

# Menjajikan" Citra Perpustakaan Nasional dan Pengembangan Layanan Bagi Khalayak <sup>[1]</sup>

By Ahmad Husein

Source:

<http://duamata.blogspot.com/2006/08/menjajikan-citra-perpustakaan-nasional.html>

*Abstract:*

*This paper describes about the role and function of Indonesian National Library, the author discuss why The National Library never been used as the first destination by the library users/ patron. Some suggestions given by the author to improve national library services also noted in this paper, as well as some promotional tips.*

Apa yang terbetik dalam benak orang ketika mendengar kata perpustakaan? Bagi para pencinta buku, perpustakaan adalah 'surga' kecil tempat mereka menemukan sejumlah kebahagiaan intelektual. Untuk sejumlah tertentu pelajar, mahasiswa, atau peneliti, perpustakaan adalah 'gudang ilmu' yang wajib 'diacak-acak' isinya untuk menemukan petunjuk yang mereka butuhkan.

Akan tetapi, bagi banyak lapisan masyarakat lain, kata perpustakaan tidak lebih berharga dari program infotainment televisi. Para pekerja dan eksekutif muda barangkali menempatkan perbendaharaan kata perpustakaan di urutan ke sekian, setelah istilah-istilah akuntansi, ekonomi, dan bidang lain yang terkait dengan pekerjaan rutin harian. Bahkan di kalangan pelajar dan mahasiswa sekali pun, kosa kata perpustakaan kalah pamor dengan toko buku, mal, plasa atau hypermarket, dan internet search engine.

Itu baru soal kata perpustakaan. Apabila lebih khusus bicara soal Perpustakaan Nasional R.I. maka persoalannya bisa jadi lebih runyam. Meskipun sepanjang pengetahuan Penulis belum ada survei nasional tertentu yang mencari tahu prosentase masyarakat yang pernah mengunjungi dan memanfaatkan jasa Perpustakaan Nasional, akan tetapi tidak terlalu keliru jika dikatakan bahwasanya Perpustakaan Nasional mengalami nasib kurang lebih sama dengan persepsi masyarakat terhadap istilah perpustakaan pada umumnya. Perpustakaan Nasional bukanlah institusi populer, apalagi dianggap bermanfaat. Jika 'diadu' dengan keberadaan toko buku grup-grup perusahaan besar dan perpustakaan milik asing, citra Perpustakaan Nasional rasanya sudah pasti kalah dengan status "knock out" (KO).

## **Problema Perpustakaan Nasional**

Ada banyak faktor yang menyebabkan Perpustakaan Nasional tidak menjadi pilihan utama (atau malah bukan pilihan sama sekali) sebagai tempat layanan yang dibutuhkan masyarakat.

**Faktor Pertama**, soal ketidaktahuan. Tidak semua orang paham tentang Perpustakaan Nasional berikut peran dan fungsinya. Dalam perspektif lain, Perpustakaan Nasional sering disalah pahami sebagai lembaga yang sekadar menyimpan manuskrip dan dokumen lawas bersejarah. Walhasil, ia masih sering dipersepsikan sebagai 'museum buku', bahkan

tumpang tindih makna dengan Lembaga Arsip Nasional, bukan sebagai lembaga penyedia bahan bacaan dan informasi yang aktual dan mutakhir.

Padahal, secara formal [2] keberadaan lembaga ini diarahkan untuk berfungsi sebagai:

- a) pusat informasi nasional, ilmu pengetahuan, teknologi, dan budaya;
- b) pusat deposit nasional, pengembalian Undang-Undang Nomor 4 tahun 1990 tentang Serah Simpan Karya Cetak dan Karya Rekam;
- c) pusat pengembangan sistem perpustakaan dalam rangka pembinaan semua jenis perpustakaan;
- d) pusat pengembangan dan pembinaan sumberdaya manusia di bidang perpustakaan, serta pusat hubungan dan kerja sama antarperpustakaan di dalam dan di luar negeri.

**Mastini Hardjoprakoso [3]** menegaskan, seiring dengan perkembangan ilmu dan teknologi, termasuk ilmu dan teknologi informasi, perpustakaan modern telah pula memberdayakan hasil-hasil ilmu dan teknologi modern. Karena itu, maka dewasa ini sudah berkembang perpustakaan otomatisasi, perpustakaan elektronik, dan perpustakaan virtual.

**Faktor kedua** lebih banyak disebabkan oleh ketiadaan atau kekurangan waktu. Khususnya di perkotaan, bagi para pegawai dan kalangan menengah yang bekerja, adalah hal yang hampir mustahil untuk dapat mengunjungi perpustakaan (termasuk Perpustakaan Nasional di Jakarta). Hanya orang-orang tertentu yang dapat mengakses secara langsung perpustakaan/Perpustakaan Nasional, seperti peneliti, mahasiswa yang tengah mengerjakan skripsi atau tesis, dan siswa lain yang memperoleh tugas dari sekolah. Ketidadaan waktu serta kesibukan membuat kunjungan ke perpustakaan bukanlah pilihan yang tepat. Untuk memenuhi kebutuhan informasi, kalangan ini biasanya memanfaatkan perpustakaan milik kantor, atau mencari dan membeli buku di toko-toko buku, serta menjelajah situs web di internet.

Di lain pihak, penyediaan jumlah perpustakaan di Indonesia sendiri masih amat kurang dibandingkan dengan jumlah penduduk yang lebih dari 220 juta jiwa. Data tahun 1999 menyebutkan bahwasanya di Indonesia terdapat **1 (satu) perpustakaan nasional, 2.583 perpustakaan umum, 117.000 perpustakaan sekolah** dengan total koleksi 106 juta buku, **798 perpustakaan universitas**, dan **326 perpustakaan khusus [4]**.

Khusus tentang pemanfaatan internet, informasi mengenai buku dan penerbit kini dengan mudah dapat diakses, baik keluaran lama maupun terkini, dan memungkinkan pembeli memesan secara online. Demikian pula forum-forum diskusi buku telah banyak berdiri. Setidaknya seperti mailing list **pasar-buku@yahogroups.com** (berdiri Januari 2000), dengan jumlah anggota lebih dari 1700 orang dari berbagai kalangan, baik pembaca, penerbit, distributor buku, dan penulisnya sendiri. Lewat forum independen ini, khalayak dengan mudah saling bertukar informasi tentang seluk-beluk menulis, mencari, dan/atau memperoleh berbagai jenis buku.

**Faktor ketiga** adalah ketidaklengkapan. Untuk menjelaskan hal ini, hasil survei dari Perpustakaan Nasional terhadap pengunjung patut menjadi bahan renungan [5]. Dari sana, diperoleh penjelasan bahwasanya jumlah koleksi Perpustakaan Nasional RI berdasarkan hasil *stock opname* tahun 2004 adalah 306.191 judul, atau 1.897.597 eksemplar, yang

terdiri dari monograf, audio visual, manuskrip majalah, dan surat kabar. Meskipun hasil survei terhadap 1.282 responden (yang mengembalikan kuesioner) menunjukkan 47,38% dari mereka menilai Perpustakaan Nasional sudah memadai atau baik dan 7,58% menyatakan kepuasannya, ternyata masih ada 34,63% lainnya yang menyatakan ragu-ragu, 12,69% tidak puas, dan 3,08% sangat tidak puas.

Salah satu yang menjadi keluhan ketidakpuasan antara lain adalah kurang mutakhirnya buku-buku di Perpustakaan Nasional. Dari 3.055 judul atau 6042 eksemplar hasil pengadaan tahun 2004, yang dikirim untuk layanan tercatat berjumlah 2.419 judul atau 4.421 eksemplar. Dari jumlah itu, yang memiliki nomor induk dengan angka tahun 2004 hanya 731 judul. Karena hal ini pula, dapat dimengerti jika ada masyarakat yang lebih memilih mengunjungi toko buku karena kemutakhiran terbitan dan jenis buku yang disediakan dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka.

**Faktor keempat** yang tak kalah penting adalah kekhawatiran adanya ketidaknyamanan dalam menikmati layanan di Perpustakaan Nasional dan perpustakaan-perpustakaan lain pada umumnya. Ketidaknyamanan ini uniknya juga dikeluhkan oleh sebagian responden dalam survei yang disebut di atas sebelumnya. Hal itu berupa mahalnya tarif fotocopy, sarana penelusuran katalog kartu maupun OPAC yang tidak memadai, dan petugas layanan yang kurang komunikatif.

Bagi para pekerja kantoran yang lebih mengandalkan internet, 'keramahan' mesin pencari (*search engine*) seperti **Google** ([www.google.com](http://www.google.com)) dan **Yahoo!** ([www.yahoo.com](http://www.yahoo.com)), serta mesin pencari lainnya (Altavista, Ask Jeeves, dan sebagainya) dipercaya jauh mengalahkan layanan perpustakaan.

Mesin pencari tersebut bukan sekadar alat, tetapi juga 'profesor gratisan' yang baik, penuh pengertian, dan mampu menyediakan beribu kemungkinan. Secara berkelakar Penulis dapat mengatakan, di perpustakaan setiap pengunjung punya peluang untuk diomeli (atau setidaknya memperoleh vonis tatapan mata penuh kekesalan dari petugas perpustakaan) apabila melakukan kesalahan dalam memasukkan suatu permintaan.

Sebaliknya, Google dan Yahoo! malah memberi pengunjungnya tips dan saran, manakala pengguna keliru memasukkan jenis permintaan. Dan bila jenis informasi yang dikehendaki tidak ditemukan, Google dan Yahoo! selalu mengucapkan kata "Sorry" serta menawarkan alternatif pencarian lain. Mesin ini juga tidak pernah marah dan mengeluh terhadap permintaan apapun yang masuk, sehingga terkesan lebih manusiawi dibandingkan petugas perpustakaan sendiri.

Sekadar informasi, untuk Google saja, layanan pencarian yang disediakan secara cuma-cuma meliputi tak kurang dari **8.058.044.651 (delapan milyar lebih!) halaman web**. Ratusan ribu bahkan jutaan di antaranya berbentuk file elektronik novel, jurnal, musik, lagu, dan film serta dokumen lain dari berbagai disiplin ilmu dengan beragam format. Lantas, dengan kenyamanan yang demikian prima, untuk apa bersusah payah menghabiskan waktu ke perpustakaan untuk kemudahan dan kenyamanan yang belum tentu akan diperoleh?

### **Perlunya Strategi Komunikasi Pemasaran**

Dengan berbagai masalah dan tantangan di atas, sudah seharusnya Perpustakaan Nasional menyesuaikan diri sebagaimana layaknya sebuah organisasi modern bekerja.

Pendekatan modern memandang organisasi sebagai suatu sistem yang terbuka [6]. Artinya, ia merupakan bagian tak terpisahkan dari lingkungannya, sehingga bisa jadi organisasi mempengaruhi atau dipengaruhi lingkungan tersebut. Hal ini berbeda dengan pendekatan klasik dan neo-klasik, yang memandang organisasi sebagai sistem tertutup, sehingga peran lingkungan dinafikan. Untuk itu, Perpustakaan Nasional harus cepat tanggap terhadap perkembangan yang terjadi di lingkungan luar dan menyesuaikan strategi dan kegiatannya agar dapat memenuhi apa yang diinginkan lingkungan, sekaligus sesuai dengan tujuan organisasi itu sendiri.

Terkait dengan fungsinya sebagai pusat informasi nasional, ilmu pengetahuan, teknologi, dan budaya, harus diakui Perpustakaan Nasional belum memiliki tingkat citra yang memenuhi fungsi tersebut. Dengan empat persoalan utama sebagaimana dipaparkan sebelumnya di atas, Perpustakaan Nasional sudah saatnya menyusun strategi yang lebih jelas dan terarah, agar eksistensinya diketahui dan diterima masyarakat sebagaimana mestinya. Sebagai sebuah institusi modern yang 'menjajakan' layanan informasi, Perpustakaan Nasional perlu mengadopsi atau mengadaptasi konsep komunikasi pemasaran seperti yang telah banyak dilakukan lembaga lainnya. Konsep komunikasi pemasaran bukanlah semata milik organisasi atau lembaga komersial, melainkan juga dapat diterapkan oleh organisasi berbasis nirlaba atau non-profit. Beberapa kalangan menyebutnya sebagai upaya marketing (pemasaran) sosial.

Komunikasi pemasaran menekankan lima asas penting yakni [7]:

1. pemasaran adalah sebuah proses;
2. pemasaran membantu orang dan organisasi memuaskan atau memenuhi kebutuhan mereka;
3. pemasaran melibatkan banyak jenis kegiatan dan fungsi;
4. pemasaran melibatkan lembaga-lembaga; dan
5. tujuan pemasaran adalah membangun dan menjaga hubungan satu sama lain (penyedia layanan dan klien/konsumennya).

Mengacu pada kelima prinsip tersebut, Perpustakaan Nasional hendaknya melakukan proses agar khalayak memperoleh informasi yang benar dan komprehensif tentang peran dan fungsi lembaga tersebut. Perpustakaan Nasional juga harus berupaya agar dengan proses itu, *fungsi* dan *peran* mereka sebagaimana yang telah diamanatkan dalam **Keppres No. 11 tahun 1989** dapat dipenuhi. Di lain pihak, publik juga dapat dipenuhi, bukan saja kebutuhannya (needs) melainkan juga keinginan (wants) terhadap keberadaan Perpustakaan Nasional berikut layanan yang disediakan. Lebih jauh lagi, Perpustakaan Nasional harus melakukan upaya yang terus-menerus, melalui berbagai jenis kegiatan, untuk menjaring peminat baru serta mengelola peminat yang telah memanfaatkan layanannya. Dan yang tak kalah penting, Perpustakaan Nasional membutuhkan sinergi dengan berbagai lembaga dan organisasi lainnya dalam membantu terwujudnya tujuan mereka.

### **Informasi Komprehensif**

Hal penting yang perlu dilakukan antara lain menyediakan informasi yang benar dan komprehensif tentang Perpustakaan Nasional itu sendiri. Hal ini tidak melulu dilakukan melalui situs web, selebaran, atau brosur, sebagaimana yang lazim dilakukan banyak lembaga. Perpustakaan Nasional dapat melakukan pendekatan berupa kunjungan dan penjalinan kerja sama terhadap pihak-pihak yang dianggap potensial dan bersentuhan

langsung dengan kebutuhan memperoleh beragam informasi serta hal-hal yang terkait dengan perpustakaan, seperti sekolah-sekolah, kampus, instansi pemerintah, swasta, dan lain-lain. Ini berguna dalam rangka menggaet perhatian dan kesadaran publik sebagai audiens target akan pentingnya keberadaan dan fungsi perpustakaan (nasional), sekaligus menumbuhkan kecintaan pada buku pada umumnya, serta perpustakaan pada khususnya.

Sesungguhnya, selama ini sudah ada sosialisasi dan upaya melayani yang cukup bagus yang terlihat oleh publik, semisal perpustakaan keliling dengan menggunakan mobil khusus. Meskipun menjanjikan, sayangnya ini belum efektif. Bisa jadi, hal tersebut dipengaruhi karena keterbatasan armada dan anggaran. Perpustakaan keliling sebenarnya dapat menjadi bagian dari kampanye mencintai buku dan menggemari perpustakaan, apabila kehadirannya tidak sekadar di sekolah-sekolah atau lembaga 'konvensional' lainnya. Untuk jangka panjang, perlu terobosan lebih berani, antara lain dengan menempatkan mobil-mobil perpustakaan keliling secara rutin di gedung-gedung perkantoran besar di sekitar Jakarta.

### **Pentingnya Kampanye Citra**

Dari berbagai upaya tersebut, langkah penting yang perlu diambil dan akan membutuhkan kerja keras adalah upaya menghadirkan citra perpustakaan (dan Perpustakaan Nasional) sebagai suatu institusi yang bukan distereotipkan hanya milik para pelajar, peneliti, atau mahasiswa yang sedang butuh literatur. Karena itu, kampanye pencitraan tentang Perpustakaan Nasional yang berkesinambungan perlu untuk dipikirkan dengan seksama.

Perpustakaan Nasional --dan pemerintah-- tidak bisa hanya mengandalkan pada momen dan peristiwa tertentu yang sifatnya tahunan belaka, seperti penetapan **bulan Mei** sebagai **Bulan Buku**, sebagaimana yang dicanangkan sejak 2 Mei 1995 oleh Presiden R.I kala itu, Soeharto, di Pontianak. Demikian juga dengan pemanfaatan **bulan September** sebagai **Bulan Gemar Baca**, berbarengan dengan **Hari Aksara Internasional** yang jatuh pada bulan sama. Kampanye tentang Perpustakaan Nasional sebagai pusat informasi, ilmu pengetahuan, dan budaya harus dilakukan lebih gencar dan harus senantiasa dikaitkan dengan kampanye gemar membaca dan cinta buku yang sudah ada sebelumnya. Hal ini penting untuk dicamkan, mengingat tingginya angka statistik melek huruf penduduk Indonesia yang telah mencapai 84% (jauh di atas rata-rata negara berkembang yang hanya 69%) tidak diiringi dengan meningkat drastisnya minat baca, daya beli, dan ketersediaan buku yang akan dibaca [8]. Oleh sebab itu, suburnya pertumbuhan klub-klub penggemar dan membaca buku lima tahun terakhir ini, sebenarnya menjadi hal yang patut disyukuri karena dapat dimanfaatkan untuk membantu mendukung kampanye terpadu yang akan dilakukan tersebut.

Pesan utama kampanye adalah membangun citra bahwasanya Perpustakaan Nasional hadir tidak sekadar memenuhi kebutuhan publik akan informasi melainkan juga representasi dari gaya hidup manusia modern, yang memadukan unsur pendidikan, wisata, dan hiburan sekaligus. Model kampanye seperti pemakaian dan penjualan gelang atau pita simbolisasi dukungan kampanye (sebagaimana yang telah dilakukan dalam kampanye pendidikan untuk anak korban bencana alam) patut menjadi contoh, berikut penyebaran slogan yang mengena dan mudah diingat publik.

Selain itu, penawaran menjadi anggota kehormatan Perpustakaan Nasional bagi kalangan swasta, ilmuwan, selebritis, dan khalayak umum, dengan fasilitas dan insentif bersifat edukasional dari Perpustakaan Nasional, dapat mendongkrak citra Perpustakaan Nasional,

sekaligus menggaet pendanaan, sejauh yang diijinkan oleh peraturan yang berlaku. Pada akhirnya, kampanye diharapkan dapat menghasilkan perubahan persepsi, sikap, hingga perilaku publik tentang Perpustakaan Nasional. Di kalangan masyarakat, orang akan merasa malu dan ketinggalan jaman apabila tidak pernah ke Perpustakaan Nasional, atau tidak menjadi anggotanya. Sama malunya apabila seseorang di masa kini tidak memiliki alamat e-mail atau situs pribadi.

Dengan demikian, kelak seorang ayah akan dengan bangga membawa anaknya ke Perpustakaan Nasional, sebagaimana mereka bangga membawa keluarganya berplesiran ke toko buku Gramedia dan Gunung Agung. Perpustakaan tidak lagi mengesankan sebuah gedung suram, kuno, dan serius, tempat dokumen-dokumen lama disimpan, melainkan menjadi tempat menarik sebagai pusat perbincangan mengenai perpustakaan itu sendiri, buku, ilmu pengetahuan, dan berbagai informasi mutakhir lainnya.

Yang terjadi saat ini, membayangkan Perpustakaan Nasional sebagaimana layaknya toko buku swalayan besar berdekorasi cerah dan bernuansa kafe, sebagaimana model toko buku seperti QB dan Aksara, amat jauh panggang dari api. Para pebisnis toko buku gaya baru seperti itu harus diakui sukses menggabungkan antara bisnis penjualan buku, gerakan cinta buku dan gemar membaca, sebagai sebuah gaya hidup terhormat. Dalam jangka panjang, Perpustakaan Nasional hendaknya menerapkan pula perpaduan semacam itu dengan modifikasi di sana-sini, sesuai peran dan fungsinya yang telah diatur negara.

Strategi ini tidaklah muluk-muluk. Untuk Indonesia yang berpenduduk lebih dari 220 juta dan wilayah yang amat luas, jumlah toko dan kios buku yang ada masih amat kurang, sekitar 2000 buah [9]. Jumlah itu dibandingkan luas kepulauan Nusantara dan jumlah penduduk masih kurang mencukupi. Toko yang disebut kebanyakan berupa toko kecil sederhana dengan luas rata-rata 10 meter persegi. Hanya sekitar 5% dari toko buku yang dikategorikan modern dan dibangun di kota-kota besar. Perpustakaan Nasional, berikut jaringan perpustakaan daerah yang ada di dalam negeri, dapat mengisi ceruk kekosongan yang masih cukup menganga lebar tersebut.

Pengelolaan perpustakaan secara lebih terbuka dan bersahabat juga terbukti lebih mengundang banyak pengunjung, sebagaimana yang pernah diungkapkan oleh **G. Sukadi (1996)** tentang perpustakaan ala swalayan di Universitas Sanata Darma. Dengan ruangan ber-AC, memiliki ruang diskusi dan seminar, dan kebebasan pengunjung mencari serta membaca buku yang mereka inginkan, telah terbukti meningkatkan jumlah pengunjung [10].

Kampanye dan bentuk komunikasi pemasaran seperti ini memang memerlukan konsultan komunikasi pemasaran yang kompeten, diiringi dengan rekrutmen dan peningkatan kapasitas staf humas dan pegawai Perpustakaan Nasional pada umumnya. Selain itu, untuk mencapai gaung yang diharapkan, kerja sama erat dengan pers dan media massa menjadi suatu hal yang tak dapat ditawar-tawar.

### **Internet dan Masa Depan Perpustakaan**

Perpustakaan Nasional harus menyediakan informasi tentang isi dan keunggulan layanannya supaya diketahui dan dinikmati publik, termasuk kalangan yang telah melek dan akrab dengan teknologi. Situs web misalnya, seharusnya berisi content yang komprehensif, tidak sekadar menampilkan daftar koleksi, yang itu pun sering kali tidak lengkap. Yang terjadi selama ini, walaupun terdapat file atau dokumen yang tersedia secara gratis di **internet** ([www.pnri.go.id](http://www.pnri.go.id)), kebanyakan di antaranya hanya berguna untuk kalangan

pustakawan sendiri, bukan untuk publik kebanyakan. Padahal, publik ingin tahu, apa yang bisa mereka dapatkan dari situs Perpustakaan Nasional? Bagaimana caranya mendapatkan fotokopi untuk topik-topik spesifik semisal manajemen dan pemasaran, yang mungkin banyak dibutuhkan kalangan perkantoran (selain dengan men-download file gratis berformat PDF dari situs Perpustakaan Nasional).

Usaha ini dapat diwujudkan antara lain dengan penyediaan layanan antar (*delivery order*) seperti halnya toko buku online (hal yang telah dilakukan oleh toko-toko buku online, contohnya Ekuator). Dengan demikian, meskipun tidak dapat berkunjung secara fisik ke Perpustakaan Nasional, pengguna tetap dapat meminta jasa fotokopi atau pun kumpulan file dalam CD-ROM untuk dikirim ke alamatnya. Jika ini dilakukan dengan serius dan sistematis, menemukan banyak peminat yang masuk kategori seperti ini dan mau bertransaksi secara elektronik tidaklah susah.

Pemanfaatan internet dapat dioptimalkan, misalnya dengan menempatkan petugas Perpustakaan Nasional untuk senantiasa memantau --dan bila perlu terlibat aktif-- memfasilitasi permintaan dan pertanyaan tentang informasi buku serta perpustakaan, baik lewat e-mail yang masuk ke Perpustakaan Nasional dan dialog interaktif di situs [www.pnri.go.id](http://www.pnri.go.id), maupun diskusi-diskusi interaktif di berbagai mailing list yang bertopik perbukuan. Perpustakaan Nasional dapat membuat mailing list khusus pengunjung/anggota Perpustakaan Nasional, memasukkan posting tentang buku baru yang baru datang secara rutin ke berbagai mailing list dan kelompok diskusi maya, hingga mengadakan pekan khusus akses gratis berbagai dokumen terpilih yang disediakan oleh Perpustakaan Nasional. Khusus bagi layanan berbasis internet yang terakhir disebut di atas, ternyata terbukti sukses mendulang perhatian publik hingga mancanegara, seperti yang dilakukan oleh Penerbit SAGE Publication sepanjang Oktober 2004 lalu dalam rangka memperingati hari ulang tahunnya. Pengunjung dapat mengakses situs mereka dan men-download secara gratis ribuan dokumen dari berbagai jurnal penelitian dan buku dalam format PDF.

### **Mulai Sekarang Juga**

Menerapkan strategi sebagaimana yang diusulkan di atas tentulah tidak semudah membalikkan telapak tangan. Hal ini mengingat masih banyaknya masalah dan kendala yang dihadapi, seperti belum memadainya kondisi ekonomi bangsa. Selain itu, untuk menerapkan strategi komunikasi pemasaran yang jitu bagi Perpustakaan Nasional, pembenahan dari dalam juga tak kalah penting untuk dilakukan, mulai dari peningkatan kapasitas pegawai, perbaikan layanan dan fungsi situs web milik Perpustakaan Nasional (termasuk peningkatan kapasitas server dan sebagainya), hingga penataan ulang tata letak dan peruntukan ruang di Perpustakaan Nasional. Semua ini memerlukan tenaga, waktu, dan biaya yang tidak sedikit.

Oleh karenanya, Perpustakaan Nasional dapat memulai dengan menyusun prioritas tentang apa yang patut untuk dibenahi terlebih dahulu, dengan konsekuensi yang seminimal mungkin. Mengutip apa yang diucapkan da'i kondang Indonesia, K.H. Abdullah Gymnastiar (Aa Gym), Perpustakaan Nasional dapat melakukan perbaikan, perubahan, dan peningkatan mutu melalui 3M: "mulai dari diri sendiri (internal); mulai dari yang kecil; dan mulai sekarang juga".

\*\*\*\*\*

[1] Tulisan Favorit ke-4 dalam kompetisi menyambut Ultah Perpustakaan 2005.

- [2] Sebagaimana disebutkan dalam Keppres Nomor 11 tahun 1989 tentang Perpustakaan Nasional.
- [3] "Buku dan Perpustakaan" dalam "Buku Membangun Kualitas Bangsa"; Kanisius, 1997.
- [4] Alfons Taryadi: "Buku dalam Indonesia Baru". Yayasan Obor Indonesia. 1999.
- [5] Lihat [www.pnri.go.id](http://www.pnri.go.id), Kamis, 30 Desember 2004; "Kajian Pemakai untuk Tingkatkan Kinerja Layanan".
- [6] Stephen P. Robbins: "Teori Organisasi; Struktur, Desain & Aplikasi". Arcan. 1994.
- [7] William G. Nickels: "Marketing Communication and Promotion". Text and Cases, 3rd Edition. John Wiley and Sons, US. 1984.
- [8] Ignas Kleden dalam Taryadi: "Buku dalam Indonesia Baru"; Yayasan Obor Indonesia, 1999.
- [9] Mengacu pada Alfons Taryadi Taryadi: "Buku dalam Indonesia Baru"; Yayasan Obor Indonesia. 1999.
- [10] diceritakan Alfons Taryadi: "Problema dan Prospek Dunia Penerbitan Buku di Indonesia" dalam "Buku Membangun Kualitas Bangsa", Kanisius. Jakarta, 1997.

----- oOo -----