

**STRATEGI PEMASARAN DI PERPUSTAKAAN BALAI  
PELESTARIAN NILAI BUDAYA (BPNB) YOGYAKARTA**

**SKRIPSI**

**Diajukan Kepada Fakultas Adab Dan Ilmu Budaya  
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta  
Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu  
Pada Program Studi Ilmu Perpustakaan**



**Disusun Oleh**

**AYU RATNA WULANDARI**

**10140106**

**PROGRAM STUDI ILMU PERPUSTAKAAN  
FAKULTAS ADAB DAN ILMU BUDAYA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA**

**2015**

## PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan rasa syukur kepada Allah SWT,

Skripsi ini aku persembahkan kepada:

Bapak dan Ibukku (Abu Sofyan dan Juhariyah)

Emba' dan Adik-adikku tercinta,

Kaka Uni

Almamatr Tercinta Prodi Ilmu Perpustakaan Fakultas Adab Dan Ilmu

Budaya UIN Sunan Kalijaga

(semoga Allah selalu melindungi kita. Amin..)

I LOVE U All...

Dra. Labibah Zain, M.LIS  
Dosen Ilmu Perpustakaan Fakultas Adab dan Ilmu Budaya  
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

---

**NOTA DINAS**

Hal : Skripsi  
Lamp. : -

**Kepada:**  
**Yth. Dekan Fakultas Adab dan Ilmu Budaya**  
**UIN Sunan Kalijaga**  
**Di Yogyakarta**

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Setelah membaca, meneliti, dan mengadakan perbaikan seperlunya, maka selaku pembimbing saya menyatakan bahwa skripsi saudara:

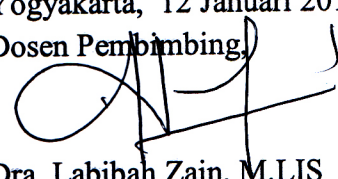
Nama : Ayu Ratna Wulandari  
NIM : 10140106  
Jurusan : Ilmu Perpustakaan  
Prodi : Adab dan Ilmu Budaya  
Judul : "Strategi Pemasaran di Perpustakaan Balai Pelestarian Nilai Budaya (BPNB) Yogyakarta"

Selaku Dosen Pembimbing, kami menyatakan bahwa naskah skripsi ini memenuhi syarat untuk diujikan. Harapan kami semoga saudara tersebut segera dipanggil untuk mempertanggung jawabkan skripsinya.

Demikian atas perhatiannya, kami ucapkan terimakasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Yogyakarta, 12 Januari 2015  
Dosen Pembimbing

  
Dra. Labibah Zain, M.LIS  
NIP. 19081103199403 2 005



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
**FAKULTAS ADAB DAN ILMU BUDAYA**

Jl. Marsda Adisucipto Yogyakarta 55281 Telp./Fak. (0274) 513949  
Web : <http://adab.uin-suka.ac.id> E-mail : [adab@uin-suka.ac.id](mailto:adab@uin-suka.ac.id)

**PENGESAHAN SKRIPSI/TUGAS AKHIR**

Nomor: UIN.02/DA/PP.00.9/272 /2015

Skripsi / Tugas Akhir dengan judul:

**STRATEGI PEMASARAN DI BALAI PELESTARIAN NILAI BUDAYA (BPNB) YOGYAKARTA**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Nama : Ayu Ratna Wulandari

NIM : 10140106

Telah dimunaqosyahkan pada : Kamis / 22 Januari 2015

Nilai Munaqosyah : A/B

Dan telah dinyatakan diterima oleh Fakultas Adab dan Ilmu Budaya UIN Sunan Kalijaga.

TIM MUNAQOSYAH

Ketua Sidang

Dra. Labibah Zain, M.LiS.  
NIP. 19681103 199403 2 005

Penguji I

Faisal Syarifudin, S.Ag., SS., M.Si.  
NIP. 19750614 200112 1 004

Penguji II

Anis Masruri, S.Ag., SIP., M.Si.  
NIP. 19710907 199803 1 003



Yogyakarta, 05 Februari 2015  
Dekan  
Fakultas Adab dan Ilmu Budaya

Dr. Hj. Siti Maryam, M.Ag.  
NIP. 19580117 198503 2 001

# **MOTTO**

*Sesuatu akan menjadi kebanggaan,  
Jika sesuatu itu dikerjakan,  
Dan bukan hanya dipikirkan,  
Sebuah cita-cita akan menjadi kesuksesan,  
Jika diawali dengan bekerja untuk mencapainya  
Bukan hanya menjadi impian*

*"Kemenangan yang seindah-indahnya dan sesukar-sukarnya  
yang boleh direbut oleh manusia ialah menundukkan diri sendiri"*

*\_\_Ibu Kartini\_\_*

*Hidup itu seperti naik sepeda, kamu harus selalu bergerak (berubah) supaya tetap  
seimbang (Albert Einstein)*

**Allah selalu bersamaku**

## INTISARI

### STRATEGI PEMASARAN DI PERPUSTAKAAN BALAI PELESTARIAN NILAI BUDAYA (BPNB) YOGYAKARTA

Oleh:

Ayu Ratna Wulandari  
(10140106)

Penelitian di bidang perpustakaan, khususnya yang terkait dengan strategi pemasaran dengan menggunakan model *7P Product, Promotion, Price, Place, People, Process, and Physical Evidence* masih jarang dilakukan apa lagi di perpustakaan khusus. Oleh karena itu, penelitian di bidang perpustakaan ini sangat di perlukan sejalan dengan makin pesatnya perkembangan pengetahuan dan teknologi informasi.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran yang sudah dilakukan oleh Perpustakaan Balai Pelestarian Nilai Budaya (BPNB) Yogyakarta namun pengguna atau pengunjung masih sedikit. Penelitian ini dilaksanakan pada tanggal 12 mei 2014-12 agustus 2014 dengan menggunakan metode wawancara dan analisis deskriptif menggunakan pendekatan metode kualitatif. Penelitian ini merupakan sebuah penelitian dengan menggunakan informan, yaitu staf perpustakaan yang melayani pengguna, pengguna dan kasubag sebanyak 3 orang.

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan wawancara, observasi dan dokumentasi. Dalam penelitian ini di ambil informan utama secukupnya untuk diwawancarai menggunakan HP. Data yang telah terkumpul diolah kembali dengan menggunakan pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan untuk mengetahui hasil penelitian. Sedangkan uji keabsahan data menggunakan triangulasi sumber.

Hasil penelitian ini bahwa Perpustakaan Balai Pelestarian Nilai Budaya (BPNB) Yogyakarta dalam memasarkan perpustakaan menggunakan model pemasaran *7P Product, Promotion, Price, Place, People, Process, and Physical Evidence*. Strategi pemasaran di Perpustakaan Balai Pelestarian Nilai Budaya (BPNB) Yogyakarta lebih banyak bertujuan untuk menarik pengguna dan meningkatkan kembali keberadaan produk dan jasa layanan perpustakaan untuk meningkatkan pengguna untuk berkunjung ke Perpustakaan Balai Pelestarian Nilai Budaya (BPNB) Yogyakarta.

**Kata kunci: Strategi, Pemasran, Perpustakaan**

## ABSTRAK

### MARKETING STRATEGIES IN *BALAI PELESTARIAN NILAI BUDAYA (BPNB) YOGYAKARTA* LIBRARY CULTURAL VALUE

Ayu Ratna Wulandari  
(10140106)

The research in library field, especially which related to marketing strategy using 7P Product, Promotion, Price, Place, People, Process, and Physical Evidence models still rarely done especially in special library. Therefore, the research in library field is really important as the knowledge and technology information grow rapidly..

This study aims to determine a marketing strategy that has been done by the library *Balai Pelestarian Nilai Budaya (BPNB) Yogyakarta*. However, users or visitors is still small. This study conducted on 12 may 2014-12 august 2014 by using interviews and descriptive analysis using qualitative methods approach. This research is a study using informants, namely the library staff derive users, the user and the head of 3 (three) people.

Data was collected through interviews, observation and documentation. In this study, the researcher look the main informant to be interviewed by cellphone. The collected data was reprocessed using data collection, data reduction, data presentation and conclusion to know the results of the research. While the validity of test data uses triangulation source.

The results of this research is the utilization of 7P Product, Promotion, Price, Place, People, Process, and Physical Evidence in the *Balai Pelestarian Nilai Budaya (BPNB) Yogyakarta* using model in market marketing. Marketing strategies in *Balai Pelestarian Nilai Budaya (BPNB) Yogyakarta* library, has several aims to that is attract more users to decrease the existence of products or services and also to improve the user library to visit the *Balai Pelestarian Nilai Budaya (BPNB) Yogyakarta* library.

**Keywords: marketing, marketing models, library**

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, atas segala limpahan Rahmat, Taufiq dan Hidayahnya. Syalawat dan Salam semoga senantiasa tercurahkan kepada Muhammad SAW, Rasul pembawa misi pembebasan dari pemujaan terhadap berhala, Rasul dengan misi suci untuk menyempurnakan akhlak yang mulia. Semoga kesejahteraan senantiasa menyelimuti keluarga dan sahabat Nabi beserta seluruh ummat Islam. Penulis juga bersyukur karena penulis dapat menyelesaikan tahap akhir studi di Fakultas Adab dan Ilmu Budaya Universitas Islam Sunan Kalijaga Yogyakarta Jurusan Ilmu Perpustakaan.

Penulisan skripsi ini dengan judul: Strategi Pemasaran di Perpustakaan Balai Pelestarian Nilai Budaya (BPNB) Yogyakarta ini dapat diselesaikan, meskipun sangat jauh dari kesempurnaan. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa penyusunan skripsi ini tidak dapat terselesaikan dengan baik jika tidak ada bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak, untuk itu penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Dr. Hj. Siti Maryam M. Ag. Selaku dekan Fakultas Adab dan Ilmu Budaya Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk dapat menyelesaikan masa studi di kampus ini.




2. Ibu Dr. Sri Rohyanti Zulaikha, S.Ag., M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Perpustakaan di Fakultas Adab Dan Ilmu Budaya Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Bapak Dr. Tafrikhuddin, S.Ag., M.Pd. selaku Pembimbing Akademik yang selalu memberi arahan dalam proses berjalannya kegiatan akademik.
4. Dra. Labibah Zain, M.LIS. selaku Dosen Pembimbing yang telah berkenan memberikan pengarahan, bimbingan, petunjuk, saran, kesabaran, serta waktunya dalam penyelesaian skripsi yang berjudul Strategi Pemasaran di Perpustakaan Balai Pelestarian Nilai Budaya (BPNB) Yogyakarta.
5. Bapak Faisal Syarifudin, S.Ag., SS., M.Si. selaku penguji 1 (satu) dan Anis Masruri S.Ag., S.IP. M. Si. selaku penguji 2 (dua) terimakasih atas kritik-kritikan saat munaqosah sehingga menjadikan hasil sripsi ini lebih baik.
6. Seluruh dosen Prodi Ilmu Perpustakaan Fakultas Adab Dan Ilmu Budaya Universitas Islam Negeri (UIN) Yogyakarta yang telah memberikan ilmunya dari awal sampai akhir dan pengalaman luar biasa yang menginspirasi saya untuk terus mengembangkan ilmu yang saya dapatkan, semoga ilmu yang diperoleh dapat bermanfaat bagi penulis dan orang lain.
7. Semua staf TU Fakultas Adab Dan Ilmu Budaya yang siap untuk bekerjasama dalam proses izin penelitian dan pelaksanaan seminar serta proses munaqosah hingga selesai.

8. Para staf dan pustakawan di Kantor Balai Pelestarian dan Nilai Budaya Yogyakarta terimakasih atas segala bantuan dalam proses pengumpulan data dan telah bersedia menjadi tempat penelitian penulis.
9. Rasa hormat dan pengabdian penulis haturkan kepada Ayahhanda Abu Sofyan dan Ibunda Juhariyah terinta, “terimakasih” rasanya sangatlah tidak cukup untuk semua yang telah tucurah. Kasih yang tidak mengenal musim, sayang yang tidak pernah mengenal lelah, ketulusan yang tidak mengenal pamrih, materi yang tidak pernah dihitung. Ajaran hidup yang telah diberikan sangat berarti bagi penulis.
10. Sodaraku tercinta emba’ku Nurmalaya, Adikku Iqra’ Wardatul Qomariah dan Alfi Yusro, yang selalu mendukung, memberi semangat dan mendo’akan kesuksessanku untuk berjuang menyelesaikan penelitian. Kalian adalah sumber inspirasi dan motivasi bagi penulis.
11. Om Agus, bunda Lilis ma dedek Reza, terimakasih banyak sudah membimbing, menjaga, dan mengayomi penulis selama di kuliah.
12. Buat teman-teman alumni MA Al-amien Jambu: Ila, Novi, Hin, Laili, Anis, Tola’, Toli’, Atun, Memey, Ana, Bebey, Mita, Zulfa terimakasih buat indahnya persahabatan yang kalian tanamkan, walau pun kami jarang bertemu, namun canda tawa menjadi obat saat mengerjakan skripsi.
13. Rekan, sahabat dan editor skripsiku layang sworo: Lis, Nisa, Rahma, Erli dan Dwi Terimakasih atas bantuan, tenaga, waktu, dukungan dan motivasinya.

14. Rekan, sahabat dan teman minum teh, Arin, Heni, Luluk, Lina atas segala dukungan moril dan diskusi baik serius maupun ringan.
15. Teman-teman Ilmu Perpustakaan angkatan 2010 yang selalu berbagi informasi dan terus memotivasi untuk tidak kenal putus asa. Kalian semua memang yang terbaik.
16. Teman-teman KKN Gunung Kidul kelompok 80 gk 32 yang selalu membuat senyuman dengan tingkah dan laku yang kadang aneh, namun tetap memberi warna lain di kehidupanku.
17. Temen-temenku di BEM-J Senat Mahasiswa Adab dan Ilmu Budaya (PMII) UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, terimakasih telah memberikan rasa kekeluargaan selama ini.
18. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, terimakasih atas semua dukungan dan bantuannya kepada penulis ini.

Penulis juga menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan dan kelemahan. Oleh karena itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran konstruktif dari pembaca demi lebih baiknya skripsi ini. Akhir kata, penulis hanya dapat berharap kepada Allah SWT semoga skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat Amin.

Yogyakarta, 12 Januari 2015  
Penyusun

  
Ayu Ratna Wulandari  
10140106

## DAFTAR ISI

HALAMAN PERSEMBAHAN .....	i
HALAMAN NOTA DINAS .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN MOTTO .....	iv
INTISARI.....	v
ABSTRAK .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR .....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 LatarBelakang .....	1
1.2 FokusPenelitian .....	6
1.3 RumusanMasalah .....	6
1.4 TujuanPenelitian .....	6
1.5 ManfaatPenelitian .....	6
1.6 RuangLingkupPenelitian.....	7
1.7 StatistikPerpustakaan .....	7
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI</b>	
2.1. TinjauanPustaka .....	9
2.2 LandasanTeori.....	14
2.2.1PengertianPerpustakaanKhusus .....	14
2.2.2 StrategiPemasaran .....	15
2.2.3 Model Pemasaran 7P ( <i>Product, Price, Promotion, Place, People,</i> <i>Process and Physical Evidence</i> ) .....	17
2.2.2.1 Produk ( <i>Product</i> ).....	17
2.2.2.2 Harga ( <i>Price</i> ).....	19

2.2.2.3 Promosi ( <i>Promotion</i> ).....	20
2.2.2.4 Tempat ( <i>Place</i> ).....	21
2.2.2.5 Orang ( <i>People</i> ).....	22
2.2.2.6 Proses ( <i>Process</i> ).....	23
2.2.2.7 Saranafisik ( <i>Physical Evidence</i> ).....	24

### **BAB III METODE PENELITIAN**

3.1 PengertianMetodePenelitian .....	26
3.2 JenisPenelitian.....	26
3.3 WaktudanTempatPenelitian .....	28
3.4 SubjekdanObjekPenelitian .....	28
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	28
3.5.1 Metode Observasi (Pengamatan) .....	29
3.5.2 Metode Interview (Wawancara).....	31
3.5.3 Metode Dokumentasi .....	32
3.6 InstrumenPenelitian.....	33
3.7 InformanPenelitian.....	34
3.8MetodeAnalisis Data.....	37
3.9UjiKeabsahan Data.....	39

### **BAB IV GAMBARAN UMUM HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

4.1 GambaranUmum Balai Pelestarian Nilai Budaya (BPNB) dan Perpustakaan Yogyakarta .....	43
4.1.1 SejarahBerdirinya Balai Pelestarian Nilai Budaya (BPNB) dan PerpustakaanYogyakarta .....	45
4.1.2 GedungdanRuang Balai Pelestarian Nilai Budaya (BPNB) dan PerpustakaanYogyakarta .....	47
4.1.3Visi, MisidanTujuan Balai Pelestarian Nilai Budaya (BPNB) dan PerpustakaanYogyakarta .....	47
4.1.3.1 Visi .....	47
4.1.3.2 Misi .....	47
4.1.3.3 Tujuan .....	48
4.1.4SaranadanPrasarana.....	49

4.1.5 Tugas Pokok dan Fungsi Balai Pelestarian Nilai Budaya (BPNB) dan Perpustakaan Yogyakarta .....	50
4.1.5.1 Tugas Pokok Kepala Balai Pelestarian Nilai Budaya (BPNB) Yogyakarta .....	50
4.1.5.2 Tugas Pokok Sub Bagian Tata Usaha .....	50
4.1.5.3 Tugas Pokok Sub Bagian Dokumentasi .....	51
4.1.5.4 Tugas Pokok Sub Bagian Perpustakaan .....	51
4.1.6 Kegiatan Pokok Perpustakaan .....	52
4.1.7 Struktur Organisasi Balai Pelestarian Nilai Budaya (BPNB) dan Perpustakaan Yogyakarta .....	58
4.1.8 Jumlah Pegawai, Jabatan Struktural dan Fungsional .....	59
4.1.9 Daftar Nama Pegawai Perpustakaan .....	59
4.1.10 Keanggotaan .....	60
4.1.11 Jam Buka Perpustakaan .....	61
4.1.12 Tata Tertip Perpustakaan .....	61
4.2.13 Jumlah Koleksi Bahan Pustaka .....	62
4.2 Hasil Penelitian dan Pembahasan .....	66
4.3 Strategi Pemasaran di Perpustakaan Balai Pelestarian Nilai Budaya (BPNB) Yogyakarta .....	67
4.4 Model Pemasaran 7P .....	67
4.4.1 Strategi Produk ( <i>Product</i> ) .....	67
4.4.3 Strategi Promosi ( <i>Promotion</i> ) .....	71
4.4.2 Strategi Harga ( <i>Price</i> ) .....	74
4.4.5 Strategi Orang ( <i>People</i> ) .....	75
4.4.6 Strategi Proses ( <i>Process</i> ) .....	79
4.4.7 Strategi Bukti Fisik ( <i>Physical Evidence</i> ) .....	81
4.4.4 Strategi Tempat ( <i>Place</i> ) .....	85
<b>BAB V PENUTUP</b>	
5.1 Simpulan .....	86
5.1.1 Produk ( <i>Product</i> ) .....	86
5.1.2 Harga ( <i>Price</i> ) .....	86

5.1.3 Promosi ( <i>Promotion</i> ) .....	86
5.1.4 Tempat ( <i>Place</i> ) .....	86
5.1.5 Orang ( <i>People</i> ) .....	86
5.1. 6 Proses ( <i>Process</i> ) .....	86
5.1. 7 Sarana fisik ( <i>Physical Evidence</i> ) .....	86
5.2 Saran .....	88
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	89
<b>LAMPIRAN</b> .....	93



## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Statistik Pengunjung Perpustakaan Balai Pelestarian Nilai Budaya (BPNB) Yogyakarta .....	5
Tabel 2. Sarana dan Prasarana Perpustakaan Balai Pelestarian Nilai Budaya (BPNB) Yogyakarta .....	49
Tabel 3. Daftar Nama Staf Perpustakaan Balai Pelestarian Nilai Budaya (BPNB) Yogyakarta .....	59
Tabel 4. Jumlah Koleksi Perpustakaan Balai Pelestarian Nilai Budaya (BPNB) Yogyakarta .....	64
Tabel 5. Klasifikasi Koleksi Perpustakaan Balai Pelestarian Nilai Budaya (BPNB) Yogyakarta .....	64
Tabel 6. Klasifikasi Naskah Kuno Balai Pelestarian Nilai Budaya (BPNB) Yogyakarta .....	65
Tabel 7. Klasifikasi Koleksi Buku Terbitan Balai Pelestarian Nilai Budaya (BPNB) Yogyakarta .....	65
Tabel 8. Klasifikasi Koleksi Audio Visual Balai Pelestarian Nilai Budaya (BPNB) Yogyakarta .....	65
Tabel 9. Klasifikasi Koleksi Balai Pelestarian Nilai Budaya (BPNB) Yogyakarta .....	68



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Struktur Organisasi Balai Pelestarian Nilai Budaya (BPNB) Yogyakarta .....	58
Gambar 2 Presensi Atau Daftar Hadir Perpustakaan Balai Pelestarian Nilai Budaya (BPNB) Yogyakarta .....	60
Gambar 4 Buku Daftar Anggota Perpustakaan Balai Pelestarian Nilai Budaya (BPNB) Yogyakarta .....	80
Gambar 5 Brosur Balai Pelestarian Nilai Budaya (BPNB) Yogyakarta .....	83

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Instrumen Pengumpulan Data .....	93
Lampiran 2 Pedoman Wawancara .....	94
Lampiran 3 Transkrip Wawancara .....	98
Lampiran 4 Panduan Observasi .....	117
Lampiran 5 Panduan Dokumentasi .....	118
Lampiran 6 Cacatan Lapangan Observasi .....	119
Lampiran 7 Daftar Nama Sumber .....	129
Lampiran 8 Cacatan Lapangan .....	130
Lampiran 9 Dokumentasi Perpustakaan .....	133
Lampiran 10 Surat Ketersediaan Menjadi Informan .....	140
Lampiran 11 Kisi-Kisi Observasi .....	145
Lampiran 12 Surat Ijin Penelitian Dari Fakultas .....	146
Lampiran 13 Surat Penelitian dari Gubernur .....	147
Lampiran 14 Kartu Bimbingan Skripsi .....	148
Lampiran 15 Surat Keterangan Melakukan Penelitian .....	149
Lampiran 16 Surat Persetujuan Pembimbing .....	150
Lampiran 17 Sertifikat Toefl, Toaf, ICT .....	151
Lampiran 18 Daftar Riwayat Hidup .....	154

## PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ayu Ratna Wulandari

NIM : 10140106


Program Studi : Ilmu Perpustakaan

Fakultas : Adab dan Ilmu Budaya

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul Strategi Pemasaran di Perpustakaan Balai Pelestarian Nilai Budaya (BPNB) Yogyakarta adalah hasil karya sendiri dan sepanjang sepengetahuan penulis, tidak ada materi yang di publikasikan atau ditulis orang lain atau digunakan sebagai persyaratan penyelesaian studi perguruan tinggi lain, kecuali bagian-bagian tertentu yang penulis ambil sebagai acuan. Apabila terbukti pernyataan ini tidak bener sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis.

Yogyakarta, 12 Januari 2015



  
Ayu Ratna Wulandari  
NIM. 10140106

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Perpustakaan memiliki peran penting sebagaimana ditegaskan dalam Undang-Undang RI No 43 Tahun (2007:5) tentang perpustakaan, bahwa perpustakaan berfungsi sebagai wahana pendidikan, penelitian, pelestarian, informasi, dan rekreasi untuk meningkatkan kecerdasan bangsa. Perpustakaan sebagai sarana penyedia informasi dituntut untuk menyediakan berbagai macam informasi yang sesuai dengan kebutuhan pengguna dan sesuai dengan perkembangan ilmu pengetahuan (Afriani, 2012:9).

Perpustakaan khusus berdasarkan Undang-Undang RI no 43 tahun (2007:4) tentang perpustakaan. Perpustakaan khusus adalah perpustakaan yang diperuntukkan secara terbatas bagi pemustaka di lingkungan lembaga pemerintah, lembaga masyarakat, lembaga pendidikan, keagamaan, rumah ibadah, atau organisasi lain. Adapun menurut Surachman (2005) perpustakaan khusus merupakan perpustakaan yang didirikan untuk mendukung visi dan misi lembaga-lembaga khusus dan berfungsi sebagai pusat informasi khusus berada di bawah badan, institusi, lembaga atau organisasi bisnis, industri, ilmiah, pemerintah, dan pendidikan misal perguruan tinggi, perusahaan, departemen, asosiasi profesi, instansi pemerintah dan lain sebagainya.

Keberadaan perpustakaan khusus pada perkembangannya masih ada beberapa yang belum banyak diketahui. Hal ini disebabkan kurangnya apresiasi

masyarakat terhadap keberadaan perpustakaan juga kurangnya pengenalan perpustakaan kepada masyarakat sekitar (Afriani, 2012:10). Maka dari itu kegiatan pemasaran sangat penting dilakukan untuk mengenalkan perpustakaan kepada masyarakat luas, khususnya para pelajar yang membutuhkan referensi yang menunjang pendidikan pelajar.

Perpustakaan Balai Pelestarian Nilai Budaya (BPNB) Yogyakarta merupakan perpustakaan khusus yang berada di bawah naungan Balai Pelestarian Nilai Budaya (BPNB) Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY). Balai Pelestarian Nilai Budaya (BPNB) merupakan salah satu Unit Pelaksana Teknis (UPT) Direktorat Jenderal Nilai Budaya Seni dan Film (NBSF) dan Direktorat Jenderal Sejarah dan Purbakala, Departemen Kebudayaan dan Pariwisata. Balai Pelestarian Nilai Budaya mempunyai fungsi melaksanakan kajian baik itu terkait pelestarian nilai-nilai kesejarahan juga nilai tradisional meliputi tradisi, kepercayaan dan kesenian. Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Tito Nur Widadi, Amd. pada hari Selasa, 24 Desember 2014 dapat diketahui bahwa tujuan perpustakaan Balai Pelestarian Nilai Budaya (BPNB) Yogyakarta didirikan adalah untuk mendukung peneliti yang ada di Balai Pelestarian Nilai Budaya (BPNB) Yogyakarta, memberikan referensi yang dibutuhkan dan menyebarkan atau memberikan informasi kepada para pengguna tentang hasil penelitian yang telah dilakukan.

Sebagai perpustakaan yang memiliki banyak informasi terkait nilai-nilai kebudayaan dan tradisi, Perpustakaan Balai Pelestarian Nilai Budaya (BPNB) Yogyakarta perlu diketahui oleh banyak masyarakat. Dengan demikian diperlukan tindakan kongkrit pustakawan untuk memperkenalkan Perpustakaan Balai

Pelestarian Nilai Budaya (BPNB) Yogyakarta kepada masyarakat luas agar informasi terkait nilai-nilai kebudayaan dan tradisi dapat diserap oleh masyarakat.

Strategi pemasaran menurut Bennett (1988) merupakan pernyataan (baik secara implisit maupun eksplisit) mengenai bagaimana suatu merk atau lini produk yang dapat dijualnya. Sementara itu, menurut Tull dan Kahle (1990) strategi pemasaran adalah alat fundamental yang direncanakan untuk mencapai tujuan perusahaan dengan mengembangkan keunggulan bersaing yang berkesinambungan melalui pasar yang dimasuki dan program pemasaran yang digunakan untuk melayani pasar sasaran tersebut. Pada dasarnya strategi pemasaran memberikan arah dalam kaitannya dengan variabel-variabel seperti segmentasi pasar, identifikasi pasar sasaran, *positioning*, elemen bauran pemasaran, dan biaya bauran pemasaran. Strategi pemasaran merupakan sebagian bagian integral dari strategi bisnis yang memberikan arah pada semua fungsi manajemen suatu organisasi (Tjiptono, 1997:6).

Pemasaran dalam suatu perusahaan menghasilkan kepuasan pelanggan serta kesejahteraan konsumen dalam jangka panjang sebagai kunci untuk memperoleh profit. Hal ini berlaku bagi perusahaan yang bergerak di bidang industri jasa maupun non jasa. Walaupun terdapat kesamaan tujuan pada kedua jenis industri tersebut diperlukan strategi pemasaran yang berbeda untuk masing-masing jenis industri. Perbedaan strategi tersebut di pengaruhi oleh ciri-ciri dasar yang berbeda dari jenis produk yang dihasilkan. Kotler (2000) mengemukakan definisi pemasaran adalah sekumpulan alat pemasaran yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk mencapai tujuan pemasarannya dalam pasar sasaran. Konsep

bauran pemasaran menurut Zeithaml dan Bitner terdiri dari 4P untuk bauran pemasaran tradisional, yaitu *Product, Price, Place, Promotion*. Sementara untuk pemasaran jasa perlu pemasaran yang di perluas dengan penambahan unsur non tradisional *marketing mix* yaitu *People, Physical Evidence* dan *Process* sehingga menjadi 7P. Masing-masing dari 7 (tujuh) unsur bauran pemasaran tersebut saling berhubungan dan tergantung satu sama lainnya dan mempunyai suatu bauran yang optimal sesuai dengan karakteristik sekmennya.

Berdasarkan data pengunjung di Perpustakaan Balai Pelestarian Nilai Budaya (BPNB) Yogyakarta pada Tahun 2013 mencapai 616 pengunjung. Oleh karena itu Perpustakaan Balai Pelestarian Nilai Budaya (BPNB) membutuhkan penerapan strategi pemasaran agar informasi terkait nilai budaya dan tradisi dapat tersalurkan kepada masyarakat luas.

Dari realitas di atas, penulis tertarik untuk mengkaji penelitian ini, dengan menggunakan model pemasaran 7P (*Product, Price, Promotion, Place, People, Process, And Physical Evidence*) di Perpustakaan Balai Pelestarian Nilai Budaya (BPNB) Yogyakarta karena Perpustakaan merupakan lembaga yang menyediakan berupa layanan jasa, sehingga strategi pemasaran di perpustakaan dapat menggunakan konsep 7P (*Product, Price, Promotion, Place, People, Process, And Physical Evidence*). Selain itu, pengguna perpustakaan masih sedikit, oleh karena itu kegiatan pemasaran di Perpustakaan Balai Pelestarian Nilai Budaya (BPNB) Yogyakarta ini lebih diperhatikan lagi.

Dilihat dari sedikitnya pengguna yang memanfaatkan koleksi di Perpustakaan Balai Pelestarian Nilai Budaya (BPNB) Yogyakarta, diperlukan

kerja keras untuk memasarkan perpustakaan kepada masyarakat dan untuk meningkatkan mutu layanan kepada pengguna, sudah sepantasnya Perpustakaan Balai Pelestarian Nilai Budaya (BPNB) Yogyakarta dikembangkan sesuai dengan Standar Nasional Perpustakaan.

Menurut Bapak Tito Nur Widadi, Amd. dalam wawancara pada hari Rabu, 5 Februari 2014, pengunjung di Perpustakaan Balai Pelestarian Nilai Budaya (BPNB) Yogyakarta rata-rata mencapai 616 pengunjung pertahun.

**Tabel 1**

**Statistik Pengunjung Balai Pelestarian Nilai Budaya (BPNB) Yogyakarta  
Dari Tahun 2010 s.d Tahun 2013**

No	Tahun	Jumlah Pengunjung	Kenaikan %
1	2010	466	
2	2011	477	2.36%
3	2012	843	76.72%
4	2013	616	-26.92%

Sumber: Balai Pelestarian Nilai Budaya (BPNB) Yogyakarta 2013

Berdasarkan tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran sangatlah dibutuhkan oleh perpustakaan dan sebagai salah satu cara memperkenalkan perpustakaan kepada masyarakat dan tentunya perpustakaan memerlukan konsep pemasaran, dengan adanya konsep pemasaran dapat membantu perpustakaan dalam mencapai tujuan.



## **1.2 Fokus Penelitian**

Fokus penelitian yang digunakan dalam penelitian ini bertujuan agar pembahasan penelitian yang dilakukan penulis tidak melebar dan menyimpang dari pokok bahasan yang dilakukan. Dalam penelitian ini fokus penelitiannya adalah Strategi Pemasaran di Perpustakaan Balai Pelestarian Nilai Budaya (BPNB) Yogyakarta.

## **1.3 Rumusan Masalah**

Bagaimana Strategi Pemasaran yang dilakukan Perpustakaan Balai Pelestarian Nilai Budaya (BPNB) Yogyakarta.

## **1.4 Tujuan Penelitian**

1. Mengetahui Strategi Pemasaran Perpustakaan Balai Pelestarian Nilai Budaya (BPNB) Yogyakarta.
2. Mengetahui sejauh mana keberhasilan pemasaran yang telah dilakukan oleh perpustakaan Balai Pelestarian Nilai Budaya (BPNB) Yogyakarta dalam melaksanakan strategi pemasaran.

## **1.5 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan bermanfaat :

1. Bagi Perpustakaan

Sebagai sumbangan pemikiran bagi pemasaran perpustakaan upaya perbaikan dalam pemasaran perpustakaan agar lebih terkenal dan diminati dalam memasarkan perpustakaan.

## 2. Bagi penulis

Untuk menambah wawasan dan pengetahuan baru tentang pemasaran perpustakaan di Balai Pelestarian Nilai Budaya (BPNB) Yogyakarta dan mencapai prestasi kerja yang baik.

## 3. Bagi Akademisi

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan bagi peneliti lainnya, yang berkaitan dengan strategi pemasaran perpustakaan, memberikan pengetahuan kepada mahasiswa, terutama untuk pengetahuan pemasaran perpustakaan dan memberikan masukan yang berkaitan dengan pemasaran perpustakaan.

### **1.6 Ruang Lingkup Penelitian**

Ruang lingkup yang akan diteliti adalah Strategi Pemasaran di Perpustakaan Balai Pelestarian Nilai Budaya (BPNB) Yogyakarta, dan sebagai sampel yaitu kegiatan-kegiatan pemasaran yang sudah dilakukan oleh Perpustakaan Balai Pelestarian Nilai Budaya (BPNB) Yogyakarta lakukan.

### **1.7 Sistematika Perpustakaan**

Penyajian dalam penulisan skripsi, peneliti menulis kedalam (5) lima bab pembahasan. Antara lain sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan, merupakan garis dari skripsi ini, berisi mengenai latar belakang masalah, batasan masalah dan rumusan masalah, tujuan penelitian manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian dan sistematika pembahasan.

Bab II, Tinjauan Pustaka dan Landasan Teori. Dalam bab ini dibagi dua bagian. Pertama, tinjauan pustaka berupa hasil-hasil penelitian atau penelitian

sejenis yang mempunyai kesamaan topik yang pernah dilakukan terdahulu dengan penelitian ini. Kedua, landasan teori berisi tentang teori-teori yang peneliti gunakan dalam penelitian yang berkaitan dengan strategi, pemasaran, dan strategi pemasaran yang digunakan penulis sebagai pendukung dalam penelitian ini.

Bab III Metode Penelitian. bab ini berisi penjelasan mengenai pengertian metode yang digunakan dalam penelitian ini. Metode penelitian ini meliputi jenis penelitian, waktu serta tempat penelitian, subjek dan objek penelitian, metode pengumpulan data, serta proses pengalihan dan analisis data.

Bab IV Pembahasan, yang terdiri dari gambaran umum perpustakaan khusus meliputi: sejarah singkat, sarana dan prasarana, visi dan misi, tugas pokok dan fungsi, dan struktur organisasi. Kemudian hasil penelitian yang memberikan keterangan mengenai analisis data, data yang diperoleh dari lokasi penelitian.

Bab V Penutup, bab ini terdiri dari simpulan yang diperoleh dari hasil penelitian dan saran yang diberikan untuk perpustakaan.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Strategi pemasaran secara keseluruhan merupakan usaha untuk memperkenalkan Perpustakaan Balai Pelestarian Nilai Budaya (BPNB) Yogyakarta yang notabene masuk dalam kategori perpustakaan khusus tetapi tidak menutup kemungkinan dalam aplikasinya dapat memenuhi kebutuhan informasi staf dan masyarakat terutama kalangan mahasiswa yang haus akan suatu informasi dan tempat mencari referensi, dan dari ketujuh strategi pemasaran diharapkan kegiatan pemasaran bisa maksimal.

Perpustakaan Balai Pelestarian Nilai Budaya (BPNB) Yogyakarta sudah dapat dikatakan yang satu dengan yang lainnya saling berkaitan, sehingga dengan (model pemasaran 7P) *Product, Promotion, Price, Place, People, Process, and Physical Evidence* yang telah diaplikasikan Balai Pelestarian Nilai Budaya (BPNB) Yogyakarta dengan baik dapat menimbulkan citra yang baik pula untuk Perpustakaan Balai Pelestarian Nilai Budaya (BPNB) Yogyakarta di mata pengguna baik dalam maupun diluar pegawai kantor Balai Pelestarian Nilai Budaya (BPNB) Yogyakarta.

##### **5.1.1 Produk (*Product*)**

Perpustakaan Balai Pelestarian Nilai Budaya (BPNB) Yogyakarta mempunyai koleksi yang berbeda dengan perpustakaan lain, seperti manuskrip.

### **5.1.2 Harga (*Price*)**

Perpustakaan Balai Pelestarian Nilai Budaya (BPNB) Yogyakarta tidak menerapkan denda untuk peminjaman buku walau pun bukan anggota perpustakaan, dan untuk mengakses informasi gratis untuk pengguna luar dan masyarakat.

### **5.1.3 Promosi (*Promotion*)**

Perpustakaan Balai Pelestarian Nilai Budaya (BPNB) Yogyakarta melakukan promosi dengan mengikuti berbagai pameran serta website.

### **5.1.4 Tempat (*Place*)**

Perpustakaan Balai Pelestarian Nilai Budaya (BPNB) Yogyakarta mudah di akses oleh pengunjung.

### **5.1.5 Orang (*People*)**

Pengelola Perpustakaan Balai Pelestarian Nilai Budaya (BPNB) Yogyakarta adalah seorang lulusan D3 Ilmu Perpustakaan.

### **5.1.6 Proses (*Process*)**

Proses peminjaman di Perpustakaan Balai Pelestarian Nilai Budaya (BPNB) Yogyakarta sangat memudahkan pengguna.

### **5.1.7 Sarana fisik (*Physical Evidence*)**

Ruang perpustakaan di desain menjadi ruangan yang nyaman dengan sirkulasi udara yang cukup sehingga pengunjung betah mengunjungi Perpustakaan Balai Pelestarian Nilai Budaya (BPNB) Yogyakarta.

## 5.2 Saran

Perlu diperbaiki layanan-layanan yang masih memiliki kinerja yang kurang baik bagi pengguna dan mempertahankan layanan-layanan perpustakaan dengan kinerja yang baik. Hal ini ditujukan agar pengguna semakin puas dan nyaman terhadap pelayanan-pelayanan yang ada di perpustakaan.

Sebaiknya mempertahankan koleksi khusus dan pelayanan yang selama ini dilakukan kepada pengguna dan pengunjung perpustakaan. Tetapi perpustakaan juga perlu untuk meningkatkan kualitas tersebut agar pengguna yang mengunjungi perpustakaan tidak hanya di kalangan yang suka dan gemar terhadap seni dan budaya namun juga untuk yang lainnya. Strategi pemasaran terus ditambah agar dapat tetap bersaing dengan perpustakaan lain yang sejenisnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, dkk. 2012. *Layanan Cinta: Perwujudan Layanan Prima++ Perpustakaan*. Jakarta. Sagung Seto.
- Afriani, Nova. 2012, *Peranan Promosi Perpustakaan Terhadap Kunjungan Pemustaka Di Perpustakaan Umum Kota Solok*. (online). Vol.1, No.1, September 2012, Seri A. <http://www.afriyani.com>. diakses 20 Agustus 2014 pukul 19.30 WIB.
- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Pratek*. Jakarta. Asdi Mahasatya.
- Azwar, Saifuddin. 2005. *Metode Penelitian*. Yogyakarta. Pustaka Pelajar.
- Bafadal, Ibrahim. 2001. *Pengelolaan Buku Sekolah*. Jakarta. Bumi Aksara.
- Bambang, Hartono. 2010. *Manajemen Pemasaran Untuk Rumah Sakit*. Jakarta. Rineka Cipta.
- Buchari, Alma. 2007. *Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa*. Bandung. CV Alfabeta.
- Cintantyo Yosi, Putri. 2013. "Pengaruh Program Rekreasi Perpustakaan di kantor Arsip Dan Perpustakaan Daerah Yogyakarta Ditinjau dari Product, Price, Promotion, Place (Model 4p), (skripsi), Jurusan Ilmu Perpustakaan Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2013.
- Djunaidi, Ghony. 2012. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta. Ar-Ruzz Media.

- Fajar, Laksana. 2008. *Manajemen Pemasaran: Pendekatan Praktis*. Jakarta. Graha Ilmu.
- Hurriyati, Ratih. 2010. *Bauran Pemasaran Dan Loyalitas Konsumen*. Bandung. Alfabeta.
- Irsad. Z. 2010. “Analisis Marketing Mix (Product, Price, Promotion dan Place) Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Pengguna Operator Esia” (skripsi), Jurusan Manajemen, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah. Jakarta. 2010.
- Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta.
- Lasa HS. 1998. *Kamus Istilah Perpustakaan*. Yogyakarta. Gadjah Mada University Press.
- \_\_\_\_\_. 2009. *Kamus Kepustakawanan Indonesia*. Yogyakarta. Pustaka Book Publisier.
- Lupiyoadi, Rambat. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta. Salemba Empat.
- Martoatmojo, Karmidi. 1998. *Manajemen Perpustakaan Khusus*. Jakarta: Universitas Terbuka.
- Mustafa, Badollahi. 1996. *Materi Pokok Promosi Jasa Perpustakaan*. Jakarta Universitas Terbuka.
- Moleong, J.Lexy. 2006. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung. PT. Remaja Rosda Karya.
- Nugraha, Fajar. 2014. “Konsep Strategi Pemasaran Dalam Memoar Room To Read Karya John Wood” (skripsi), Jurusan Ilmu Perpustakaan dan Informasi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. 2009.



- Oesman, Marty Alma. 2010. *Sukses Mengelola Marketing Mix, CRM, Customer Value, dan Customer Dependency*. Bandung. Alfabeta.
- Pendit, Putu Laxman. 2003. *Penelitian Ilmu Perpustakaan dan Informasi : Suatu Pengantar Diskusi Epistemologi dan Metodologi*. Jakarta. CV Kumandang.
- Peter, J.Paul. 2000. *Comsumer Behavior: Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran*. Jakarta. Erlangga.
- Purwanto. 2012. *Marketing Strategic: Meningkatkan Pangsa Pasar Dan Daya Saing*. Platinum.
- Rahmi, Lailatul dan Marlini. 2012. “*Strategi Promosi Perpustakaan di Perpustakaan Balai Bahasa Padang*”. (online) Jurnal Ilmu Informasi Perpustakaan dan Kearsipan vol 1. September 2012. Seri E. <http://LailatulRahmi.com>. Di akses 22 Februari 2014 pukul 20:17 WIB).
- Ratnasari, Ririn. 2011. *Teori dan Kasus Manajemen Pemasaran Jasa*. Bogor. Ghalia Indonesia.
- Rianto, Nur. 2012. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung. Alfabeta.
- Sugiono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung. Alfabeta.
- Sulistyo-Basuki. 1993. *Pengantar Ilmu Perpustakaan*. Jakarta. Gramedia Pustaka Utama.
- Surachman, 2005. “*Pengelolaan Perpustakaan Khusus*”. (online) Artikel. Di akses 12 April 2014 pukul 19:40 WIB.

- Sutarno NS. 2003. *Perpustakaan dan Masyarakat*. Universitas Michigan. Yayasan Obor Indonesia.
- M. Suyanto. 2006. *Strategi Perencanaan Iklan Outdoor Kelas Dunia*. Yogyakarta. Andi.
- Sekretariat Negara. *Undang-Undang Perpustakaan Nomor 43 Tahun 2007*. Yogyakarta. Graha Ilmu.
- Setiadi, Arif. 2011. "Hubungan Antara Persepsi Pada Penerapan Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Dengan Keputusan Pembelian Konsumen" (Skripsi), Jurusan psikologi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga. Yogyakarta. 2011.
- Taslimah, Yusuf. 1996. *Perpustakaan, Kepustakawanan dan Pustakawan*. Yogyakarta. Kanisius.
- Tjiptono, Fandy. 1997. *Pemasaran Internasional*. Yogyakarta. Andi.
- \_\_\_\_\_. 2001. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta. Andi.
- Qalyubi, Syihabuddin. 2007. *Dasar-Dasar Ilmu Perpustakaan dan Informasi*. Yogyakarta. Jurusan Ilmu Perpustakaan dan Informasi.

## Lampiran 1. Instrumen Pengumpulan Data

Nama : Ayu Ratna Wulandari

NIM : 10140106

Prodi : Ilmu Perpustakaan

Semester : XI (Sembilan)

Judul :Strategi Pemasaran di Perpustakaan Balai Pelestarian Nilai Budaya (BPNB) Yogyakarta.



## Lampiran 2. Pedoman Wawancara Dengan Staf Perpustakaan

1. Sejak kapan pemasaran perpustakaan diadakan?
2. Bagaimana pendapat anda tentang pemasaran di Perpustakaan Balai Pelestarian Nilai Budaya (BPNB) Yogyakarta?
3. Apa saja sarana yang digunakan oleh Perpustakaan Balai Pelestarian Nilai Budaya (BPNB) Yogyakarta dalam kegiatan pemasaran?
4. Apa saja bentuk kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh Perpustakaan Balai Pelestaria Nilai Budaya (BPNB) Yogyakarta?
5. Siapakah sasaran dari pemasaran Perpustakaan Balai Pelestarian Nilai Budaya (BPNB) Yogyakarta?
6. Dari kegiatan pemasaran yang sudah dilakukan apakah sudah sesuai dengan tujuan diadakan pemasaran perpustakaan?
7. Bagaimana penerapan strategi pemasaran di Perpustakaan Balai Pelestarian Nilai Budaya (BPNB) Yogyakarta?

### Lampiran 3. Wawancara Dengan Pengunjung/ Pengguna

1. Nama anda siapa?
2. Apakah anda pelajar, mahasiswa, guru atau yang lainnya?
3. Anda kesini dengan siapa?
4. Anda mahasiswa dari mana?
5. Anda berkunjung ke perpustakaan ini untuk mencari apa?
6. Anda tahu perpustakaan ini dari siapa?
7. Apakah anda sering mengunjungi perpustakaan ini?
8. Bagaimana pendapat anda dengan pemasaran yang dilakukan oleh Perpustakaan Balai Pelestarian Nilai Budaya (BPNB) Yogyakarta?

#### Lampiran 4. Pedoman Wawancara Dengan Kasubag Perpustakaan

1. Sejak kapan pemasaran perpustakaan diadakan?
2. Bagaimana pendapat anda tentang pemasaran di Perpustakaan Balai Pelestarian Nilai Budaya (BPNB) Yogyakarta?
3. Apa saja sarana yang digunakan oleh Perpustakaan Balai Pelestarian Nilai Budaya (BPNB) Yogyakarta dalam kegiatan pemasaran?
4. Apa saja bentuk kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh Perpustakaan Balai Pelestaria Nilai Budaya (BPNB) Yogyakarta?
5. Siapakah sasaran dari pemasaran Perpustakaan Balai Pelestarian Nilai Budaya (BPNB) Yogyakarta?
6. Dari kegiatan pemasaran yang sudah dilakukan apakah sudah sesuai dengan tujuan diadakan pemasaran perpustakaan?
7. Bagaimana penerapan strategi pemasaran di Perpustakaan Balai Pelestarian Nilai Budaya (BPNB) Yogyakarta?

#### Lampiran 5. Pedoman Wawancara Dengan Staf Dokumentasi

1. Menurut bapak penting tidak untuk di pemasarkan?
2. Apa saja sarana yang digunakan oleh Perpustakaan Balai Pelestaria Nilai Budaya (BPNB) Yogyakarta dalam kegiatan pemasaran?
3. Apa saja bentuk kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh Perpustakaan Balai Pelestarian Nilai Budaya (BPNB) Yogyakarta?
4. Siapakah sasaran dari pemasaran perpustakaan Balai Pelestarian Nilai Budaya (BPNB) Yogyakarta?
5. Dari kegiatan pemasaran yang sudah dilakukan apakah sudah sesuai dengan tujuan diadakan pemasaran perpustakaan?
6. Apa tujuan dilakukan kegiatan pemasaran?
7. Bagaimana penerapan strategi pemasaran di Perpustakaan Balai Pelestaria Nilai Budaya (BPNB) Yogyakarta?

## Lampiran 6. Transkrip Wawancara

Informan : Tito Nur Widadi Amd

Jabatan : Staf Perpustakaan

Hari, tanggal : Jum'at, 16-Mei-2014 pukul 13.00 WIB

Tempat : Ruang Baca

Setelah menunggu Bapak Tito Nur Widadi Amd yang lagi shalat Jum'at akhirnya bertemu juga dengan semangat Bapak Tito Nur Widadi Amd ini saya langsung disambut dengan semangatnya beliau, iya mba' gimana dengan pemasarannya ?? begitulah pertanyaan awal Bapak Tito Nur Widadi Amd saking semangatnya. Dan saya pun menjawab okey Pak masih dengan masalah di pemasarannya ini.. dan kami pun langsung berbincang-bincang santai dengan di temani Ibu Hera.

Peneliti : sejak kapan pemasaran perpustakaan dilakukan?

Informan : iya, sejakkk.... (dengan muka kebingungan Bapak ini bertanya kepada Ibu Hera yang lagi ada disamping kanan Bapak Tito) sejak tahun 2000an (akhirnya ibu Hera menyampaikan juga) iya tahun 2000an sela jawaban Pak Tito, kami juga punya brosur cuma brosurnya ini bukan khusus di perpustakaan, Cuma dalam brosur itu ada ulasan sedikit tentang perpustakaan. Karena terus terang saja perpustakaan ini masih ada dibawah naungan instansi jadi ruang lingkupnya masi sedikit, dan segala sesuatunya masih tergantung pada instansi. Seperti pendanaan dan lain sebagainya.

Peneliti : bagaimana pendapat anda tentang pelayanan pemasaran di Perpustakaan Balai Pelestarian Nilai Budaya (BPNB) Yogyakarta ini?



- Informan : kalo menurut saya, pemasaran yang kita lakukan memang masih kurang. Kita sebenarnya masih bisa pemasaran dengan jalan lain. Tetapi karena memang anggarannya segitu dan sudah di buat untuk setahun program kerja yaa.. kita ikut saja, mungkin karena pandangan perpustakaan instansi ruang lingkupnya lebih kecil jadi pemasarannya dilakukan tidak besar-besaran.
- Peneliti : apa saja sarana yang digunakan oleh Perpustakaan Balai Pelestarian Nilai Budaya (BPNB) Yogyakarta dalam kegiatan pemasaran?
- Informan : yaaa.. pameran kita memamerkan buku dan naskah-naskah terus manuskrip yang kita punya.. kan dengan pameran mesti yang datang wweechh.. ini koq ada naskah kuno disini jadi kami langsung menyampaikan keberadaan perpustakaan otomatis mereka akan datang ke perpustakaan kita, apalagi kalo jurnal-jurnal yang kami terbitkan itu dari tim peneliti.
- Peneliti : oh disini juga ada tim peneliti ya Pak?
- Informan : iya disini ada 2 tim peneliti, Patrawidya dan Jantra. 2 tim peneliti ini meneliti dari berbagai disiplin ilmu seperti Ilmu Antropologi, Ilmu Sejarah, Ilmu Geografi, Ilmu Sastra Daerah, Ilmu Hukum, Ilmu Aerkologi dan Ilmu Psikilogi. Hasil dari penelitian ini nantinya diserahkan ke perpustakaan lalu kami nanti yang menyebarkan dalam wadah jurnal ke perpustakaan lain. Contohnya kami juga mengirim hasil jurnal penelitian kami ke Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga.
- Peneliti : kebanyakan koleksi apa yang sering digunakan oleh tim peneliti dalam meneliti?
- Informan : ya adalah sebagian koleksi disini yang dijadikan bahan rujukan atau referensi oleh tim peneliti yaa tergantung yang diteliti apa

begitu, sini cuma menyediakan yang namanya neliti yaa mereka langsung ke lokasi kadang juga ke perpustakaan, kami hanya menyediakan buat referensinya saja.

Peneliti : apa saja bentuk kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh Perpustakaan Balai Pelestarian Nilai Budaya (BPNB) Yogyakarta?

Informan : seperti penelitian, dokumentasi.. kalo pemasaran melalui media ada website.

Peneliti : sepertinya website itu kalo dibuka isinya bukan perpustakaan ya Pak?

Informan : bukan, itu milik instansi tapi apa yaa.... iya ada ulasan sedikit tentang perpustakaan dengan begitu mereka tau bahwa di Balai Pelestarian Nilai Budaya (BPNB) Yogyakarta ini juga terdapat perpustakaan didalamnya.

Peneliti : selain website itu, kegiatan apa lagi yang ada, yang dilakukan?

Informan : hemzz... kami juga ada pameran, untuk yng lain?? Kami emang mengutamakan di pamerannya.

Peneliti : jadi kalo lagi ada acara pameran semua tim dari peneliti, dokumentasi dan perpustakaan itu datang ke stand atau gimana?

Informan : yaa tidak, kita nanti dapat ke panitia sendiri dari kantor ya sekitar 4 atau 5 orang yang jaga stand.

Peneliti : tujuan dari ikut pameran itu apa?

Informan : kalo di pameran kan kita punya kegiatan yang bertujuan sama penyebaran informasi, bukan kita yang menyelenggarakan kita hanya ikut adil serta saja kan dengan keikut sertaan kita dalam pameran bisa memperkenalkan perpustakaan juga.

Peneliti : siapa sasaran dari pemasaran Perpustakaan Balai Pelestarian Nilai Budaya (BPNB) Yogyakarta?

Informan : untuk sasaran pemasarannya sih.. ya hanya kalangan orang-orang instansi saja dan peneliti juga buat referensi, namun lama kelamaan banyak kalangan luar yang ingin menggunakan koleksi disini jadinya kami buka untuk masyarakat umum.

Peneliti : dari kegiatan pemasaran yang sudah dilakukan apakah sudah sesuai dengan tujuan diadakan pemasaran perpustakaan?

Informan : tentunya iya, setiap kegiatan pameran biasa kita memamerkan profil instansi dan perpustakaan dengan begitu pengunjung yang datang pun banyak dan ada rasa ingin tahu lebih dalam tentang BPNB Yogyakarta.

Peneliti : bagaimana penerapan strategi pemasaran di perpustakaan Yogyakarta?

Informan : ya saat pameran kita beri penjelasan bahwa kantor kami memiliki bagian-bagian seperti perpustakaan salah satunya. Memiliki keunggulan ini dan itu juga, di pameran kan yang jaga tidak hanya diam saja tapi juga bisa dan sebisa mungkin memberikan penjelasan ke pengunjung.

Peneliti : untuk masalah dokumentasi itu seperti apa sih Pak pemasarannya?

Informan : wachgz... kalo masalah dokumentasi nanti saya pertemukan Embak dengan Pak Toro yang menangani bagian dokumentasi.

Peneliti : emang dokumentasi ini adalah bagian dari perpustakaan atau bukan?

Informan : oachgz... sebenarnya ini satu cuma karena tempatnya saja yang terpisah jadi kelihatannya terpisah dan sistem kerjanya sama, kalo

masalah pemasaran di perpustakaan sendiri kami emang tidak terlalu muluk-muluk untuk menyebarkan sampai kemana-mana, karna apa? karna apa ya.. karna ini perpustakaan khusus jadi yang berkunjung juga orang-orang khusus begitu. Karna perpustakaan ini ruang lingkupnya kecil di instansi, strategi yang dilakukan pun juga kecil.

Peneliti : kalo masalah seminar, apa perpustakaan pernah mengadakan seminar?

Informan : kalo seminar.. belum mengadakan.. mungkin tahun kemaren mengadakan pelatihan *workshop* tentang preserfasi naskah kuno tapi yang mengadakan bukan kita sendiri tapi instansi kita namun dengan adanya kegiatan ini anggota atau peserta kan kesini dari semua kementerian pendidikan dan budaya seDIY jadi sekaligus memberikan informasi tentang perpustakaan, dan kegiatan ini hanya dalam ruang lingkup pegawai dinas kementerian pendidikan dan budaya saja.

Peneliti : kalo lomba sendiri, apa perpustakaan pernah mengadakan?

Informan : kalo untuk lomba, perpustakaan belum pernah mengandakan juga namun instansi yang mengadakan seperti lomba macapat dan disela lomba pasti kami menyampaikan adanya perpustakaan di inistansi kami, yaa dengan seperti itu mereka yang ikut lomba atau yang menonton setelah acara itu ada yang datang kesini untuk melihat-melihat koleksi yang ada di perpustakaan kita, pernah ada yang bilang wachgz.. ini buku yang di cari ternyata ada disini.

Peneliti : kebetulan tadi saya melihat mobil bioskop, itu digunakan sejak kapan?

Informan : pemutaran film... kita baru coba putar sekali di musium perjuangan cuma muter saja cuma tidak ada infrodus menggunakan

karna hanya bantuan dari jakarta, soalnya ini bukan seperti bioskop-bioskop jaman sekarang yang tinggal duduk menikmati film. Tapi ini bioskop jaman dulu itu pun kalo bukan ahlinya juga tidak bisa, makanya kami masi nunggu untuk di latih memutar film. Terus terang saja seperti yang sudah saya sampaikan tadi namanya juga perpustakaan khusus yang berada di bawah instansi jadi segala sesuatunya memang masih tergantung kepada atasan. Makanya perpustakaan ini tidak sama dengan perpustakaan lainnya.

Telah diperiksa oleh informan,

Tito Nur Widadi. Amd

## Lampiran 7. Transkrip Wawancara

Informan : Nur Malia

Jabatan : Mahasiswi

Hari, tanggal : Jum'at, 16-Mei-2014 pukul 14.30 WIB

Tempat : Ruang Baca Balai Perpustakaan Nilai Budaya (BPNB)  
Yogyakarta

Peneliti : nama anda siapa?

Informan : Nur Malia

Peneliti : apakah anda pelajar, mahasiswa, guru atau yang lainnya?

Informan : Mahasiswa

Peneliti : anda kesini dengan siapa?

Informan : sendiri

Peneliti : mahasiswa mana?

Informan : Mahasiswa Universitas Gadjah Mada (UGM) Yogyakarta

Peneliti : jurusan apa?

Informan : Sastra Nusantara

Peneliti : anda berkunjung kesini untuk mencari apa?

Informan : kebetulan ada tugas naskah kampus dan dosen menyarankan datang ke perpustakaan BPNB ini.

- Peneliti : tugas tentang apa?
- Informan : tentang mata kuliah Kodikologi yang lebih dikenal dengan diskripsi fisik naskah kuno yang termasuk dalam disiplin ilmu filologi.
- Peneliti : anda tahu perpustakaan BPNB ini dari siapa?
- Informan : dari dosen, juga banyak teman yang sudah kesini dan untuk menuju kesini juga gampang.
- Peneliti : apakah anda sering berkunjung ke perpustakaan ini?
- Informan : saya baru kali ini saja.
- Peneliti : bagaimana pendapat anda dengan pemasaran yang dilakukan oleh BPNB?
- Informan : kalo masalah pemasaran saya kurang tau Cuma kalo dalam pelayanannya enak ramah juga.
- Peneliti : kalo masalah sistem peminjamannya gimana?
- Informan : untuk masalah informasi naskah yang saya cari di katalog, jadi saya sampe disini sudah langsung mencari di katalog kan suda ada di sediakan katalognya jadi saya mencari di katalog dan baru di ambiin sama petugasnya begitu, baru koleksi di tangan saya.

Telah di periksa oleh informan,

Nur Malia

## Lampiran 8. Transkrip Wawancara

Informan : Drs. Sumardi, MM

Jabatan : Kasubag

Hari, tanggal : Selasa, 10-Juni-2014 pukul 13.00 WIB

Tempat : Ruang TU

Peneliti : sejak kapan pemasaran perpustakaan dilakukan?

Informan : sejak kantor Balai ini berdiri, kantor sudah mulai mengumpulkan koleksi-koleksi.

Peneliti : bagaimana pendapat anda tentang pelayanan pemasaran di perpustakaan BPNB?

Informan : menurut saya sendiri sudah baik dalam pelayanan disini namun karena perpustakaan ini masih ikut kantor jadi untuk pemasaran keluar masih kurang.

Peneliti : apa saja sarana yang digunakan oleh perpustakaan BPNB dalam kegiatan pemasaran?

Informan : untuk kegiatan pemasaran kita selalu mengikuti kegiatan pameran, dan kita juga sering di undang oleh perpustakaan lain. Kita juga punya bioskop keliling, kita juga punya *liflet* yang sering dibagikan di setiap mengikuti kegiatan, itu kami juga memperbaharui setiap 5 (lima) tahun sekali.

Peneliti : apa saja bentuk kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh perpustakaan BPNB?



Informan : kalo kegiatan itu biasanya seperti kita tahun kemaren kegiatan mengelola perpustakaan yang kita adakan, dan pameran diluar ini kan kantor Balai Pelestarian Nilai Budaya (BPNB) jadi ada hal-hal atau koleksi yang tidak dimiliki oleh perpustakaan lain relatif begitu. Seperti buku-buku kuno, kita juga sering di undang acara pameran diluar juga seperti pekalongan, musium, magelang, purwokerto, pernah..... jadi semua buku kita ikut sertakan untuk di perkenalkan sekaligus memperkenalkan produk balai terbitan buku baru.

Peneliti : produk balai yang seperti apa itu?

Informan : itu hasil penelitian disini, kalo jantra sebetulnya bukan hasil penelitian namun itu cenderung seperti opini atau artikel untuk mewedahi opini.

Peneliti : siapa sasaran dari pemasaran perpustakaan BPNB?

Informan : masyarakat umum dan staf balai sendiri.

Telah diperiksa oleh informan

Drs. Sumardi, MM

## Lampiran 9. Transkrip Wawancara

Informan : Giantoro. Amd

Jabatan : Staf Dokumentasi

Hari, tanggal : Senin, 1-Agustus-2014 pukul 10.00 WIB

Tempat : Ruang Skripsi Dan Dokumentasi

Peneliti : perlu enggak sih Pak perpustakaan dokumentasi ini di pasarkan?

Informan : perlu, maka dari itu kami memohon semua pihak untuk turut serta mensukseskannya.

Peneliti : apa sebelumnya sudah di pasarkan?

Informan : sudah, tapi belum maksimal

Peneliti : bentuk-bentuk dari pemasaran seperti apa?

Informan : kami memasarkannya di website dan surat kabar ketika pemutaran film

Peneliti : kenapa belum maksimal?

Informan : belum maju karena tugas kita bukan hanya di bioskop keliling saja.

Peneliti : siapakah sasaran dari pemasaran ini?

Informan : masyarakat umum, khususnya generasi muda.

Peneliti : apa sih mobil bioskop keliling itu?

**Informan** : kalo masalah mobil bioskop keliling itu sendiri sebetulnya adalah program dari jakarta, dari Jakarta sendiri mobil bioskop itu ada dua macam, satu menggunakan siliolid, dan menggunakan rol proyektor. Ada sekitaran 15 mobil bioskop keliling yang kecil dan 15 mobil bioskop keliling yang besar termasuk yang BPNB punya. Untuk peredaran mobil bioskop keliling yang ukurannya kecil saya kurang tau persis tapi kalo mobil bioskop keliling yang besar beredar di 15 BPNB di indonesia ya salah satunya di BPNB Yogyakarta ini. Karna kita hanya dapat surat bahwa BPNB Yogyakarta ini dapat mobil bioskop keliling dan pelatihan operasionalnya di jakarta, pelatihanya selama 3 (tiga) hari di jakarta. Kalo film yang di putar itu ada 10 (sepuluh) yang menggunakan siliolid, Cuma BPNB baru mendapatkan 5 (lima) film saja.

**Peneliti** : itu film yang harus di putar apa gimana?

**Informan** : iya, itu semua sudah dari jakarta untuk di putar, sebetulnya semua film itu tidak bisa di putar apa lagi yang menggunakan siliolid itu, Cuma kita menggunakan proyektor untuk pemutaran. Karena mesin pemutaran itu bener-bener mesin jaman dulu yang masih menggunakan pita rol yang di sambung-sambung itu.

Di sela-sela wawancara Bapak Toro menunjukkan film-film yang BPNB Yogyakarta punya... . . . satu kota kardus yang berisi sejumlah film-film..

**Peneliti** : apa film-film dalam kardus ini sudah di putar semua apa belum?

**Informan** : belum semua, jadi sebetulnya mesin mobil bioskop keliling itu sekarang sudah rusak, kemaren rencana mau gelar acara pemutaran film lagi. Berhubung mesin sudah rusak jadi enggak jadi. Masalahnya gini Mba' enggak semua tempat bisa benerin mesin itu.. jadi kita kewalahan untuk benerinnya.

- Peneliti : sebelum rusak sudah di putar dimana saja?
- Informan : kemaren di Solo
- Peneliti : dalam acara apa itu?
- Informan : jambore kemah budaya nasional
- Peneliti : kapan terakhir mobil bioskop itu di putar?
- Informan : terakhir di putar itu, di museum perjuangan.
- Peneliti : apa saja film yang sudah di putar?
- Informan : untuk film yang sudah di putar itu, film hafalan surat delisa, alangkah lucunya negeri ini, 5 menara, ayah mengapa aku berbeda dan 5cm.
- Peneliti : untuk yang mengoperasikan mobil bioskop keliling itu siapa?
- Informan : untuk operasinya itu, kita ada beberapa orang BPNB yang sudah ikut pelatihan, pelatihannya di adakan 2 kali di jakarta dan di jogja sendiri.
- Peneliti : berapa kali mobil bioskop ini di operasikan sebelum rusak?
- Informan : baru 2 (dua) kali, di museum benteng November 2013 dan di Solo Juli 2012, besok akan di putar di lapangan pendowo juga pas malam 17 Agustus.
- Peneliti : sejak kapan mobil bioskop itu di berikan ke BPNB Yogyakarta?
- Informan : November 2013
- Peneliti : untuk kegiatan-kegiatan yang lain, itu apa?
- Informan : untuk semua kegiatan itu masih perintah dari Jakarta soalnya gini Mba' rancangan kerja 2014 itu kan sudah diranca di 2013 kemaren jadi kita hanya ikut perintah dari Jakarta. Namun untuk

prosedur pinjam atau menutaran film tetap memakai surat ke kantor begitu. Untuk masalah anggaran pajak, anggaran dan segala macam itu masih di tanggung pihak Jakarta Cuma masalahnya untuk tahun 2014 belum di anggarin sedangkan rancangannya sudah di tetapkan begitu.

Peneliti : kalo di kendalanya gimana Pak? Atau disaat pemutaran itu apa dari pihak Jakarta apa dari BPNB Yogyakarta sendiri?

Informan : ohhh.. kalo pemutaran itu sendiri BPNB Yogyakarta yang melakukan cuma perintahnya saja dari Jakarta, kendalanya lagi di anggaran, nah anggaran 2014 kan belum ada jadi untuk pemutaran film jadi enggak ada anggarannya.

Peneliti : apa solusi Bapak tentang mobil bioskop keliling yang rusak?

Informan : itu dia Mba' masalahnya, soalnya tidak semua bengkel yang ada bisa memperbaikinya, kalo mobil bioskop keliling yang kecil itu kan tidak menggunakan alat mesin jaman dulu, tapi kalo mobil bioskop keliling yang besar itu enggak bisa enggak semua orang bisa, kita aja yang sudah ikut pelatihan kewalahan koq. Mobilnya itu emang susah banget.. . sesusah betul.

Peneliti : untuk prosedur peminjaman, atau minta untuk pemutaran film itu gimana?

Informan : oh itu ada, mereka yang datang kesini dengan menggunakan surat yang dikasi kepada kantor dulu. besok BPNB Yogyakarta akan memutar film di lapangan pendowo pas malem 17 Agustusan itu. Itu BPNB Yogyakarta tidak menggunakan sileloid jadi BPNB Yogyakarta hanya menggunakan proyektor biasa begitu.

Peneliti : dalam rangka apa itu?

- Informan : mengenang kemerdekaan, kan nanti di putar pas malam 17 Agustus disana.
- Peneliti : selain pemutaran film ini ada kegiatan lain gak Pak?
- Informan : oh ada, kita punya kegiatan sosialisasi film dokumenter. Jadi setiap tahun kita bikin film dokumenter.
- Peneliti : film tentang apa saja itu yang di bikin?
- Informan : ya kadang 2 film budaya, 1 film sejarah. Kadang 2 film sejarah, 1 film budaya dalam setahun. Kalo yang terakhir kemaren itu tentang kirun bikinnya di Madiun dan penayangannya juga di Madiun gitu.
- Peneliti : untuk bikin film dokumenter itu dimana saja Pak?
- Informan : yaa kita hanya bikin di 3 wilayah. Yogyakarta, Jawa Tengah dan Jawa Timur. Karena lingkup kita memang di wilayah itu saja.
- Peneliti : untuk rancangan kegitannya itu seperti apa?
- Informan : begitu, contoh ya kita bikin film dokumenter dengan judul warjina 2012 di Solo, laskar wanita di Madiun.. nah setelah film itu jadi kita rancang bulan berikutnya untuk memutar film. Jadi pemutaran film juga di adakan dimana film itu di buat. Misalnya warjinah kita bikin filmnya di Solo lalu kita putar film itu juga di Solo begitu. Untuk tahun sebelumnya itu kita bikin film dokumeter tentang batik ya pemutaran filmnya juga di Jogja itu di daerah Bantul.
- Peneliti : untuk sosialisasinya sendiri gimana?
- Informan : nah pembuatan film ini kan kegiatan tersendiri dan kegiatan pendukungnya ya sosialisasi itu. Jadi setelah film dokumenter itu jadi kan ada pemutaran film disana kita mengundang siswa-siswi untuk mensosialisasikan film dokumenter tersebut. Karna sasaran

kita memang siswa-siswi SMA sederajat, SMP sederajat dan SD sederajat begitu.

Peneliti : jadi kegiatan itu langsung tertuju ke sekolah atau gimana?

Informan : oh tidak, kita undang mereka digedung pertemuan. Jadi setiap sekolah dapat undangan dengan mengirim 3 orang anak begitu. Itu semua untuk pemerataan.

Peneliti : itu semua anggaran dari mana?

Informan : seperti yang saya jelaskan tadi, anggaran dari kantor. Makanya kalau di instansi seperti ini tidak bisa merancang anggaran banyak, paling kita hanya bisa bikin film dokumenter 2 atau 3 judul saja.

Peneliti : jadi setahun BPNB bikin film dokumenter itu 3 kali?

Informan : iya bisa jadi, pokoknya tergantung anggarannya. Kadang 3 kali kadang Cuma 2 kali.

Peneliti : kalo yang bioskop keliling itu anggarannya dari siapa?

Informan : kalo bioskop keliling itu anggarannya dari menteri budaya dan perfilman, soalnya ini kan harus bayar pajak film. Ini film yang dikirim kesini yang sebanyak 10 judul film ini sudah bayar pajak selama 2 tahun, dan membayar pajak film dan pajak tayang untuk mengantisipasi pelanggaran hak cipta.

Telah diperiksa oleh informan,

Giantoro

## Lampiran 10. Transkrip Dengan Pengguna

Informan : Uswatun Hasanah

Jabatan : Pengguna

Hari, tanggal : Jum'at, 23- Mei- 2014 pukul 14.30 WIB

Tempat : Ruang Baca Perpustakaan

Peneliti : nama anda siapa?

Informan : Uswatun Hasanah

Peneliti : apakah anda pelajar, mahasiswa, guru atau yang lainnya?

Informan : mahasiswa

Peneliti : anda kesini dengan siapa?

Informan : saya kesini sendirian

Peneliti : anda mahasiswa dari mana?

Informan : mahasiswa UIN Sunan Kalijaga

Peneliti : anda berkunjung ke perpustakaan ini untuk mencari apa?

Informan : saya berkunjung kesana dalam rangka penelitian sekilas tentang Filologi.

Peneliti : anda tahu perpustakaan ini dari siapa?



- Informan : nama beliau Bapak Mustari MA, saya tahu perpustakaan ini di tunjukkan oleh dosen pengampu mata kuliah Filologi.
- Peneliti : apakah anda sering mengunjungi perpustakaan ini?
- Informan : tidak sering kesana sich.. .. Cuma pas lagi nyari koleksi buat tugas sajha..
- Peneliti : bagaimana pendapat anda dengan pemasaran yang dilakukan oleh perpustakaan BPNB Yogyakarta ini?
- Informan : untuk masalah pemasaran nampaknya kurang.
- Peneliti : bagaimana pendapat anda tentang pelayanan di perpustakaan BPNB Yogyakarta?
- Informan : untuk pelayanannya tidak atau belum canggih, namun pengelolanya sangat ramah dan mencarikan buku yang dibutuhkan pengunjung.
- Peneliti : bagaimana dengan layanan fotocopy di perpustakaan BPNB Yogyakarta?
- Informan : nampaknya untuk perpustakaan khusus seperti BPNB Yogyakarta ini tidak perlu memiliki layanan fotocopy, karena perpustakaan ini khusus dan tidak di pinjamkan hanya boleh di baca di tempat. Namun dengan ide petugas perpustakaan disini saya setuju dengan mengadakan layanan fotocopy dan petugas memfotocopykan diluar, karna itu sangat membantu pengguna juga yang ingin memfotocopy informasi yang di inginkan.
- Peneliti : bagaimana dengan koleksi yang ada di perpustakaan BPNB Yogyakarta?

Informan : sejauh ini saya rasa koleksi khususnya lumayan lengkap, soalnya sejak saya berkunjung kesini koleksi yang saya cari selalu ada. Dan untuk mencari koleksi tersebut petugas sudah mencarikan di rak, saya hanya mencari di katalog yang sudah disediakan dan untuk selanjutnya petugas yang mengambilkan koleksi di rak.

Peneliti : bagaimana dengan layanan akses informasi di perpustakaan ini?

Informan : untuk layanan akses disini enak gratis untuk semua kalangan.

Telah diperiksa oleh informan

Uswatun Hasanah

### Lampiran 11. Observasi

1. Sarana dan prasarana yang tersedia di Perpustakaan Balai Pelestarian Nilai Budaya (BPNB) Yogyakarta.
2. Mengamati kegiatan pemasaran Perpustakaan Balai Pelestarian Nilai Budaya (BPNB) Yogyakarta, yaitu pameran.
3. Kendala pemasaran Perpustakaan Balai Pelestarian Nilai Budaya (BPNB) Yogyakarta.
4. Mengamati staf Perpustakaan Balai Pelestarian Nilai Budaya (BPNB) Yogyakarta dalam melakukan kegiatan pemasaran.
5. Mengamati staf Perpustakaan Balai Pelestarian Nilai Budaya (BPNB) Yogyakarta ketika ada pengunjung.

## Lampiran 12. Dokumentasi

1. Historis dan geografis Perpustakaan Balai Pelestarian Nilai Budaya (BPNB) Yogyakarta.
2. Struktur organisasi Perpustakaan Balai Pelestarian Nilai Budaya (BPNB) Yogyakarta.
3. Jenis-jenis layanan Perpustakaan Balai Pelestarian Nilai Budaya (BPNB) Yogyakarta.
4. Keadaan sarana dan prasaranan Perpustakaan Balai Pelestarian Nilai Budaya (BPNB) Yogyakarta.
5. Daftar Sumber Daya Manusia (SDM) pada Perpustakaan Balai Pelestarian Nilai Budaya (BPNB) Yogyakarta.
6. Bentuk-bentuk pemasaran Perpustakaan Balai Pelestarian Nilai Budaya (BPNB) Yogyakarta.

### Lampiran 13. Metode Pengumpulan Data: Observasi

Hari/ Tanggal : Senin, 12 Mei 2014

Waktu : 10:00 WIB

Lokasi : Ruang Perpustakaan

Sumber Data : Staf Perpustakaan

Sumber Data:

1. Lembar Pengamatan
2. Wawancara

#### **Deskripsi Data:**

Observasi ini adalah observasi awal pra penelitian mengenai kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh perpustakaan Balai Pelestarian Nilai Budaya (BPNB) Yogyakarta sebagai subyek penelitian. Hari ini merupakan pertemuan pertama dalam pra penelitian untuk mengamati dan menanyakan kepada informan tentang kegiatan pemasaran yang meliputi sejak kapan kegiatan pemasaran dilakukan, pemasaran bentuk apa saja yang sudah dilakukan, apa tujuan dari pemasaran, dan sasarannya untuk siapa?

Kegiatan pemasaran ini dilakukan semenjak perpustakaan ini berdiri. Di Perpustakaan Balai Pelestarian Nilai Budaya (BPNB) Yogyakarta bentuk kegiatan pemasarannya meliputi: penyebaran brosur, terbitan khusus perpustakaan, website, pameran, dan bentuk kerjasama. Karena ini merupakan pra penelitian jadi hanya sekedar pengamatan dan tanya-tanya yang berhubungan dengan objek penelitian.

Di setujui,

Sri Herawati, BA

#### Lampiran 14. Metode Pengumpulan Data: Observasi

Hari/ Tanggal : Selasa, 10 juni 2014

Waktu : 13.00 wib

Lokasi : Ruang TU

Sumber Data : Kasubag TU

#### **Deskripsi Data:**

Informan adalah kasubag TU Balai Pelestarian Nilai Budaya (BPNB) Yogyakarta. Wawancara ini adalah wawancara yang pertama dengan informan dan dilaksanakan di Ruang Kantor Kasubag TU Balai Pelestarian Nilai Budaya (BPNB) Yogyakarta. Pertanyaan-pertanyaan yang ditanyakan antara lain mengenai kegiatan pemasaran dan strategi pemasaran di perpustakaan, sejak kapan kegiatan pemasaran perpustakaan dilakukan, apa tujuan dilakukannya pemasaran dan siapa sasaran dari pemasaran itu.

Dari hasil wawancara tersebut diperoleh informasi bahwa pemasaran perpustakaan ini dilakukan sejak perpustakaan ini berdiri, untuk mengenai strategi pemasaran yang sering dilakukan pada setiap kegiatan yang dilakukan terutama kegiatan instansi. Untuk masalah sasaran strategi pemasaran di khususkan kepada masyarakat umum karena perpustakaan ini sudah mulai di buka untuk umum. Mengenai tujuan dilakukannya pemasaran ini yaitu mengenalkan keberadaan

perpusatkaan kepada masyarakat pengguna, menginformasikan seluruh aspek dan pembinaan perpustakaan, mendorong minat baca dan motivasi masyarakat agar memanfaatkan koleksi perpustakaan semaksimal mungkin.

Di setujui,

Drs. Sumardi, MM





## Lampiran 15. Metode Pengumpulan Data: Observasi

Hari/ Tanggal : Jum'at, 16 Mei 2014

Waktu : 13.00 wib

Lokasi : Ruang Baca

Sumber Data : Staf Perpustakaan

### **Deskripsi Data:**

Informan adalah staf Perpustakaan Balai Pelestarian Nilai Budaya (BPNB) Yogyakarta. Wawancara ini adalah wawancara kedua setelah pra penelitian. Saat ditemui penulis, beliau lagi mengerjakan klasifikasi koleksi kedalam sistem perpustakaan seperti slims. Pertanyaan-pertanyaan yang ditanyakan antara lain mengenai kegiatan pemasaran dan strategi pemasaran di perpustakaan, sejak kapan kegiatan pemasaran di perpustakaan dilakukan, apa tujuan dilakukan pemasaran, strategi pemasaran apa yang sudah dilakukan, sasaran pemasaran untuk siapa, serta pemasaran yang akan dilakukan kedepannya.

Dari hasil wawancara tersebut diperoleh informasi bahwa kegiatan pemasaran dilakukan sejak lembaga ini berdiri/ sudah ada. Kegiatan yang sudah dilakukan itu antara lain: penyebaran brosur, terbitan khusus perpustakaan, website, dan bentuk kerja sama. Dari poin-poin tersebut pelaksanaannya juga sendiri-sendiri waktunya. Untuk strategi pemasaran bentuk tercetak seperti brosur kami buat/cetak banyak karena pengguna untuk mengetahui informasi yang ada di

perpustakaan dengan membaca brosur tersebut akan lebih mengenal perpustakaan dan fasilitasnya. Kami buat/cetak brosur itu dengan jangka waktu 5 (lima) tahun sekali. Untuk menyebarnya kami sebarkan disetiap ada kegiatan instansi seperti pameran, lomba-lomba dan dilingkup perpustakaan saja. Karena apa? Dengan penyebaran brosur di titik-titik tersebut akan menambah pengunjung datang ke perpustakaan, dan sedikit banyak dari mereka ingin mengetahui perpustakaan. Sedangkan strategi pemasaran dalam bentuk iklan seperti website kami lakukan namun website itu milik Balai akan tetapi didalam isi website tersebut poin-poin perpustakaan juga ada.

Strategi pemasaran ini kami lakukan tetapi hal ini bekerja sama dengan bagian sistem informasi dan jaringan, kami hanya menyerahkan reduksi-reduksi yang harus di *upload* ke website perpustakaan. Kemudian strategi pemasaran kami lakukan dengan terbitan jurnal dan hasil peneliti dari tim peneliti dengan cara menyebarkan hasil penelitian ke perpustakaan-perpustakaan lain.

Adapun pemasaran dalam bentuk kerjasama juga kami lakukan, perpustakaan Balai Pelestarian Nilai Budaya (BPNB) Yogyakarta bekerjasama dengan seluruh INSTANSI kementerian budaya, juga sering diundang ke perpustakaan-perpustakaan seperti UNY, UGM untuk pelatihan kepustakawanan.

Di setujui

Tito Nur Widadi, Amd

## Lampiran 16. Metode Pengumpulan Data: Observasi

Hari/ Tanggal : senin, 1 Agustus 2014

Waktu : 10.00 wib

Lokasi : Ruang Sripsi dan Dokumentasi

Sumber Data : Staf Dokumentasi

### **Deskripsi Data:**

Informan ini adalah staf dokumentasi Balai Pelestarian Nilai Budaya (BPNB) Yogyakarta. Saat ditemui penulis, beliau sedang mengerjakan tugas di meja kerja. Ketika penulis masuk beliau dan memulai prosesi wawancara. Pertanyaan-pertanyaan yang diajukan menyangkut kegiatan strategi pemasaran bentuk mobil bioskop keliling.

Dari hasil wawancara tersebut diperoleh informasi bahwa kegiatan pemasaran melalui mobil bioskop keliling ini dilakukan setahun 3x karena prosedur kegiatan dari mobil keliling ini hanya 3x dalam setahun dengan penetapan wilayah Yogyakarta, Jawa Timur dan Jawa Tengah. Dengan begitu Perpustakaan Balai Pelestarian Nilai Budaya (BPNB) Yogyakarta akan semakin dikenal oleh masyarakat.

Strategi yang digunakan adalah nonton bareng dengan tema-tema seni dan budaya, selain nonton bareng juga ada kegiatan sosialisasi perfilman yang

diselenggarakan khusus siswa-siswi Yogyakarta, Jawa Timur, Jawa Tengah. Adanya sosialisasi film ini karena di perpustakaan dokumentasi ada kegiatan bikin film dokumenter.



Di setujui,

Giantoro. Amd

## Lampiran 17. Metode Pengumpulan Data: Observasi

Hari/ Tanggal : jum'at, 16 Mei 2014

Waktu : 14.30 wib

Lokasi : Ruang Baca BPNB Yogyakarta

Sumber Data : Pengguna

### **Deskripsi Data:**

Informan ini adalah pengguna Perpustakaan Balai Pelestarian Nilai Budaya (BPNB) Yogyakarta. Saat ditemui penulis beliau lagi mengerjakan tugas kampus dan penulis temui di ruang baca. Pertanyaan-pertanyaan yang diajukan menyangkut kegiatan pemasaran serta sarana dan prasarana yang ada dipergustakaan Balai Pelestarian Nilai Budaya (BPNB) Yogyakarta.

Dari hasil wawancara tersebut diperoleh informasi bahwa kegiatan pemasaran yang dilakukan dalam bentuk pameran. Sedangkan untuk sarana dan prasarana pengguna nyaman dengan prasarana yang ada serta pelayanan dari staf yang sangat baik, ramah.

Di setujui,

Nur Malia

## Lampiran 18. Metode Pengumpulan Data: Observasi

Hari/ Tanggal : jum'at, 23 Mei 2014

Waktu : 14.30 wib

Lokasi : Ruang Baca BPNB Yogyakarta

Sumber Data : Pengguna

### **Deskripsi Data:**

Informan ini adalah pengguna perpustakaan Balai Pelestarian Nilai Budaya (BPNB) Yogyakarta. Saat ditemui penulis beliau lagi mengerjakan tugas kampus dan penulis temui di ruang baca. Pertanyaan-pertanyaan yang diajukan menyangkut kegiatan pemasaran serta sarana dan prasarana yang ada di Perpustakaan Balai Pelestarian Nilai Budaya (BPNB) Yogyakarta.

Dari hasil wawancara tersebut diperoleh informasi bahwa kegiatan pemasaran yang dilakukan dalam bentuk pameran dan lomba-lomba. Sedangkan untuk sarana dan prasarana pengguna nyaman dengan prasarana yang ada serta pelayanan dari staf yang sangat baik, ramah.

Di setujui,

Uswatun Hasanah

## Lampiran 19. Narasumber Penelitian Daftar Nama Sumber

No	Nama	Pendidikan	Jabatan
1	Insani Suciati, S. Pd	IKIP PGRI	Penata TK.1
2	Sri Herawati, BA	Universitas Sarjana Wijata	Penata
3	Ana Amini	SLTA/ SMA	Penata Muda TK.1
4	Dwi Hastuti, S.Pd	IKIP PGRI	Penata Muda TK.1
5	Puja Setianto	SLTA/ SMA	Penata Muda TK.1
6	Fx. Supardi	SLTA/ SMA	Penata Muda TK.1
7	Aryati Puspa Seruni	SLTA/ SMA	Penata Muda TK.1
8	Handoyo	SLTA/ SMA	Penata Muda TK.1
9	Titok Nur Widadi, AMD	D3 UGM	Pengatur
10	Subiyantoro, AMD	D3 AKSERI	Pengatur

Sumber: Dokumentasi Balai Pelestarian Nilai Budaya (BPNB) Yogyakarta 2013

## Lampiran 20. Catatan Lapangan

NO	TANGGAL	KEGIATAN	KRONOLOGIS
1	30 Desember 2013	Bimbingan 1	Datang ke pembimbing untuk menanyakan kelayakan judul
2	27 Januari 2014	Bimbingan ke 2	Datang ke pembimbing untuk menyerahkan proposal bab 1, 2 dan 3
3	4 Februari 2014	Bimbingan ke 3	Revisi rumusan masalah, tinjauan pustaka, dan subjek dan objek penelitian.
4	11 Februari 2014	Bimbingan ke 4	Datang ke pembimbing untuk menyerahkan hasil revisian, setelah pembimbing koreksi.
5	18 Februari 2014	Bimbingan ke 5	Menyerahkan hasil revisian tentang teori strategi promosi, daftar wawancara, kisi-kisi observasi, dan informan.
6	26 Februari 2014	Bimbingan ke 6	Datang ke meja pembimbing dan menyerahkan hasil revisi, kemudian revisi lagi tentang metopen.
7	5 Maret 2014	Bimbingan ke 7	Datang ke meja pembimbing dan menyerahkan hasil revisi, kemudian revisi lagi tentang kisi-kisi wawancara dan kisi-kisi observasi.
8	19 Maret 2014	Bimbingan ke 8	ACC seminar
9	24 Maret 2014	seminar	Seminar di ruang seminar, kemudian hasilnya pending
10	30 Maret 2014	Bimbingan	Revisi judul, teori, dan metopen. Kemudian di ACC seminar lagi
11	2 April 2014	Seminar 11	Seminar di ruang



			seminar
12	7 April 2014	Bimbingan setelah seminar	Menyerahkan hasil Revisi bab 1, 2 dan 3
13	14 April 2014	Bimbingan	Revisi tinjauan pustaka, pedoman wawancara, dan kisi-kisi observasi.
14	30 April 2014	ACC penelitian	Datang ke meja bimbingan untuk mengambil proposal yang sudah pembimbing ACC penelitian
15	31 April 2014	Meminta surat izin penelitian TU	Mendatangi TU untuk meminta surat izin penelitian
16	7 Mei 2014	Surat izin penelitian keluar dari TU	Mengambil surat izin ke TU dan langsung ke kantor gubernur untuk meminta izin penelitian lagi.
17	8 Mei 2014	Mengantarkan surat tembusan	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mentri olahraga</li> <li>• Mentri kebudayaan</li> </ul>
18	12 Mei 2014	Mengantarkan surat izin penelitian ke BPNB Yogyakarta	Datang ke perpustakaan BPNB Yogyakarta dan diterima ibu Herawati
19	10 Juni 2014	Wawancara dengan kasubag	Datang ke perpustakaan dan bertemu dengan kasubag bapak sumardi
20	16 Juni 2014	Wawancara dengan staf perpustakaan	Datang ke perpustakaan dan bertemu dengan staf perpustakaan bapak Tito Nur widadi
21	19 Juni 2014	Wawancara dengan staf dokumentasi	Datang ke perpustakaan dan bertemu dengan staf dokumentasi bapak giatoro
22	20 Juni 2014	Mengambil data	Datang ke perpustakaan untuk mengambil data

23	11 Agustus 2014	Mengambil data	Datang ke perpustakaan untuk mengambil data dokumentasi
24	24 September 2014	Bimbingan	Revisi bab 4 dan bab 5
25	25 Oktober 2014	Bimbingan	Daftar pustaka dan lampiran
26	26 November 2014	Bimbingan	Cek skripsi keseluruhan
27	10 Desember 2014	Bimbingan	ACC Munaqosah
28	22 Januari 2015	Bimbingan	Ujian Munaqosah

Lampirn 21. Dokumentasi Perpustakaan Balai Pelestarian Nilai Budaya (BPNB)

Yogyakarta.

Gedung Perpustakaan Balai Pelestarian Nilai Budaya (BPNB) Yogyakarta



Ruang Baca Sirkulasi Perpustakaan Balai Pelestarian Nilai Budaya (BPNB)

Yogyakarta



## Jurnal Terbitan Balai Pelestarian Nilai Budaya (BPNB) Yogyakarta



## Brosur Perpustakaan Balai Pelestarian Nilai Budaya (BPNB) Yogyakarta



Kegiatan Pameran Balai Pelestarian Nilai Budaya (BPNB) Yogyakarta di Sanur  
Bali



Kegiatan Pameran Balai Pelestarian Nilai Budaya (BPNB) Yogyakarta di  
Yogyakarta



## Kegiatan Pameran Balai Pelestarian Nilai Budaya (BPNB) Yogyakarta di Padang



## Website Perpustakaan Balai Pelestarian Nilai Budaya (BPNB) Yogyakarta



### Wawancara Dengan Kasubag TU



### Wawancara Dengan Staf Perpustakaan Balai Pelestarian Nilai Budaya (BPNB) Yogyakarta



## Wawancara Dengan Staf Dokumentasi Balai Pelestarian Nilai Budaya (BPNB)

Yogyakarta



## Wawancara Dengan Pengguna





## Koleksi Film



## Koleksi Terbitan



## Lampiran 22. Surat Ketersediaan Informan

Yogyakarta, 16 juni 2014

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Tito Nur Widadi, Amd

Jabatan: Staf Perpustakaan

Menyatakan bahwa menyetujui untuk ditampilkan namanya dan menyatakan bahwa apa yang ditulis memang benar adanya, dalam penulisan diskripsi yang berjudul” Strategi Pemasaran di Perpustakaan Balai Pelestarian Nilai Budaya (BPNB) Yogyakarta” sebagai narasumber dalam pengumpulan data dilapangan.

Demikian surat ini dibuat dengan sebenar-benarnya.

Menyetujui,

Tito Nur Widadi, Amd

## Lampiran 23. Surat Ketersediaan Informan

Yogyakarta, 16 juni 2014

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Nur Malia

Jabatan: Pengguna

Menyatakan bahwa menyetujui untuk ditampilkan namanya dan menyatakan bahwa apa yang ditulis memang benar adanya, dalam penulisan diskripsi yang berjudul” Strategi Pemasaran di Perpustakaan Balai Pelestarian Nilai Budaya (BPNB) Yogyakarta” sebagai narasumber dalam pengumpulan data dilapangan.

Demikian surat ini dibuat dengan sebenar-benarnya.

Menyetujui,

Nur Malia

## Lampiran 24. Surat Ketersediaan Informan

Yogyakarta, 16 juni 2014

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Drs. Supardi, MM

Jabatan: TU Balai Pelestarian Nilai Budaya (BPNB) Yogyakarta

Menyatakan bahwa menyetujui untuk ditampilkan namanya dan menyatakan bahwa apa yang ditulis memang benar adanya, dalam penulisan diskripsi yang berjudul” Strategi Pemasaran di Perpustakaan Balai Pelestarian Nilai Budaya (BPNB) Yogyakarta” sebagai narasumber dalam pengumpulan data lapangan.

Demikian surat ini dibuat dengan sebenar-benarnya.

Menyetuju

Drs. Supardi, MM

## Lampiran 25. Surat Ketersediaan Informan

Yogyakarta, 16 juni 2014

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Giantoro. Amd

Jabatan: Staf Dokumentasi Perpustakaan

Menyatakan bahwa menyetujui untuk ditampilkan namanya dan menyatakan bahwa apa yang ditulis memang benar adanya, dalam penulisan diskripsi yang berjudul” Strategi Pemasaran di Perpustakaan Balai Pelestarian Nilai Budaya (BPNB) Yogyakarta” sebagai narasumber dalam pengumpulan data dilapangan.

Demikian surat ini dibuat dengan sebenar-benarnya.

Menyetuju,

Giantoro. Amd

## Lampiran 26. Surat Ketersediaan Informan

Yogyakarta, 16 juni 2014

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Uswatun Hasanah

Jabatan: Pengguna

Menyatakan bahwa menyetujui untuk ditampilkan namanya dan menyatakan bahwa apa yang ditulis memang benar adanya, dalam penulisan diskripsi yang berjudul” Strategi Pemasaran di Perpustakaan Balai Pelestarian Nilai Budaya (BPNB) Yogyakarta” sebagai narasumber dalam pengumpulan data lapangan.

Demikian surat ini dibuat dengan sebenar-benarnya.

Menyetuju,

Uswatun Hasanah

## Lampiran 27. Kisi Kisi Observasi

NO	KEGIATAN	KETERANGAN
1.	Mengamati Pemasaran yang dilakukan oleh staff perpustakaan	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pameran</li> <li>• Ceramah seminar</li> <li>• Brosur</li> <li>• Bazar</li> <li>• Lomba dan kuis</li> <li>• Wisata perpustakaan</li> <li>• Pemutaran film</li> <li>• Penelitian</li> <li>• web</li> </ul>
2.	Mengamati apakah staf selalu menggunakan Pemasaran	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pameran</li> <li>• Ceramah seminar</li> <li>• Brosur</li> <li>• Bazar</li> <li>• Lomba dan kuis</li> <li>• Wisata perpustakaan</li> <li>• Pemutaran film</li> <li>• Penelitian</li> <li>• web</li> </ul>
3.	Mengawasi kapan Pemasaran dilakukan oleh staf	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Jam kerja</li> <li>• <i>Event-event</i></li> </ul>
4.	Mengamati apakah pengguna dilibatkan langsung dalam kegiatan Pemasaran	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pameran</li> <li>• Ceramah seminar</li> <li>• Brosur</li> <li>• Bazar</li> <li>• Lomba dan kuis</li> <li>• Wisata perpustakaan</li> <li>• Pemutaran film</li> <li>• Penelitian</li> <li>• web</li> </ul>
5.	Mengamati apakah pengguna ikut serta dalam kegiatan Pemasaran	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pameran</li> <li>• Ceramah seminar</li> <li>• Brosur</li> <li>• Bazar</li> <li>• Lomba dan kuis</li> <li>• Wisata perpustakaan</li> <li>• Pemutaran film</li> <li>• Penelitian</li> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"><li>• web</li></ul>
6.	Mengamati biaya administrasi	<ul style="list-style-type: none"><li>• Pameran</li><li>• Ceramah seminar</li><li>• Brosur</li><li>• Bazar</li><li>• Lomba dan kuis</li><li>• Wisata perpustakaan</li><li>• Pemutaran film</li><li>• Penelitian</li><li>• web</li></ul>
7.	Mengamati tim peneliti	<ul style="list-style-type: none"><li>• Staf</li><li>• Tim peneliti</li></ul>



## Lampiran 28. Daftar Riwayat Hidup

## A. Identitas Diri

Nama : Ayu Ratna Wulandari  
Tempat/ tgl lahir : Sumenep, 8 Juli 1990  
Alamat rumah : Dusun Tonggal Medelan Kec. Lenteng Kab.  
Sumenep Madura  
Jenis kelamin : perempuan  
Nama ayah : Abu Sofyan  
Nama ibu : Juhariah

## B. Riwayat Pendidikan

1995 - 1996 : Taman Kanan-Kanan  
1996 - 2002 : Sekolah Dasar Negeri  
2002 - 2004 : Madrasah Tsanawiyah  
2005 - 2008 : Madrasah Aliyah  
2010 - 2015 : Strata 1

Ayu Ratna Wulandari

Nim. 10140106

