

## ABSTRAKSI

Perpustakaan perguruan tinggi sebagai pusat informasi bagi masyarakat kampus keberadaannya sudah tidak asing lagi, karena memiliki tujuan utama yaitu membantu perguruan tinggi mencapai tujuannya, yang lebih dikenal dengan Tri Dharma Perguruan Tinggi yang meliputi tujuan pendidikan, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat. Untuk itu perpustakaan perguruan tinggi diharapkan membantu terlaksananya ketiga dharma tersebut. Akan tetapi fenomena perpustakaan yang kurang dikenal dan kurang dimanfaatkan oleh pengguna menjadi salah satu faktor penghambat perkembangan ilmu pengetahuan yang ada didalamnya.

Perpustakaan harus mampu menjawab tantangan tersebut dengan memenuhi keperluan informasi penggunanya, baik pada lingkup internal (civitas akademika) maupun lingkup eksternal (masyarakat luas) yang membutuhkan informasi tersebut. Agar keberadaan perpustakaan diketahui dan dapat dimanfaatkan secara optimal, sehingga informasi yang berada didalamnya dapat berkembang. Sudah tentu posisi humas dalam suatu perpustakaan penting adanya. Guna menjembatani hubungan antara perpustakaan dengan pengguna.

Penelitian yang dilakukan pada *bagian pemasaran dan pelatihan* perpustakaan ITS ini bertujuan untuk mengetahui peranan humas – yang diberi nama bagian pemasaran – dalam mengkomunikasikan dan menginformasikan jasa layanan dan kegiatan/program yang diadakan perpustakaan sehingga dapat memperoleh tanggapan yang positif dan citra yang baik, agar perpustakaan ITS dapat lebih dimanfaatkan dan dikenal oleh pengguna baik internal maupun eksternal.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif, dengan menggunakan teknik pengambilan sample non-random purposive, karena hanya pengguna yang sesuai dengan kriteria saja yang dapat menjadi responden untuk mengisi kuesioner. Selain itu sumber data diperoleh dari observasi, wawancara, kuesioner, serta didukung dengan studi kepustakaan dan dokumentasi yang berupa rekaman catatan tertulis adanya kegiatan.

Hasil dari penelitian ini diketahui bahwa kegiatan yang dilakukan oleh *bagian pemasaran* yang berperan sebagai bagian yang menjalankan tugas kehumasan pada lingkup internal berjalan cukup efektif dan memberikan hasil yang cukup maksimal. Hal ini dibuktikan dari jawaban yang diberikan oleh responden bahwa sebagian besar pengguna dari civitas akademika ITS memahami fasilitas, jasa layanan dan koleksi yang disediakan oleh perpustakaan. Sedangkan pada lingkup eksternal juga berjalan cukup efektif dan memberikan hasil yang cukup maksimal. Hal ini terbukti dari penilaian responden terhadap perpustakaan ITS yang sering dijadikan tempat rujukan bahan pustaka, lokasi studi banding dan kegiatan-kegiatan lainnya semacam seminar, diskusi publik oleh pengguna dari luar ITS. Perpustakaan ITS cukup dikenal dan dimanfaatkan oleh masyarakat luas.

Jadi peran humas dalam mengkomunikasikan dan menginformasikan jasa layanan perpustakaan sehingga tercipta citra yang positif telah berjalan efektif. Terbukti dari sebagian besar responden atau sebanyak 72% menyatakan citra perpustakaan ITS adalah baik. Dengan demikian image atau citra positif perpustakaan ITS yang telah diberikan oleh sebagian besar civitas akademika ITS dan masyarakat bisa tetap dipertahankan bahkan lebih ditingkatkan lagi. Dengan

memberikan layanan kepada pengguna yang sesuai dengan motto "memberikan layanan dengan cinta" tetap dipertahankan dan lebih ditingkatkan maka perpustakaan diharapkan dapat memberikan pelayanan yang memuaskan dan sesuai dengan kebutuhan pengguna.

