

Strategi Bauran Komunikasi Pemasaran Perpustakaan Naskah Daun Lontar di Bali Dalam Meningkatkan Jumlah Kunjungan

Surya Adi Sasmita^{1*)}, Miftahunnisa Igiriza², Sutartono³, SriSuharmini⁴

¹⁻⁴ Program Studi Perpustakaan dan Sains Informasi, Universitas Terbuka
Jl. Cabe Raya, Pondok Cabe, Pamulang, Kota Tangerang Selatan, Indonesia

*) Korespondensi: suryaadisasmita@ecampus.ut.ac.id

Abstract

[The Strategy of Marketing Communication Mix at Palm Leaf Manuscript Libraries Bali in Increasing Number of Visits] Lontar manuscripts are cultural treasures of great value in Bali, preserving the history of culture and religion. One of the libraries that holds a valuable collection of lontar manuscripts is the Gedong Kirtya Library. This library was discovered as a legacy from I Gusti Putu Jelantik, a king of the Buleleng Kingdom during the Dutch colonial era. The name "Gedong Kirtya" was given by I Gusti Putu Jelantik and signifies effort or hard work in Sanskrit. The Gedong Kirtya Library is not the only library in Bali that preserves lontar manuscripts. Therefore, the library needs to have an effective marketing strategy to increase the number of visitors, especially tourists who come to the library. This research adopts a qualitative approach and a constructivist paradigm. The aim of this study is to analyze the marketing communication strategy implemented by the Gedong Kirtya Library, using the 7P marketing communication concept based on information. This concept encompasses aspects such as product, place, price, promotion, people, process, and physical evidence, which are expected to depict the type of marketing conducted by the management of the Gedong Kirtya Library. Additionally, the research aims to serve as an evaluation material for future managers to enhance marketing efforts and attract a larger number of visitors, both domestic and international tourists.

Keywords : *Gedong Kirtya; Leaf Palm; Bali Library*

Abstrak

Naskah daun lontar merupakan peninggalan budaya yang bernilai tinggi di Bali, menyimpan sejarah kebudayaan dan agama. Salah satu perpustakaan yang memiliki koleksi naskah daun lontar yang berharga adalah Perpustakaan Gedong Kirtya. Perpustakaan ini ditemukan sebagai warisan dari I Gusti Putu Jelantik, seorang raja dari Kerajaan Buleleng pada masa pemerintahan Hindia Belanda. Nama "Gedong Kirtya" sendiri diberikan oleh I Gusti Putu Jelantik dan memiliki arti usaha atau jerih payah dalam bahasa Sanskerta. Perpustakaan Gedong Kirtya bukan satu-satunya perpustakaan di Bali yang menyimpan naskah daun lontar. Oleh karena itu, perpustakaan ini perlu memiliki strategi pemasaran yang efektif untuk meningkatkan jumlah pengunjung, terutama wisatawan yang datang ke perpustakaan ini. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan paradigma konstruktivis. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi bauran komunikasi pemasaran yang telah dijalankan oleh Perpustakaan Gedong Kirtya, dengan menggunakan konsep bauran komunikasi pemasaran 7P berbasis informasi. Konsep ini melibatkan aspek-aspek seperti produk, tempat, harga, promosi, orang, proses, dan bukti fisik yang diharapkan dapat menggambarkan jenis pemasaran yang telah dilakukan oleh pengelola Perpustakaan Gedong Kirtya. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan menjadi bahan evaluasi bagi pengelola ke depannya untuk meningkatkan pemasaran dan jumlah pengunjung, baik dari wisatawan domestik maupun internasional.

Kata Kunci : *Daun Lontar; Gedong Kirtya; Perpustakaan Bali*

1. Pendahuluan

Lontar Bali telah diakui sebagai produk budaya yang menjadi warisan dunia. Menurut Bali Cultural Heritage Conservation, dalam tulisan Ida Bagus Rai Putra (Vol.3, 2012), lontar Bali memiliki karakteristik yang membuatnya layak menjadi warisan budaya dunia. Pertama, lontar Bali

merupakan warisan budaya intelektual yang kaya. Kedua, lontar Bali adalah tradisi yang masih hidup dan terus berkembang. Ketiga, lontar Bali mudah dipindahkan, sehingga dapat diakses oleh berbagai kalangan. Keempat, lontar Bali memiliki wujud fisik dan non-fisik yang dapat disaksikan dan dirasakan. Kelima, lontar Bali memiliki fungsi dan kedudukan yang dihormati dan dianggap sakral dalam masyarakat. Terakhir, lontar Bali telah diakui sebagai salah satu warisan dunia.

Dalam naskah lontar, terdapat kekayaan pemikiran dan spiritual masyarakat Bali yang terwariskan secara tradisional. Masyarakat Bali meyakini bahwa lontar memiliki makna penting dan memberikan manfaat yang besar bagi kehidupan mereka. Lontar, dalam segala bentuk wacana penuturannya, merefleksikan dan mencerminkan kehidupan, menjadi panduan yang menunjukkan contoh dan implementasi kehidupan yang baik dan buruk. Dengan demikian, kandungan lontar yang mencakup berbagai ilmu pengetahuan dan pengalaman hidup dari masa lampau masyarakat Bali dapat dikembangkan untuk mengatur dan meningkatkan kehidupan spiritual dan material pada masa sekarang dan di masa depan.

Menurut Richard (2017) Naskah lontar merupakan warisan budaya leluhur yang berharga dan sangat penting karena di dalam naskah tersebut terdapat pengetahuan dan catatan sejarah kepurbakalaan. Lontar merupakan alat tulis pada masa lampau di Bali sebelum adanya kertas. Lontar yang menjadi alat tulis ini diambil dari daun pohon lontar. Di Bali dikenal dengan nama daun ental.

Perpustakaan daun lontar adalah sebuah institusi yang memiliki peran penting dalam melestarikan dan mempromosikan kekayaan budaya Bali. Sebagai salah satu warisan dunia, lontar Bali telah lama dianggap sebagai sumber pengetahuan yang berharga bagi masyarakat Bali. Perpustakaan ini bertugas mengumpulkan, menjaga, dan menyediakan akses kepada masyarakat terhadap berbagai naskah lontar yang mengandung pengetahuan dan ajaran tradisional Bali. Melalui perpustakaan daun lontar, generasi sekarang dan yang akan datang dapat mempelajari serta menghargai kekayaan intelektual dan spiritual yang terkandung dalam naskah lontar.

Daun lontar, yang juga dikenal sebagai lontar Bali, adalah sejenis daun rontal yang telah lama digunakan oleh masyarakat Bali sebagai media tulis dan penyimpanan pengetahuan. Naskah lontar berisi berbagai informasi penting, termasuk cerita-cerita epik, ajaran agama, astrologi, ilmu perubatan tradisional, dan berbagai aspek kehidupan sehari-hari. Naskah-naskah ini merupakan hasil dari pemikiran dan pengalaman masa lalu yang dikumpulkan dan diwariskan secara turun temurun. Perpustakaan daun lontar hadir sebagai upaya untuk melestarikan dan melindungi kekayaan ini dari kerusakan dan kehilangan. Koleksi naskah lontar yang ada dalam perpustakaan ini menjadi saksi bisu dari sejarah dan budaya Bali yang kaya, serta menjadi sumber inspirasi bagi generasi muda untuk mempelajari dan memahami warisan leluhur mereka.

Selain itu, perpustakaan daun lontar juga berperan penting dalam mempromosikan pengetahuan dan pemahaman tentang budaya Bali ke tingkat yang lebih luas. Dengan menyediakan akses kepada masyarakat umum, peneliti, dan akademisi, perpustakaan ini menjadi pusat pembelajaran dan pertukaran pengetahuan tentang lontar Bali. Namun, perpustakaan daun lontar juga menghadapi

tantangan dalam menjaga dan memelihara naskah-naskah berharga ini. Faktor-faktor seperti kerusakan fisik, perubahan lingkungan, dan kurangnya kesadaran akan pentingnya pelestarian budaya dapat mengancam keberlanjutan dan kelangsungan perpustakaan ini. Oleh karena itu, langkah-langkah untuk melindungi, merawat, dan mempromosikan perpustakaan daun lontar menjadi sangat penting. Kolaborasi antara pemerintah, komunitas lokal, dan institusi pendidikan dapat memberikan dukungan yang diperlukan untuk menjaga keberadaan perpustakaan ini serta menghidupkan kembali minat dan apresiasi terhadap naskah lontar sebagai warisan budaya yang berharga bagi Bali.

Sebagai salah satu perpustakaan yang berisikan warisan budaya yang terletak di daerah wisata yaitu Bali, Perpustakaan Gedong Kirtya memiliki potensi besar untuk menarik pengunjung baik wisatawan domestik maupun internasional yang berkunjung ke Bali. Namun, Indonesia menghadapi tantangan dalam hal literasi yang tercermin dari beberapa data. Menurut tulisan dari Pakistyaningsih,(2014:19), Indonesia berada di peringkat kedua terbawah dalam hal literasi dunia, menunjukkan tingkat minat baca yang rendah, minat baca di kalangan masyarakat Indonesia sangat mengkhawatirkan, hanya sebesar 0,001%. Artinya, dari setiap 1.000 orang Indonesia, hanya satu orang yang secara aktif membaca.

Menurut Agung Sasongko dalam republika sebuah penelitian yang berjudul "World's Most Literate Nations Ranked" yang dilakukan oleh Central Connecticut State University pada Maret 2016, Indonesia menduduki peringkat ke-60 dari 61 negara dalam hal minat membaca. Indonesia berada tepat di bawah Thailand (peringkat 59) dan di atas Botswana (peringkat 61).Padahal, dari segi penilaian infrastuktur untuk mendukung membaca, peringkat Indonesia berada di atas negara-negara Eropa (Kominfo.go.id, 2017). Hasil riset tersebut tentunya membuat tantangan bagi para pengelola perpustakaan Gedong Kirtya Ketika ingin meningkatkan daya tarik untuk meningkatkan jumlah pengunjung perpustakaan khususnya pengunjung dari wisatawan domestik. Sementara tantangan terkait wisatawan internasional adalah di mana Gedong Kirtya bukan satu-satunya perpustakaan yang menyimpan Koleksi Naskah Daun Lontar di Bali. Berdasarkan data yang diperoleh peneliti terdapat dua perpustakaan besar lainnya yang juga menyimpan naskah lontar yaitu Perpustakaan Kebudayaan Dinas Provinsi Bali dan Perpustakaan Daun Lontar milik Universitas Udayana. Sebagai perusahaan yang dikelola secara Pemerintah Daerah, tentunya Perpustakaan Gedung Kirtya harus memiliki strategi khusus dalam memasarkan perpustakaan agar dapat menarik minat pengunjung khususnya wisatawan.

2. Landasan Teori

Bauran komunikasi pemasaran merupakan kegiatan strategi pemasaran yang dilakukan oleh pengelola untuk memperkenalkan suatu produk barang dan jasa kepada konsumen. Diadakannya kegiatan bauran pemasaran ini untuk pengembangan dan mencermati apa saja keinginan dan kebutuhan konsumen. Dalam prosesnya bauran pemasaran sudah harus menetapkan target sasaran yang mereka tuju kegiatan bauran pemasaran dapat di katakan berhasil apabila produk tersebut dapat

di terima dengan baik oleh konsumen. Konsep bauran komunikasi 7P merupakan kerangka kerja yang digunakan dalam strategi pemasaran untuk mengelola komunikasi dengan konsumen. Strategi atau unsur bauran komunikasi pemasaran menurut Kotler dan Fox dalam (Lupiyoadi, 2013 : 92) Bauran pemasaran 7P atau bauran komunikasi pemasaran 7P adalah kerangka kerja yang digunakan dalam strategi pemasaran untuk mengelola semua elemen pemasaran yang terkait dengan komunikasi dengan konsumen. Elemen-elemen ini meliputi produk, harga tempat, promosi, orang, proses, dan bukti fisik.

Dalam konsep bauran komunikasi 7P, penting untuk mempertimbangkan semua elemen ini secara holistik dan saling terintegrasi untuk mencapai tujuan pemasaran yang efektif. Dalam bauran pemasaran 7P, strategi pemasaran dirancang dengan mempertimbangkan tujuan perusahaan, karakteristik pasar, dan kebutuhan konsumen. Setiap elemen berkontribusi untuk menciptakan keseluruhan pengalaman pemasaran yang efektif dan menyeluruh. Bauran pemasaran 7P ini menekankan pentingnya peran orang, proses, dan bukti fisik dalam menciptakan pengalaman pemasaran yang memuaskan dan kohesif bagi konsumen.

Berdasarkan hasil dari landasan teori yang sudah peneliti tetapkan peneliti menggunakan konsep bauran komunikasi pemasaran 7P berbasis informasi yang sesuai dengan penelitian tersebut. Bauran komunikasi pemasaran terdiri dari tujuh elemen yaitu product, place, price, promotion, people, process, physical evidence. Maka peneliti mengaitkan konsep tersebut dengan masalah penelitian sehingga menghasilkan jawaban alternatif pada masalah penelitian ini :

1. *Product* diartikan sebagai manfaat yang memiliki karakteristik sendiri-sendiri dalam memenuhi kebutuhan pelanggan dalam penelitian ini Perpustakaan Gedong Kirtya memiliki banyak koleksi naskah dari daun lontar baik dengan tema kebudayaan maupun agama.
2. *Price* diartikan sebagai transaksi pembayaran informasi mengenai penyebaran informasi harga tiket yang diterapkan pengelola untuk masuk ke Perpustakaan Gedong Kirtya, metode pembayaran dan pembelian tiket akan dibahas dalam penelitian ini.
3. *Place* diartikan sebagai tempat, di mana dalam penelitian ini adalah Perpustakaan Gedong Kirtya yang terletak di Jl Veteran, no.20 Kelurahan Paket Agung, Kecamatan Buleleng, Kabupaten Buleleng, Provinsi Bali. Penelitian ini akan mencoba menganalisis apa saja yang dilakukan pengelola untuk memberikan informasi perihal lokasi perpustakaan kepada para wisatawan yang datang berwisata ke Bali.
4. *Promotional* diartikan sebagai alat yang dilakukan untuk menciptakan suatu perubahan, meningkatkan kualitas dalam penelitian ini promosi yang dilakukan oleh Perpustakaan Gedong Kitya apa saja. Promosi bisa berbentuk event, iklan maupun informasi promosi yg disampaikan melalui media sosial maupun website.
5. *People* diartikan semua orang yang mempunyai peran dalam menciptakan hubungan yang baik kepada pengunjung dan menjelaskan setiap kebutuhan yang diinginkan oleh pengunjung dalam penelitian ini adalah Perpustakaan Gedong Kirtya staf. Staf perpustakaan harus lebih sigap dalam memberikan setiap informasi yang di butuhkan oleh pengunjung dari mulai dari keterangan

informasi koleksi daun lontar, asal muasal daun lontar maupun arti dan makna dari setiap naskah yang ada di perpustakaan. Tidak hanya penyampaian informasi secara langsung saja dalam penyampaian informasi melalui website atau pun media sosial staf harus mampu memberikan informasi yang mudah dimengerti karena dalam penyampaian melalui website atau media sosial akan lebih cepat diketahui oleh masyarakat luas khususnya wisatawan baik domestik maupun mancanegara. Komunikasi dua arah juga harus lebih ditingkatkan oleh staf perpustakaan karena dari pelayanan yang diberikan staf kepada pengunjung akan menciptakan suatu pengalaman bagi mereka yang berkunjung ke perpustakaan gedung kirtya.

6. *Process* diartikan sebagai cerminan kualitas kepada pengunjung. Dalam penelitian ini cerminan kepada pengunjung meliputi kebersihan dan kenyamanan fasilitas di perpustakaan kepada pengunjung dan keberadaan staf Perpustakaan di setiap ruangan koleksi juga menjadi cerminan kualitas bagi pengunjung.
7. *Physical Evidence* diartikan sebagai bentuk fisik dari seperti fasilitas, bentuk bangunan, perlengkapan dan simbol-simbol dalam penelitian ini bentuk bangunan dari Perpustakaan Gedung Kirtya menjadi Perpustakaan yang berbeda dari perpustakaan yang lain dikarenakan bentuk bangunan perpustakaan merupakan gedung tradisional Bali.

3. Metode Penelitian

Pada penelitian ini peneliti menggunakan Paradigma Konstruktivisme dengan pendekatan kualitatif sebagai acuan peneliti dalam mengerjakan penelitian ini. Paradigma konstruktivisme merupakan paradigma yang mempelajari realitas sosial dengan melihat keadaan yang sebenarnya. Mulyana 2013 :145 mengemukakan paradigma konstruktivisme yaitu :

“Paradigma konstruktivisme yang memandang ilmu sosial harus berusaha menjelaskan perilaku manusia agar dapat dipahami. Tindakan manusia yang menentukan struktur alih-alih struktur menentukan tindakan manusia”.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan paradigma konstruktivisme, paradigma konstruktivisme terdiri dari empat dimensi yaitu, dimensi ontologis, epistemologis, aksiologis, dan metodologis. Pendekatan kualitatif berfokus pada fenomena yang terjadi di kehidupan nyata mendeskripsikannya sesuai dengan keadaan yang sebenarnya terjadi di lapangan. Pengumpulan datanya sesuai dengan prosedur yang telah ditetapkan dan akan tersusun secara sistematis.

Metode pengumpulan data primer yang digunakan meliputi wawancara, di mana pertanyaan-pertanyaan diajukan secara langsung dan terbuka kepada informan atau pihak terkait yang memiliki relevansi dengan masalah penelitian, serta observasi, di mana gejala-gejala yang ditemukan di lapangan dicatat dan data yang tidak dapat dijangkau juga dikumpulkan.

Metode pengumpulan data sekunder yang dilakukan meliputi penelitian kepustakaan, yaitu dengan mengumpulkan data melalui buku-buku ilmiah, tulisan, dan karya ilmiah yang berkaitan

dengan penelitian, serta dokumentasi, di mana data dikumpulkan melalui catatan-catatan atau foto-foto yang ada di lokasi penelitian dan sumber-sumber lain yang relevan dengan objek penelitian.

4. Hasil dan Pembahasan

Strategi komunikasi pemasaran dilakukan oleh perusahaan bisnis atau lembaga yang ingin mencapai tujuannya, seperti halnya perpustakaan Gedong Kirtya yang melakukan komunikasi pemasaran dengan baik untuk meningkatkan jumlah kunjungan. Marketing mix dirancang untuk membantu lembaga merencanakan dan melaksanakan strategi komunikasi pemasaran yang efektif. Marketing mix dapat digunakan untuk mempengaruhi tanggapan konsumen dan mencapai tujuan tertentu.

Dalam Santi (2006), American Association of Advertising Agency (Four A's), gugus tugas (task force) dibentuk untuk membahas integrasi dan merumuskan definisi tentang komunikasi pemasaran terpadu. Definisi tersebut menyatakan bahwa komunikasi pemasaran terpadu adalah konsep perencanaan komunikasi pemasaran yang mengenalkan nilai tambahan dari rencana komprehensif, mengevaluasi peran strategi dari berbagai disiplin komunikasi (seperti iklan, respons langsung, promosi penjualan, dan hubungan masyarakat), serta menggabungkan disiplin-disiplin tersebut untuk mencapai kejelasan, konsistensi, dan dampak komunikasi yang maksimal.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh peneliti terkait strategi komunikasi pemasaran 7P pengelola Perpustakaan Gedong Kirtya dalam upaya meningkatkan minat kunjung dan daya tarik masyarakat. Setiap lembaga atau institusi memiliki pendekatan komunikasi pemasaran yang berbeda. Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan para informan, menurut Kepala Perpustakaan Gedong Kirtya, Perpustakaan Gedong Kirtya menggunakan kegiatan – kegiatan kemasyarakatan, promosi melalui pelibatan tokoh – tokoh masyarakat dalam komunikasi pemasarannya. Selain itu, Perpustakaan Gedong Kirtya juga menggunakan komunikasi pemasaran langsung / tatap muka dan promosi melalui media sosial seperti, situs internet, Instagram dan Facebook.

Perpustakaan Gedong Kirtya menerapkan strategi komunikasi pemasaran yang beragam untuk meningkatkan daya tarik bagi wisatawan mancanegara. Menurut Humas Perpustakaan Gedong Kirtya, salah satu metode yang digunakan adalah pemasaran langsung yang persuasif melalui tour guide dan tour leader untuk menyampaikan pesan dengan lebih efektif. Selain itu, Perpustakaan Gedong Kirtya juga menyediakan fasilitas menarik yang memungkinkan pengunjung untuk berfoto, sehingga mereka dapat mengalami edukasi sekaligus mendapatkan foto unik dan menarik. Konten tentang event yang akan diadakan diposting di media sosial sehari sebelum acara dilaksanakan agar wisatawan mancanegara dan lokal dapat mengikuti dan terinformasi dengan baik.

Kepala Perpustakaan Gedong Kirtya, menjelaskan bahwa Perpustakaan Gedong Kirtya menggunakan berbagai media promosi seperti brosur, pamflet, dan media sosial seperti Instagram dan Facebook untuk mempromosikan kegiatan atau acara yang sedang atau akan diselenggarakan. Perpustakaan Gedong Kirtya juga mengadakan event-event unik dan menarik seperti pameran

kebudayaan, kegiatan kebudayaan atau peringatan hari kebudayaan, lomba - lomba, seminar, pelatihan dan lain-lain sebagai daya tarik bagi wisatawan lokal dan mancanegara. Selain itu, Perpustakaan Gedong Kirtya menjalin kerja sama dengan berbagai pihak terkait seperti sebagai upaya untuk memperluas jangkauan promosi.

Dalam upaya mempromosikan Perpustakaan Gedong Kirtya, ada beberapa metode yang dapat dipilih, antara lain:

1. Iklan atau advertensi, yang dapat dilakukan melalui brosur, situs internet, media sosial seperti Instagram dan Facebook, atau bentuk iklan lainnya. Perpustakaan Gedong Kirtya menggunakan brosur untuk memberikan profil Perpustakaan Gedong Kirtya dan informasi mengenai kegiatan atau acara yang akan diselenggarakan kepada para wisatawan yang berkunjung. Namun menurut informasi hasil wawancara yang menyatakan bahwa penggunaan brosur kurang efektif, sehingga promosi melalui media sosial seperti Instagram dan Facebook lebih efektif karena banyaknya wisatawan yang aktif menggunakan media sosial saat ini.
2. Promosi penjualan (Sales Promotion), yang dapat dilakukan dengan menempatkan pamflet di berbagai tempat yang ramai dikunjungi masyarakat dan wisatawan sehingga para wisatawan yang datang langsung melihatnya, memberikan informasi mengenai event-event yang unik dan menarik, serta memberikan diskon kepada pengunjung rombongan.
3. Publikasi (Publication), yang dapat dilakukan dengan memberikan himbauan dari tour guide atau tour leader secara persuasif agar para wisatawan mancanegara dan lokal tertarik untuk terus mengunjungi. Selain hal tersebut, Perpustakaan Gedong Kirtya juga menggandeng Kerjasama dengan beberapa instansi pemerintah yang lain dalam hal mengenalkan keberadaan naskah kuno yang dikelola.
4. Personal selling, yang dapat dilakukan melalui pemasaran langsung atau tatap muka karena pesan yang disampaikan menjadi lebih efektif. Selain itu, sebelum mengadakan event, Perpustakaan Gedong Kirtya biasanya menyelenggarakan seminar atau pelatihan yang terbuka untuk umum.

4.1 Strategi Komunikasi Pemasaran

a. Produk

Produk memiliki peranan penting dalam program pemasaran. Strategi produk dapat mempengaruhi strategi pemasaran lainnya. Menurut Kotler, produk merujuk pada penawaran jasa organisasi yang bertujuan memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Informasi ini memberikan manfaat yang signifikan bagi wisatawan mancanegara dan wisatawan nusantara dalam hal pendidikan dan pemenuhan kebutuhan serta keinginan mereka. Perpustakaan Gedong Kirtya, sebagai pengelola, menyediakan fasilitas yang terbaik untuk para pengunjung.

Produk yang dimiliki oleh Perpustakaan Gedong Kirtya terdapat lebih dari 7.000 naskah daun lontar yang merupakan karya sastra kebudayaan dan naskah kuno. Dalam strategi produknya, Perpustakaan Gedong Kirtya terus berinovasi dalam mengembangkan produk dan menjaga kualitas karya-karya tertulis dalam daun lontar. Inovasi juga dilakukan melalui berbagai kegiatan kebudayaan,

seminar, pameran, dan pelatihan. Untuk meningkatkan minat kunjungan, Perpustakaan Gedong Kirtya bekerja sama dengan biro perjalanan dan pelaku usaha pariwisata untuk memperkenalkan keberadaan perpustakaan daun lontar ini kepada para wisatawan.

b. Harga

Harga merupakan elemen penting dalam bauran komunikasi pemasaran dan sering kali menjadi faktor yang dipertimbangkan oleh konsumen saat melakukan pembelian. Hasil wawancara dengan informan menunjukkan bahwa Perpustakaan Gedong Kirtya tidak menetapkan harga tiket masuk karena merupakan fasilitas umum yang didanai secara langsung oleh pemerintah. Hal yang sama berlaku untuk kegiatan yang diselenggarakan oleh pemerintah untuk memasyarakatkan naskah kuno daun lontar, di mana tidak ada penentuan harga untuk kegiatan tersebut. Pelatihan penulisan naskah daun lontar juga didukung oleh anggaran pemerintah. Semua ini menunjukkan bahwa Perpustakaan Gedong Kirtya mengutamakan aksesibilitas dan pendidikan bagi masyarakat dalam memperkenalkan kebudayaan Bali, terutama naskah kuno daun lontar.

c. Promosi

Promosi merupakan strategi komunikasi yang digunakan untuk memperkenalkan dan mempromosikan produk atau jasa melalui berbagai media. Perpustakaan Gedong Kirtya mengadopsi promosi melalui situs web dan media sosial seperti Facebook dan Instagram. Pemanfaatan media sosial memungkinkan perpustakaan untuk memberikan informasi terkini tentang Perpustakaan Gedong Kirtya dan mengumumkan berbagai acara yang akan diadakan. Melalui media sosial tersebut, Perpustakaan Gedong Kirtya juga menggunakan pesan persuasif untuk mengajak masyarakat agar mengunjungi perpustakaan daun lontar ini.

Selain itu, Perpustakaan Gedong Kirtya juga aktif dalam mengikuti pameran atau kegiatan kebudayaan yang diselenggarakan oleh pemerintah dan membuka galeri guna memperkenalkan beragam naskah daun lontar. Dengan melakukan promosi yang efektif, diharapkan dapat meningkatkan jumlah pengunjung serta mengenalkan perpustakaan daun lontar ini kepada masyarakat luas.

d. Tempat atau Saluran Distribusi

Distribusi adalah rangkaian kegiatan yang dilakukan oleh lembaga untuk memastikan bahwa produk atau jasa yang ditawarkan sesuai dengan keinginan konsumen. Perpustakaan Gedong Kirtya menggunakan saluran distribusi langsung dengan berkomunikasi langsung kepada konsumen mengenai produk yang mereka tawarkan. Saluran distribusi ini mencakup lokasi di mana Perpustakaan Gedong Kirtya menampilkan berbagai kegiatan untuk memenuhi keinginan para *stakeholder*. Hasil wawancara peneliti dengan informan mengungkapkan bahwa lokasi Perpustakaan Gedong Kirtya mudah diakses karena terdapat banyak sarana transportasi yang dapat dengan mudah dijangkau oleh masyarakat. Lokasi tersebut juga merupakan destinasi yang mudah dijangkau.

Berdasarkan hasil penelitian mengenai strategi tempat atau saluran distribusi, Perpustakaan Gedong Kirtya memiliki lokasi yang cukup strategis. Terletak di depan jalan raya dengan tersedianya

area parkir yang luas, ruangan yang bersih, interior yang menarik, dan adanya fasilitas toilet untuk pengunjung, lokasi tersebut telah dianggap strategis. Pemilihan lokasi yang tepat memiliki dampak yang signifikan terhadap penjualan, terutama dalam memperkenalkan dan memberikan pelayanan kepada masyarakat bagi Perpustakaan Gedong Kirtya.

e. Partisipan atau Orang

Partisipan mengacu pada karyawan atau pegawai yang bekerja di lingkungan Perpustakaan Gedong Kirtya sebagai penyedia layanan, serta individu-individu yang terlibat secara langsung maupun tidak langsung dalam proses pelayanan. Berdasarkan sumber informasi, Sumber Daya Manusia di Perpustakaan Gedong Kirtya menerapkan pengetahuan komunikasi dengan baik dalam pelaksanaan prosedur pelayanan, penempatan, dan promosi. Mayoritas pegawai di Perpustakaan Gedong Kirtya adalah orang yang masih berusia produktif dan memiliki pemahaman yang baik mengenai perkembangan teknologi informasi. Penting bagi sebuah usaha memiliki pegawai yang termotivasi tinggi dalam bekerja. Hal ini bertujuan agar tugas yang diberikan kepada pegawai sesuai dengan keahlian mereka, dapat diselesaikan dengan baik dan memberikan hasil maksimal bagi Perpustakaan Gedong Kirtya. Sikap, cara berpakaian, dan penampilan pegawai memiliki pengaruh terhadap kesuksesan dalam penyampaian layanan.

f. Proses

Proses merupakan serangkaian kegiatan yang menunjukkan bagaimana pelayanan diberikan kepada stakeholder saat mereka mengunjungi Perpustakaan Gedong Kirtya. Proses penyampaian layanan dari pengelola Perpustakaan Gedong Kirtya kepada wisatawan mancanegara maupun wisatawan lokal dilakukan dengan menggunakan pendekatan *service excellent*, mengingat perbedaan bahasa dan adat daerah yang ada. Perpustakaan Gedong Kirtya telah memberikan pelayanan yang baik kepada stakeholder yang ingin belajar atau sekadar mengeksplorasi koleksi naskah kuno daun lontar yang ada.

g. Karakteristik Lingkungan Fisik

Karakteristik lingkungan fisik merupakan aspek yang terlihat jelas dalam hubungannya dengan situasi, dekorasi, ruang, suara, aroma, cahaya, cuaca, penataan, dan tata letak yang terlihat atau menjadi stimuli penting dalam lingkungan. Berdasarkan sumber lapangan, Perpustakaan Gedong Kirtya memiliki karakteristik yang membedakannya dari museum lain, termasuk koleksi yang unik dan dipamerkan, serta interior yang klasik. Terdapat satu koleksi khusus yang menjadi ciri khas Perpustakaan Gedong Kirtya, menarik minat dan rasa penasaran wisatawan mancanegara karena memiliki mitos dan nilai sejarah yang khas. Perpustakaan Gedong Kirtya juga memiliki tim koleksi yang bertugas untuk menginventarisasi dan merawat koleksi, menjaga agar koleksi tetap dalam kondisi baik dan terawat.

Untuk menciptakan suasana yang khas, Perpustakaan Gedong Kirtya memberikan pelayanan dengan pendekatan *excellent service*. Selain itu, berdasarkan informasi lapangan, Perpustakaan Gedong Kirtya menciptakan suasana dengan menggunakan adat dan budaya Bali agar wisatawan

selalu tertarik untuk berkunjung. Hal ini dilakukan melalui penyelenggaraan acara yang unik dan menarik, serta melakukan follow-up dari acara-acara sebelumnya dan mengidentifikasi acara yang disukai oleh para wisatawan. Jika acara tersebut mendapatkan banyak minat dari wisatawan, Ketua Pelaksana Event akan mengatur ulang penyelenggaraan acara tersebut. Berbagai acara unik dan menarik yang diselenggarakan di Perpustakaan Gedong Kirtya menjadi salah satu daya tarik bagi para wisatawan.

5. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa pengelola Perpustakaan Gedong Kirtya menggunakan berbagai elemen dalam bauran promosi. Mereka melakukan promosi melalui iklan seperti brosur dan media sosial, promosi penjualan melalui pamflet, publisitas melalui persuasi oleh tour guide atau tour leader, serta personal selling melalui pemasaran langsung dan penyelenggaraan seminar. Semua ini dilakukan dengan tujuan untuk menarik minat wisatawan atau pengunjung.

Dalam bauran komunikasi pemasaran, Perpustakaan Gedong Kirtya menggunakan pendekatan yang komprehensif. Mereka menyediakan produk berupa informasi yang edukatif, harga yang terjangkau, melakukan promosi melalui media sosial dan penyelenggaraan event, memastikan saluran distribusi mudah diakses, melibatkan partisipan melalui kursus atau pelatihan, memberikan pelayanan yang baik dalam proses pelayanan, dan menciptakan lingkungan fisik yang unik dan berbeda dengan museum lain serta menyelenggarakan berbagai event.

Selain itu, strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan juga mencakup penyediaan fasilitas yang dibutuhkan oleh wisatawan serta menciptakan tempat yang unik agar pengunjung dapat berfoto. Hal ini dilakukan untuk meningkatkan pengenalan dan ketertarikan terhadap Perpustakaan Gedong Kirtya, serta mendorong kunjungan wisatawan. Dengan pendekatan komunikasi pemasaran yang komprehensif dan strategi yang terintegrasi, Perpustakaan Gedong Kirtya berupaya meningkatkan jumlah pengunjung dan memperkuat citra sebagai destinasi wisata yang menarik.

Daftar Pustaka

- Agung Sasongko,” Rendah, Minat Baca Indonesia,”www.republika.co.id diakses pada tanggal 23 Januari 2022
- Deviga, E. (2017). “Teknologi Masyarakat Indonesia: Malas Baca Tapi Cerewet di Medsos” dalam https://www.kominfo.go.id/content/detail/10862/teknologi-masyarakat-indonesia-malas-baca-tapi-cerewet-di-medsos/0/sorotan_media
- Ginting, Richard Togaranta. (2017). Lontar Bali as An Information Marketing Media for Conserving Culture and Balinese Society’s Local Wisdom. Diakses 26 November 2022 dari <http://digilib.uin-suka.ac.id/25478/>
- Lupiyoadi, Rambat. 2013. Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi (Edisi 3). Jakarta: Salemba Empat.
- Mulyana, Deddy. 2013. Metodologi Penelitian Kualitatif. PT Remaja Rosdakarya. Bandung

- Pakistyaningsih, Arini, dkk. 2014. Menuju Wujud Surabaya sebagai Kota Literasi. Surabaya: Pelita Hati.
- Rai Putra, Ida Bagus. 2012. Lontar ; Manuskrip Perekam Peradaban Bali. Jumantera : Jurnal Manuskrip Nusantara. 3(1). 148-166. <https://ejournal.perpusnas.go.id/jm/article/view/003001201205/pdf>
- Santi, Sarah.2006. Dari Komunikasi Pemasaran Ke Komunikasi Pemasaran Terpadu. Komukologi. 3(2).62-70. <https://komunikologi.esaunggul.ac.id/index.php/KM/article/view/28>

