

STRATEGI PROMOSI PUSTAKAWAN DI PERPUSTAKAAN BALAI BAHASA PADANG

Lailatul Rahmi¹, Marlini²

Program Studi Ilmu Informasi Perpustakaan dan Kearsipan
FBS Universitas Negeri Padang
Email: lailatul.rahmi@lovecat.com

Abstract

The purpose of this study was (1) to describe the promotion strategies undertaken by the Library Hall of Languages Padang. (2) describing the obstacles encountered in the promotion of Library Hall of Languages Padang. (3) describe problem solving in the face of obstacles promotional Language Institute Library Padang. Data through observation and interviews with librarians Library Language Institute Padang. Data collection was done descriptively. The findings of the study: first, pomosi strategies that exist in Padang Language Center Library include: establish communication with pemustaka, build cooperation with third parties, Constructing promotion programs, and work plan. Second, the constraints faced by the Library Hall of Languages Padang in library promotion are: (1) human resources, (2) limited funds, (3) facility. Third, efforts Library Hall Padang to overcome language barriers are: (1) human resources, (2) limited funds, (3) facility.

Keywords: *promotion strategies; library promotions*

A. Pendahuluan

Perpustakaan merupakan pusat informasi yang mencakup berbagai ilmu pengetahuan yang berguna bagi pemustaka. Banyak keuntungan yang dapat diperoleh oleh masyarakat dengan datang ke perpustakaan. Melalui Perpustakaan masyarakat bisa memperoleh ilmu pengetahuan dan informasi bagi masa sekarang dan masa depan masyarakat tersebut.

Perpustakaan sangat penting untuk diperkenalkan kepada masyarakat luas, khususnya kepada pelajar yang membutuhkan referensi untuk menunjang pendidikan para pelajar. Meskipun perpustakaan tersebut merupakan perpustakaan khusus, perpustakaan khusus juga harus diperkenalkan kepada masyarakat umum maupun kepada staf yang berkerja pada intansi tersebut, supaya seluruh staf dan masyarakat dapat menikmati layanan dan fasilitas yang ada pada perpustakaan serta mendapatkan informasi yang dibutuhkan.

¹Mahasiswa penulis makalah Prodi Ilmu Informasi Perpustakaan dan Kearsipan, wisuda periode September 2012

²Pembimbing, Dosen FBS Universitas Negeri Padang

Menurut Tjiptono (2008:219) promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran, yang dimaksud dengan komunikasi pemasaran adalah aktifitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi mempengaruhi atau membujuk, dan atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.

Perpustakaan Balai Bahasa Padang merupakan perpustakaan khusus Kebahasaan dan Kesastraan yang melayani pemustaka dari instansi tersebut, ada pula pemustaka lain dari luar badan yang telah terdaftar menjadi anggota Perpustakaan Balai Bahasa Padang. Strategi promosi yang dipergunakan oleh Perpustakaan Balai Bahasa Padang belum terlaksana dengan baik. Hal ini disebabkan oleh kurangnya perhatian dari pihak Balai Bahasa Padang dan kurangnya dana yang dialokasikan untuk kegiatan promosi serta kurangnya tenaga pustakawan yang ada pada Perpustakaan Balai Bahasa Padang. Padahal banyak mahasiswa jurusan Bahasa dan Sastra disekitar kantor Balai Bahasa Padang yang membutuhkan buku acuan untuk menunjang pendidikan bagi mahasiswa tersebut.

Promosi yang dilakukan oleh Perpustakaan Balai Bahasa Padang selama ini terbatas pada pembagian brosur dan kegiatan pameran pada tahun 2010 dan 2011. Brosur dimiliki oleh Perpustakaan Balai Bahasa Padang berisi tentang lokasi perpustakaan, visi dan misi perpustakaan, sekilas tentang koleksi yang dimiliki oleh perpustakaan dan syarat menjadi anggota Perpustakaan Balai Bahasa Padang.

Menurut Mursid (2010:95) promosi adalah komunikasi yang bersifat persuasif, mengajak, mendesak, membujuk, meyakinkan. Ciri komunikasi yang persuasif adalah adanya komunikator yang secara terencana mengatur berita dan cara penyampaiannya, untuk mendapatkan akibat tertentu dalam sikap dan tingkah laku target pendengar.

Menurut Tjiptono (2008:219) promosi merupakan suatu bentuk komunikasi pemasaran, yang dimaksud dengan komunikasi pemasaran adalah aktifitas pemasaran yang menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk, dan atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.

Jadi promosi perpustakaan adalah upaya mengenalkan seluruh kegiatan dan koleksi yang ada di perpustakaan agar diketahui oleh masyarakat dengan menggunakan bantuan dari berbagai media, metode dan strategi untuk mempromosikan perpustakaan.

Strategi promosi menurut Tjiptono (2008 :233) adalah perencanaan, pelaksanaan dan pengendalian komunikasi persuasif dengan pelanggan. Ada lima strategi pokok dalam strategi promosi, yaitu strategi pengeluaran promosi adalah berapa besar dana yang dialokasikan untuk melaksanakan promosi, strategi bauran promosi adalah berupaya memberikan distribusi yang optimal dari setiap metode promosi yang masing-masing metode promosi berbeda dan saling tumpang tindih satu sama lain.

Strategi pemilihan media adalah cara memilih media yang tepat untuk kampanye iklan dalam rangka membuat pelanggan menjadi tahu, paham, menentukan sikap dan membeli produk yang dihasilkan, strategi kopi iklan adalah

isi dari iklan yang berfungsi menjelaskan manfaat produk dan memberi alasan kepada pembacanya mengapa harus membeli produk tersebut. Strategi penjualan adalah memindahkan posisi pelanggan ketahap pembelian (dalam proses pengambilan keputusan) melalui penjualan tatap muka.

Jadi strategi promosi perpustakaan adalah merencanakan kegiatan promosi, memilih media yang akan digunakan untuk promosi, menetapkan anggaran dana untuk melaksanakan promosi, menjalinkan kerja sama dengan pihak lain untuk mendukung kegiatan promosi.

Berdasarkan uraian di atas, tujuan penelitian ini adalah mendeskripsikan strategi promosi yang dilakukan oleh Perpustakaan Balai Bahasa Padang, kendala yang dihadapi dalam promosi Perpustakaan Balai Bahasa dan pemecahan masalah dalam menghadapi kendala promosi Perpustakaan Balai Bahasa Padang.

B. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam makalah ini adalah metode deskriptif, yaitu dengan menguraikan temuan atau data penelitian. Data sesuai dengan kegiatan yang dilakukan oleh Perpustakaan Balai Bahasa Padang dalam kegiatan promosi. Data yang diperoleh dengan melakukan observasi atau pengamatan langsung dan wawancara dengan petugas atau pustakawan Perpustakaan Balai Bahasa Padang dengan menggunakan buku-buku dan bacaan yang dianggap penting serta mengambil intisari dari bacaan tersebut yang sesuai dengan informasi yang berkaitan dengan permasalahan yang dibahas dalam makalah ini.

C. Pembahasan

Strategi Promosi Pustakawan pada Perpustakaan pada Perpustakaan Balai Bahasa Padang

Pustakawan Perpustakaan Balai Bahasa Padang memiliki strategi untuk melaksanakan kegiatan promosi. Strategi yang dimiliki oleh pustakawan Perpustakaan Balai Bahasa Padang adalah menurut hasil pengamatan dan wawancara penulis yang diadakan pada Rabu, 16 Mei 2012 pukul 13.45 WIB adalah:

a. Membangun Komunikasi dengan Pemustaka

Komunikasi yang ada pada Perpustakaan Balai Bahasa Padang adalah komunikasi berupa pameran. Pameran adalah sarana menyampaikan informasi kepada pemustaka dalam jumlah besar. Tujuan diadakannya pameran adalah untuk menarik perhatian pemustaka agar mengetahui koleksi dan kegiatan-kegiatan yang ada pada Perpustakaan Balai Bahasa Padang. Perpustakaan Balai Bahasa Padang telah mengadakan kegiatan pameran pada tahun 2010 yang bertempat di Universitas Bung Hatta Padang dan STKIP PGRI Padang dan pada tahun 2011 yang diadakan di Bukittinggi. Pameran diadakan di Universitas untuk menarik perhatian mahasiswa yang kurang berminat dan mengetahui fungsi dari perpustakaan.

Menurut Martoatmodjo (2007:5.17) ada beberapa model sistem komunikasi dalam promosi, yaitu (a) pemustaka (*audience*), adalah fokus dari segala promosi dalam komunikasi, sebelum melaksanakan promosi, harus dipelajari segala sesuatu yang berhubungan dengan pemustaka. (b) saluran (*channel*) adalah terdiri dari dua saluran yaitu, komunikasi langsung yang

ditujukan untuk perorangan atau grup kecil, komunikasi tidak langsung yaitu ditujukan untuk masyarakat luas. (c) berita (*message*) adalah berita apa yang akan disampaikan dengan tepat. (d) komunikator (*cominicator*) adalah pustakawan yang menyampaikan berita kepada pemustaka.

Komunikasi yang terjadi pada Perpustakaan Balai Bahasa Padang antara pustakawan selaku kominakator dengan pemustaka tidak berjalan dengan baik, karena pustakawan tidak aktif dalam mempromosikan perpustakaan. Pustakawan lebih cenderung diam dan melakukan kegiatan lain. Hal ini menyebabkan promosi pustakawan pada Perpustakaan Balai Bahasa Padang tidak terlaksana dengan baik. Pustakawan dapat mempromosikan perpustakaan secara langsung kepada pemustaka yang datang ke Perpustakaan Balai Bahasa Padang, karena tidak semua dari pemustaka yang datang ke perpustakaan Balai Bahasa Padang menghadiri pameran yang diadakan dan juga mendapatkan brosur yang telah dibagikan oleh Perpustakaan Balai Bahasa Padang.

b. Membangun Kerja Sama dengan Pihak Ketiga

Kerja sama dengan pihak ketiga atau pihak lainnya bertujuan untuk mempermudah kegiatan promosi pada sebuah perpustakaan. Perpustakaan Balai Bahasa Padang dalam melaksanakan kegiatan promosi tidak banyak melakukan kerja sama dengan pihak ketiga atau pihak lainnya. Kerja sama yang ada pada Perpustakaan Balai Bahasa Padang adalah kerja sama program terpusat. Perpustakaan Balai Bahasa Padang adalah perpustakaan Khusus Bahasa dan Sastra yang berada di bawah naungan Kantor Balai Bahasa Padang. Semua kebijakan keuangan dan manajemen berada di bawah kendali Tata Usaha Kantor Balai Bahasa Padang.

Perpustakaan Balai Bahasa Padang juga menjalin kerja sama dengan Universitas-Universitas tempat Perpustakaan Balai Bahasa Padang akan melaksanakan pameran. Kerja sama antara Perpustakaan Balai Bahasa Padang hanya sebatas pada permohonan izin pemustakaan gedung untuk melaksanakan pameran. Ada beberapa jenis kerja sama menurut Yusup (2009:389) adalah (a) program terpusat, adalah segala kebijakan keuangan dan manajemen berada pada kendali pusat jaringan, (b) program non pemerintah, adalah kerja sama ini didukung oleh lembaga-lembaga non pemerintah, (c) program antar pemerintahan, adalah bentuk kerja sama dimana beberapa orang dari beberapa negara membentuk badan yang membahas pelayanan informasi dan digambarkan dalam suatu badan manajemen antarpemerintahan, (d) kooperasi dan kolaborasi, adalah memudahkan pertukaran informasi dan sumber informasi secara timbal balik serta dapat mengurangi pengeluaran kegiatan di perpustakaan, (e) kemungkinan perkembangan di masa depan, adalah perpustakaan harus mengikuti perkembangan zaman dan kebutuhan masyarakat. Kemajuan teknologi dalam bidang teknologi dan komputer telah membuat dunia perpustakaan menjadi mudah untuk melaksanakan konsep kerja sama dalam berbagai kegiatan, terutama dalam hal pelayanan.

Kerja sama yang diadakan oleh Perpustakaan Balai Bahasa Padang belum berjalan efektif. Hal ini menyebabkan promosi pada Perpustakaan Balai Bahasa Padang juga berjalan tidak efektif. Seharusnya Perpustakaan Balai Bahasa Padang menjalin kerja sama dengan pihak lain baik antar pemerintahan maupun non pemerintah, agar promosi berjalan lancar dengan bantuan dari pihak tersebut.

c. Membuat Program Promosi

Program promosi yang dibuat oleh pustakawan Perpustakaan Balai Bahasa Padang adalah menentukan media untuk melaksanakan promosi. Media yang digunakan oleh pustakawan Perpustakaan Balai Bahasa Padang adalah media cetak berupa brosur. Brosur dibagikan kepada pemustaka yang datang ke perpustakaan dan kepada pemustaka yang datang saat pameran diadakan.

Program promosi menurut Kotler (1993:323) adalah (a) besarnya insentif atau hadiah yang akan diberikan saat promosi diadakan, (b) syarat-syarat partisipasi, insentif hanya diberikan kepada masyarakat yang memiliki syarat-syarat tertentu, (c) wahana distribusi untuk promosi, media promosi yang akan menjadi wahana untuk promosi, (d) jangka waktu promosi, apabila promosi terlalu singkat maka tidak banyak masyarakat yang memiliki kesempatan untuk datang, dan apabila terlalu lama maka masyarakat juga akan merasa jenuh dan bosan dengan kegiatan promosi yang dilakukan, (e) saat-saat promosi, mengatur jadwal atau merencanakan untuk melaksanakan promosi yang akan datang, (f) total anggaran dana promosi, biaya yang diperkirakan oleh sebuah instansi berdasarkan biaya administrasi seperti biaya percetakan, pengiriman dan biaya usulan promosi. Biaya kedua adalah insentif seperti pemberian hadiah, diskon dan lain-lain.

Program promosi yang ada pada Perpustakaan Balai Bahasa Padang belum terlaksana dengan baik, hal yang menjadi penyebab kurang efektifnya program promosi pada Perpustakaan Balai Bahasa Padang adalah media yang digunakan hanya brosur, hal ini disebabkan kurangnya dana yang dialokasikan untuk kegiatan promosi. Pustakawan sangat berperan penting dalam membuat program promosi. Pustakawan yang memiliki ide dan kreatifitas yang tinggi akan dapat merancang dan menghasilkan program promosi yang baik pula. Hal ini bertujuan untuk kesuksesan promosi yang diadakan oleh sebuah perpustakaan.

d. Menyusun Rencana Kerja

Pustakawan Perpustakaan Balai Bahasa Padang menyusun rencana kerja untuk promosi Perpustakaan Balai Bahasa Padang. Rencana promosi yang pertama dimulai dengan pemilihan media sebagai sarana komunikasi untuk menyampaikan promosi. Media promosi yang digunakan oleh Perpustakaan Balai Bahasa Padang yaitu media cetak berupa brosur. Perpustakaan Balai Bahasa Padang memilih brosur sebagai media promosi karena brosur tidak memakan dana yang banyak, brosur adalah berupa kertas yang mengandung informasi mengenai perpustakaan. Isi informasi yang terkandung dalam brosur yang dimiliki oleh Perpustakaan Balai Bahasa Padang adalah denah lokasi perpustakaan, visi dan misi perpustakaan, sekilas tentang koleksi yang dimiliki oleh perpustakaan dan syarat menjadi anggota perpustakaan.

Media lain yang direncanakan untuk kegiatan promosi adalah media cetak berupa poster dan baliho. Tetapi rencana ini masih belum bisa diwujudkan untuk tahun 2013 mendatang, karena terbatasnya dana yang dimiliki oleh Perpustakaan Balai Bahasa Padang. Promosi juga dilakukan melalui kegiatan perpustakaan. Kegiatan perpustakaan yang ada selama ini pada Perpustakaan Balai Bahasa Padang adalah pameran. Kegiatan perpustakaan lain yang direncanakan adalah ceramah atau seminar, pameran, bercerita, dan bazar. Pameran yang diadakan oleh Perpustakaan Balai Bahasa Padang berjalan tiga kali. Dua kali pada tahun 2010 dan satu kali di tahun 2011. Pameran juga direncanakan untuk diadakan

pada tahun 2009, tetapi pameran batal dilaksanakan karena kekurangan dana yang dimiliki.

Media promosi menurut Tjiptono (2008: 243) adalah media cetak, media elektronik, terdiri dari televisi dan radio, media luar ruang, yaitu media iklan yang biasanya berukuran besar, media lini bawah, yaitu media media minor yang digunakan untuk mengiklankan produk. Rencana kerja promosi yang ada pada Perpustakaan Balai Bahasa Padang tidak berjalan efektif. Seharusnya Perpustakaan Balai Bahasa Padang bisa merencanakan kegiatan promosi dengan menggunakan berbagai media selain media cetak seperti media elektronik dan media massa agar masyarakat lebih mengenal Perpustakaan Balai Bahasa Padang.

Kendala yang Dihadapi dalam Promosi Perpustakaan Balai Bahasa Padang

a. Sumber Daya Manusia

Sumber daya manusia yang terbatas sangat berpengaruh dan menjadi kendala yang besar dalam melaksanakan kegiatan promosi perpustakaan. Pustakawan yang ada pada Perpustakaan Balai Bahasa Padang terdiri dari tiga orang pustakawan. Pustakawan yang memiliki latar belakang pendidikan Ilmu Informasi Perpustakaan hanya satu orang. Hal ini mengakibatkan kegiatan promosi perpustakaan Balai Bahasa Padang tidak berjalan dengan baik. Oleh karena itu hendaknya diperlukan pustakawan yang profesional yang bisa mempromosikan perpustakaan yang baik dan efisien.

b. Dana yang Terbatas

Dalam menjalankan promosi perpustakaan, Balai Bahasa Padang memiliki keterbatasan dana untuk menjalankan kegiatan promosi. Kurangnya dana yang dialokasikan untuk melaksanakan kegiatan promosi perpustakaan Balai Bahasa Padang mengakibatkan kegiatan promosi tidak berjalan efektif dan efisien. Hal ini dapat dilihat dari pemilihan media yang digunakan untuk kegiatan promosi hanya menggunakan media cetak berupa brosur.

c. Fasilitas

Dalam melaksanakan kegiatan promosi, fasilitas menjadi kendala dalam pelaksanaan kegiatan perpustakaan pada perpustakaan Balai Bahasa Padang. Ruang yang terbatas membuat pelaksanaan kegiatan promosi seperti pameran dilakukan di tempat lain.

Cara mengatasi kendala-kendala yang dihadapi dalam mempromosikan Perpustakaan Balai Bahasa Padang

a. Sumber Daya Manusia

Sumber daya manusia sangat penting dalam sebuah instansi, karena manusia yang berdampak langsung pada instansi tersebut dibandingkan dengan sumber daya yang lainnya. Pentingnya staf atau pegawai dalam sebuah instansi sangat menunjang kegiatan dari instansi tersebut. Terutama dalam kegiatan perpustakaan khususnya kegiatan promosi perpustakaan. Terbatasnya pengetahuan pustakawan menyebabkan promosi perpustakaan pada Perpustakaan Balai Bahasa Padang belum terlaksana dengan optimal.

Untuk lebih optimalnya promosi pada perpustakaan Balai Bahasa Padang sebaiknya Kantor Balai Bahasa Padang menambah pustakawan yang memiliki latar belakang pendidikan Ilmu Informasi Perpustakaan dan mengadakan pelatihan bagi

pustakawan yang ada agar pustakawan lebih mengetahui dan memahami Ilmu Informasi Perpustakaan.

b. Dana yang Terbatas

Dana sangat berpengaruh pada pelaksanaan kegiatan promosi perpustakaan, kurangnya dana yang dialokasikan untuk kegiatan promosi mengakibatkan promosi tidak terlaksana dengan baik. Sebaiknya Pustakawan Perpustakaan Balai Bahasa Padang lebih tegas dalam menentukan anggaran dana untuk pelaksanaan promosi pada perpustakaan. selain itu pustakawana Balai Bahasa Padang dapat mencari donator dan bekerja sama dalam pelaksanaan kegiatan promosi.

c. Fasilitas

Fasilitas yang ada pada perpustakaan masih belum memadai. Hal ini terlihat dari kurangnya ruangan untuk melaksanakan kegiatan promosi perpustakaan. Kegiatan promosi yang ada pada kantor Balai Bahasa Padang dilakukan di tempat lain. Sebaiknya pustakawan Perpustakaan Balai Bahasa Padang menyediakan ruangan dan fasilitas lain untuk melaksanakan kegiatan promosi agar promosi berjalan dengan efektif.

D. Simpulan dan Saran

Berdasarkan pembahasan mengenai strategi promosi pustakawan pada Perpustakaan Balai Bahasa Padang, disimpulkan. *Pertama*, strategi promosi pustakawan pada Perpustakaan Balai Bahasa Padang ada empat yaitu, komunikasi langsung dengan pemustaka berupa pameran yang diadakan pada tahun 2010 dan 2011, membuat kerja sama dengan pihak lain. Kerja sama yang dijalin dengan pihak tempat penyelenggaraan pameran. Membuat program promosi. Program promosi yang dibuat oleh pustakawan Perpustakaan Balai Bahasa Padang adalah wahana distribusi untuk promosi berupa brosur. Jangka waktu promosi. Program yang terakhir adalah total anggaran promosi. Strategi selanjutnya adalah menyusun rencana kerja. Pustakawan Perpustakaan Balai Bahasa Padang merencanakan promosi menggunakan media selain brosur dan melakukan kegiatan perpustakaan selain pameran. Rencananya perpustakaan Balai Bahasa Padang akan mengadakan pameran dan bazar setiap tahunnya.

Kedua, kendala yang dihadapi dalam promosi Perpustakaan Balai Bahasa Padang adalah sumber daya manusia yang kurang, dana yang terbatas, dan fasilitas yang tidak memadai. *Ketiga* cara mengatasi kendala dalam promosi Perpustakaan Balai Bahasa Padang adalah menambah tenaga pustakawan dan memberikan pelatihan kepada pustakawan yang ada, mengalokasikan dana untuk kegiatan promosi, menyediakan fasilitas yang memadai untuk kegiatan promosi.

Saran yang dapat berikan pada Perpustakaan Balai Bahasa Padang yaitu, Perpustakaan Balai Bahasa Padang membangun komunikasi dengan pemustaka sesuai dengan teori yang ada yaitu dengan mengadakan pendidikan pemustaka, orientasi perpustakaan, kerjasama antar pemimpin perpustakaan, demonstrasi, komunikasi dengan prospek, seminar dan presentasi. *Kedua*, membangun kerja sama dengan pihak lain yang dapat membantu kelancaran promosi perpustakaan Balai Bahasa Padang. *Ketiga*, membuat program promosi agar promosi berjalan dengan baik dan memuaskan. *Keempat*, menyusun rencana kerja yang lebih baik. *Kelima*, menambah tenaga pustakawan, mengalokasikan dana

untuk kegiatan promosi, dan menyediakan fasilitas yang memadai untuk kegiatan promosi.

Saran yang dapat diberikan pada pustakawan Perpustakaan Balai Bahasa Padang adalah, *pertama*, sebaiknya pustakawan memahami konsep dan tujuan dari promosi perpustakaan. agar perpustakaan Balai Bahasa Padang lebih dikenal oleh masyarakat di luar intansi Balai Bahasa Padang. *Kedua* pustakawan harus memberikan ide-ide yang kreatif dan menarik untuk membuat promosi perpustakaan tidak membosankan dan terkesan kuno. *Ketiga* pustakawan harus lebih aktif dalam melaksanakan promosi melalui komunikasi langsung dengan pemustaka. Baik di pameran maupun di perpustakaan saat pemustaka langsung datang ke perpustakaan.

Catatan: artikel ini disusun berdasarkan makalah tugas akhir penulis dengan pembimbing Marlina, S.IPI, MLIS

Daftar Rujukan

- Kotler, Philip. 1993. *Marketing Management*. London: Prentice Hall.
- Martoatmodjo, Karmidi. 2007. *Materi Pokok Manajemen Perpustakaan Khusus*. Jakarta: Universitas Terbuka.
- Mursid, M. 2010. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andy Offset.
- Yusup, M. Pawit. 2009. *Ilmu Informasi, Komunikasi, dan Kepustakaan*. Jakarta: Bumi Aksara.