



Menghidupkan Ekosistem Penelitian: Strategi Promosi Layanan Pendukung Penelitian di Perpustakaan Universitas Sumatera Utara

Ade Yohana Lumbantoruan¹, Fransiska Timoria Samosir² dan Araf Aliwijaya³

^{1,2,3}Perpustakaan dan Sains Informasi, Universitas Bengkulu, Bengkulu, Indonesia

*Corresponding author, e-mail: adeyohana257@gmail.com, ftsamosir@unib.ac.id, arafaliwijaya@unib.ac.id

Abstract

The promotion of research support services at the University of North Sumatra (USU) Library has not been carried out evenly across all types of services, resulting in some services being less well known and not utilized optimally by library users. This study aims to analyze the promotion strategy for research support services at the University of North Sumatra (USU) Library based on the promotion mix framework. The research method used was descriptive qualitative through observation, document study, and interviews. Interviews were conducted with 11 informants who were selected purposively from among the leaders and service staff. The data were analyzed through the stages of reduction, presentation, and conclusion drawing. The research was mapped using the promotion mix framework. Research support services at the USU Library include subscriptions to international journal databases and various e-books, literature search ordering and assistance services, information literacy classes, article publication training, author profile development training, content similarity checking services (Turnitin), and institutional repositories. The promotion of research support services is carried out conventionally and digitally. The promotional tools used are banners, bulletin boards, socialization, websites, and social media (Instagram, Facebook, YouTube, TikTok). However, there are limitations in the form of uneven promotion between services and the fact that not all stages of the research support service cycle have been implemented. This study recommends improving the promotion strategy through personal selling and direct marketing.

Keywords: *Promotion, Research support services, Library, University, Marketing Mix*

Received April 16, 2026

Revised May 23, 2026

Published Agustus 6, 2026



This is an open access article distributed under the Creative Commons 4.0 Attribution License, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited. ©2018 by author.

Pendahuluan

Melalui promosi yang tepat, perpustakaan dapat memperluas jangkauan, menarik pengguna baru, serta mendorong keterlibatan aktif dalam berbagai kegiatan. Pemasaran berperan penting dalam membentuk citra positif perpustakaan sebagai pusat informasi dan pembelajaran yang relevan di era digital (Acharya & Tippanna, 2023). Keberhasilan perpustakaan bergantung pada efektivitas strategi pemasaran dan informasi, termasuk pemilihan saluran distribusi yang tepat untuk menjangkau pengguna (Atuase & Maluleka, 2023). Dalam konteks layanan pendukung penelitian, promosi dapat dilakukan melalui berbagai metode, seperti iklan digital, surel, maupun media sosial. Promosi perpustakaan dapat dilakukan melalui berbagai saluran komunikasi, baik secara langsung maupun digital, promosi konvensional masih dilakukan melalui brosur, pameran, kunjungan, dan kegiatan (Yenianti, 2019). Namun, sejak munculnya teknologi digital, perpustakaan mulai memanfaatkan media sosial seperti Instagram, YouTube, Facebook, dan

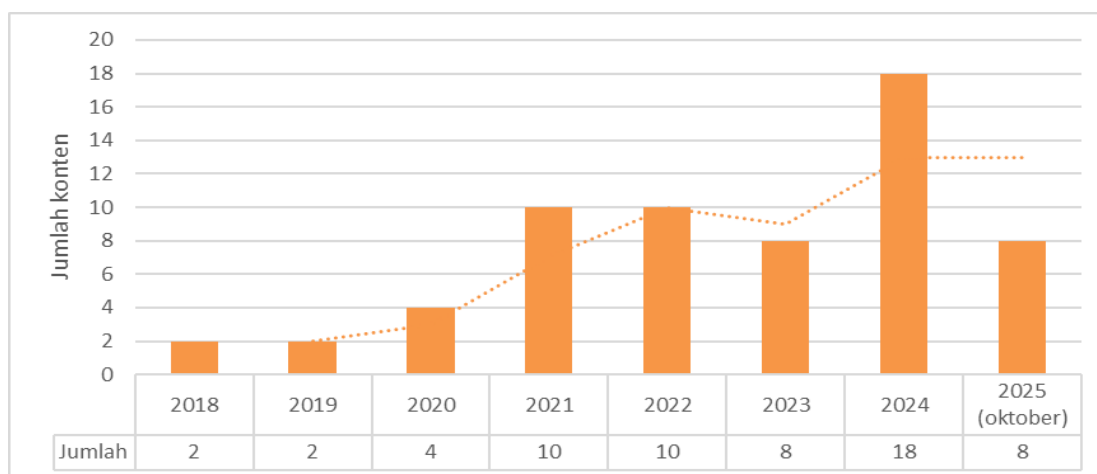
TikTok. Hal ini bertujuan untuk menyebarkan informasi kepada pengguna secara lebih interaktif dan menarik. Sejalan dengan hal tersebut, Harahap (2021) menyatakan media promosi perpustakaan meliputi: (1) Media cetak seperti surat kabar, majalah, dan brosur yang efektif menampilkan informasi terstruktur, termasuk panduan layanan; (2) Media elektronik seperti televisi, website, media sosial, dan radio yang berperan penting sebagai sarana promosi audio visual dan digital, termasuk untuk pengguna difabel; (3) Media non massa seperti baliho dan spanduk yang dipasang di lokasi strategis; dan (4) Media pertemuan seperti pameran, seminar, talk show, dan penyuluhan yang mendorong kunjungan langsung ke perpustakaan.

Di sisi lain, salah satu layanan yang menjadi "garda depan" perpustakaan di perguruan tinggi adalah layanan pendukung penelitian. Awan et al., (2022) menyatakan layanan pendukung penelitian mencakup fungsi perpustakaan tradisional maupun modern dalam mengumpulkan, mengelola, menganalisis, dan menyebarluaskan hasil penelitian. Maryati et al., (2022) menekankan perannya dalam akses data, pelatihan, konsultasi riset, dan pemanfaatan teknologi digital. Sujana et al., (2019) menyoroti dukungan pada pengelolaan data, publikasi, dan penyimpanan hasil riset. Maha et al., (2023) menyebutnya sebagai upaya sistematis perpustakaan dalam menyediakan sarana, informasi, dan bimbingan untuk meningkatkan produktivitas ilmiah. Menurut Hussain & Rafiq (2025) jenis layanan pendukung penelitian mencakup dalam setiap siklus penelitian yaitu pendanaan & ide penelitian, pelaksanaan penelitian serta pengelolaan data, penulisan laporan, dan penerbitan ataupun penyebarluasan. Berbagai temuan di atas menunjukkan banyaknya inovasi layanan pendukung penelitian di perpustakaan perguruan tinggi. Dalam penelitian ini, layanan pendukung penelitian diidentifikasi untuk memetakan promosi yang dilakukan pada setiap layanan tersebut.

Dalam konteks promosi, layanan pendukung penelitian memiliki karakteristik yang lebih kompleks dibandingkan promosi layanan sirkulasi atau layanan umum. Promosi jenis ini melibatkan banyak pihak dan koordinasi lintas institusi, seperti penerbit, mitra akademik, serta penyedia database ilmiah. Kegiatan promosi juga menuntut strategi yang terencana dan berkelanjutan untuk menarik partisipasi aktif sivitas akademika dalam kegiatan penelitian. Dengan demikian, penting untuk mengidentifikasi strategi, hambatan dalam praktik promosi layanan pendukung penelitian di perpustakaan. Untuk memahami bagaimana promosi di institusi, diperlukan frameworks sebagai panduan analisis. Misalnya, teori bauran promosi (promotion mix) yang dikemukakan oleh Kotler & Armstrong (2018) dalam buku *Principles of Marketing* (17th Edition) sebagai dasar analisis kegiatan promosi. Kotler menjelaskan bahwa bauran promosi terdiri atas lima unsur utama, yaitu *advertising* (periklanan), *personal selling* (penjualan pribadi), *sales promotion* (promosi penjualan), *public relations and publicity* (hubungan masyarakat dan publisitas), serta *direct marketing* (pemasaran langsung dan digital). Dalam penelitian ini, promosi yang ada pada layanan pendukung penelitian di perpustakaan diidentifikasi melalui kelima elemen bauran promosi di atas.

Di Perpustakaan Universitas Sumatera Utara (USU), hasil observasi awal menunjukkan adanya upaya promosi layanan pendukung penelitian yang dilakukan secara konvensional maupun digital. Promosi digital dilaksanakan melalui berbagai platform media sosial seperti Facebook, Instagram, TikTok, dan YouTube yang telah aktif digunakan sejak tahun 2018. Konten promosi tersebut terbagi menjadi dua kategori, yaitu konten terjadwal (misalnya unggahan peringatan hari besar nasional dan kegiatan layanan tertentu) serta konten tidak terjadwal yang dipublikasikan secara spontan sesuai aktivitas di perpustakaan. Sementara itu, promosi konvensional dilakukan melalui kegiatan langsung seperti penyelenggaraan workshop, kelas literasi informasi, dan pemasangan banner di area perpustakaan. Promosi yang dilakukan berfokus pada layanan pendukung penelitian, di antaranya layanan cek Turnitin, akses e-journal internasional, kelas literasi informasi dengan berbagai tema penelitian, serta workshop penulisan artikel ilmiah. Konten yang dipublikasikan memuat informasi mengenai layanan, fasilitas, serta aktivitas yang mendukung kegiatan riset dan publikasi ilmiah (Tabel 3). Berdasarkan tabel tersebut, jumlah konten promosi layanan pendukung penelitian menunjukkan tren peningkatan dari tahun ke tahun. Aktivitas promosi pada periode awal (2018–2020) masih terbatas, namun mulai meningkat sejak tahun 2021. Peningkatan tertinggi terjadi pada tahun 2024 dengan total 18 konten yang dipublikasikan. Hingga Oktober 2025, sebanyak delapan konten telah diproduksi, menandakan bahwa upaya promosi masih terus dilakukan meskipun belum sepenuhnya optimal.

Gambar 1. Konten Promosi Layanan Pendukung Penelitian Perpustakaan USU (Perpustakaan USU, 2025)



Sumber: Instagram Perpustakaan USU, 2025

Di balik berbagai upaya tersebut, observasi awal menunjukkan masih terdapat sejumlah kendala dalam pelaksanaan promosi layanan pendukung penelitian. Salah satu hambatan utama adalah keterbatasan kapasitas dan keahlian sumber daya manusia (SDM) dalam pengelolaan konten media sosial. Sebagian besar staf berlatar belakang ilmu perpustakaan sehingga harus belajar secara otodidak untuk menguasai keterampilan teknis seperti fotografi, videografi, desain poster, dan pengeditan video. Selain itu, keterbatasan peralatan dan teknologi pendukung, khususnya untuk kegiatan daring seperti webinar dan workshop penelitian, juga menjadi tantangan tersendiri. Keterbatasan tersebut berdampak pada belum optimalnya pelaksanaan promosi layanan pendukung penelitian di Perpustakaan USU. Oleh karena itu, diperlukan analisis mendalam untuk memahami antara layanan pendukung penelitian dan promosi di perguruan tinggi tersebut.

Tinjauan Kepustakaan

Layanan Pendukung Penelitian di Perpustakaan Perguruan Tinggi

Perpustakaan perguruan tinggi memiliki tujuan utama untuk mendorong penelitian institusi. Dukungan yang dilakukan termasuk dengan mengembangkan layanan pendukung penelitian. Menurut Borrego & Anglada (2018), layanan dukungan penelitian adalah intervensi staf perpustakaan dalam siklus penelitian, mulai dari pendanaan, penelusuran literatur, pengelolaan data, diseminasi, hingga pelacakan sitasi. Tidaknya itu, Haq & Rosy (2025) menambahkan perpustakaan dapat membantu peneliti sepanjang siklus penelitian, termasuk data, bibliometrik, publikasi akses terbuka, dan konsultasi riset. Selanjutnya, Tang & Zhang (2019) melaporkan bahwa layanan ini bersifat inovatif dan berorientasi pengguna, mencakup analisis informasi, pengelolaan data, dan dukungan publikasi. Si et al (2019) menambahkan bahwa layanan tersebut memfasilitasi e-research dan penelitian berbasis data melalui akses, alat, dan keahlian. Awan et al (2022) menyatakan layanan pendukung penelitian mencakup fungsi perpustakaan tradisional maupun modern dalam mengumpulkan, mengelola, menganalisis, dan menyebarluaskan hasil penelitian. Maryati et al (2022) menekankan perannya dalam akses data, pelatihan, konsultasi riset, dan pemanfaatan teknologi digital. Sujana et al (2019) menyoroti dukungan pada pengelolaan data, publikasi, dan penyimpanan hasil riset. Selanjutnya Maha et al (2023) menyebutnya sebagai upaya sistematis perpustakaan dalam menyediakan sarana, informasi, dan bimbingan untuk meningkatkan produktivitas ilmiah. Menurut Hussain & Rafiq (2025) jenis layanan pendukung penelitian mencakup dalam setiap siklus penelitian yaitu pendanaan & ide penelitian, pelaksanaan penelitian/pengelolaan data, penulisan laporan, dan

penerbitan/penyearluasan (Tabel 2). Berbagai temuan diatas menunjukkan banyaknya inovasi layanan pendukung penelitian di perpustakaan perguruan tinggi. Dalam penelitian ini, layanan pendukung penelitian diidentifikasi untuk memetakan promosi yang dilakukan pada setiap layanan tersebut.

Tabel 1. Layanan Pendukung Penelitian di Perpustakaan Perguruan Tinggi

Tujuan	Layanan Pendukung Penelitian
Pendanaan & Ide Penelitian	Pelatihan menulis proposal hibah
	Workshop pencarian basis data pendanaan
	Pelatihan memperoleh hibah
	Informasi peluang hibah
	Layanan alat kolaboratif penelitian (Google Docs, Dropbox paper, Overleaf, dll)
	Informasi kolaborasi penelitian
	Pencarian literatur tingkat lanjut
	Layanan akses sumber data
	Layanan perpustakaan untuk penelitian (katalog, OPAC, database)
	Layanan identifikasi area penelitian
	Layanan menyediakan literature
Pelaksanaan Penelitian atau Pengelolaan Data	Layanan alat dan teknik statistik
	Layanan tinjauan sistematis
	Layanan visualisasi data
	Layanan dan bantuan survei online
	Bantuan penetapan metadata standar
	Pengelolaan data penelitian (organisasi, manajemen, dan kurasi)
Penulisan Laporan	Review sejawat internal
	Menulis laporan penelitian
	Layanan menghindari plagiarisme
	Reference manager
	Pelatihan sitasi (APA, Chicago, Harvard, Turabian, MLA, dll.)
	Pelatihan evaluasi literature
Penerbitan atau Penyearluasan	Layanan peningkatan visibilitas penelitian
	Layanan research impact
	Dukungan hak cipta/kekayaan intelektual
	Repositori digital/repositori institusi
	Bantuan menerbitkan artikel
Bantuan identifikasi jurnal	

Sumber: Hussain dan Rafiq (2025)

Promosi Perpustakaan

Menurut Fidelia et al (2021) Promosi perpustakaan adalah kegiatan yang dilakukan oleh perpustakaan untuk memperkenalkan dan menginformasikan layanan yang dimiliki oleh perpustakaan. Menurut Harahap (2021) Tujuan promosi perpustakaan adalah memberikan kesadaran kepada masyarakat tentang adanya pelayanan perpustakaan, mendorong minat masyarakat untuk menggunakan perpustakaan, mengembangkan pengertian masyarakat agar mendukung kegiatan perpustakaan dan peranannya dalam masyarakat. Harahap (2021) menekankan bahwa promosi perpustakaan harus memperhatikan unsur utama: (1) Perhatian, yakni promosi harus mampu menarik perhatian pemustaka melalui media yang menarik; (2) Keinginan, yaitu munculnya ketertarikan pemustaka untuk mengetahui lebih jauh tentang perpustakaan; (3) Tindakan, berupa respon nyata melalui kunjungan sukarela ke perpustakaan;

dan (4) Kepuasan, yaitu pemustaka merasa puas terhadap informasi yang disampaikan, karena promosi harus selaras dengan latar belakang, minat, dan kebutuhan pengguna. Dengan demikian, promosi perpustakaan memiliki peran penting dalam meningkatkan kesadaran, minat, dan partisipasi masyarakat terhadap layanan perpustakaan.

Promosi perpustakaan dapat dilakukan melalui berbagai saluran komunikasi, baik secara langsung maupun digital, promosi konvensional masih dilakukan melalui brosur, pameran, kunjungan, dan kegiatan (Yeniarti, 2019). Namun, sejak munculnya teknologi digital, perpustakaan mulai memanfaatkan media sosial seperti Instagram, YouTube, Facebook, dan TikTok. Hal ini bertujuan untuk menyebarkan informasi kepada pengguna secara lebih interaktif dan menarik. Sejalan dengan hal tersebut, Harahap (2021) menyatakan bahwa media promosi perpustakaan meliputi: (1) Media cetak seperti surat kabar, majalah, dan brosur yang efektif menampilkan informasi terstruktur, termasuk panduan layanan; (2) Media elektronik seperti televisi, website, media sosial, dan radio yang berperan penting sebagai sarana promosi audio visual dan digital, termasuk untuk pengguna difabel; (3) Media non massa seperti baliho dan spanduk yang dipasang di lokasi strategis; dan (4) Media pertemuan seperti pameran, seminar, talk show, dan penyuluhan yang mendorong kunjungan langsung ke perpustakaan. Untuk memahami bagaimana promosi di institusi, diperlukan frameworks sebagai panduan analisis. Misalnya, teori bauran promosi (promotion mix) yang dikemukakan oleh Kotler & Armstrong (2018) dalam buku *Principles of Marketing* (17th Edition) sebagai dasar analisis kegiatan promosi. Kotler menjelaskan bahwa bauran promosi terdiri atas lima unsur utama, yaitu *advertising* (periklanan), *personal selling* (penjualan pribadi), *sales promotion* (promosi penjualan), *public relations and publicity* (hubungan masyarakat dan publisitas), serta *direct marketing* (pemasaran langsung dan digital). Kelima elemen ini berfungsi untuk mengkomunikasikan nilai dan manfaat layanan kepada pengguna serta membangun hubungan jangka panjang yang saling menguntungkan antara organisasi dan masyarakat. Dalam konteks penelitian ini, bauran promosi di perpustakaan dapat menggunakan strategi melalui promosi konvensional (misalnya: brosur, spanduk, seminar, interaksi langsung) maupun promosi digital (seperti: media sosial, website, email, dan platform online lainnya). Dalam penelitian ini, promosi yang ada di Perpustakaan USU diidentifikasi melalui kelima elemen bauran promosi diatas.

Penelitian Terdahulu Promosi Layanan Perpustakaan

Kajian mengenai promosi layanan perpustakaan penelitian telah banyak dilakukan di berbagai negara. Salah satunya ialah di Ghana, Mohammed & Ibrahim (2021) menemukan bahwa promosi dilakukan melalui media digital (website, media sosial) dan media cetak (brosur, poster, leaflet), serta promosi langsung seperti kunjungan kelas dan tur perpustakaan. Yi (2016) menegaskan efektivitas media sosial dan website, meskipun penggunaannya masih rendah. Acharya & Tippanna (2023) menunjukkan bahwa di era digital promosi menekankan media sosial, pemasaran digital, outreach komunitas, dan analitik data. Penelitian Atuase & Maluleka (2023) menambahkan bahwa promosi bersifat multifaset melalui Facebook, Twitter, email, flyer, blog, YouTube, dan kolaborasi fakultas. Di Indonesia, Safitri et al (2025) menemukan bahwa WhatsApp, Instagram, YouTube, Twitter, dan Facebook menjadi kanal utama promosi yang juga melibatkan mahasiswa sebagai pembuat konten. Suciati & Uminurida (2019) menegaskan peran website sebagai pusat promosi (Acharya & Tippanna, 2023).

Selanjutnya, Siti & Kadir (2022) menyoroti pentingnya pengelolaan media sosial secara terstruktur, termasuk evaluasi respons pengguna. Cheng et al (2020) mengaitkan promosi dengan promotion mix Kotler & Armstrong (2018), menekankan kualitas layanan, bukti fisik, proses, dan efektivitas Facebook sebagai sarana promosi hemat biaya. Adekunle & Ajayi (2025) menegaskan bahwa promosi yang efektif meningkatkan kesadaran sekaligus legitimasi pendanaan perpustakaan. Wójcik (2024) menambahkan pentingnya estetika visual dalam promosi media sosial untuk meningkatkan keterlibatan pengguna. Vasileiou & Rowley (2011) meneliti promosi e-book di tujuh perpustakaan akademik dan menemukan bahwa promosi masih didominasi alat komunikasi seperti website, OPAC, email, dan literasi informasi, sementara Web 2.0 dan promosi mulut-ke-mulut masih rendah. Berbagai penelitian diatas menunjukkan bahwa promosi layanan di perpustakaan telah berkembang dari waktu ke waktu. Promosi

tersebut menyesuaikan dengan perkembangan teknologi yang ada. Namun, masih terdapat keterbatasan penelitian yang membahas secara mendalam promosi layanan pendukung penelitian. Oleh karena itu, kajian ini fokus pada layanan pendukung penelitian di perpustakaan perguruan tinggi. Berdasarkan penjelasan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi promosi layanan pendukung penelitian di Perpustakaan Universitas Sumatera Utara. Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat bagi perpustakaan perguruan tinggi yang sedang mengembangkan layanan pendukung penelitian. Selain itu, hasil penelitian diharapkan menjadi pedoman bagi perpustakaan perguruan tinggi dalam menjangkau para peneliti di masing-masing institusi. *Research Question* (pertanyaan penelitian atau RQ) yang dijawab ialah sebagai berikut: RQ1. Bagaimana layanan pendukung penelitian di Perpustakaan Universitas Sumatera Utara? RQ2. Bagaimana strategi promosi konvensional dan digital layanan pendukung penelitian di perpustakaan Universitas Sumatera Utara?.

Metode Penelitian

Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk memahami fenomena secara mendalam dalam konteks alami. Creswell (2018) menyatakan bahwa penelitian kualitatif berfokus pada eksplorasi makna melalui pengumpulan data lapangan, analisis induktif, dan interpretasi peneliti. Ramadhani (2020) menegaskan bahwa pendekatan ini digunakan untuk menggambarkan situasi sosial secara akurat berdasarkan data yang relevan. Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini digunakan untuk memahami promosi layanan pendukung penelitian melalui interaksi langsung dengan informan dan kondisi lapangan. Penelitian dilaksanakan di Perpustakaan Universitas Sumatera Utara (USU) dengan fokus pada layanan pendukung penelitian dan strategi promosinya. Informan penelitian ditentukan menggunakan teknik purposive sampling dengan kriteria pimpinan, pustakawan, dan staf yang terlibat langsung dalam pelaksanaan maupun promosi layanan pendukung penelitian. Pemilihan informan dilakukan secara bertahap hingga mencapai data saturation, yaitu kondisi ketika informasi yang diperoleh telah memadai untuk menjawab pertanyaan penelitian. Jumlah informan dalam penelitian ini sebanyak 11 orang yang disajikan menggunakan kode P01–P11 untuk menjaga kerahasiaan identitas informan. .

Pengumpulan dan Analisis Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu observasi, wawancara, dan studi literatur. Observasi dilakukan untuk mengamati langsung pelaksanaan layanan pendukung penelitian dan aktivitas promosi di perpustakaan. Wawancara dilakukan melalui komunikasi langsung dengan narasumber berdasarkan panduan pertanyaan yang telah disusun, dengan tujuan memperoleh informasi yang akurat dan relevan. Sementara itu, studi literatur dilakukan dengan menelaah berbagai sumber seperti buku, jurnal, skripsi, dan referensi lain yang berkaitan dengan topik penelitian untuk memperkuat landasan teori dan mendukung analisis data. Penelitian ini menggunakan teknik analisis data kualitatif deskriptif. Miles & Huberman (1992) menyatakan analisis kualitatif meliputi tiga tahapan utama, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Reduksi data dilakukan dengan cara memilih, memfokuskan, menyederhanakan, dan mengorganisasi data mentah agar lebih relevan dengan fokus penelitian. Analisis dilakukan dengan berpedoman pada bauran promosi menurut (Kotler & Armstrong, 2018) yang mencakup advertising, sales promotion, personal selling, public relations and publicity, serta direct marketing. Setelah direduksi, data kemudian disajikan dalam bentuk deskriptif melalui teks naratif, gambar, tabel, atau kutipan wawancara untuk memudahkan peneliti memahami temuan di lapangan. Tahap terakhir adalah penarikan kesimpulan yang dilakukan sejak awal proses pengumpulan data dan terus berkembang hingga kesimpulan akhir diperoleh. Verifikasi dilakukan melalui pengecekan ulang, refleksi, diskusi, dan triangulasi untuk memastikan kesimpulan benar-benar valid. Hasil kesimpulan meliputi bentuk dan strategi promosi layanan pendukung penelitian, faktor pendukung dan penghambat promosi, serta tingkat pemahaman dan keterlibatan petugas dalam proses promosi.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Layanan Pendukung Penelitian di Perpustakaan Universitas Sumatera Utara

Penelitian ini melakukan pengelompokan temuan data wawancara dan observasi kedalam beberapa tema yang menjawab pertanyaan penelitian (Tabel 2). Layanan yang ditemukan meliputi langganan jurnal internasional dan e-book, layanan cek kesamaan konten, pemesanan literatur, serta pendampingan dan workshop pencarian literatur. Observasi juga mencatat keberadaan repositori institusional sebagai sarana penyimpanan karya ilmiah. Wawancara dengan pustakawan juga melaporkan adanya pelatihan penerbitan artikel jurnal, pelatihan membangun profil penulis, dan pelatihan peningkatan kualitas penelitian. Promosi layanan dilakukan melalui media konvensional seperti banner, mading dan sosialisasi. Perpustakaan juga menggunakan media digital seperti Instagram, website, Facebook, YouTube, TikTok dan Twitter untuk menjangkau pengguna secara lebih luas.

“E-Resources, itu berlangganan jurnal internasional” (P02, P06, P07).

“...e-book juga” (P02, P06, P07).

“pemesanan artikel, iya ada pemesanan penelusuran literatur” (P06, P02, P08).

“referensi bisa memesan kemari, sertakan topiknya apa, judulnya apa gitu” (P02, P08).

“Jadi pengguna bisa pesan ke pustakawan/staff untuk mencarikan literatur” (P02, P06, P08).

Perpustakaan juga menyediakan layanan yang mendukung kualitas penelitian, terutama dalam menjaga orisinalitas karya ilmiah. Layanan yang tersedia berupa pengecekan kesamaan konten menggunakan Turnitin serta penyediaan repositori institusi sebagai sarana penyimpanan dan akses hasil penelitian civitas akademika. Layanan ini membantu peneliti dalam memenuhi standar akademik penelitian termasuk pengecekan kesamaan konten.

“Turnitin... kalau yang cek turnitin syarat administrasinya tadi dia harus... mendaftar di formulir online” (P02, P09).

Selain menyediakan sumber informasi, perpustakaan juga berperan dalam meningkatkan kemampuan penelitian pengguna melalui berbagai pelatihan dan workshop. Pelatihan tersebut meliputi pencarian literatur, pembangunan profil penulis, peningkatan kualitas penelitian, hingga penerbitan artikel jurnal. Kegiatan ini menunjukkan bahwa perpustakaan turut berperan sebagai fasilitator pengembangan kompetensi penelitian.

“...bukan workshop aja, ada pelatihan-pelatihan” (P07).

“pelatihan canva itukan juga pendukung penelitian juga” (P02).

Selanjutnya, pelatihan membangun profil penulis, pelatihan peningkatan kualitas penelitian, dan pelatihan penerbitan artikel jurnal ditemukan berdasarkan hasil observasi pada Instagram perpustakaan.

Langganan database internasional

Salah satu layanan pendukung penelitian Perpustakaan Universitas Sumatera Utara (USU) adalah penyediaan akses 7 database jurnal internasional sebagai sumber utama referensi ilmiah. Informan P02 menjelaskan bahwa perpustakaan menyediakan layanan *e-resources* berupa langganan jurnal internasional untuk mendukung kebutuhan penelitian sivitas akademika, sebagaimana yang disampaikan sebagai berikut:

“E-Resources, itu berlangganan jurnal internasional” (P02).

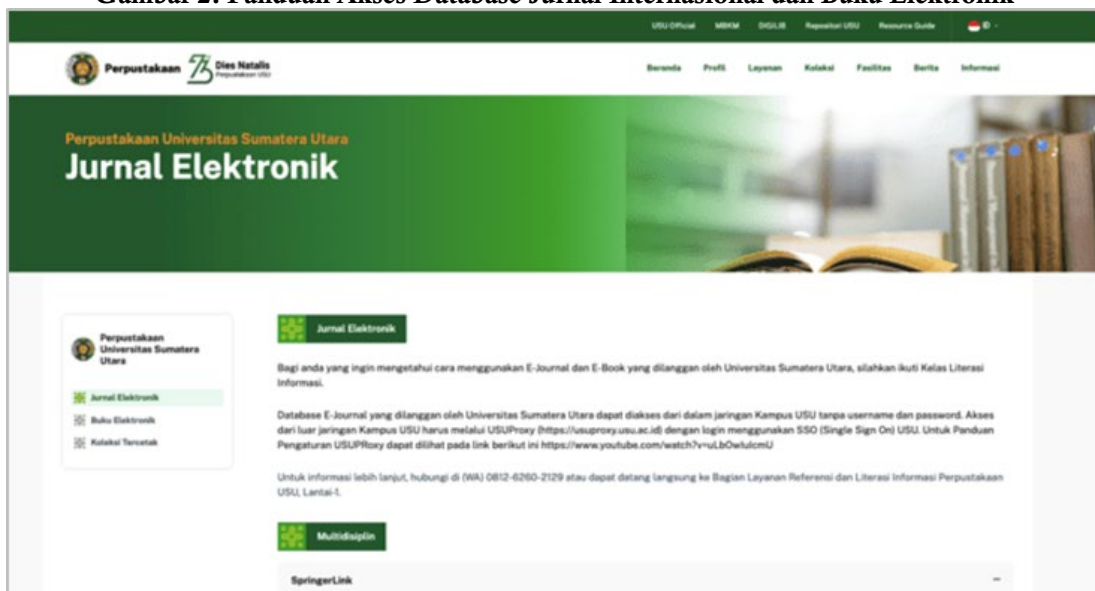
Kutipan tersebut menunjukkan bahwa layanan *e-resources* menjadi salah satu bentuk dukungan utama perpustakaan dalam menyediakan akses terhadap sumber informasi ilmiah

bereputasi internasional Adapun basis data yang dilanggan meliputi SpringerLink, SAGE Journals, ProQuest, EBSCOhost, Taylor and Francis (bidang Sains dan Teknologi), Taylor and Francis (bidang Sosial dan Humaniora), Emerald Insight, serta CNKI (China National Knowledge Infrastructure). Pada tahun sebelumnya, perpustakaan universitas sumatera utara telah berlangganan database jurnal internasional sebanyak 18 database. Akan tetapi, anggaran yang tidak memadai menjadikan perpustakaan tersebut hanya dapat berlangganan 7 database jurnal internasional. Selain berlangganan E-Journal, Perpustakaan Universitas Sumatera Utara juga menyediakan koleksi E-Book yang berlangganan dari berbagai penerbit dan disiplin ilmu hal ini sejalan dengan yang disampaikan

“...e-book juga” P03, P06

Langganan E-Book antara lain IGLibrary, SpringerLink, Emeraldinsight, ClinicalKey, ProQuest, IOP Science, Royal Society of Chemistry, CABI, IET, Cambridge University Press, Oxford University Press, Wiley Online Library, Elsevier.

Gambar 2. Panduan Akses Database Jurnal Internasional dan Buku Elektronik



: Website Perpustakaan USU, 2025 <https://library.usu.ac.id/id/jurnal-elektronik>

Sumber: Website Perpustakaan USU, 2025

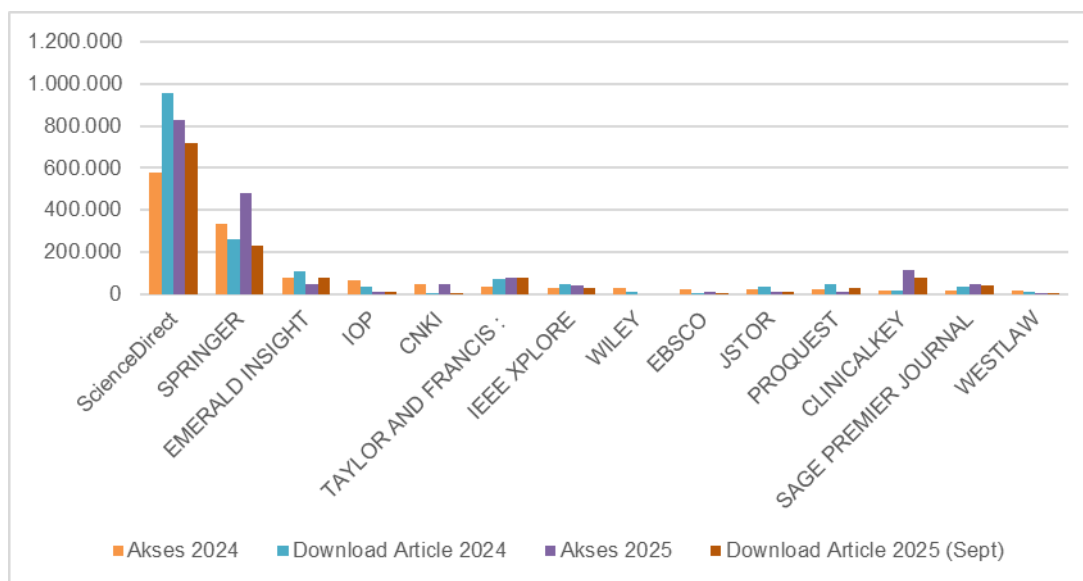
Langganan ini bertujuan untuk menyediakan akses terhadap literatur ilmiah bereputasi yang mendukung kegiatan pendidikan, penelitian, dan publikasi ilmiah di lingkungan USU. Pengelolaan dan pemeliharaan seluruh langganan jurnal internasional tersebut berada di bawah tanggung jawab dua bidang yaitu Bidang Pengadaan, serta Bidang Layanan Referensi dan Literasi Informasi. Bidang ini berperan dalam proses pengadaan, pembaruan kontrak langganan, dan pengelolaan akses pengguna. Dalam konteks akses, seluruh database jurnal dan e-book yang dilanggan Perpustakaan USU dapat diakses baik melalui jaringan internal kampus maupun dari luar kampus (Gambar 2). Untuk akses jarak jauh, pengguna dapat memanfaatkan layanan USU Proxy (Akses: <https://usuproxy.usu.ac.id/>). Sivitas akademika login menggunakan akun institusional dan mengakses seluruh konten jurnal berbayar tanpa batasan lokasi. Sistem ini memberikan fleksibilitas bagi dosen dan mahasiswa yang melakukan penelitian di luar kampus.

Dalam konteks pemanfaatan, database internasional yang dilanggan oleh Perpustakaan Universitas Sumatera Utara menunjukkan penggunaan yang beragam. Data menunjukkan tingkat pemanfaatan berbagai database internasional selama tahun 2024 dan periode Januari–September 2025 (Gambar 3). Secara umum, terdapat variasi pemanfaatan antar-database, baik

(Menghidupkan Ekosistem Penelitian: Strategi Promosi Layanan Pendukung ...)

dari sisi jumlah akses maupun jumlah artikel yang diunduh. Pada tahun 2024, ScienceDirect menjadi database yang paling banyak digunakan, dengan total 574.797 akses dan 953.184 kali unduhan artikel. Pada tahun 2025, pemanfaatannya meningkat menjadi 830.410 akses, meskipun jumlah unduhan menurun menjadi 715.535 unduhan hingga September 2025. Pola serupa terlihat pada Springer, yang mencatat 336.623 akses dan 262.463 unduhan artikel pada tahun 2024, dan mengalami peningkatan akses menjadi 477.150 pada tahun 2025, namun jumlah unduhannya turun menjadi 231.288 unduhan.

Gambar 3. Akses dan Unduh Artikel di Database Internasional Tahun 2024 –2025



Sumber: Bidang Layanan Referensi USU, 2025

Database Taylor and Francis memperlihatkan peningkatan pemanfaatan yang cukup mencolok, baik dari sisi akses maupun unduhan. Di sisi lain, IEEE Xplore mengalami peningkatan pada jumlah akses, namun unduhannya justru menurun pada tahun terbaru. Beberapa database lain menunjukkan tren pemanfaatan yang rendah atau mengalami penurunan, seperti Wiley yang tidak memiliki data terbaru, EBSCO yang mengalami penurunan pemanfaatan, serta JSTOR yang juga menunjukkan penurunan dalam jumlah akses. Sebaliknya, beberapa database justru mengalami lonjakan pemanfaatan, misalnya ClinicalKey yang meningkat tajam dalam akses dan unduhan pada tahun terbaru. SAGE Premier Journal juga memperlihatkan peningkatan pada kedua indikator tersebut, meskipun tidak sebesar peningkatan pada ClinicalKey. Sementara itu, Westlaw mengalami penurunan baik pada akses maupun unduhan.

Layanan pemesanan literatur

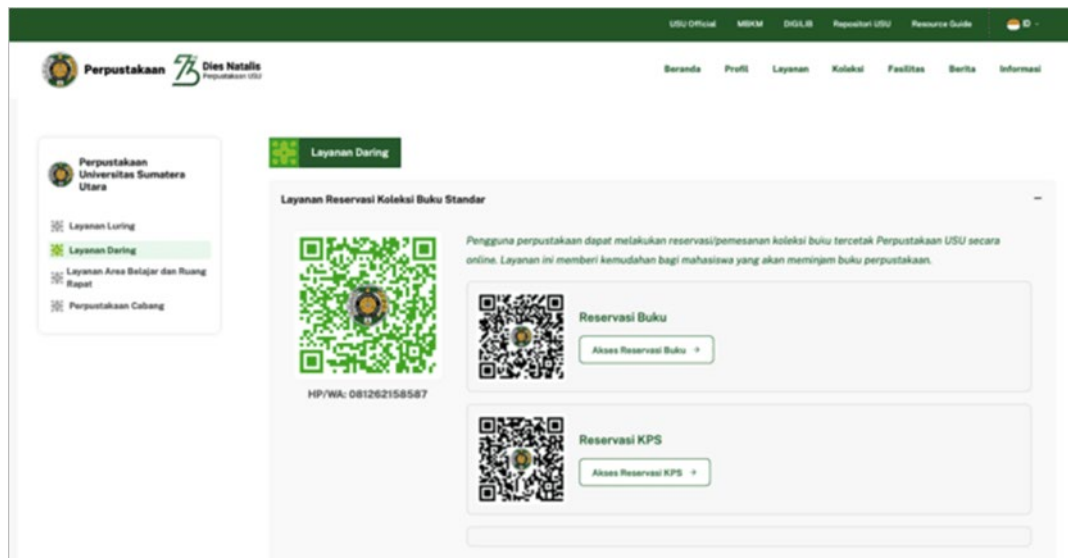
Perpustakaan USU menyediakan layanan pemesanan literatur (artikel/jurnal/ebook) khusus bagi dosen dan mahasiswa pascasarjana yang aktif. Melalui menu “Layanan Pemesanan Penelusuran Literatur” di laman layanan daring (Gambar 4), pengguna dapat mengajukan permintaan secara online. Pemustaka juga bisa datang langsung ke ruang Layanan Referensi dan Literasi Informasi.

“pemesanan artikel, iya ada pemesanan penelusuran literatur” P06, referensi, bisa memesan kemari, sertakan topiknya apa, judulnya apa gitu” P02

Dalam formulir pemesanan, pengguna diminta untuk menyertakan topik atau judul penelitian yang sedang dikembangkan, agar pustakawan dapat melakukan pencarian literatur

yang sesuai. Layanan ini dikelola oleh bidang yang membawahi layanan referensi. Proses pemesanan literatur mulai dari penerimaan permohonan, pencarian literatur, hingga pemberitahuan kepada pemesan apabila literatur ditemukan.

Gambar 4. Layanan Pemesanan Literatur Secara Daring



Sumber: Website Perpustakaan USU, 2025 (<https://library.usu.ac.id/id/layanan-daring>)

Pendampingan Pencarian Literatur

Dalam layanan pendukung penelitian, Bidang Layanan Referensi dan Literasi Informasi Perpustakaan USU menyediakan program pendampingan literatur. Layanan ini merupakan bentuk bantuan langsung yang diberikan pustakawan kepada mahasiswa, dosen, maupun peneliti, sesuai dengan yang disampaikan.

“Jadi pengguna bisa pesan ke pustakawan atau staff untuk mencarikan literatur.” P02

Melalui pendampingan ini, pengguna dapat berkonsultasi mengenai topik penelitian yang sedang dikerjakan. Selanjutnya, pustakawan membantu menelusuri literatur yang sesuai, baik berupa jurnal ilmiah, e-book, maupun koleksi digital lain yang dilanggan perpustakaan. Pustakawan akan memandu proses pencarian mulai dari menentukan kata kunci, memilih database yang tepat, dan menilai kelayakan sumber informasi. Dalam beberapa kasus, pustakawan juga membantu mengarahkan pengguna pada jurnal-jurnal tertentu yang relevan dengan topik penelitian.

Workshop pencarian literatur

Perpustakaan Universitas Sumatera Utara (USU) menyelenggarakan program kelas literasi yang dikelola oleh Layanan Referensi dan Literasi Informasi. Di dalam program ini terdapat berbagai kegiatan pelatihan, salah satunya adalah workshop pencarian literatur.

*“...bukan workshop aja, ada pelatihan-pelatihan”*P07. *“pelatihan canva itukan juga pendukung penelitian juga”* P02.

Workshop tersebut mengangkat tema berbeda pada setiap pelaksanaan, seperti pelatihan cara akses dan penelusuran, dan pelatihan penelusuran. Pada beberapa kegiatan, perpustakaan menghadirkan narasumber dari pihak penerbit. Pelaksanaan workshop dilakukan secara online

(Menghidupkan Ekosistem Penelitian: Strategi Promosi Layanan Pendukung ...)

dan secara offline, sesuai kebutuhan dan situasi kegiatan. Perpustakaan juga menerima permintaan dari program studi atau fakultas jika mereka membutuhkan workshop tertentu. Selain itu, perpustakaan juga menerima tawaran dari pihak penerbit yang ingin menyelenggarakan pelatihan. Seluruh perencanaan dan pelaksanaan program ini menjadi tanggung jawab Bidang Layanan Referensi dan Literasi Informasi.

Gambar 5. Workshop Pencarian Literatur



Sumber: Instagram Perpustakaan USU, 2025

Pelatihan penerbitan artikel

Perpustakaan Universitas Sumatera Utara (USU) juga menyelenggarakan program pelatihan penerbitan artikel ilmiah. Layanan ini merupakan bagian dari kegiatan kelas literasi yang dikelola oleh Layanan Referensi dan Literasi Informasi. Pelatihan ini dilaksanakan dalam dua bentuk yaitu offline dan online sesuai kegiatan yang sedang dijadwalkan. Beberapa contoh kegiatan yang telah diselenggarakan, seperti “Kelas Literasi: Publishing with IEEE (2024)” dan “Workshop Pelatihan Publikasi: Panduan Praktis dari Editor Jurnal (2023)” dan “Webinar Penerbitan Di Jurnal Pemasaran Konsumen (2025)”. Setiap kegiatan menghadirkan narasumber dari pihak penerbit yang terkait langsung dengan tema pelatihan, sehingga materi yang disampaikan berfokus pada proses penerbitan sesuai standar dan praktik editorial penerbit tersebut. Pelatihan seperti ini membantu peserta memahami alur publikasi artikel, mulai dari penyesuaian dengan pedoman jurnal, proses submit, hingga penilaian oleh editor. Seluruh proses perencanaan kegiatan ini berada di bawah tanggung jawab Layanan Referensi dan Literasi Informasi sebagai unit penyelenggara.

Gambar 6. Pelatihan Penerbitan Artikel



Sumber: Instagram Perpustakaan USU, 2025

Pelatihan mengembangkan profil penulis

Pelatihan Membangun Profil Penulis merupakan bagian dari program literasi yang diselenggarakan oleh Perpustakaan Universitas Sumatera Utara. Pelatihan ini bertujuan untuk membantu dosen dan mahasiswa pascasarjana memahami cara kerja author profile pada basis data Scopus. Kegiatan ini untuk memberikan penjelasan mengenai struktur, fungsi, serta pemanfaatan profil penulis dalam menunjang publikasi ilmiah. Pada dasarnya, peningkatan jangkauan author profil mendorong kolaborasi penelitian di kemudian hari.

Gambar 7. Pelatihan Mengembangkan Profil Penulis



Sumber : Instagram Perpustakaan USU, 2025

Layanan Pengecekan Kesamaan Konten

Perpustakaan Universitas Sumatera Utara menyediakan Layanan Uji Turnitin Dokumen untuk pemeriksaan tingkat plagiasi karya tulis dosen serta karya akhir mahasiswa pascasarjana, khususnya tesis dan disertasi. Layanan ini bersifat opsional karena setiap fakultas juga memiliki akses Turnitin masing-masing. Pelaksanaannya berada di Ruang Layanan Referensi dan Literasi Informasi.

“Turnitin... kalau yang cek turnitin syarat administrasinya tadi dia harus... mendaftar di formulir online” P02

Layanan dapat diakses melalui dua cara yaitu mengajukan permohonan secara online melalui formulir layanan, atau datang langsung ke perpustakaan. Pemeriksaan Turnitin dilakukan secara gratis dengan estimasi waktu maksimal 3×24 jam hari kerja. Setiap dokumen hanya dapat diperiksa maksimal tiga kali yaitu setelah penulis mengajukan revisi dari hasil pemeriksaan sebelumnya. Hasil pengecekan akan dikirimkan melalui email atau WhatsApp pemohon. Untuk pengambilan surat keterangan uji Turnitin dari perpustakaan, pemohon harus melampirkan surat rekomendasi dari program studi.

Gambar 8. Layanan Pengecekan Kesamaan Konten



Sumber: Website Perpustakaan USU, 2025 (<https://library.usu.ac.id/id>)

Promosi Layanan Pendukung Penelitian

Promosi Konvensional

Promosi layanan pendukung penelitian secara konvensional di Perpustakaan Universitas Sumatera Utara dilakukan melalui media fisik dan sosialisasi langsung. Media yang digunakan meliputi banner dan mading yang ditempatkan di titik strategis, seperti pintu masuk dan area mading di setiap lantai. Proses pembuatan banner diawali dengan pengeditan desain menggunakan aplikasi desain. Selanjutnya, desain tersebut akan ditinjau oleh manajer dukungan teknologi informasi dan koordinator publikasi sebelum dicetak. Untuk banner berukuran besar atau berbentuk spanduk, perpustakaan bekerja sama dengan pihak ketiga karena keterbatasan alat. Informasi yang ditampilkan pada banner disesuaikan dengan kebutuhan promosi.

"...iya kita letakkan juga [bannernya], ini cocoknya di sini" P04. "informasinya kita tempel di mading, pemanfaatan jurnal-jurnal yang ada kita punya kita tempel di mading" P05 "Sosialisasi itu... seperti untuk mahasiswa baru" P01

Selain itu, durasi penayangan bergantung pada masa berlaku informasi, misalnya banner jurnal internasional dipajang selama jurnal tersebut masih dilanggan. Standar desain banner dan mading menyesuaikan identitas visual perpustakaan dengan dominasi warna hijau, krem, dan kuning yang merujuk pada logo USU. Selain media cetak, promosi juga dilakukan melalui sosialisasi langsung oleh pustakawan saat layanan berlangsung atau kegiatan tertentu, sehingga pemustaka memperoleh penjelasan layanan secara lebih jelas dan personal.

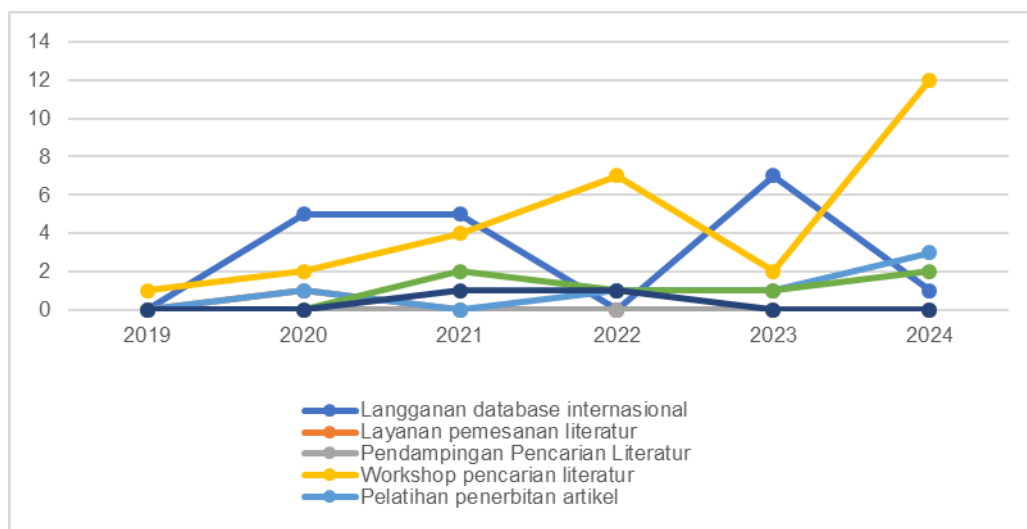
Promosi Digital

Selain promosi secara konvensional, perpustakaan juga melakukan promosi melalui media digital. Promosi layanan pendukung penelitian secara digital dilakukan melalui media sosial, website, dan YouTube. Perencanaan konten media sosial diawali dengan penyusunan informasi oleh manajer dan koordinator, kemudian staf mendesain konten dalam bentuk flyer, gambar, atau video menggunakan template Canva yang dimodifikasi sesuai identitas visual Perpustakaan USU.

"...dari Instagram, misalnya ada vidio menjaga buku 20 detik" P03 "...Facebook kan juga". "Kita promosi itu kan melalui website, websitenya itu <https://library.usu.ac.id/id>" P01

Selain itu, terdapat unggahan rutin dilakukan setiap hari Senin pagi berupa informasi jam layanan melalui Instagram dan Facebook Story. Unggahan lainnya disesuaikan dengan agenda dan kegiatan perpustakaan. Untuk media Youtube, perpustakaan memproduksi video tutorial pendukung penelitian, seperti penggunaan Zotero, penelusuran basis data, dan publikasi jurnal. Proses produksi dilakukan dengan menyusun panduan tertulis, dilanjutkan perekaman layar, pengeditan video menggunakan aplikasi CapCut atau Filmora, serta penambahan narasi dan teks. Video yang telah selesai akan direview oleh manajer dan koordinator sebelum dipublikasikan. Selain itu, rekaman webinar dan pelatihan literasi informasi juga diunggah ke YouTube agar dapat ditonton ulang oleh pemustaka. Evaluasi promosi digital dilakukan dengan menanggapi umpan balik pemustaka melalui komentar, pesan langsung, atau media lainnya. Penelitian ini menganalisis tren promosi layanan pendukung penelitian di media sosial instagram (gambar 9). Berdasarkan data publikasi layanan tahun 2018 hingga 2025 ditemukan bahwa layanan yang paling banyak dipublikasikan adalah workshop pencarian literatur (30 konten) dari keseluruhan 72 konten yang ada (41,7%). Publikasi terbanyak layanan tersebut terjadi pada tahun 2024 (12 konten). Sebaliknya, layanan pendampingan pencarian literatur tidak memiliki publikasi sama sekali. Selain itu, layanan pemesanan literatur hanya dipublikasikan 1 konten dan layanan pengecekan kesamaan konten dipublikasikan 2 kali. Tahun dengan peningkatan publikasi tertinggi terjadi pada tahun 2024 (69,2% dari tahun sebelumnya). Sebaliknya, tahun publikasi yang mengalami penurunan terjadi pada tahun 2025 (menurun 50% dari tahun sebelumnya).

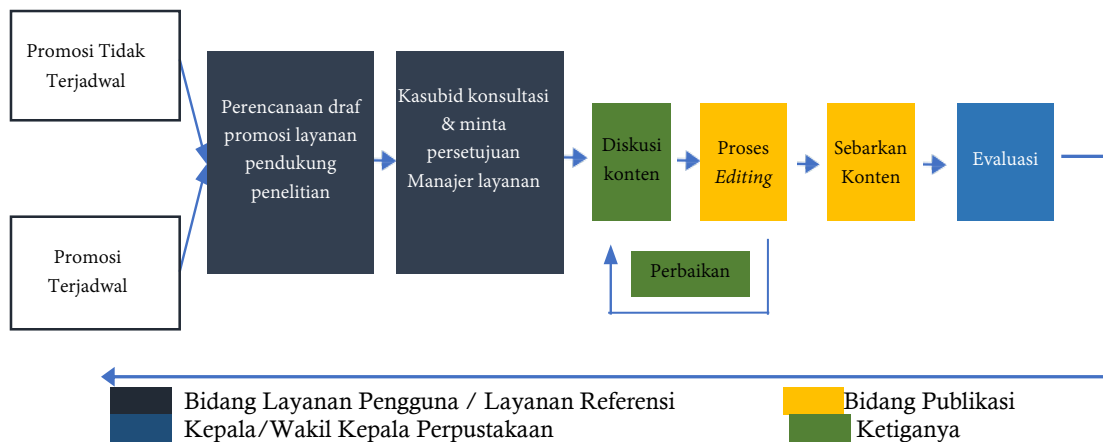
Gambar 9. Promosi Layanan Pendukung Penelitian di Media Sosial



Sumber: Diolah Peneliti, 2025

Alur Promosi Layanan Pendukung Penelitian

Dalam data wawancara, penelitian ini mengidentifikasi proses promosi yang dilakukan antara pelaksana layanan, bagian promosi dan pimpinan perpustakaan (Gambar 10). Tahapan dimulai dari Layanan Referensi dan Literasi Informasi yang terlebih dahulu menyusun draft informasi mengenai kegiatan atau layanan yang akan dipromosikan. Draft tersebut mencakup judul kegiatan, sinopsis, durasi, narasumber, lokasi, hingga waktu pelaksanaan. Setelah draft selesai, Kepala Sub bidang (Kasubid) mengoordinasikan dan mengkonsultasikan draft tersebut kepada Manajer Layanan Pengguna untuk mendapatkan persetujuan awal.

Gambar 10. Proses Promosi Layanan Pendukung Penelitian

Jika draft sudah disetujui, Kasubid kemudian berkomunikasi dengan Bidang Publikasi dan Website untuk mendiskusikan konsep konten yang akan dibuat. Bidang publikasi menyusun desain dan materi konten, kemudian kembali mendiskusikannya dengan Layanan Referensi dan Literasi Informasi untuk memastikan isi konten sudah sesuai. Setelah mendapatkan persetujuan dari layanan referensi dan literasi, konten yang telah selesai ditinjau oleh pimpinan atau kepala perpustakaan sebagai bentuk validasi akhir. Jika seluruh proses telah disetujui, konten tersebut dapat dipublikasikan melalui media digital seperti Instagram, website, dan Facebook. Sedangkan untuk promosi secara konvensional, informasi yang sama dicetak dan dipasang pada banner, ditempel di mading, atau disampaikan melalui kegiatan sosialisasi langsung kepada pemustaka. Temuan ini melengkapi temuan sebelumnya yang dilakukan oleh (Aliwijaya, 2023), bahwa proses pembuatan konten yang khusus pada layanan penelitian menunjukkan adanya beberapa bidang terlibat.

Diskusi

Bauran Promosi Layanan Pendukung Penelitian di Perpustakaan Perguruan Tinggi

Perpustakaan Universitas Sumatera Utara (USU) telah menyediakan berbagai layanan pendukung penelitian yang sejalan dengan konsep perpustakaan modern dalam literatur. Layanan tersebut meliputi langganan database jurnal internasional dan e-book, pemesanan literatur, pendampingan penelusuran informasi, workshop pencarian literatur, pelatihan publikasi artikel, pelatihan pengembangan profil penulis, layanan Turnitin, dan repositori institusi. Temuan ini sejalan dengan laporan penelitian Borrego & Anglada, (2018), Tang & Zhang, (2019) serta Awan et al., (2022) bahwa perpustakaan berperan dalam memberi akses, pelatihan, dan dukungan penelitian. Jika dibandingkan dengan kerangka Hussain & Rafiq, (2025), perpustakaan USU belum memenuhi beberapa aspek layanan pendukung dalam siklus penelitian. Penelitian ini merekomendasikan untuk membuat program pelatihan penulisan proposal hibah dan menyediakan informasi peluang pendanaan, serta mengembangkan layanan kolaborasi riset. Selain itu, perlu dihadirkan layanan pengelolaan data penelitian (metadata dan kurasi), dukungan analisis statistik dan visualisasi data, layanan tinjauan sistematis, serta review sejawat internal sebagai penguatan layanan pendukung penelitian.

Beberapa kajian menunjukkan tools promosi yang penting, namun belum terimplementasi secara optimal dalam penelitian ini. Pertama, direct marketing melalui WhatsApp dan email yang ditemukan sebagai kanal utama di dalam penelitian tedahulu belum terlihat dalam praktik (misalnya Safitri et al., 2025). Kedua, personal selling berupa promosi langsung melalui kunjungan kelas atau workshop belum tampak kuat, padahal efektifitasnya telah dibuktikan (misal Acharya & Tippanna, 2023; Mohammed & Ibrahim, 2021). Penelitian ini menduga promosi ke dalam kelas umumnya dilakukan diawal perkuliahan yang berfokus pada layanan

umum bukan layanan pendukung penelitian. Selanjutnya, promosi e-resources dan koleksi digital relatif rendah di berbagai studi (misal Cheng et al., 2020; Vasileiou & Rowley, 2011). Oleh karena itu, perlu program promosi khusus untuk koleksi digital. Promosi ini juga penting untuk pengguna difabel (Harahap, 2021; Suciati & Uminurida, 2019).

Dalam penelitian, data juga menunjukkan penurunan pemanfaatan beberapa database internasional pada Perpustakaan Universitas Sumatera Utara. Terjadi penurunan jumlah akses dan unduhan pada platform seperti Wiley, EBSCO, JSTOR, dan Westlaw. Meskipun perpustakaan telah menyediakan akses ke berbagai database bereputasi, pengguna mungkin kurang memahami fungsi spesifik setiap database dan kurang mengetahui cara pemanfaatannya. Bahkan, artikel yang ada dalam database kemungkinan dianggap kurang relevan dengan kebutuhan penelitian di lingkungan USU. Penurunan akses ini memperlihatkan bahwa adanya kesenjangan antara penyediaan sumber daya layanan pendukung penelitian di perpustakaan dan kebutuhan peneliti. Oleh karena itu, promosi layanan ini diduga belum merata untuk setiap jenis layanan yang memperkuat rendahnya akses database tertentu. Dengan demikian, perpustakaan perlu memperkuat strategi sosialisasi dengan melakukan analisis kebutuhan pengguna untuk kebutuhan promosi layanan pendukung penelitian.

Di sisi lain, terdapat layanan pendukung penelitian yang sedikit atau bahkan belum dipromosikan di media sosial. Layanan pemesanan literatur dan layanan pengecekan kesamaan konten ditemukan dalam wawancara. Namun, layanan tersebut terbatas dipublikasikan pada media sosial perpustakaan. Selain itu, pendampingan pencarian literatur juga belum ditemukan promosinya melalui media sosial. Oleh karena itu, layanan pendukung penelitian perlu dikomunikasikan secara luas kepada pengguna perpustakaan melalui media sosial.

Batasan Penelitian dan Penelitian Lanjut

Penelitian promosi layanan pendukung penelitian di Perpustakaan USU ini tidak bisa langsung digeneralisasi ke perpustakaan lain. Data dikumpulkan dengan pendekatan kualitatif hanya dilakukan pada satu perpustakaan perguruan tinggi. Selain itu, penelitian ini juga belum menganalisis terperinci untuk mengukur efektivitas promosi digital yang ada. Untuk penelitian lanjut, disarankan melakukan studi kuantitatif untuk mengukur jangkauan promosi. Selain itu, studi komparatif antar perpustakaan juga perlu dilakukan untuk menilai praktik promosi terbaik. Dalam konteks inklusi promosi bagi pengguna difabel juga sangat diperlukan. Di sisi lain, penelitian ini mendukung pandangan bahwa promosi merupakan kegiatan untuk menginformasikan berbagai layanan perpustakaan Yenianti (2019), termasuk layanan pendukung penelitian. Selain itu, penerapan lima unsur utama bauran promosi Kotler & Armstrong (2018) dalam konteks layanan pendukung penelitian tetap relevan. Praktik di Perpustakaan USU yang membedakan “konten terjadwal” dan “konten tidak terjadwal” melengkapi teori dengan menekankan pentingnya koordinasi antarbidang. Selain itu, temuan bahwa perpustakaan telah menggunakan berbagai promotion tools seperti banner, mading, sosialisasi, Instagram, Facebook, YouTube, dan website selaras dengan konsep promosi media konvensional dan digital. Namun, penelitian menunjukkan perlunya peningkatan pada aspek direct marketing dan personal selling. Oleh karena itu, dalam praktiknya perlu optimalisasi saluran direct marketing dan personal selling agar investasi langganan dalam layanan pendukung penelitian lebih sebanding dengan tingkat penggunaannya.

Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan menganalisis strategi promosi layanan pendukung penelitian di Perpustakaan Universitas Sumatera Utara. Penelitian berusaha melengkapi kesenjangan tentang promosi layanan riset di perpustakaan perguruan tinggi di negara berkembang. Temuan menunjukkan perpustakaan telah menyediakan berbagai layanan pendukung penelitian seperti langganan database, layanan Turnitin, pemesanan literatur, pendampingan literatur, dan workshop. Promosi dilakukan secara konvensional lewat banner mading dan sosialisasi. Selain itu, promosi juga dilakukan secara digital melalui website, Instagram, Facebook, YouTube. Namun, data analytics promosi belum dimanfaatkan sehingga efektivitas kanal digital kurang terukur. Pengurangan jumlah database akibat anggaran berdampak pada layanan dan menuntut

perlunya peningkatan promosi pada layanan tersebut. Hasil penelitian akan menjadi pengembangan bidang perpustakaan dan informasi khususnya dalam bidang promosi perpustakaan dalam aspek *advertising personal selling* dan *direct marketing* untuk mencapai peneliti di perguruan tinggi. Oleh karena itu, implikasi praktis diharapkan strategi promosi perlu memadukan *personal selling* melalui pustakawan penghubung serta *direct marketing* lewat email dan WhatsApp. Hal ini bertujuan agar kebermanfaatan investasi langganan langganan meningkat.

Referensi

- Acharya, S. K., & Tippanna, V. (2023). Library services marketing: An overview of strategies and outcomes. *IP Indian Journal of Library Science and Information Technology*, 8(1), 1–4. <https://doi.org/10.18231/j.ijlsit.2023.001>
- Aliwijaya. (2023). *Library promotion planning through social media*. 2(3), 31–40.
- Atuase, D., & Maluleka, J. (2023). Marketing of library resources and its impact on the library usage of distance-learning students. *Digital Library Perspectives*, 39(1), 111–123. <https://doi.org/10.1108/DLP-03-2022-0025>
- Awan, M. H., Richardson, J., & Ahmed, S. (2022a). Current status of research support services in university libraries of Pakistan. *Digital Library Perspectives*, 38(4), 412–428. <https://doi.org/10.1108/DLP-11-2021-0101>
- Awan, M. H., Richardson, J., & Ahmed, S. (2022b). Current status of research support services in university libraries of Pakistan. *Digital Library Perspectives*. <https://doi.org/10.1108/DLP-11-2021-0101>
- Borrego, Á., & Anglada, L. (2018). Research support services in Spanish academic libraries: An analysis of their strategic plans and of an opinion survey administered to their directors. *Publications*, 6(4). <https://doi.org/10.3390/publications6040048>
- Creswell, J. W. (2018). *Research design qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. *Gdc* 231, 1–37.
- Harahap, W. R. (2021). Penerapan strategi promosi perpustakaan. *JUPI (Jurnal Ilmu Perpustakaan Dan Informasi)*, 6(1), 103. <https://doi.org/10.30829/jupi.v6i1.9314>
- Hussain, A., & Rafiq, M. (2025). Provision of research support services across the research lifecycle in university libraries. *Journal of Librarianship and Information Science*, 57(1), 223–239. <https://doi.org/10.1177/09610006231207661>
- Kotler, & Armstrong. (2018). Principles Of Marketing. In *Early Greek Mythography, Vol. 1: Texts*. <https://doi.org/10.1093/oseo/instance.00295839>
- Maha, R. N., Tupan, & Wulandari, S. (2023). Evaluasi pengembangan layanan perpustakaan riset bagi sivitas Brin. *Visi Pustaka*, 25(1). <https://doi.org/10.37014/visipustaka.v25i1.3603>
- Maryati, I., Purwandari, B., Santoso, H. B., Budi, I., Solichah, I., & Gani, F. (2022). Research support services in Indonesian academic digital libraries: A proposed business model and prototype design. *DESIDOC Journal of Library and Information Technology*, 42(1), 18–29. <https://doi.org/10.14429/DJLIT.42.1.17108>
- Miles & Huberman. (1992). *Analisis data kualitatif buku sumber tentang metode-metode baru*.
- Ramadhani. (2020). Kemudahan dan kebermanfaatan Inlis Lite (Integrated Library System) bagi pegawai dinas perpustakaan dan kearsipan kabupaten Aceh Selatan: analisis technology acceptance model (Tam. *Core.Ac.Uk*, 18. <https://core.ac.uk/download/pdf/293463801.pdf>
- Safitri, A. D., Ilmi, B., Maret, U. S., & Maret, U. S. (2025). *UMS library digital scholarship : strategi promosi perpustakaan dan pusat layanan digital universitas muhammadiyah Surakarta*. 6(1), 1–8.

-
- Sujana, J. G., Siswadi, F., & Suyanto, I. (2019). Penjajakan layanan manajemen data penelitian di perpustakaan perguruan tinggi. *Jurnal Pustakawan Indonesia*, 18(2), 75–89. <https://doi.org/10.29244/jpi.18.2.75-89>
- Tang, Y., & Zhang, C. (2019). Development and practice of research support services in peking university library. *International Journal of Library and Information Services*, 8(2), 22–39. <https://doi.org/10.4018/ijlis.2019070102>
- Yenianti, I. (2019). Promosi perpustakaan melalui media sosial di perpustakaan IAIN Salatiga. *Pustabilia: Journal of Library and Information Science*, 3(2), 223–237. <https://doi.org/10.18326/pustabilia.v3i2.223-237>