

## Promosi Rumah Belajar Jambi (RUMBAI) Di Kelurahan Kenali Asam Atas Kecamatan Kota Baru Kota Jambi

<sup>1</sup> Rezki Amalia, <sup>2</sup>Syamsuddin, <sup>3</sup> Siti Asiah Wahyuni H

<sup>1</sup>Fakultas Adab dan Humaniora, UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi

<sup>1</sup>Jl. Jambi-Muara Bulian, Jambi 36361

e-mail: [amalarezki1605@gmail.com](mailto:amalarezki1605@gmail.com)

### ABSTRACT

**Introduction.** The study aims to identify the promotion by Rumah Belajar Jambi (RUMBAI) in Kenali Asam Atas, Kotabaru, Jambi City. To find out the primary obstacles encountered by Rumah Belajar Jambi (RUMBAI) in Kenali Asam Atas, Kotabaru, Jambi City. Additionally, it seeks to outline the measures that will be taken to address these obstacles by Rumah Belajar Jambi (RUMBAI) in Kenali Asam Atas, Kotabaru, Jambi City.

**Data Collection Methods.** The research is conducted using a descriptive qualitative approach and involves data collection through interviews, observation, and documentation.

**Data Analysis.** The data analysis process includes data reduction, data presentation, and conclusion.

**Results and Discussion.** the promotional activities of Rumah Belajar Jambi primarily involve distributing brochures to village offices and schools in the vicinity, word-of-mouth promotion, and utilizing Instagram and YouTube for social media promotion. However, the study observes that the promotional efforts through social media are not as active and creative, lacking the use of hashtags and variety in content. Internal and external factors have been identified as influencing the promotion of Rumah Belajar Jambi. Internal obstacles include funding, human resources, book collections, and time, while external obstacles include low public awareness, lack of updated information on social media, and insufficient community engagement. Efforts to address these factors include participating in literacy activities, recruiting new volunteers to enhance human resources at Jambi Learning House, and conducting promotional activities to increase visitor engagement.

**Conclusion.** The promotions carried out by Rumah Belajar Jambi are less active and creative in carrying out promotions via social media. Such as the use of hashtags and a lack of variety of content in posts on social media.

**Keywords:** Promotion, Library Promotion, Community Reading Park.

### ABSTRAK

**Pendahuluan.** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Promosi Rumah Belajar Jambi (RUMBAI) Di Kelurahan Kenali Asam Atas Kecamatan Kota Baru Kota Jambi, untuk mengetahui kendala utama Promosi Rumah Belajar Jambi (RUMBAI) Di Kelurahan Kenali Asam Atas Kecamatan Kota Baru Kota Jambi, dan untuk mengetahui upaya yang akan dilakukan untuk mengatasi kendala dalam Promosi Rumah Belajar Jambi (RUMBAI) Di Kelurahan Kenali Asam Atas Kecamatan Kota Baru Kota Jambi.

**Metode penelitian.** Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dan metode pengumpulan data dengan wawancara, observasi, dan dokumentasi.

**Data analisis.** analisis yang digunakan adalah reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

**Hasil dan Pembahasan.** promosi yang dilakukan oleh Rumah Belajar Jambi adalah membagikan brosur ke kantor kelurahan dan sekolah sekitar Rumah Belajar Jambi, promosi melalui mulut ke mulut, promosi media sosial Instagram dan Youtube, dan kegiatan yang dilakukan oleh Rumah Belajar Jambi. Peneliti

melihat promosi yang dilakukan oleh Rumah Belajar Jambi kurang aktif dan kreatif dalam menjalankan promosi melalui media sosial. Seperti penggunaan tagar (Hashtag) dan kurang ragam konten pada unggahan di media sosial. Faktor yang mempengaruhi promosi Rumah Belajar Jambi adalah ada faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal terdapat tiga hambatan yaitu dana, sumber daya manusia, koleksi dan waktu. Sedangkan faktor eksternal hambatan yaitu tingkat kesadaran masyarakat masih sangat kurang, kurangnya pihak pengelola memperbarui informasi di media sosial dan kurangnya pihak pengelola melakukan sosialisasi ke masyarakat sekitar. Upaya yang dilakukan Rumah Belajar Jambi untuk mengatasi faktor dalam mempromosikan Taman Bacaan Masyarakat dengan mengikuti kegiatan ke literasian, membuka relawan baru untuk meningkatkan sumber daya manusia di Rumah Belajar Jambi dan perlunya melakukan kegiatan promosi untuk meningkatkan kembali pengunjung.

**Kesimpulan dan Saran.** promosi yang dilakukan oleh Rumah Belajar Jambi kurang aktif dan kreatif dalam menjalankan promosi melalui media sosial. Seperti penggunaan tagar (Hashtag) dan kurang ragam konten pada unggahan di media sosial.

**Kata Kunci:** Promosi, Promosi Perpustakaan, Taman Bacaan Masyarakat.

## A. PENDAHULUAN

Taman bacaan masyarakat atau lebih dikenal dengan sebutan TBM mulai dipahami oleh masyarakat sebagai salah satu tempat pilihan untuk mendapatkan informasi secara cuma-cuma selain perpustakaan. Taman bacaan masyarakat adalah sarana atau lembaga budaya membaca yang disukai masyarakat yang menyediakan dan memberikan pelayanan di bidang bahan bacaan berupa: buku novel, majalah, buku dongeng, koran, komik, dan bahan multimedia lain yang dilengkapi dengan ruangan untuk membaca, diskusi, bedah buku, menulis karya ilmiah, dan kegiatan literasi lainnya yang didukung oleh pengelola yang berperan sebagai motivator (Kemendikbud, 2013).

Keberagaman koleksi taman bacaan masyarakat hanya bermakna bagi masyarakat luas. Oleh karena itu, diperlukan strategi yang memungkinkan masyarakat dan pengelola mengembangkan taman baca masyarakat. Tentu saja mengembangkan taman baca masyarakat agar kehadirannya dapat terus menarik pengunjung dan selalu menyediakan sumber bacaan terkini bukanlah hal yang mudah. Oleh karena itu, perlu dilakukan upaya untuk mendorong masyarakat mengunjungi taman bacaan masyarakat dan memanfaatkan koleksinya dengan baik. Kegiatan ini juga dapat dianggap sebagai promosi taman baca masyarakat.

Promosi sangat penting dilakukan dalam menampilkan taman bacaan masyarakat, cara pembuatannya, koleksi apa saja yang ditawarkan, layanan apa saja yang diberikan dan manfaat yang ditawarkan taman bacaan masyarakat. Untuk menyadarkan masyarakat akan hal tersebut maka perlu dilakukan penerapan strategi promosi taman bacaan masyarakat.

Pada bulan Mei 2022 serta bulan Februari 2023 peneliti melakukan observasi awal di sebuah taman bacaan masyarakat yang bernama Rumah Belajar Jambi berlokasi di jalan Lirik

nomor 23 Kelurahan Kenali Asam Atas Kecamatan Kota Baru Kota Jambi. Berdasarkan hasil observasi awal di lapangan melalui wawancara peneliti bersama saudara Indra Pranata selaku ketua pengelola Rumah Belajar Jambi atau yang dikenal RUMBAI ini berdiri sejak 16 November 2015. Memiliki 980 koleksi buku bacaan seperti novel, majalah, komik, biografi, dan koleksi bahan pustaka lainnya. Sarana dan prasarana yang ada di Rumah Belajar Jambi memiliki fasilitas yang mendukung dan tempat strategis untuk dikunjungi oleh masyarakat fasilitas tersebut antara lain WIFI gratis, ruangan yang nyaman, komputer, berbagai macam permainan edukatif, dan lain sebagainya. Pengunjung Rumah Belajar Jambi meliputi pelajar Sekolah Dasar, Sekolah Menengah Pertama, Sekolah Menengah Atas/Sekolah Menengah Kejuruan, mahasiswa, dan masyarakat umum, tetapi pengunjung yang lebih banyak berkunjung adalah pelajar yang berada di sekitar lokasi(Noprianto, 2021).

Pada tanggal 27 Agustus 2021 Rumah Belajar Jambi mendapatkan juara satu pada Lomba Perpustakaan Kelurahan Tingkat Kota Jambi Tahun 2021. Penghargaan ini diberikan karena Rumah Belajar Jambi dinilai dapat ikuti kebutuhan pengunjung untuk mencari informasi, terutama untuk tujuan penelitian dan rekreasi edukasi masyarakat. Akan tetapi berbanding terbalik dengan jumlah pengunjung di Rumah Belajar Jambi hal ini berdasarkan informasi yang diperoleh dari saudara Indra Pranata selaku ketua pengelola Rumah Belajar Jambi, dapat diketahui bahwa jumlah pengunjung mengalami penurunan secara signifikan dalam kurun waktu dua tahun terakhir. Pengurangan jumlah pengunjung yang biasanya dalam satu bulan ada sekitar 25-30 pengunjung, akan tetapi pada terkadang hanya 5 pengunjung ataupun tidak ada sama sekali pengunjung dalam satu bulan. Peningkatan pengunjung pada tahun 2019 di sebabkan adanya dukungan dari pihak Pertamina.

Berdasarkan grafik yang penulis dapatkan keadaan pengunjung terlihat bahwa kunjungan masyarakat ke Rumah Belajar Jambi mengalami kenaikan dan penurunan drastis, dimulai dari tahun 2018 hingga tahun 2023, berikut ini grafik keadaan kunjungan ke Rumah Belajar Jambi.

Gambar 1. 1 Grafik Jumlah Pengunjung Rumah Belajar Jambi



Berdasarkan grafik di atas dapat dilihat jumlah kunjungan masyarakat ke Rumah Belajar Jambi pada tahun 2018 berjumlah 675 orang, di tahun 2019 mengalami kenaikan secara drastis dengan pengunjung berjumlah 893 orang, di tahun 2020 jumlah pengunjung mengalami penurunan dari jumlah pengunjung pada tahun sebelumnya dengan jumlah pengunjung 173 orang, pada tahun 2021 tidak ada pengunjung yang datang, kemudian pada tahun 2022 jumlah pengunjung 4 orang, dan pada tahun 2023 jumlah pengunjung mulai naik dengan jumlah 75 orang.

Berdasarkan grafik serta penjelasan oleh Ketua pengelola Rumah Belajar Jambi jumlah kunjungan masyarakat ke Rumah Belajar Jambi masih kurang. Sehingga taman bacaan masyarakat harus lebih ekstra dalam mempromosikan taman bacaan masyarakat ke masyarakat agar lebih rajin ke taman bacaan masyarakat untuk memenuhi kebutuhan informasi. Kegiatan promosi yang dilakukan masih kurang optimal, karena dalam hal ini hanya anak sekolah saja yang terlibat dalam kegiatan promosi sehingga masih banyak masyarakat yang tidak mengetahuinya.

Selain itu juga terdapat permasalahan seperti kurang aktifnya pengelolaan taman bacaan masyarakat, kurangnya aktivitas taman bacaan masyarakat, dan kurangnya sumber daya keuangan yang terus diperbarui. Berikan minat membaca dan aktivitas yang menarik minat pengunjung. Bahkan, pemerintah sendiri akan memberikan dukungan penyelenggaraan taman bacaan masyarakat, pengetahuan dan keterampilan hingga peningkatan pendanaan pengelolaan taman bacaan masyarakat.

## B. TINJAUAN PUSTAKA

### 1. Promosi

a. Pengertian Promosi

Berdasarkan pendapat Rachmat Kriyantono Promosi adalah segala kegiatan yang memperkenalkan suatu produk, orang, atau organisasi kepada masyarakat. Promosi juga dapat dianggap sebagai kegiatan yang menyampaikan pesan pemasaran(Kriyantono, 2013).

Hal yang berbeda diungkapkan oleh M. Mursid berpendapat bahwa Promosi adalah komunikasi yang membujuk, mengajak, menginduksi, meyakinkan dan mempersuasi(Mursid, 2006).

Indriyo Gitosudarmo dalam Dadang Sunyoto promosi atau promotion adalah suatu proses mempengaruhi calon konsumen, menyadarkan mereka akan produk yang ditawarkan dan membuat mereka puas serta bersedia membeli produk tersebut(Suyonto, 2014).

Menurut Zulki Zulkifli Noor mengemukakan bahwa promosi/periklanan merupakan sarana dalam bisnis ini, mengkomunikasikan manfaat kepada pelanggan adalah hal yang penting. Itu bukanlah kenyataan, jadi salah satu tujuan periklanan adalah menjadikannya nyata bagi konsumen. Dalam industri telekomunikasi, 'dari mulut ke mulut' merupakan metode periklanan efektif yang mempengaruhi minat konsumen terhadap apa yang ditawarkan(Noor, 2021).

Menurut Zulki Zulkifli Noor dan lainnya Promosi/periklanan merupakan salah satu aspek bauran pemasaran dan sangat penting dalam dunia pemasaran. Memperkenalkan suatu produk kepada konsumen atau calon pembeli, meyakinkan mereka, meningkatkan kegunaannya, dan berharap suatu saat mereka akan membeli produk tersebut(Noor, 2021).

Menurut M. Mulya komunikasi pemasaran, juga dikenal sebagai periklanan/promosi, adalah proses mengkomunikasikan informasi penting tentang suatu perusahaan atau produk untuk mengesankan calon pembeli(Mulyana, 2019). Jadi, dapat ditarik kesimpulan maka promosi adalah suatu kegiatan mengajak, membujuk, dan meyakinkan pihak tertentu menerima suatu produk dari suatu perusahaan.

b. Tujuan Promosi

Berikut ini tujuan promosi menurut Satriadi, dkk, antara lain:

- 1) Promosi dapat menambah nilai produk dengan memberikan informasi dan data kepada pelanggan. Promosi juga dapat memberikan informasi berguna mengenai produk, harga, atau informasi lain yang berguna bagi pelanggan.
- 2) Membujuk dan mempengaruhi, promosi dapat membujuk kepada pembeli potensial dengan mengatakan bahwa produk yang ditawarkan memiliki kelebihan dibandingkan produk lain.
- 3) Memberikan gambaran, promosi dapat memberikan kesan unik kepada klien terhadap promosi yang ditawarkan, sehingga pengiklan melakukan promosi terbaik.
- 4) Promosi dapat dimanfaatkan untuk mencapai tujuan, khususnya melakukan perdagangan yang produktif melalui surat menyurat, sehingga keinginannya terpuaskan(Satriadi et al., 2021).

c. Sarana Promosi

Promosi dapat dibagi menjadi sebagai berikut:

- 1) Periklanan (Advertising) berarti memberikan kegiatan mengenai produk, jasa, atau ide secara langsung kepada konsumen secara lisan atau dalam bentuk pesan.
- 2) Penjualan pribadi (Personal selling) merupakan berkomunikasi secara persuasif antara penjual dan calon konsumen untuk membangkitkan minat terhadap produk dan jasa yang ditawarkan.
- 3) Publisitas merupakan penyebarluasan suatu informasi terkait barang atau jasa ke konsumen yang penekanannya ditempatkan pada pemasaran atau metode pengajaran efektif lainnya.
- 4) Sales promotion merupakan kegiatan peragaan, pertunjukan, pameran, dan berbagai jenis penjualan lainnya dilakukan secara rutin(Mursid, 2006).
- 5) Promosi dari mulut ke mulut (Word of mouth) adalah tanggapan santai mengenai keunggulan suatu barang dari klien yang terpenuhi(Halim et al., 2021).

2. Taman Bacaan Masyarakat

a. Pengertian Taman Bacaan Masyarakat

Berdasarkan pengertian dari buku Pedoman Penyelenggaraan Taman Bacaan Masyarakat. Taman Bacaan Masyarakat (TBM) merupakan tempat atau diskusi yang diselenggarakan dan dipantau oleh komunitas atau pemerintah dan berperan sebagai sarana untuk menyediakan akses terhadap layanan membaca yang sesuai dan bermanfaat secara lokal. Sesuai dengan maksud dari penyelenggara taman bacaan

masyarakat di atas merupakan pendukung agar masyarakat setempat mempunyai minat untuk membaca. Dengan membaca, individu mendapatkan ilmu tambahan, memperluas informasi dan budaya. Namun, tanpa minat, individu tidak akan tertarik membaca (Kemendikbud, 2013).

Hal sama juga dijelaskan oleh Kusnaldi dalam Sri Ati Suwanto menurutnya taman bacaan masyarakat adalah sebagai wadah atau forum penyediaan bahan bacaan yang dibutuhkan masyarakat, dan sebagai wadah penyelesaian proyek pengembangan keterampilan membaca dan belajar masyarakat (Suwanto, 2017).

Begitu juga pendapat yang dikemukakan oleh M. Misriyani dan Sungkowo Edy Mulyono bahwa taman bacaan masyarakat adalah suatu fasilitas atau bangunan yang didirikan oleh pemerintah atau masyarakat dengan tujuan memberikan ilmu pengetahuan dan literasi. Ini bisa menjadi platform terbaik untuk mendorong masyarakat menikmati bermain, belajar, dan membaca serta mewujudkan konsep belajar sepanjang hayat (Misriyani & Mulyono, 2019).

b. Tujuan Berdirinya Taman Bacaan Masyarakat

Adapun tujuan dari pendirian taman bacaan masyarakat menurut Buku Pedoman Penyelenggaraan Taman Bacaan Masyarakat yaitu:

- 1) Meningkatkan keterampilan membaca dan menulis.
- 2) Menumbuhkan minat dan semangat membaca.
- 3) Membangun komunitas membaca dan belajar.
- 4) Mempromosikan terwujudnya masyarakat pembelajar sepanjang hayat.
- 5) Mengakui mutu dan kemandirian masyarakat yang berilmu, kompeten, maju secara budaya, dan beradab (Kemendikbud, 2013).

c. Fungsi Taman bacaan masyarakat

Berikut ini fungsi taman bacaan masyarakat menurut Buku Pedoman Penyelenggaraan Taman Bacaan Masyarakat, antara lain:

- 1) Bertindak sebagai wadah pendidikan untuk belajar mandiri di masyarakat dan mengedepankan kurikulum program Pendidikan Luar Sekolah khususnya program literasi.
- 2) Sumber informasi berupa buku dan bahan bacaan lainnya yang memenuhi kebutuhan warga dan masyarakat.
- 3) Sebagai sumber penelitian menyediakan buku dan bahan bacaan lainnya untuk untuk penelitian dan keperluan penelitian lainnya.

- 4) Sebuah rekreasi (hiburan) dimana dapat menghabiskan waktu luang untuk menimba ilmu baru dan bermanfaat(Kemendikbud, 2013).

### 3. Promosi Taman Bacaan Masyarakat

#### a. Konsep Promosi Taman Bacaan Masyarakat

Promosi merupakan salah satu dari pemasaran yang dapat digunakan oleh taman bacaan masyarakat untuk dapat menginformasikan dan menarik minat oleh masyarakat terhadap jasa dan fasilitas yang tersedia di taman bacaan masyarakat supaya dapat diketahui diingat dan minati oleh masyarakat disekitarnya oleh karena itu pihak taman bacaan masyarakat dapat menggunakan strategi promosi yang tepat supaya dapat memaksimalkan promosi yang dilakukan dan dapat menjangkau masyarakat luas. Dengan adanya promosi ini diharapkan dapat memberikan informasi yang tersedia kepada masyarakat mengenai layanan yang ditawarkan dan membangkitkan minat untuk mengunjungi taman bacaan masyarakat dan koleksi taman bacaan masyarakat.

Agar taman bacaan masyarakat dapat memenuhi tanggung jawab dan fungsinya, pengelola wajib mengembangkan kegiatan kreatif dan inovatif yang mendorong masyarakat untuk mengunjungi dan memanfaatkan taman bacaan masyarakat. Dengan adanya Kegiatan-kegiatan tersebut di taman bacaan masyarakat lambat laun bisa menciptakan kebiasaan membaca bagi anak, dan umumnya bagi masyarakat sehingga terbentuknya suatu kondisi masyarakat pembelajaran sepanjang hayat (long life education).

#### b. Sarana Promosi Taman Bacaan Masyarakat

Sarana promosi perpustakaan dapat berupa bentuk tercetak maupun media elektronik.

##### 1) Bentuk Tercetak(Hartono, 2016)

- a) Brosur, Informasi penting yang terdapat dalam brosur antara lain gambaran umum perpustakaan, informasi koleksi perpustakaan, daftar buku yang menarik, uraian pokok bahasan tertentu, dan jenis layanan perpustakaan.
- b) Poster, Ide dasar pembuatan poster adalah untuk menyampaikan pesan ke komunitas pengguna secara efektif, mudah, dan murah.
- c) New Lette, Ini adalah media yang dapat digunakan untuk memberikan informasi spesifik kepada banyak orang secara teratur dalam format formal seperti berita atau artikel pendek.



- d) Pembatas buku/Bookmark, Pembatas buku dapat dijadikan sebagai promosi karena terbuat dari karton dan terdapat gambar, logo, serta kata-kata bijak untuk mendorong masyarakat agar berkunjung ke perpustakaan.
  - e) Spanduk, media untuk menyampaikan informasi yang ditujukan pada khalayak umum.
- 2) Media elektronik
- a) Iklan, Keuntungan periklanan adalah memanfaatkan media top-line atau bottom-line untuk mempromosikan produk dan layanan guna mengubah cara berpikir dan berperilaku target audiens(Nugraha, 2019).
  - b) Situs web/website, website ini memuat beberapa informasi yang disediakan melalui internet dan dapat diakses dari mana saja kapan saja asalkan tetap terhubung dengan internet.
  - c) Media sosial, Sebagai media periklanan sangat menguntungkan dari segi finansial karena tidak mengeluarkan banyak biaya (low cost)(Nurfadhila & Setianti, 2019).
- c. Kegiatan yang Dapat Dilakukan Di Taman Bacaan Masyarakat
- Adapun kegiatan umum yang dilakukan oleh perpustakaan yang bisa juga dilakukan oleh taman bacaan masyarakat luas agar merasa tertarik memanfaatkan fasilitas yang tersedia antara lain:(Hartono, 2016)
- 1) Pameran buku, Merupakan sarana pemberian informasi kepada sejumlah orang yang tidak ditentukan guna menarik perhatian pemustaka atau calon pemustaka serta meningkatkan layanan perpustakaan.
  - 2) Ceramah/seminar, Hal ini disebabkan karena upaya dukungan perpustakaan bertujuan untuk meningkatkan layanan perpustakaan sebagai proses pendidikan pengguna.
  - 3) Bercerita/mendongeng, yaitu Media promosi yang mendorong anak untuk menggunakan jasa pengumpulan dan layanan melalui cerita.
  - 4) Lomba dan kuis, Berbagai jenis lomba akan diselenggarakan, antara lain lomba esai, lomba membaca seni, lomba membaca nyaring, dan pidato dengan tema pentingnya membaca.
  - 5) Bazar, yaitu kegiatan jual beli yang berlangsung pada tempat dan waktu tertentu, bukan pada tempat biasa terjadinya proses jual beli. Tujuan diadakannya bazaar adalah untuk meningkatkan minat masyarakat yang mengunjungi perpustakaan

secara langsung maupun tidak langsung. Untuk menyelenggarakan bazar, perpustakaan bisa bekerjasama dengan lembaga atau organisasi lain.

- 6) Pemutaran video/film, Memutar film dan video tentang perpustakaan merupakan salah satu cara yang baik untuk menarik pengguna perpustakaan.

d. Faktor-faktor Mempengaruhi Promosi Taman Bacaan Masyarakat

- 1) Dana. Anggaran perpustakaan sangat penting bagi keberhasilan upaya perpustakaan umum untuk membangun perpustakaan yang representatif.
- 2) Sumber daya manusia. Keberhasilan operasional perpustakaan sangat bergantung pada pengelolaannya. Agar perpustakaan dapat beroperasi dengan baik, perpustakaan perlu dikelola oleh sejumlah besar staf/pustakawan profesional yang terampil.
- 3) Koleksi. Pengembangan koleksi penting bagi perpustakaan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan informasi perpustakaan. Jika koleksi tersebut tidak dikembangkan lebih lanjut, informasi yang tersedia pada akhirnya akan ketinggalan jaman(Hartono, 2016).

### **C. METODE PENELITIAN**

Metode kualitatif digunakan untuk masalah yang diselidiki dalam penelitian ini. Menurut Sugiyono, metode penelitian kualitatif adalah suatu metode penelitian yang berlandaskan filosofi positivisme, yang mana suatu populasi atau sampel tertentu, disurvei dan instrumen penelitian digunakan untuk menguji hipotesis yang telah ditentukan, digunakan untuk mengumpulkan data dan menganalisis data secara kualitatif dan statistik. Metodologi penelitian kualitatif bertujuan untuk menggunakan aktivitas sosial, sikap dan persepsi individu atau kelompok terhadap masyarakat untuk menganalisis dan menjelaskan fenomena atau objek yang diteliti(Sugiyono, 2013). Adapun penelitian ini dilakukan berada di Rumah Belajar Jambi (RUMBAL) berlokasi Jalan Lirik Nomor 23, Kelurahan Kenali Asam Atas, Kecamatan Kota Baru, Kota Jambi. Dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan teknik wawancara dan observasi, subjek terdiri dari 8 (delapan) orang informan sedangkan sumber data berasal dari ketua pengurus Rumah Belajar Jambi, pengurus Rumah Belajar Jambi, dan masyarakat sekitar lokasi Rumah Belajar Jambi. Teknik analisis data dengan cara reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Uji keabsahan data dilakukan dengan teknik triangulasi. Triangulasi merupakan teknik pengumpulan data yang memadukan berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang ada.

#### **D. HASIL DAN PEMBAHASAN**

##### **1. Promosi Rumah Belajar Jambi (RUMBAI) Di Kelurahan Kenali Asam Atas Kecamatan Kota Baru Kota Jambi**

Taman bacaan masyarakat berdiri di tengah masyarakat memiliki maksud dan tujuan. Utamanya yaitu menyediakan buku-buku untuk menunjang kegiatan pembelajaran bagi masyarakat umum, menjadi sumber informasi yang berguna bagi berbagai keperluan, memberikan layanan yang berkaitan dengan informasi tertulis, digital, maupun bentuk media lainnya. Bagi masyarakat pembaca, ia juga tempat yang mampu memberikan layanan informasi. Oleh sebab itu, pengelola taman bacaan masyarakat mempunyai peranan yang sangat penting dalam mengkomunikasikan secara jelas kepada masyarakat bagaimana cara memperoleh informasi.

Berikut ini kegiatan promosi yang pernah dilakukan dan masih ada di Rumah Belajar Jambi yaitu:

##### **a. Membagikan brosur ke kantor kelurahan dan sekolah sekitar Rumah Belajar Jambi.**

Salah satu kegiatan promosi yang dilakukan oleh Rumah Belajar Jambi yaitu membagikan brosur ke kantor kelurahan dan sekolah-sekolah disekitar Rumah Belajar Jambi. Promosi tersebut dilakukan pada tahun 2016. Dengan kegiatan tersebut diharapkan menarik perhatian masyarakat yang sedang beraktivitas disana dan anak-anak sekolah tersebut. Sedangkan pada tahun 2023 hingga tahun 2024 promosi akan melakukan penyebaran brosur melalui media sosial untuk menjangkau sasaran yang lebih luas.

##### **b. Promosi melalui mulut ke mulut**

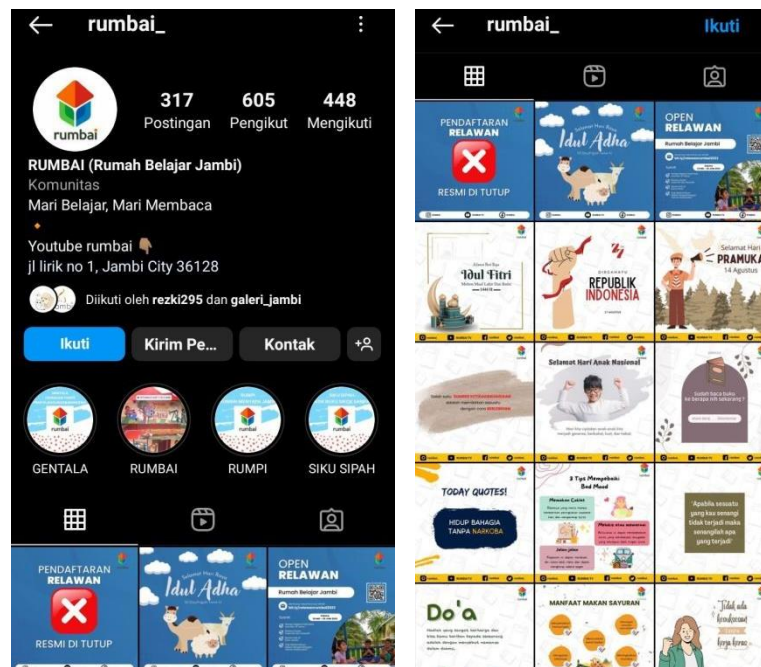
Hanya dengan melakukan promosi dari mulut ke mulut, masyarakat yang belum atau belum mengetahui tentang Rumah Belajar Jambi dikenalkan dengan Rumah Belajar Jambi melalui orang lain. Promosi ini akan efektif mempengaruhi masyarakat dengan mendapatkan informasi dari kenalan, sehingga mendorong mereka untuk mengunjungi Rumah Belajar Jambi dan memanfaatkan layanan yang tersedia. Ulasan merupakan komunikasi pribadi dan dianggap sangat efektif dalam memberikan informasi tentang masalah apa pun. Selain itu, informasi dari mulut ke mulut akan menyebar dan dapat menjangkau pengunjung baru secara pasif.

##### **c. Promosi media sosial Instagram dan Youtube**

Media sosial memiliki banyak fitur dan manfaat. Salah satunya adalah media sosial Instagram, Facebook dan Tiktok menjadi alternatif baru untuk mulai memasarkan dan mempromosikan produk dan jasa. Media sosial kini juga berfungsi sebagai media bagi para pebisnis untuk mempromosikan produknya. Media sosial merespons pengguna secara langsung, membuat promosi lebih mudah dijangkau. Salah satu kunci sukses para pebisnis adalah mengetahui lebih banyak tentang pelanggannya. Dengan adanya informasi pendukung, pelaku ekonomi akan dapat mengetahui secara detail siapa saja konsumennya di media sosial, rentang usia, dan bahkan jenis kelaminnya. Media sosial juga memungkinkan memutuskan kepada siapa akan mempromosikan produk berdasarkan minat mereka. Hal ini membuat proses branding dan periklanan kepada audiens yang tepat menjadi lebih mudah dari sebelumnya.

Promosi yang dilakukan Rumah Belajar Jambi melalui akun Instagram dan YouTube miliknya terbilang bagus karena merupakan salah satu promosi di dunia maya yang dapat memenuhi kebutuhan informasi bagi seluruh masyarakat. Gambar dibawah ini adalah media sosial yang digunakan oleh Rumah Belajar Jambi.

Gambar 4. 1 Akun Instagram Rumah Belajar Jambi



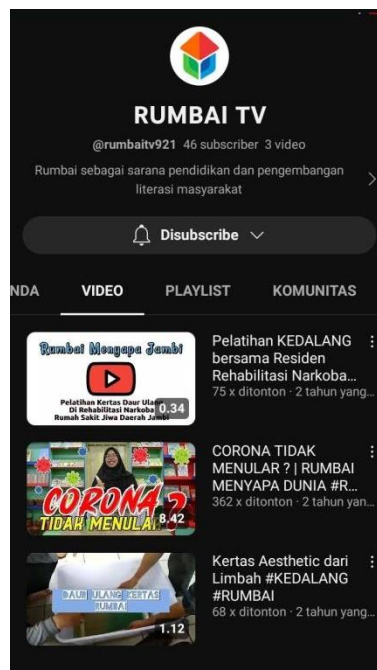
Sumber Data: Dokumentasi Rumah Belajar Jambi Tahun 2023

Terhitung dari Desember 2023, akun Instagram yang dikelola oleh Rumah Belajar Jambi mempunyai 605 pengikut dan sudah mengunggah 317 foto maupun video. Selama

mengunggah pembaruan, Rumah Belajar Jambi melakukan secara berkala, seperti info buka, kegiatan berlangsung, maupun informasi yang bermanfaat lainnya.

Namun peneliti melihat bahwa setiap unggahan yang dibagikan oleh Rumah Belajar Jambi tidak menyertakan Hashtag atau tagar. Dengan menggunakan tagar bisa membantu promosi Rumah Belajar Jambi lebih luas lagi serta membantu masyarakat menemukan informasi yang relevan dengan mudah.

**Gambar 4. 2 Akun Youtube Rumah Belajar Jambi**



**Sumber Data: Dokumentasi Rumah Belajar Jambi Tahun 2023**

Sedangkan akun Youtube yang dikelola oleh Rumah Belajar Jambi yang sudah terdaftar sejak tanggal 30 Desember 2015, terhitung dari Desember 2023 mempunyai 46 langganan (subscribe) dan telah mengunggah 3 video. Penulis menemukan pada akun Youtube tersebut terakhir mengunggah video dua tahun yang lalu, sehingga tidak ada pembaruan dalam promosi tersebut.

d. Kegiatan yang dilakukan oleh Rumah Belajar Jambi

Rumah Belajar Jambi pernah mengadakan kegiatan yang bertujuan untuk mengembangkan kreativitas anak, antara lain:

- 1) Rumbai mengajar jilib 1 dan 2.
- 2) English fun
- 3) Kelas fotografi
- 4) Kelas komputer

- 5) Menonton film kartun edukasi
- 6) Kelas TOEFL
- 7) Kemah Literasi
- 8) Rumbai Menyapa Jambi

## 2. Kendala yang Mempengaruhi Promosi Rumah Belajar Jambi (RUMBAI) Di Kelurahan Kenali Asam Atas Kecamatan Kota Baru Kota Jambi

Terdapat dua faktor yang mempengaruhi yaitu faktor internal dan faktor eksternal.

### a. Faktor internal

Terdapat empat faktor internal yang mempengaruhi promosi Taman Bacaan Masyarakat yaitu:

#### 1) Dana

Hampir seluruh kegiatan promosi telah dilakukan oleh Rumah Belajar Jambi berasal dari dana pribadi para pengelola taman bacaan masyarakat. Rumah Belajar Jambi membutuhkan dana lebih untuk mengembangkan kegiatan taman bacaan masyarakat dan ingin menarik perhatian berbagai pemangku kepentingan untuk mendukung Rumah Belajar Jambi. Memberikan pelayanan yang optimal dan mengembangkan budaya membaca pada masyarakat luas.

#### 2) Sumber Daya Manusia

Sumber daya manusia memegang peranan yang sangat penting dalam menentukan sukses tidaknya sebuah taman bacaan masyarakat. Oleh sebab itu, pengelola harus menyadari pentingnya dan kedudukan taman bacaan masyarakat bagi masyarakat, memahami informasi yang dibutuhkan masyarakat, dan memanfaatkan taman bacaan masyarakat sesuai misi, fungsi, dan tujuannya sehingga dapat lebih menguasai seluk-beluk aktivitas dan teknik kerja perpustakaan.

#### 3) Koleksi

Rumah Belajar Jambi saat ini mencatatkan 989 eksemplar dan 885 judul buku. Koleksinya terdiri dari 30% koleksi novel, 15% koleksi buku khusus anak, 25% koleksi buku keterampilan, seni, dan teknologi, 10% koleksi buku religi, dan 5% koleksi majalah. Selain itu, Rumah Belajar Jambi memiliki mainan edukatif serta fasilitas menggambar dan mewarnai. Koleksi bahan pustaka dibiayai oleh anggaran swadaya dari pengurus dan relawan, donasi berasal masyarakat sekitar yang memiliki buku-buku yang sudah tidak terpakai lagi di rumah, donasi yang

berasal taman bacaan masyarakat lain, donasi dari organisasi pegiat literasi, dan sumbangan dari koleksi perpustakaan kota. Salah satu kendala dalam memajukan layanan taman bacaan umum adalah koleksi yang ada tidak lagi diperbarui untuk memenuhi kebutuhan informasi masyarakat. Karena keterbatasan sumber daya, pengelola tidak dapat melakukan pengadaan buku secara rutin.

Selain itu, berdasarkan hasil observasi peneliti menemukan pengelompokan koleksi belum menggunakan pedoman klasifikasi DDC (Dewey Decimal Classification) yang seharusnya digunakan pada perpustakaan maupun taman bacaan masyarakat.

#### 4) Waktu

Selain faktor dari dana, sumber daya manusia, dan koleksi, waktu merupakan salah faktor yang mempengaruhi berjalannya kegiatan promosi taman bacaan masyarakat. Waktu yang dimiliki oleh pengelola dalam melayani atau mengelola taman bacaan masyarakat Rumah Belajar Jambi masih terbagi-bagi dengan pekerjaan-pekerjaan lain seperti mengerjakan tugas kampus ataupun tugas kantor sehingga waktu layanan taman bacaan masyarakat tidak maksimal. Jumlah dan kalangan pengunjung yang datang ke taman bacaan masyarakat didominasi oleh anak-anak, sedangkan untuk masyarakat umum bapak-bapak, dan ibu-ibu maupun pemuda tidak terlihat berkunjung.

#### b. Faktor eksternal

Selain faktor internal yang menjadi penghambat promosi Rumah Belajar Jambi, terdapat juga faktor eksternal. Faktor-faktor sebut antara lain:

##### 1) Tingkat kesadaran masyarakat masih sangat kurang

Hambatan dalam promosi taman bacaan masyarakat bukan hanya dari pengelola saja akan tetapi dari masyarakat. Semakin berkembangnya teknologi membuat akses informasi lebih mudah hal inilah membuat masyarakat saat ini lebih senang mencari informasi melalui searching di google karena lebih cepat dan dilakukan kapan saja, sehingga mereka kurang minat ke taman bacaan masyarakat.

##### 2) Kurangnya pihak pengelola memperbarui informasi di media sosial

Media sosial akan menjadi tempat sumber informasi yang mudah didapatkan karena dapat dengan mudah diakses oleh siapa saja. Hal tersebut berguna dalam mempromosikan taman bacaan masyarakat ke masyarakat luas. Tetapi promosi yang

dilakukan oleh Rumah Belajar Jambi belum optimal dikarenakan jarang mengunggah informasi terbaru.

Kurang optimalnya penggunaan media sosial dalam mempromosikan Rumah Belajar Jambi selain jarang mengunggah informasi terbaru dan kurang kreatif dalam mengunggah konten sehingga perlunya ide kreatif dari pengelola dalam memberikan informasi dan promosi Rumah Belajar Jambi ke masyarakat di media sosial.

3) Kurangnya pihak pengelola melakukan sosialisasi ke masyarakat sekitar  
Sosialisasi kepada masyarakat merupakan salah satu cara media penting yang dapat digunakan untuk mempromosikan Rumah Belajar Jambi secara langsung ke masyarakat, akan tetapi pihak pengelola Rumah Belajar Jambi tidak berfokus mempromosikan kembali secara langsung.

Hal ini terjadi dikarenakan kegiatan promosi yang dilakukan Rumah Belajar Jambi tidak melibatkan semua lapisan masyarakat, pihak Rumah Belajar Jambi lebih banyak melayani siswa dari tingkat Sekolah Dasar hingga Sekolah Menengah Atas. Sehingga masyarakat tidak mengetahui mengenai kegiatan promosi yang dilakukan oleh pihak Rumah Belajar Jambi. Peneliti juga melihat pengunjung lebih didominasi oleh anak-anak. Sedangkan untuk masyarakat itu tidak ada.

### 3. Upaya yang Dilakukan untuk Mengatasi Kendala Dalam Promosi Rumah Belajar Jambi (RUMBAI) Di Kelurahan Kenali Asam Atas Kecamatan Kota Baru Kota Jambi

Beberapa inisiatif yang dilakukan untuk mengatasi kendala yang ada dalam kegiatan promosi di Taman Baca Masyarakat Rumah Belajar Jambi antara lain:

#### 1) Mengikuti kegiatan ke literasi

Selain mempromosikan Rumah Belajar Jambi melalui media sosial, Rumah Belajar Jambi juga mengikuti sertaan dalam berbagai kegiatan yang diselenggarakan oleh Forum Literasi tingkat kabupaten/kota, provinsi, maupun nasional. Dengan bergabung forum tersebut diharapkan bisa berbagi ilmu ataupun menambah ilmu dan bisa mempromosikan Rumah Belajar Jambi dengan jangkauan lebih luas.

#### 2) Membuka relawan baru untuk meningkatkan sumber daya manusia di Rumah Belajar Jambi



Untuk menarik masyarakat berkunjung ke perpustakaan salah satunya meningkatkan pelayanan jasa yang baik dengan menyiapkan relawan yang memiliki kemampuan baik dalam memberikan informasinya yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat.

Pengelola Rumah Belajar Jambi saat ini memiliki latar pendidikan yang beragam dan belum memiliki pustakawan, untuk itu pengelola Rumah Belajar Jambi membuka relawan baru untuk meningkatkan sumber daya manusia di Rumah Belajar Jambi.

- 3) Perlunya melakukan kegiatan promosi untuk meningkatkan kembali pengunjung  
Melakukan promosi secara rutin akan menambah pengunjung dan fungsi taman bacaan masyarakat akan berjalan sebagai penunjang pembelajaran seumur hidup bagi masyarakat. Taman bacaan masyarakat juga harus membuat kegiatan yang menyenangkan, minimal untuk anak-anak sekitar. Agar kegiatan tersebut berjalan dengan sesuai yang direncanakan maka perlu membuat jadwal kegiatan promosi kembali.

## **E. KESIMPULAN**

### **1. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan di atas, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut.

- a. Promosi yang dilakukan oleh Rumah Belajar Jambi masih kurang optimal. Pada promosi yang dilakukan oleh Rumah Belajar Jambi yaitu membagikan brosur ke kantor kelurahan dan sekolah sekitar Rumah Belajar Jambi, promosi melalui mulut ke mulut, promosi media sosial Instagram dan Youtube, dan kegiatan yang dilakukan oleh Rumah Belajar Jambi. Peneliti melihat promosi yang dilakukan oleh Rumah Belajar Jambi kurang aktif dan kreatif dalam menjalankan promosi melalui media sosial. Seperti penggunaan tagar (Hastag) dan kurang ragam konten pada unggahan di media sosial.
- b. Kendala yang mempengaruhi Promosi Rumah Belajar Jambi (RUMBAI) di Kenali Asam ada dua faktor penghambat antara lain faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal terdapat tiga hambatan yaitu dana, sumber daya manusia, koleksi dan waktu. Sedangkan faktor eksternal hambatan antara lain tingkat kesadaran masyarakat masih sangat kurang, kurangnya pihak pengelola memperbarui informasi di media sosial dan kurangnya pihak pengelola melakukan sosialisasi ke masyarakat sekitar.

- c. Upaya yang dilakukan Rumah Belajar Jambi untuk mengatasi kendala dalam mempromosikan taman bacaan masyarakat dengan mengikuti kegiatan ke literasian, membuka relawan baru untuk meningkatkan sumber daya manusia di Rumah Belajar Jambi dan perlunya melakukan kegiatan promosi untuk meningkatkan kembali pengunjung.

## 2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang didapatkan dan disimpulkan di atas, maka penulis dapat memberikan saran dan masukan untuk perbaikan dalam mempromosikan Rumah Belajar Jambi sebagai berikut:

- a. Penggunaan promosi melalui media sosial alternatif lain selain Instagram GT seperti Youtube, website, Facebook, Tiktok dan lainnya dapat meningkatkan interaksi dengan masyarakat dalam jangkauan yang lebih luas. Selain itu dengan memanfaatkan media sosial juga memberikan akses layanan lebih luas dan lebih cepat.
- b. Hendaknya media sosial yang dimiliki Rumah Belajar Jambi dikelola lebih baik lagi. Seperti memperbaharui informasi tentang Rumah Belajar Jambi, mengupdate kegiatan terbaru s lebih kreatif lagi.
- c. Jika Rumah Belajar Jambi hendak mengadakan suatu kegiatan promosi, hendaknya melakukan kerja sama dengan taman bacaan masyarakat lain, forum literasi, lembaga pemerintah, maupun lembaga swasta.
- d. Diharapkan kegiatan promosi lebih kreatif lagi dan merencanakan secara lebih matang dalam melakukan kegiatan promosi sehingga masyarakat lebih tertarik lagi untuk datang ke Rumah Belajar Jambi untuk memenuhi informasi.
- e. Hendaknya pengelola Rumah Belajar Jambi mengadakan kegiatan bersama anak-anak seperti berkunjung ke perpustakaan atau museum.

## DAFTAR PUSTAKA

- Halim, F., Kurniullah, A. Z., Butarbutar, M., Sudarso, A., Purba, B., Lie, D., Mangiring, H., Simarmata, P., Permadi, L. A., Novela, V., & Menulis, Y. K. (2021). *Manajemaen Pemasaran Jasa*. Yayasan Kita Menulis.
- Hartono. (2016). *Manajemen Perpustakaan Sekolah: Menuju Perpustakaan Modern dan Profesional* (R. KR (ed.)). Ar-Ruzz Media.
- Kemendikbud. (2013). *Petunjuk Tenis Pengajuan, Penyaluran, dan Pengelolaan Bantuan*

- Taman Bacaan Masyarakat Rintisan*. [http://repositori.kemdikbud.go.id/1233/1/Petunjuk Teknis TBM Rintisan.pdf](http://repositori.kemdikbud.go.id/1233/1/Petunjuk_Teknis_TBM_Rintisan.pdf)
- Kriyantono, R. (2013). *Manajemen Periklanan Teori Dan Praktek*. UB Press.
- Misriyani, M., & Mulyono, S. E. (2019). *Pengelolaan Taman Baca Masyarakat*. 3(2), 160–172. <https://doi.org/10.15294/pls.v2i1.23448>
- Mulyana, M. (2019). Inisiasi VIII Strategi Promosi dan Komunikasi. *Materi Tutorial Online Ekma 4216 Manajemen Pemasaran*, 57–63.
- Mursid, M. (2006). *Manajemen Pemasaran*. Bumi Aksara.
- Noor, Z. zulkifli. (2021). *Buku Referensi Strategi Pemasaran 5.0*. Budi Utama.
- Noprianto, D. (2021). *Daftar pemenang perlombaan dinas dan kearsipan dan perpustakaan kota jambi*. Tribun. <https://jambi.tribunnes.com/2021/09/27/daftar-pemenang-perlombaan-dinas-kearsipan-dan-perpustakaan-kota-jambi/>
- Nugraha, A. R. (2019). strategi kreatif pesan iklan produk jasa transportasi. In A. Suryana, P. Subekti, Y. D. Risanti, Andriyanto, & R. Nurisani (Eds.), *Eksistensi Promosi di Era Digital* (p. 92). Lontar Digital Asia.
- Nurfadhila, L., & Setianti, Y. (2019). strategi marketing public relations danone aqua group di era digital. In A. Suryana, P. Subekti, Y. D. Risanti, Andriyanto, & R. Nurisani (Eds.), *Eksistensi Promosi di Era Digital* (p. 174). Lontar Digital Asia.
- Satriadi, Wanawir, Hendrayani, E., Siwiyanti, L., & Nursaidah. (2021). *MANAJEMEN PEMESARAN* (M. Suardi (ed.)). Penerbit Samudra Biru.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Suwanto, S. A. (2017). *Pengelolaan TBM Sebagai Sarana Meningkatkan Minat Baca Masyarakat*. 1(1), 19–32. <https://ejournal2.undip.ac.id/index.php/anuva/article/view/1901>
- Suyonto, D. (2014). *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi, dan Kasus)*. CAPS (Center of Academic Publishing Service).