

ABSTRAK

Perubahan Promosi di Masa Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB): Aktivitas Promosi Perpustakaan KPw. Bank Indonesia Jawa Tengah Tahun 2021

Promosi merupakan strategi penting dalam penyediaan jasa, baik untuk organisasi profit maupun non-profit seperti Perpustakaan KPw. Bank Indonesia Jawa Tengah. Promosi membantu meningkatkan kesadaran masyarakat tentang layanan yang ditawarkan dan mempengaruhi perilaku pengguna. Namun, pandemic COVID-19 mengubah perilaku pengguna, sehingga perpustakaan perlu menyesuaikan strategi promosi mereka dengan kondisi terbaru. Pembatasan social dan penutupan perpustakaan untuk masyarakat umum menyulitkan akses ke Perpustakaan KPw. Bank Indonesia Jawa Tengah. Oleh karena itu, perlu dilakukan penelitian untuk memahami perubahan preferensi pemustaka dan mengadaptasi strategi promosi perpustakaan agar tetap relevan dalam kondisi pandemic. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan tujuan memahami perubahan dalam aktivitas promosi Perpustakaan KPw. Bank Indonesia Jawa Tengah selama masa PSBB. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif untuk mengembangkan konsep dan menghimpun fakta-fakta perubahan ini. Selama masa PSBB, Perpustakaan KPw. Bank Indonesia Jawa Tengah mengalami perubahan signifikan dalam strategi promosi mereka. Mereka beralih dari promosi fisik ke promosi online karena memberikan fleksibilitas dan akses yang lebih baik bagi pemustaka yang berada di rumah. Perubahan ini memberikan kesempatan bagi perpustakaan untuk menyesuaikan bauran promosi mereka, tetap relevan, dan terhubung dengan pemustaka yang mengalami perubahan perilaku konsumen. Untuk meningkatkan efektivitas promosi online, perpustakaan perlu memberikan pelatihan kepada pustakawan dalam menguasai strategi promosi online.

Kata Kunci: Promosi, Perpustakaan Khusus, COVID-19, Pandemi, Perubahan Perilaku.

ABSTRACT

Changes in Promotion During the Large-Scale Social Restrictions (PSBB): Promotional Activities of the Bank Indonesia Central Java Regional Office Library, 2021

Promotion is a vital strategy in service provision, applicable to both profit and non-profit organizations, such as the Bank Indonesia Regional Office Library in Central Java (KPw. Bank Indonesia Jawa Tengah). Promotion aids in raising public awareness of the services offered and influencing user behavior. However, the COVID-19 pandemic has led to shifts in user behavior, necessitating adjustments in library promotion strategies to align with the new circumstances. Social restrictions and the closure of libraries to the general public have presented challenges in accessing the KPw. Bank Indonesia Jawa Tengah Library. Hence, research is imperative to comprehend changes in user preferences and adapt library promotion strategies to remain relevant during the pandemic. This study employs a qualitative approach with the aim of understanding the alterations in promotional activities at the KPw. Bank Indonesia Jawa Tengah Library during the Large-Scale Social Restrictions (PSBB) period. The qualitative descriptive method is utilized to develop concepts and gather factual information concerning these changes. Throughout the PSBB period, the KPw. Bank Indonesia Jawa Tengah Library underwent significant transformations in its promotional strategies. They transitioned from physical promotions to online promotions due to the flexibility and improved access it offered to users confined to their homes. These changes provide the library with the opportunity to adapt its promotional mix, ensuring continued relevance and engagement with users undergoing shifts in consumer behavior. To enhance the effectiveness of online promotion, the library needs to provide training to librarians in mastering online promotional strategies.

Keyword: Promotions, Special Libraries, COVID-19, Pandemic, Behavior Change.