborasi dapat melibatkan berbagai pihak, seperti organisasi mahasiswa, penerbit, instansi pemerintah, komunitas akademik, media massa, maupun sektor swasta. Bentuk kerja sama tersebut dapat diwujudkan melalui kegiatan bersama, dukungan fasilitas, publikasi lintas platform, hingga program promosi berbasis partisipasi publik. Kerja sama lintas instansi dinilai mampu meningkatkan efektivitas promosi karena memiliki jangkauan audiens yang lebih luas dan dampak yang lebih kuat terhadap pemanfaatan layanan perpustakaan (Kartika et al., 2023).

Universitas Diponegoro (UNDIP) sebagai salah satu perguruan tinggi negeri di Indonesia memiliki UPT Perpustakaan yang berperan sebagai pusat layanan informasi bagi civitas akademika. UPT Perpustakaan UNDIP menyediakan berbagai koleksi cetak dan digital serta beragam layanan penunjang akademik, seperti Klinik Tugas Akhir, layanan podcast, webinar literasi informasi, serta kegiatan edukatif lainnya. Untuk memastikan seluruh layanan tersebut dapat dimanfaatkan secara optimal oleh pengguna, UPT Perpustakaan UNDIP secara aktif melaksanakan kegiatan promosi melalui pengelolaan media sosial, website resmi, publikasi cetak, dan penyebaran informasi melalui berbagai saluran komunikasi akademik. Berdasarkan informasi awal yang diperoleh peneliti, promosi layanan telah dilakukan secara rutin melalui berbagai media, baik daring maupun luring. Gambaran awal ini menunjukkan bahwa promosi telah berjalan, namun peran kolaborasi mitra eksternal di dalamnya masih perlu dikaji lebih lanjut secara ilmiah.

Salah satu bentuk pengembangan promosi yang dilakukan perpustakaan adalah melalui kerja sama dengan berbagai pihak di luar institusi perpustakaan. Kolaborasi ini diarahkan untuk mendukung kegiatan literasi, publikasi informasi, serta penguatan citra perpustakaan sebagai ruang belajar yang terbuka, inklusif, dan inovatif. Kemitraan dengan unit-unit di lingkungan universitas maupun dengan pihak eksternal diharapkan mampu memperluas jangkauan promosi

serta meningkatkan keterlibatan sivitas akademika. Dalam konteks ini, UPT Perpustakaan UNDIP menjalin kerja sama dengan berbagai mitra, salah satunya dengan UNDIP Press sebagai unit penerbitan resmi universitas.

Sehubungan dengan penelitian mengenai “Kolaborasi Mitra Eksternal dalam Promosi Layanan Perpustakaan: Studi Kualitatif UPT Perpustakaan UNDIP dan UNDIP Press”, peneliti meninjau sejumlah penelitian terdahulu yang relevan sebagai bahan perbandingan baik dari sisi pendekatan maupun fokus kajian. Penelitian yang dilakukan oleh Fatimah Nur Aisyah dan Evi Nursanti Rukmana (2024) menunjukkan bahwa kerja sama antara Perpustakaan IPDN dengan BNI berdampak pada peningkatan fasilitas dan kenyamanan layanan. Penelitian Masriyatun dan Juznia Andriani (2023) menegaskan bahwa rendahnya pemanfaatan layanan Corner SNI di Perpustakaan UNS memerlukan intensifikasi promosi melalui kerja sama dengan mitra eksternal. Sementara itu, beberapa penelitian lain menitikberatkan pada pemanfaatan media digital, khususnya Instagram, sebagai sarana promosi untuk meningkatkan minat kunjung dan keterlibatan pemustaka.

Berdasarkan telaah terhadap penelitian terdahulu tersebut, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar kajian masih berfokus pada efektivitas media promosi atau pada tingkat pemanfaatan layanan, sementara penelitian yang secara khusus mengkaji kolaborasi mitra eksternal sebagai bagian integral dari strategi promosi perpustakaan masih relatif terbatas. Perbedaan inilah yang menjadi keunikan dalam penelitian ini. Penelitian ini tidak hanya menyoroti bagaimana promosi dilakukan oleh pihak internal perpustakaan, tetapi juga menempatkan peran mitra eksternal sebagai elemen utama dalam strategi promosi layanan.

Urgensi penelitian ini terletak pada pentingnya kolaborasi lintas institusi dalam menjawab tantangan promosi perpustakaan di era digital. Dengan semakin kompetitifnya arus informasi, perpustakaan dituntut untuk memiliki strategi promosi yang tidak hanya kreatif, tetapi juga berkelanjutan dan berbasis kemitraan. Kolaborasi dengan UNDIP Press sebagai unit penerbitan di lingkungan universitas menjadi praktik yang menarik untuk dikaji karena memiliki potensi besar dalam memperluas jangkauan informasi, memperkuat branding institusi, serta meningkatkan pemanfaatan layanan perpustakaan oleh sivitas akademika.

Penelitian ini dilakukan pada tahun 2025 di UPT Perpustakaan Universitas Diponegoro, dengan pendekatan kualitatif. Pendekatan ini dipilih untuk memperoleh pemahaman yang mendalam mengenai bagaimana bentuk kolaborasi mitra eksternal dalam promosi layanan perpustakaan, bagaimana strategi yang diterapkan, serta bagaimana dinamika kerja sama tersebut berlangsung dalam praktik. Subjek penelitian meliputi pengelola UPT Perpustakaan UNDIP dan pihak UNDIP Press sebagai mitra eksternal yang terlibat dalam kegiatan promosi.

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengkaji secara mendalam bentuk kolaborasi mitra eksternal dalam promosi layanan UPT Perpustakaan UNDIP, mengetahui strategi promosi yang dilakukan melalui kerja sama dengan UNDIP Press, serta mengidentifikasi kendala dan upaya yang dilakukan dalam pelaksanaan kolaborasi tersebut. Sementara itu, permasalahan utama yang dikaji dalam penelitian ini adalah bagaimana peran dan kontribusi mitra eksternal dalam mendukung promosi layanan perpustakaan, khususnya dalam kerja sama antara UPT Perpustakaan UNDIP dan UNDIP Press. Penelitian ini hanya berfokus pada UPT Perpustakaan Universitas Diponegoro sebagai lokasi dan sumber data penelitian.

2. TINJAUAN PUSTAKA

a. Penelitian Terdahulu

Sehubungan dengan penelitian mengenai “Kolaborasi Mitra Eksternal dalam Promosi Layanan Perpustakaan: Studi Kualitatif UPT Perpustakaan Undip & Undip Press”, peneliti menggali informasi dari penelitian-penelitian sebelumnya yang membahas kerjasama perpustakaan dan promosi layanan sebagai bahan perbandingan baik dari sisi pendekatan maupun fokus penelitiannya.

Penelitian yang dilakukan oleh Aisyah dan Rukmana (2024) membahas kerja sama antara Perpustakaan Institut Pemerintahan Dalam Negeri (IPDN) dengan BNI dalam penyediaan fasilitas dan pengembangan layanan, dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa kolaborasi dengan mitra eksternal memberikan dampak positif terhadap peningkatan sarana, kenyamanan ruang, dan dukungan fasilitas bagi pemustaka. Penelitian selanjutnya oleh Masriyatun dan Andriani (2023) mengkaji pemanfaatan layanan informasi standardisasi pada Corner SNI Perpustakaan Universitas Sebelas Maret sebagai hasil kerja sama dengan Badan Standardisasi Nasional (BSN), yang menunjukkan bahwa tingkat pemanfaatan layanan masih rendah sehingga diperlukan promosi yang lebih intensif dan penguatan kerjasama lanjutan dengan mitra eksternal. Penelitian berikutnya dilakukan oleh Zakiah et al. (2023) yang mengkaji pemanfaatan Instagram sebagai media promosi perpustakaan, dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial mampu menarik perhatian pengguna, namun efektivitas promosi sangat bergantung pada konsistensi pengelolaan dan kualitas konten visual. Selanjutnya, penelitian oleh Dari dan Zulaikha (2023) menunjukkan adanya pengaruh promosi Instagram terhadap minat kunjung pemustaka di Perpustakaan Universitas Mercu Buana Yogyakarta dengan tingkat korelasi sedang ($r = 0,484$). Penelitian lain oleh Saputri dan Jumino (2023) menunjukkan bahwa komunikasi visual berupa infografis pada akun Instagram @literatif.id sangat efektif dalam menyebarkan informasi perpustakaan dengan tingkat efektivitas sebesar 84,65%.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terletak pada fokus dan objek kajian, yaitu menitikberatkan pada bentuk kolaborasi mitra eksternal antara UPT Perpustakaan Universitas Diponegoro dan Undip Press dalam promosi layanan perpustakaan, bukan hanya pada penggunaan media promosi atau tingkat efektivitas layanan, sehingga penelitian ini memiliki kebaruan pada aspek kemitraan institusional berbasis promosi layanan perpustakaan.

b. Deskripsi Teori

1) Teori Kolaborasi

Wood dan Gray (1991) menjelaskan bahwa kolaborasi merupakan suatu proses dinamis yang melibatkan dua pihak atau lebih yang memiliki kepentingan berbeda untuk bekerja secara bersama mencapai tujuan yang tidak dapat dicapai secara individual. Kolaborasi bukan sekedar bentuk koordinasi atau kerja sama sederhana, melainkan proses interaksi yang berkelanjutan, di mana setiap pihak berkontribusi melalui pembagian sumber daya, pengetahuan, dan tanggung jawab. Melalui kolaborasi, organisasi dapat menggabungkan perspektif dan kapasitas masing-masing sehingga mampu menghasilkan solusi atau hasil yang lebih efektif. Dalam konteks perpustakaan, teori ini menunjukkan bahwa kerja sama dengan mitra eksternal menjadi strategi penting untuk memperluas jangkauan layanan, meningkatkan efektivitas program, dan menghasilkan inovasi yang mendukung pemenuhan kebutuhan informasi pengguna.

2) Teori Promosi Perpustakaan

Menurut Sujatna (2017, dalam Mumek et al.), promosi perpustakaan merupakan rangkaian aktivitas yang dilakukan perpustakaan untuk meningkatkan pemanfaatan produk dan layanan oleh pemustaka, baik pengguna potensial maupun pengguna yang sudah aktif. Promosi harus berlandaskan pada kebutuhan pemakai dan dilakukan secara terus-menerus agar seluruh kelompok sasaran mengetahui peran perpustakaan sebagai mitra pembelajaran sepanjang hayat. Selain itu, promosi dipandang sebagai upaya untuk menunjukkan bahwa perpustakaan adalah pintu gerbang menuju berbagai sumber informasi, sehingga seluruh layanan dan bahan

pustaka yang tersedia dapat dikenal dan dimanfaatkan secara maksimal oleh masyarakat.

3. METODE

Metode penelitian merupakan seperangkat teknik yang digunakan dalam proses pengumpulan, pengolahan, hingga analisis data guna memperoleh temuan empiris yang dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah. Komponen utama dalam bagian metode mencakup penjelasan mengenai sumber data penelitian, waktu dan lokasi pengambilan data, penentuan populasi dan sampel atau informan, teknik penyajian data, serta prosedur analisis data. Ketepatan dalam merancang metode penelitian sangat menentukan ketajaman interpretasi dan kekuatan argumentatif pada bagian hasil serta pembahasan. Oleh karena itu, pemilihan metode harus disesuaikan secara tepat dengan karakteristik permasalahan yang hendak diteliti.

Menurut Sugiyono (2016:363), metode penelitian kualitatif merupakan metode yang berlandaskan pada filsafat positivisme dan dimanfaatkan untuk mengkaji fenomena pada kondisi objek alamiah, berlawanan dengan pendekatan eksperimen yang bersifat terkontrol. Dalam penelitian kualitatif, peneliti berperan sebagai instrumen kunci sehingga keterlibatan langsung dalam proses pengumpulan data menjadi aspek yang sangat penting. Pemilihan sumber data lazim dilakukan melalui teknik purposive sampling dan snowball sampling, yakni pemilihan informan secara sengaja berdasarkan pertimbangan tertentu yang relevan dengan fokus penelitian serta perluasan informan berdasarkan rekomendasi informan sebelumnya. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui triangulasi, yaitu kombinasi berbagai teknik seperti wawancara, observasi, dan dokumentasi untuk memperkuat validitas data. Proses analisis bersifat induktif dengan menekankan pemaknaan terhadap fenomena sosial secara mendalam, sehingga hasil penelitian kualitatif lebih mengutamakan interpretasi makna ketimbang generalisasi.

Peneliti memilih pendekatan kualitatif karena sifat permasalahan yang dikaji memerlukan pemahaman deskriptif mengenai dinamika dan proses kolaborasi yang terjadi antara UPT Perpustakaan Universitas Diponegoro dengan mitra eksternal dalam konteks promosi layanan perpustakaan. Fenomena ini tidak dapat diukur secara kuantitatif, melainkan membutuhkan penelusuran mendalam untuk memahami praktik, strategi, dan hubungan interpersonal yang mendasari kegiatan kolaboratif tersebut. Pendekatan kualitatif memungkinkan peneliti menangkap perspektif informan secara komprehensif serta menghasilkan gambaran kontekstual yang kaya mengenai proses promosi layanan perpustakaan.

Penelitian ini dilaksanakan di lingkungan UPT Perpustakaan Universitas Diponegoro yang berlokasi di Kompleks Gedung Widya Puraya, Jl. Prof. Soedarto SH, Tembalang, Kota Semarang, Jawa Tengah 50275. Lokasi tersebut dipilih karena merupakan pusat kegiatan administrasi, pelayanan informasi, dan pengelolaan humas perpustakaan, sehingga relevan dengan fokus penelitian mengenai kolaborasi dan promosi layanan. Subjek penelitian terdiri atas tiga orang staf Humas UPT Perpustakaan, yaitu Ariesta, Amira, dan Sherly. Ketiganya dipilih berdasarkan peran strategis mereka dalam merancang, melaksanakan, dan mengevaluasi bentuk kerja sama serta aktivitas promosi yang melibatkan mitra eksternal. Informasi dari ketiga informan ini dinilai mampu memberikan gambaran menyeluruh mengenai mekanisme kolaborasi, tantangan, serta capaian promosi layanan perpustakaan.

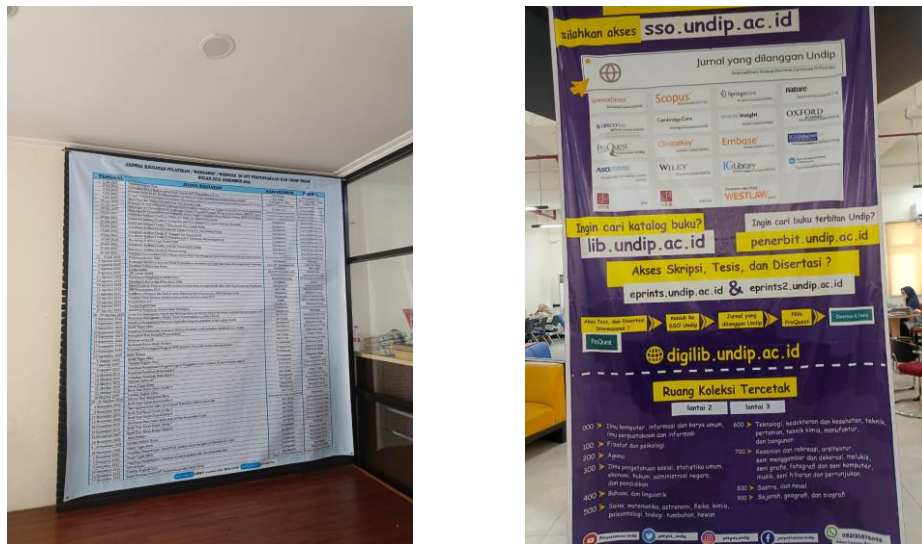
Teknik pengumpulan data dilakukan melalui dua metode utama. Pertama, wawancara terstruktur, yaitu wawancara yang menggunakan pedoman pertanyaan baku untuk memastikan konsistensi informasi yang diperoleh. Wawancara terstruktur dipilih untuk memudahkan peneliti memperoleh data faktual mengenai kegiatan kolaborasi dan promosi layanan serta meminimalkan bias penafsiran. Kedua, dokumentasi, yaitu teknik pengumpulan data dengan menelaah berbagai bahan tertulis seperti catatan kegiatan, transkrip, dokumen kerja sama, laporan humas, agenda kegiatan, buku, majalah, surat kabar, hingga arsip digital. Metode dokumentasi membantu

peneliti memverifikasi hasil wawancara sekaligus menyediakan data pendukung yang dapat memperkuat validitas temuan penelitian. Melalui perpaduan teknik tersebut, penelitian ini diharapkan mampu menghasilkan analisis mendalam dan komprehensif mengenai bagaimana kolaborasi dengan mitra eksternal berkontribusi terhadap efektivitas promosi layanan UPT Perpustakaan Universitas Diponegoro.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Pelaksanaan Promosi Layanan di UPT Perpustakaan Universitas Diponegoro

Berdasarkan hasil penelitian, UPT Perpustakaan Universitas Diponegoro telah melaksanakan promosi layanan secara aktif melalui berbagai media, baik digital maupun non-digital. Informan 1, Informan 2, dan Informan 3 menjelaskan bahwa kegiatan promosi dikelola oleh tim humas yang terdiri dari pustakawan dan staf non-pustakawan dengan sistem tugas rangkap. Meskipun humas bukan unit struktural tersendiri, promosi tetap dijalankan secara rutin dan menyesuaikan dengan kebutuhan layanan serta agenda kegiatan perpustakaan.

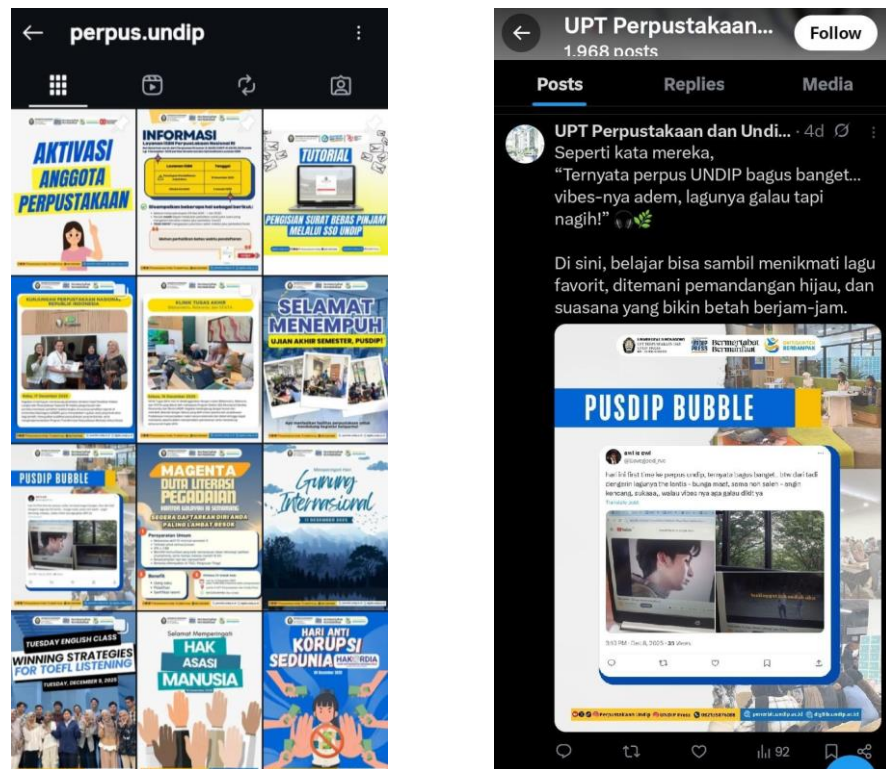


Gambar 1. Bentuk dari promosi tercetak UPT Perpustakaan Undip untuk menjangkau orang-orang yang tidak terlalu aktif dalam penggunaan internet/gadget

Kondisi ini menunjukkan bahwa promosi dipahami sebagai bagian integral dari pelayanan perpustakaan, bukan sekadar kegiatan pendukung. Melalui promosi yang terencana dan berkelanjutan, perpustakaan berupaya memastikan layanan yang dimiliki tetap dikenal dan dimanfaatkan oleh pemustaka. Konsistensi promosi, khususnya melalui media digital, menjadi strategi penting dalam mempertahankan eksistensi dan relevansi perpustakaan di tengah perubahan perilaku pemustaka yang semakin bergantung pada media daring.

2. Strategi Promosi Berbasis Multi-Channel

Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi layanan perpustakaan UNDIP dilakukan melalui berbagai kanal komunikasi yang disesuaikan dengan karakteristik pengguna. Media sosial, khususnya Instagram dan X, menjadi sarana utama untuk menjangkau mahasiswa program sarjana yang didominasi oleh generasi muda. Informan menyampaikan bahwa pemilihan media tersebut didasarkan pada kebiasaan mahasiswa yang aktif mengakses informasi melalui gawai dan media sosial.



Gambar 2. Penggunaan akun Instagram dan X UPT Perpustakaan Universitas Diponegoro dalam strategi promosi layanan berbasis multi-channel yang disesuaikan dengan karakteristik pengguna mahasiswa

Sementara itu, website perpustakaan digunakan sebagai media resmi untuk menyampaikan informasi yang bersifat formal, terutama bagi dosen dan sivitas akademika secara umum. Selain itu, YouTube dimanfaatkan sebagai media dokumentasi dan penyebaran konten edukatif berupa rekaman webinar dan kegiatan literasi.

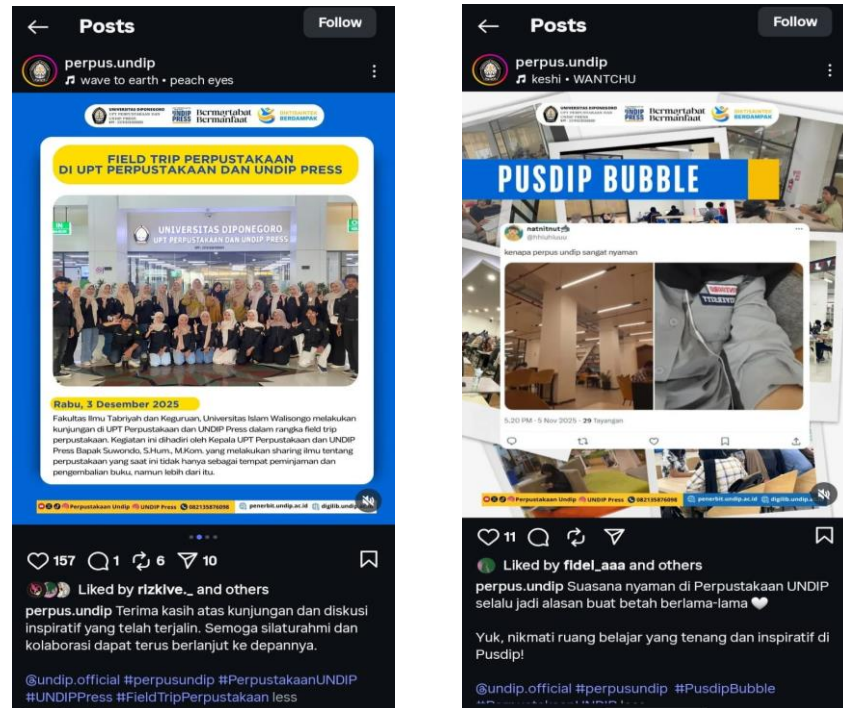
Di samping media digital, perpustakaan juga memanfaatkan WhatsApp Group sebagai sarana komunikasi yang lebih langsung dan personal, khususnya untuk layanan tertentu seperti Klinik Tugas Akhir dan penyampaian informasi kepada mahasiswa pascasarjana serta dosen. Menurut keterangan informan, media ini dinilai efektif karena memungkinkan penyampaian informasi secara cepat dan interaktif. Perpustakaan juga tetap menggunakan media non-digital seperti poster, standing banner, dan videotron untuk menjangkau pemustaka yang tidak aktif di media sosial. Penggunaan berbagai media tersebut menunjukkan bahwa promosi layanan dilakukan secara terpadu agar informasi dapat diterima oleh berbagai lapisan pengguna. Temuan ini sejalan dengan penelitian Masriyatun dan Andriani (2023) yang menyebutkan bahwa kombinasi media digital dan non-digital dapat memperluas jangkauan promosi layanan perpustakaan.

3. Penyusunan Konten dan Penyesuaian Bahasa Promosi

Hasil analisis menunjukkan bahwa penyusunan konten promosi di UPT Perpustakaan UNDIP dilakukan dengan mempertimbangkan tren serta karakteristik audiens. Informan 3 menjelaskan bahwa sebelum mempublikasikan konten, tim humas melakukan pengamatan terhadap respons pengguna dan tren yang sedang berkembang di media sosial. Bahasa yang digunakan dalam promosi disesuaikan dengan target pengguna, di mana mahasiswa cenderung disapa dengan gaya bahasa yang lebih santai dan komunikatif, sedangkan dosen dan pihak institusional menggunakan bahasa yang lebih formal. Penyesuaian ini dilakukan untuk menjaga efektivitas komunikasi sekaligus etika penyampaian informasi.

Adilah., Kurnia., Wibowo.,dll. Kolaborasi Mitra Eksternal dalam Promosi Layanan...

Selain itu, promosi juga dikemas dalam bentuk kegiatan yang bersifat pengalaman langsung bagi pemustaka, seperti kegiatan kunjungan perpustakaan dan pemanfaatan



fasilitas tertentu.

Gambar 3. Konten promosi UPT Perpustakaan UNDIP yang menampilkan kegiatan kunjungan perpustakaan dan pemanfaatan fasilitas sebagai bentuk promosi berbasis pengalaman pemustaka

Berdasarkan keterangan informan, konten promosi yang menampilkan pengalaman pengguna cenderung mendapatkan respons yang lebih tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa promosi tidak hanya berfungsi sebagai penyampai informasi, tetapi juga sebagai sarana membangun kedekatan antara perpustakaan dan pemustaka.

4. Kolaborasi dalam Mendukung Promosi Layanan

Penelitian ini juga menemukan bahwa kolaborasi dengan pihak eksternal menjadi salah satu strategi dalam mendukung promosi layanan perpustakaan. Informan 2 menjelaskan bahwa kerja sama dengan pihak swasta menghasilkan fasilitas pendukung seperti ruang podcast yang dapat dimanfaatkan oleh mahasiswa dan sivitas akademika. Keberadaan fasilitas tersebut tidak hanya meningkatkan daya tarik perpustakaan, tetapi juga menjadi materi promosi yang efektif. Selain itu, perpustakaan menjalin kerja sama dengan organisasi mahasiswa dan unit terkait di lingkungan universitas dalam penyelenggaraan kegiatan edukatif seperti kelas bahasa dan webinar literasi. Melalui kolaborasi ini, promosi layanan dapat menjangkau audiens yang lebih luas melalui jaringan mitra dan komunitas akademik.

5. Tantangan dalam Pelaksanaan Promosi

Meskipun promosi layanan telah berjalan cukup optimal, penelitian ini juga mengidentifikasi beberapa tantangan. Keterbatasan sumber daya manusia menjadi kendala utama karena tugas promosi dijalankan bersamaan dengan tugas layanan lainnya. Informan menyebutkan bahwa tuntutan untuk menjaga konsistensi unggahan konten sering kali berbenturan dengan beban kerja pustakawan. Selain itu, perubahan tren dan perilaku pengguna yang cepat menuntut tim humas untuk terus beradaptasi dalam

menyusun konten dan memilih media promosi. Tantangan lain yang dihadapi adalah penyesuaian bahasa agar tetap komunikatif namun tidak menimbulkan kesalahpahaman di antara kelompok pengguna yang beragam.

6. Dampak Promosi terhadap Pemanfaatan Layanan Perpustakaan

Berdasarkan hasil penelitian, strategi promosi yang dilakukan memberikan dampak positif terhadap pemanfaatan layanan perpustakaan. Informan menyampaikan adanya peningkatan partisipasi pengguna dalam kegiatan tertentu, seperti layanan Klinik Tugas Akhir dan kegiatan kunjungan perpustakaan. Selain itu, fasilitas baru yang dipromosikan menjadi lebih dikenal oleh sivitas akademika. Interaksi pengguna melalui media sosial juga meningkat, yang menunjukkan bahwa promosi mampu menarik perhatian dan mendorong keterlibatan pemustaka. Umpan balik dari pengguna dimanfaatkan oleh perpustakaan sebagai bahan evaluasi untuk meningkatkan kualitas layanan ke depannya.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa promosi layanan di UPT Perpustakaan Universitas Diponegoro telah dilakukan secara adaptif dengan memanfaatkan berbagai media dan kolaborasi, meskipun masih menghadapi keterbatasan sumber daya manusia. Strategi promosi yang berorientasi pada kebutuhan pengguna dan penyesuaian bahasa terbukti mendukung peningkatan pemanfaatan layanan. Temuan ini sejalan dengan pandangan Kotler dan Keller (2016) yang menyatakan bahwa efektivitas promosi sangat dipengaruhi oleh kesesuaian pesan dan media dengan karakteristik audiens.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil observasi langsung dan wawancara dengan pihak humas UPT Perpustakaan Universitas Diponegoro, penelitian ini menunjukkan bahwa kolaborasi dengan mitra eksternal berperan penting dalam mendukung promosi layanan perpustakaan. Kerja sama yang terjalin, baik dengan UNDIP Press, pihak swasta, maupun unit dan organisasi di lingkungan universitas, membantu memperluas jangkauan informasi layanan serta meningkatkan variasi media promosi yang digunakan. Promosi tidak hanya dilakukan melalui media sosial dan website, tetapi juga didukung oleh fasilitas kolaboratif seperti ruang podcast dan kegiatan bersama yang melibatkan sivitas akademika. Kondisi ini membuat informasi layanan lebih mudah diterima, meningkatkan visibilitas perpustakaan, serta mendorong partisipasi pengguna dalam berbagai layanan dan kegiatan yang disediakan.

Meskipun demikian, hasil penelitian juga menunjukkan masih adanya beberapa keterbatasan dalam pelaksanaan promosi layanan. Berdasarkan pengamatan peneliti, keterbatasan sumber daya manusia di bidang humas menyebabkan pengelolaan promosi belum sepenuhnya konsisten, terutama dalam menjaga intensitas dan kesinambungan konten. Selain itu, koordinasi promosi masih sangat bergantung pada inisiatif individu sehingga berpotensi menimbulkan ketidakteraturan dalam penyampaian informasi. Di sisi lain, kolaborasi yang telah berjalan terbukti membantu mengatasi sebagian keterbatasan tersebut, terutama dalam penyediaan fasilitas, perluasan jaringan publikasi, serta penguatan konten promosi yang lebih kreatif dan relevan dengan kebutuhan mahasiswa.

Berdasarkan temuan tersebut, peneliti merekomendasikan agar UPT Perpustakaan Universitas Diponegoro menyusun mekanisme kerja promosi yang lebih sederhana dan terarah, seperti pembagian tugas yang jelas dalam tim humas serta penunjukan koordinator promosi untuk menjaga konsistensi komunikasi. Selain itu, kolaborasi dengan UNDIP Press dan mitra lainnya sebaiknya difokuskan pada konten yang dekat dengan kebutuhan mahasiswa, seperti literasi penulisan ilmiah, publikasi akademik, dan pengenalan layanan unggulan perpustakaan. Evaluasi promosi juga perlu dilakukan secara rutin melalui pengamatan respons pengguna di media sosial dan masukan langsung dari pemustaka. Dengan penguatan kolaborasi dan pengelolaan promosi

yang lebih terstruktur, perpustakaan diharapkan dapat meningkatkan efektivitas promosi layanan serta memperkuat perannya sebagai pusat informasi dan literasi bagi sivitas akademika.

6. DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, F. N., & Rukmana, E. N. (2024). DAMPAK KERJA SAMA BNI DENGAN PERPUSTAKAAN INSTITUT PEMERINTAHAN DALAM NEGERI DALAM PENGEMBANGAN FASILITAS. *Baitul 'Ulum: Jurnal Ilmu Perpustakaan Dan Informasi*, 8(2), 31–42.
- Dari, S. W., & Zulaikha, S. R. (2023). Pengaruh promosi perpustakaan melalui media sosial instagram terhadap minat kunjung pustaka di Perpustakaan Universitas Mercu Buana Yogyakarta. *Al-Kuttab : Jurnal Kajian Perpustakaan, Informasi Dan Kearsipan*, 5(1), 21–30.
- Kartika, S., Abdi, A., & Nasrulhaq, N. (2023). Strategi kehumasan dalam Pelayanan informasi Publik di Pusat Pelatihan dan Pengembangan dan Kajian Manajemen Pemerintahan Lembaga Administrasi Negara. *KOLABORASI JURNAL ADMINISTRASI PUBLIK*, 9(1), 72–85. <https://doi.org/10.26618/kjap.v9i1.10644>
- Masriyatun, & Andriani, J. (2023). PERAN PUSTAKAWAN DALAM LAYANAN CORNER SNI DI PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS NEGERI SEBELAS MARET SURAKARTA. *Jurnal Perpustakaan Pertanian*, 32(2), 45–53.
- Moleong, J. L. (2014). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Mumek, F., Golung, A. M., & Rogi, S. P. (2021). PERANAN PROMOSI PERPUSTAKAAN DALAM MENINGKATKAN MINAT KUNJUNG DI DINAS PERPUSTAKAAN DAN KEARSIPAN KOTA MANADO. *ACTA DIURNA KOMUNIKASI*, 3(2).
- Saputri, K. W., & Jumino, J. (2023). Efektivitas Infografis sebagai Media Penyebaran Informasi Bidang Perpustakaan pada Akun Instagram @literatif.id. *Jurnal Ilmu Perpustakaan*, 12(1), 64–76. <https://doi.org/10.14710/jip.v12i1.64-76>
- Sugiono. (2016). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Wood, D. J., & Gray, B. (1991). Toward a comprehensive theory of collaboration. *The Journal of Applied Behavioral Science*, 27(2), 139–162.
- Zakiah, D. M., Sirait, F. R., & Siagian, E. (2023). Pemanfaatan instagram sebagai media promosi perpustakaan universitas sari mutiara indonesia. *JURNAL TEKNOLOGI KESEHATAN DAN ILMU SOSIAL (TEKESNOS)*, 5(1), 39–46.