

**TINGKAT PEMAHAMAN PEMANFAATAN PERPUSTAKAAN MELALUI BROSUR
DAN WEBSITE
(STUDI KASUS DI UPT PERPUSTAKAAN POLTEKKES KEMENKES SEMARANG)**

Oleh : Ieka Mintarsih*

Pembimbing : Dra. Yuniwati BYPMYRR,.

Program Studi Ilmu Perpustakaan, Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Diponegoro Semarang

*)E-mail: ikaqmintarsih@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini berjudul “Tingkat Pemahaman Pemanfaatan Perpustakaan Melalui Brosur dan Website (Studi Kasus di UPT Perpustakaan Poltekkes Kemenkes Semarang)”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat pemahaman pemanfaatan perpustakaan setelah adanya promosi melalui brosur dan website perpustakaan UPT Perpustakaan Poltekkes Kemenkes Semarang. Brosur dan website merupakan salah satu promosi perpustakaan. Promosi perpustakaan yaitu komunikasi persuasif yang bertujuan agar masyarakat tahu layanan apa saja yang ada di perpustakaan dan mau memanfaatkan perpustakaan tersebut. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif. Informan pustakawan dan karyawan dipilih secara *purposive sampling* berjumlah 3 informan dan untuk pemustaka dipilih secara *insidental* berjumlah 8 informan. Pengumpulan data dengan observasi dan wawancara. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis Milles dan Huberman yaitu reduksi data, display data dan verifikasi serta penarikan kesimpulan. Hasil dari penelitian ini adalah tingkat pemahaman pemanfaatan perpustakaan pemustaka sampai pada tingkat keinginan (*Desire*). Hanya beberapa informan yang mencapai tingkat mengambil tindakan (*Action*).

Kata kunci: Promosi, Tingkat Pemahaman, Brosur, Website, UPT Perpustakaan Poltekkes Kemenkes Semarang.

Abstract

The study is titled "Understanding the Use of Libraries Through Rate Brochure and Website (Case Studies in UPT Poltekkes Kemenkes Semarang)". The purpose of this study was to determine the level of understanding of the use of the library after the promotion through brochures and websites Kemenkes polytechnic libraries Library Unit Semarang. The brochure and website promotion is one of the libraries. Promotion is persuasive communication library that aims to make people know what services are available in the library and want to take advantage of the library. The method used in this research is descriptive qualitative research. Informants librarians and employees selected by purposive sampling totaling 3 to pemustaka selected informants and incidentally are 8 informant. The collection of data through observation and interviews. Data analysis in this study using the analysis Milles and Huberman data reduction, data display and drawing conclusions and verification. Results from this study is the level of understanding of the use of the library pemustaka to the level of desire (*Desire*). Only a few informants who reached the level to take action (*Action*).

Keywords: Promotions, The Understanding, Brochures, Websites, UPT Perpustakaan Poltekkes Kemenkes Semarang

1. Pendahuluan

Pada dasarnya pemasaran perpustakaan perguruan tinggi merupakan media untuk pertukaran informasi antara pihak perpustakaan dengan pemustaka. Tujuannya adalah memberikan berbagai macam informasi tentang semua produk dan jasa yang disediakan oleh perpustakaan perguruan tinggi. Mempersuasi mahasiswa serta dosen untuk memanfaatkan perpustakaan dalam proses perkuliahan.

Berdasarkan observasi awal terlihat bahwa mahasiswa yang berkunjung ke perpustakaan lebih banyak langsung menuju rak buku daripada menggunakan brosur ataupun website. Padahal brosur dan website merupakan sarana promosi untuk mengetahui jenis-jenis layanan UPT Perpustakaan Poltekkes Kemenkes Semarang.

Dari uraian di atas, penulis tertarik untuk meneliti mengapa promosi perpustakaan dalam bentuk brosur dan website kurang dimanfaatkan yang dikaitkan dengan tingkat pemahaman pemanfaatan perpustakaan. Untuk mengetahui lebih jauh tentang hal tersebut, maka penelitian ini berjudul **“Tingkat Pemahaman Pemanfaatan Perpustakaan Melalui Brosur dan Website (Studi Kasus di UPT Perpustakaan Poltekkes Kemenkes Semarang)”**.

2. Landasan Teori

2.1 Promosi

Menurut Kotler (2006) dalam pemasaran sering menggunakan istilah 4P atau biasa *Marketing mix* yang dapat mempengaruhi tanggapan konsumen terhadap produk atau jasa yang ditawarkan oleh suatu organisasi atau perusahaan. 4P tersebut adalah

a. Produk (*product*)

Produk atau jasa yang ada di perpustakaan biasanya berupa koleksi perpustakaan, peminjaman, penelusuran manual atau menggunakan komputer, pendidikan pengguna dan lain-lain.

b. Harga (*price*)

Perpustakaan sebagai salah satu organisasi nirlaba biasanya tidak

menetapkan harga untuk produk atau jasa yang ada diberikan, namun, dewasa ini perpustakaan menetapkan harga untuk beberapa produk atau jasa perpustakaan tertentu yang memang membutuhkan biaya untuk produksi, yang sebagian ditanggung oleh perpustakaan dan sebagian lagi ditanggung pemustaka. Namun demikian, ada juga perpustakaan yang mengambil sedikit keuntungan dari biaya tersebut, sehingga harga yang ditetapkan di atas biaya produksi. Contohnya adalah pada pembuatan kartu anggota, perpustakaan menetapkan harga sebagai pengganti cetak kartu anggota.

c. Distribusi atau tempat (*place*)

Dalam perpustakaan, unsur ketiga ini berarti penyebaran produk atau jasa informasi kepada pengguna perpustakaan atau pemustaka.

d. Promosi (*promotion*)

Promosi perpustakaan bisa dilakukan dengan menyebarkan brosur perpustakaan dan membuat website atau weblog perpustakaan yang bisa diakses dengan mudah oleh siapa pun.

2.2 Brosur

Menurut Mustafa (2010) Brosur adalah salah satu bentuk media promosi, biasanya berupa kertas yang berisi informasi persuasif tentang suatu produk atau jasa yang bisa dimanfaatkan masyarakat.

UPT Perpustakaan Poltekkes Kemenkes Semarang melakukan promosi dengan menggunakan brosur. Isi dari brosur tersebut adalah nama instansi, alamat perpustakaan, jam buka layanan perpustakaan, peta ringkas lokasi perpustakaan, informasi tentang jenis koleksi dan jenis pelayanan, cara dan peraturan peminjaman koleksi.

2.3 Website

Menurut Dewanto (2006:5) website adalah sebuah site (lokasi) pada *world wide web* dimana situs terdiri dari sebuah *homepage*, dimana kita dapat melihat halaman pertama yang ditampilkan dan dilihat oleh banyak pengguna yang dapat

melanjutkan ke situs selanjutnya. Website untuk mempromosikan perpustakaan biasanya berisi informasi-informasi penting tentang perpustakaan, lebih lengkap daripada brosur dan isi dan penampilannya lebih menarik. Selain UPT Perpustakaan Poltekkes Kemenkes Semarang, ada beberapa Universitas di Indonesia yang melakukan promosi melalui website yaitu UPT Perpustakaan dan Informasi Universitas Muhammadiyah Malang di Kota Malang dan Perpustakaan Universitas Kristen Petra di Kota Surabaya.

2.4 Pemahaman

Pemahaman (*comprehension*) adalah bagaimana seorang mempertahankan, membedakan, menduga (*estimates*), menerangkan, memperluas, menyimpulkan, menggeneralisasikan, memberikan contoh, menuliskan kembali, dan memperkirakan (Arikunto, 2005:137). Menurut Peter dan Olson (1994) pemahaman (*comprehension*) adalah proses kognitif yang dilibatkan dalam penerjemahan dan pemahaman konsep, kejadian, objek dan manusia dalam lingkungan. Lebih lanjut dikatakan bahwa, variasi pemahaman membahas empat hal yang penting yaitu :

1. Pemahaman dapat terjadi secara otomatis atau terkontrol.
2. Dapat menghasilkan arti yang lebih nyata atau lebih abstrak.
3. Dapat menghasilkan sedikit atau banyak arti.
4. Dapat menciptakan ingatan yang lebih lemah atau lebih kuat.

Pemahaman di bagi dua tingkatan yaitu tingkat dangkal dan tingkat mendalam.

1. Pada tingkat dangkal, pemustaka hanya bisa memperoleh informasi dan bisa menjelaskan letak perpustakaan dan informasi lain yang tercantum di brosur atau di website.
2. Pada tingkat yang dalam, pemustaka tidak hanya bisa memperoleh informasi dan bisa menjelaskan letak perpustakaan dan informasi lain yang tercantum di brosur atau di website, tetapi pemustaka sudah bisa

memanfaatkan brosur dan website tersebut.

Menurut Qalyubi (2003) unsur-unsur tingkat pengenalan promosi khalayak yaitu *Attention* atau perhatian, *Interest* atau ketertarikan, *Desire* atau keinginan, *Action* atau tindakan, *Satisfy* atau kepuasan. Unsur-unsur tersebut lebih dikenal dengan konsep AIDA atau model AIDA singkatan dari (*Attention, Interest, Desire dan Action*).

1. Mendapatkan perhatian (*attention*)

Konsep mendapatkan perhatian diimplementasikan pada promosi perpustakaan, promosi melalui brosur dapat dilakukan dengan membuat brosur semenarik mungkin dengan memberikan gambar yang menarik tulisan yang bagus untuk menarik perhatian calon pemustaka dan yang sudah menjadi pemustaka. Promosi melalui website dapat dilakukan dengan membuat desain website yang menarik begitu pula isinya juga menarik agar menarik perhatian siapa saja yang mengaksesnya.

2. Mempertahankan ketertarikan (*interest*)

Konsep mempertahankan ketertarikan diimplementasikan pada promosi perpustakaan, bisa berarti calon pemustaka dan pemustaka merasa senang dengan promosi yang dilakukan oleh perpustakaan, baik promosi melalui brosur maupun promosi melalui website. Selain itu pemustaka juga bisa membuktikan bahwa informasi yang ada di brosur dan website tersebut sudah sesuai dengan keadaan sebenarnya.

3. Menumbuhkan keinginan (*desire*)

Konsep menumbuhkan keinginan diimplementasikan pada promosi perpustakaan, berarti calon pemustaka dan pemustaka memiliki keinginan untuk datang dan memanfaatkan perpustakaan karena promosi yang dilakukan oleh perpustakaan.

4. Menghasilkan tindakan (*action*)

Konsep menghasilkan tindakan diimplementasikan pada promosi perpustakaan, berarti pemustaka sudah memanfaatkan brosur dan

website perpustakaan dan memanfaatkan perpustakaan karena media promosi tersebut.

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan tingkat pemahaman terhadap promosi perpustakaan yaitu dari tingkat dangkal yang meliputi tahap mendapatkan perhatian (*Attention*), mempertahankan ketertarikan (*Interest*) dan menumbuhkan keinginan (*Desire*). Pada tingkat yang mendalam berarti pemustaka sudah mencapai tahap menghasilkan tindakan (*Action*).

3. Metode Penelitian

Penelitian ini akan memberikan gambaran yang cermat tentang fenomena yang terjadi mengenai promosi yang digunakan perpustakaan untuk meningkatkan pemahaman pemanfaatan perpustakaan oleh sivitas akademika di UPT Perpustakaan Poltekkes Kemenkes Semarang, penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif. Subyek dalam penelitian ini adalah sivitas akademika Poltekkes Kemenkes Semarang dan pemustaka yang bukan sivitas akademika Poltekkes Kemenkes Semarang. Objek dari penelitian ini adalah pengaruh promosi terhadap tingkat pemahaman sivitas akademika dalam memanfaatkan perpustakaan dan faktor-faktor yang mempengaruhinya.

Informan dipilih dengan kriteria sebagai berikut :

1. Bersedia menjadi informan
2. Berdasarkan jabatan atau status
3. Berdasarkan status pemustaka
4. Berdasarkan jurusan

Pemilihan sampling dalam penelitian ini peneliti menggunakan dua teknik yaitu sampling purposive untuk pustakawan dan sampling insidental untuk pemustaka.

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan observasi, wawancara, studi dokumentasi dan gabungan ketiganya.

Teknik analisis yang digunakan yaitu analisis sebelum di lapangan, peneliti melakukan observasi awal di UPT perpustakaan Kemenkes Semarang. Tahap selanjutnya yaitu:

1. Reduksi data
Peneliti merangkum data yang telah dikumpulkan dari hasil observasi dan wawancara yang telah dilakukan di UPT. Perpustakaan Kemenkes Semarang, memilah-milah data yang penting dan membuang data yang tidak diperlukan.
2. Penyajian data
Pada tahap ini peneliti akan menyajikan data dari hasil observasi dan wawancara yang telah dirangkum sebelumnya sehingga mudah dimengerti.
3. Verifikasi
Pada tahap ini peneliti memberikan kesimpulan terhadap hasil yang diperoleh, bila hasil yang diperoleh didukung bukti-bukti yang kuat berarti sudah di dapatkan kesimpulan yang kredibel. Bila hasil yang diperoleh kurang didukung oleh bukti-bukti yang kuat berarti kesimpulan masih bisa berubah.

4. Hasil Analisis

Berikut hasil penelitian yang telah dilakukan peneliti di UPT Perpustakaan Poltekkes Kemenkes Semarang. Pada tingkat pemahaman dangkal pemustaka mencapai tingkat mendapatkan perhatian (*attention*), mempertahankan ketertarikan (*interest*) dan (menumbuhkan keinginan (*desire*). Pada pemahaman tingkat mendalam, pemustaka mencapai tingkat menghasilkan tindakan (*action*). Secara lebih rinci akan dijelaskan sebagai berikut:

- 4.1 Mendapatkan perhatian (*attention*)
Dari hasil wawancara pada tingkat mendapatkan perhatian (*attention*) dapat disimpulkan, promosi yang dilakukan UPT Perpustakaan Poltekkes Kemenkes Semarang sudah mendapatkan perhatian dari pemustaka. Dapat dilihat dari tujuh pemustaka memperhatikan adanya brosur dan delapan pemustaka memperhatikan adanya *website* perpustakaan.
- 4.2 Mempertahankan ketertarikan (*interest*)
Dari hasil wawancara pada tingkat mempertahankan ketertarikan (*Interest*) dapat disimpulkan bahwa lima

informan lebih tertarik pada website perpustakaan karena website perpustakaan lebih lengkap informasinya. Namun, ada juga informan yang tertarik dengan brosur karena lebih praktis. Hal ini berarti tingkat pemahaman informan sudah mencapai tingkat ketertarikan (*Interest*).

4.3 Menumbuhkan keinginan (*desire*)

Berdasarkan hasil wawancara pada tingkat menumbuhkan keinginan (*desire*) informan yang memiliki keinginan untuk membaca brosur perpustakaan ada tiga informan dan enam informan yang memiliki keinginan untuk mengakses website. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan, tingkat pemahaman pemanfaatan perpustakaan melalui brosur sudah mencapai tingkat menumbuhkan keinginan (*Desire*). Ini artinya, promosi yang dilakukan UPT Perpustakaan Poltekkes Kemenkes Semarang sudah menumbuhkan keinginan dari pemustaka untuk memanfaatkan perpustakaan.

4.4 Menghasilkan tindakan (*action*)

Berdasarkan hasil wawancara pada tingkat menghasilkan tindakan (*action*) pemustaka lebih sering memanfaatkan *website* untuk penelusuran koleksi.

5. Simpulan

Sesuai dengan tujuan penelitian yaitu melakukan penelitian terhadap pengaruh promosi dengan tingkat pemahaman sivitas akademika dalam pemanfaatan perpustakaan, maka, dapat disimpulkan tingkat pemahaman pemanfaatan perpustakaan melalui brosur mencapai tingkat menumbuhkan keinginan (*Desire*). Tingkat pemahaman perpustakaan melalui website mencapai pada tingkat menghasilkan tindakan (*action*)

Saran

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh penelitidan simpulan di atas, maka peneliti memberikan saran kepada UPT Perpustakaan Poltekkes Kemenkes Semarang untuk peningkatan promosi yang dilakukan perpustakaan.

Promosi melalui brosur lebih ditingkatkan lagi misalnya, pada saat

penerimaan mahasiswa baru. selain diadakan pendidikan pemakai dan diberi buku panduan juga diberikan brosur perpustakaan.

Promosi melalui website sudah cukup efektif, namun, masih ada beberapa sivitas akademika yang memahami penggunaan OPAC pada website tersebut. Untuk mengatasi hal tersebut pustakawan bisa mengadakan pendidikan pemakai dan langsung mengajak pemustaka mempraktekannya. Tujuannya adalah agar pemustaka lebih memahami memanfaatkan website perpustakaan.

6. Daftar Pustaka

Alfianto, S 2010. *Skripsi Pengaruh Promosi Layanan Internet Terhadap Peningkatan Pengunjung Perpustakaan di SMK N 1 Semarang*. Jurusan Ilmu Perpustakaan Undip.

Arikunto, S. 2005. *Dasar-dasar Evaluasi Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara.

Dewanto, I.J. 2006. *Web Design (Metode Aplikasi dan Implementasi)*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Fatmawati, E. 2010. *The Art of Library: ikatan esai Bergizi Teniang Seni Mengolah Perpustakaan*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

<http://books.google.co.id/books?id=utDmVOoVEQEC&pg=PT175&lpg=PT175&dq=konsept+aida&source=bl&ots=1T3khJh0mg&sig=3Db3ZJgq1PqE7ZjtYOQp1ihg3VE&hl=jv&sa=X&ei=gvgHULf8GMvQrQfgp4HACw&ved=0CCoQ6AEwAA#v=onepage&q=konsep%20aida&f=false> [diakses tanggal 03 Juli 2012 pukul 15.00]

<http://www.lib.umm.ac.id/home.php> [diakses tanggal 20 Juni 2012 pukul 20.30].

<http://www3.petra.ac.id/library/> [diakses tanggal 20 Juni 2012 pukul 20.00].

Idrus, M. 2009. *Metode Penelitian Ilmu Sosial*. Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia.

Kotler, P. 1992. *Marketing Manajemen: Analysis, Planning and Control*. Jakarta: Erlangga.

_____. 2006. *According To Kotler*. Jakarta: Bhuana Ilmu.

Mursid, M. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Bumi Aksara.

Mustafa, B. 2010. *Materi Pokok Promosi Jasa Perpustakaan*. Jakarta: Universitas Terbuka.

Nur'aini, D.R. 2010. *Pengaruh Promosi Pameran Buku terhadap Peningkatan Minat Kunjung Masyarakat di Kantor Perpustakaan dan Arsip Daerah Kabupaten Banjarnegara*. Jurusan Ilmu Perpustakaan Undip.

Nusantari, Anita dan Henny Linggawati Holbrook. 2007. "Pemanfaatan Blog Dalam Memasarkan Perpustakaan: Mengapa Tidak?". *Visi Pustaka* vol.9 Nomor 2-Agustus 2007, hal.19.

Peter, J.P dan Jerry C. Olson. 1999. *Consumer Behavior: Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

Qulyubi, S. 2003. *Dasar-dasar Ilmu Perpustakaan dan Informasi*. Yogyakarta: Jurusan Ilmu Perpustakaan dan Informasi, Fakultas Adab.

Sudjana, N. 2009. *Penilaian Proses Hasil Belajar Mengajar*. Bandung: Rosda Karya.

Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sulistyo-Basuki. 2006. *Metode Penelitian*. Jakarta: Erlangga.

Zulaekah. 2009. *Pengaruh Metode Promosi Pemberian Cinderamata dan Doorprize Bagi Pengunjung Perpustakaan Terhadap Minat Berkunjung di Kantor Perpustakaan Daerah Kabupaten Semarang*. Jurusan Ilmu Perpustakaan Undip.