

## ABSTRAK

Khotim Zainal Arifin, 2012. Efektifitas Promosi di Perpustakaan Jakarta Islamic Centre dan Tinjauannya Menurut Islam. Skripsi, Program Studi Ilmu Perpustakaan dan Informasi, Fakultas Teknologi Informasi Universitas YARSI, 2011.

Perpustakaan Jakarta Islamic Centre (JIC) merupakan perpustakaan yang berada di lingkungan Masjid JIC, sehingga dapat digolongkan ke dalam perpustakaan masjid. Keberadaan perpustakaan masjid yang masih langka membuat ketidaktahuan masyarakat/jamaah tentang keberadaan perpustakaan di sebuah masjid. Pada Tahun 2010, menurut Pemerintah Daerah Provinsi DKI Jakarta, baru 350 masjid yang melengkapi diri dengan perpustakaan (<http://www.beritajakarta.com>), sedangkan Jumlah masjid yang ada sebanyak 8.513 (<http://kemenag.go.id>). Dari keadaan ini maka perlu dilakukan promosi agar perpustakaan masjid menjadi dikenal oleh jamaah/masyarakat. Promosi yang dilakukan, selain untuk memperkenalkan keberadaan perpustakaan kepada jamaah yang belum mengetahui, juga berguna untuk menjaga kesetiaan jamaah yang telah memanfaatkan perpustakaan. Dari observasi, masih ditemui jamaah Masjid JIC yang belum mengetahui keberadaan Perpustakaan JIC dan dari data pengunjung Perpustakaan JIC sepanjang tahun 2011, menunjukkan penurunan yang signifikan, pada awal tahun pengunjung mencapai hingga 2123 orang/bulan tetapi pada bulan-bulan berikutnya mengalami penurunan hingga 1053. Keadaan ini menarik perhatian penulis untuk meneliti tentang promosi yang telah dilakukan pihak perpustakaan terutama sarana promosinya. Dari hasil penyebaran kuesioner kepada 58 pengunjung perpustakaan dapat dilihat efektifitas unsur pemasaran *product, price, dan place* berturut-turut 58,62%, 79,31%, dan 94,83%. Tingkat efektifitas sarana promosinya (*promotian*) sebagai berikut; papan nama 46,55%, brosur 37,93%, dari mulut ke mulut 74,13%, layar jumat 41,38%, iklan di radio JIC 48,27%, pembatas buku 41,38%, seminar 24,14, perlombaan 15,51%, bedah buku 37,93%, layanan pesan singkat 34,48%, *website* 46,55%, cendera mata 27,59%. Efektifitas promosi yang masih rendah tersebut menjadi bahan evaluasi agar dalam melaksanakan promosi kedepan semakin terarah dengan strategi-strategi yang baik. Menurut pandangan Islam, usaha yang telah dilakukan Perpustakaan JIC sudah termasuk ikhtiar yang mulia dan dapat dikategorikan amal dakwah, yaitu menyeru atau mengajak jamaah agar terus belajar. Salah satu sarana belajar tersebut adalah perpustakaan masjid dengan sumber-sumber informasinya, terutama informasi tentang Islam.

Kata kunci: Perpustakaan Masjid, Promosi, Dakwah