

Jurnal Teknologi, Kesehatan Dan Ilmu Sosial

ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI LAYANAN PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA

¹ Selamat Riadi, ² Sunyianto, ³Man Rulian Sihura, ⁴ Aforis Gaurifa

^{1,2,3,4} Program Studi Perpustakaan dan Sains Informasi,

Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Sari Mutiara Indonesia

Email : s.riadistipap@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi yang diterapkan dalam layanan perpustakaan di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan analisis dokumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang digunakan oleh perpustakaan meliputi komunikasi internal dan eksternal yang efektif, pemanfaatan media sosial, dan penyelenggaraan berbagai kegiatan literasi informasi. Selain itu, penelitian ini juga mengidentifikasi tantangan yang dihadapi dalam implementasi strategi komunikasi, seperti keterbatasan sumber daya dan kurangnya pemahaman masyarakat tentang layanan perpustakaan.

Kata Kunci : Strategi Komunikasi, Layanan Perpustakaan

PENDAHULUAN

Perpustakaan berperan sebagai pusat dukungan akademik yang menyediakan layanan konsultasi, pelatihan literasi informasi, dan akses ke bahan ajar. Ini membantu mahasiswa dan dosen dalam memahami dan menggunakan sumber informasi dengan efektif.

Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (UMSU) merupakan salah satu lembaga pendidikan yang memainkan peranan penting dalam mendukung proses belajar mengajar di lingkungan universitas. Sebagai pusat informasi, perpustakaan tidak hanya menyediakan berbagai sumber literatur dan referensi, tetapi juga berfungsi sebagai tempat interaksi antara mahasiswa, dosen, dan pustakawan.

Dalam era digital yang semakin maju, tantangan dalam penyampaian

informasi dan layanan perpustakaan semakin kompleks. Oleh karena itu, strategi komunikasi yang efektif menjadi krusial untuk meningkatkan kualitas layanan dan memuaskan kebutuhan pengguna. Analisis strategi komunikasi ini bertujuan untuk mengevaluasi bagaimana perpustakaan UMSU menyampaikan informasi, mengelola interaksi dengan pengguna, serta memanfaatkan teknologi dalam proses komunikasi.

Dengan mempertimbangkan berbagai aspek, termasuk saluran komunikasi, pesan yang disampaikan, serta respon dari pengguna, penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi untuk peningkatan layanan perpustakaan.

Strategi komunikasi yang efektif membantu meningkatkan kesadaran pengguna mengenai layanan dan

Jurnal Teknologi, Kesehatan Dan Ilmu Sosial

sumber daya yang tersedia di perpustakaan. Dengan informasi yang jelas dan mudah diakses, pengguna akan lebih memahami manfaat dan fasilitas yang ditawarkan.

Melalui komunikasi yang tepat, perpustakaan dapat mendorong partisipasi pengguna dalam berbagai program, seperti seminar, lokakarya, dan kegiatan literasi informasi. Keterlibatan ini penting untuk membangun komunitas yang aktif dan dinamis.

Strategi komunikasi yang baik membantu perpustakaan dalam memahami kebutuhan dan harapan pengguna. Dengan melakukan survei, wawancara, atau diskusi kelompok, perpustakaan dapat memperoleh masukan yang berharga untuk meningkatkan kualitas layanan.

Perpustakaan yang memiliki strategi komunikasi yang jelas dapat mengelola informasi dengan lebih efisien. Ini mencakup cara menyampaikan informasi tentang koleksi, jam operasional, dan layanan baru kepada pengguna. Strategi komunikasi yang baik memungkinkan perpustakaan untuk menerima umpan balik dari pengguna dengan mudah. Ini penting untuk mengevaluasi kinerja layanan dan melakukan perbaikan berkelanjutan.

Melalui analisis ini, diharapkan dapat teridentifikasi kekuatan dan kelemahan dalam strategi komunikasi yang diterapkan, serta potensi untuk inovasi dalam meningkatkan keterlibatan pengguna.

TINJAUAN PUSTAKA

1. Strategi Komunikasi

O'Dell (1999) menjelaskan bahwa strategi komunikasi merupakan rencana yang menyeluruh untuk menyampaikan pesan dengan cara yang mempengaruhi audiens untuk

merespons sesuai dengan tujuan komunikasi. Mereka menekankan pentingnya pemahaman tentang audiens dan konteks komunikasi.

Aaker (1991) mengartikan strategi komunikasi sebagai serangkaian tindakan yang diambil untuk membangun dan memelihara hubungan yang baik dengan audiens, serta menciptakan kesadaran dan pemahaman terhadap pesan yang disampaikan.

Kotler (2000) mendefinisikan strategi komunikasi sebagai kombinasi dari berbagai alat dan teknik komunikasi untuk mencapai tujuan pemasaran dan komunikasi organisasi. Ia menekankan pentingnya integrasi antara komunikasi internal dan eksternal. Rogers (2003) menyebutkan bahwa strategi komunikasi berkaitan dengan bagaimana inovasi dan ide baru disampaikan kepada publik, serta bagaimana penerima pesan memproses informasi tersebut.

Dari berbagai definisi di atas, dapat diketahui bahwa rencana terstruktur yang digunakan untuk menyampaikan pesan secara efektif kepada audiens tertentu. Tujuan dari strategi komunikasi adalah untuk mempengaruhi, menginformasikan, atau membujuk audiens agar mencapai hasil yang diinginkan.

2. Komunikasi Internal dan Eksternal

Komunikasi internal merujuk pada proses penyampaian informasi di dalam suatu organisasi, yang melibatkan interaksi antara anggota organisasi, manajemen, dan departemen. Bentuk komunikasi internal meliputi:

- a. Lisan: Rapat, diskusi, presentasi.
- b. Tertulis: Email, buletin, memo.

Jurnal Teknologi, Kesehatan Dan Ilmu Sosial

- c. Digital: Platform komunikasi seperti Slack, Microsoft Teams, atau intranet.

Komunikasi eksternal adalah proses penyampaian informasi dari organisasi kepada pihak luar, termasuk pelanggan, pemangku kepentingan, media, dan masyarakat umum. Bentuk komunikasi eksternal meliputi:

- a. Pemasaran: Iklan, kampanye promosi, media sosial.
- b. Hubungan Masyarakat: Siaran pers, konferensi pers, kegiatan CSR.
- c. Layanan Pelanggan: Interaksi melalui saluran dukungan pelanggan, umpan balik, dan survei.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif. Teknik pengumpulann data melalui observasi, wawancara dan studi pustaka. Dengan wawancara, peneliti dapat mengetahui dan menganalisis secara mendalam bagaimana strategi komunikasi layanan perpustakaan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan, dapat diketahui bahwa perpustakaan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara menggunakan beberapa strategi komunikasi, seperti media sosial, buletin, dan acara tatap muka.

Penggunaan website perpustakaan juga diidentifikasi sebagai sarana penting untuk menyampaikan informasi tentang layanan, koleksi, dan program-program yang ada.

Perpustakaan memanfaatkan platform seperti Instagram, Facebook,

dan Twitter untuk berinteraksi dengan pengguna dan menyampaikan informasi terkini tentang layanan, koleksi, dan acara. Website resmi sering menjadi sumber utama informasi, menyediakan akses ke katalog, basis data, dan layanan online lainnya.

Perpustakaan aktif berkomunikasi dengan pengguna melalui survei dan forum umpan balik sehingga dapat memahami kebutuhan pengguna dengan lebih baik dan menyesuaikan layanan mereka sesuai dengan itu. Perpustakaan juga mengadakan acara tatap muka seperti seminar, workshop, dan presentasi sehingga dapat juga meningkatkan keterlibatan pengguna dan membangun hubungan yang lebih kuat antara perpustakaan dan komunitas akademik.

Strategi komunikasi yang digunakan memiliki tingkat efektivitas yang bervariasi. Beberapa saluran, seperti media sosial, lebih efektif dalam menjangkau mahasiswa dibandingkan saluran lainnya. Tingkat kepuasan pengguna terhadap layanan perpustakaan dapat diukur melalui survei atau wawancara, menunjukkan sejauh mana pengguna merasa informasi yang diberikan cukup dan mudah diakses. Oleh karena itu strategi komunikasi melalui media sosial lebih efektif karena dapat menjangkau para mahasiswa dengan jangkauan yang lebih luas.

Komunikasi yang baik akan meningkatkan kesadaran dan penggunaan layanan perpustakaan oleh mahasiswa. Pemanfaatan media sosial dan harus selalu mengikuti perkembangan beraneka ragamnya aplikasi media sosial juga penting untuk diperhatikan,. Terlebih bagi generasi saat ini, yang maunya serba cepat dan tidak memerlukan proses yang ribet. Pemasaran digital yang dilakukan

Jurnal Teknologi, Kesehatan Dan Ilmu Sosial

melalui media sosial dan website sering kali menunjukkan dampak positif dalam meningkatkan jumlah pengunjung dan penggunaan layanan.

Penelitian ini juga mengidentifikasi tantangan yang dihadapi oleh perpustakaan dalam menyampaikan informasi, seperti kurangnya sumber daya manusia yang terlatih dalam komunikasi. Keterbatasan dalam pelatihan staf mengenai teknologi komunikasi, dan kebutuhan untuk beradaptasi dengan perubahan dalam perilaku pengguna. Kurangnya pemahaman tentang cara mengoptimalkan teknologi baru untuk komunikasi juga menjadi masalah yang dihadapi oleh beberapa perpustakaan.

Diperlukan sumber daya yang kreatif dan inovatif dalam strategi komunikasi layanan perpustakaan. Harus ada jadwal yang teratur dan terstruktur tentang bagaimana layanna perpustakaan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Penerapan teknologi dalam strategi komunikasi, seperti penggunaan aplikasi mobile, chatbot, dan layanan online, memberikan kemudahan bagi pengguna untuk mengakses informasi dan layanan perpustakaan.

Analisis data pengguna dari interaksi di media sosial dan website membantu perpustakaan untuk mengembangkan strategi komunikasi yang lebih baik dan terfokus.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data dapat diketahui bahwa strategi komunikasi yang digunakan oleh perpustakaan meliputi komunikasi

internal dan eksternal yang efektif, pemanfaatan media sosial, dan penyelenggaraan berbagai kegiatan literasi informasi. Selain itu, penelitian ini juga mengidentifikasi tantangan yang dihadapi dalam implementasi strategi komunikasi, seperti keterbatasan sumber daya dan kurangnya pemahaman masyarakat tentang layanan perpustakaan.

Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan beberapa saran yang dapat diberikan yaitu diharapkan dapat meningkatkan pelatihan bagi staf perpustakaan dalam komunikasi dan pemasaran untuk memaksimalkan efektivitas strategi, mengembangkan strategi komunikasi yang lebih terintegrasi, dengan fokus pada kolaborasi antara berbagai departemen untuk menyampaikan pesan yang konsisten.

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (1991). *Managing Brand Equity: Capitalizing on the Value of a Brand Name*.
- Kotler, Philip. (2000). *Marketing Management*.
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of Innovations*.
- O'Dell, C. A., & O'Dell, J. D. (1999). *The New Edge in Knowledge: How Knowledge Management Is Changing the Way You Compete*.