

Abstrak

Personal selling merupakan salah satu kegiatan promosi yang saat ini diperlukan oleh perpustakaan perguruan tinggi guna memperkenalkan layanan yang dimilikinya. Seiring kemajuan teknologi perpustakaan diharuskan untuk mempertahankan diri dengan memberikan kemudahan bagi penggunanya untuk mendapatkan informasi dengan memanfaatkan teknologi seperti layanan sumber informasi yang berbentuk elektronik, salah satunya pengadaan *electronic theses*. Kegiatan promosi yang dilakukan oleh Perpustakaan Pusat UIN Maulana Malik Ibrahim Malang dengan hanya menggunakan *personal selling* berpengaruh pada pemanfaatan layanan *electronic theses* tersebut, namun bagaimana tanggapan mahasiswa terhadap promosi layanan yang berbentuk elektronik tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi dari mahasiswa terhadap promosi layanan *electronic theses (e-theses)* di Perpustakaan Pusat UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. Proses persepsi dari DeVito yang digunakan dalam penelitian ini yang terdiri tiga proses yaitu proses penerimaan rangsang, proses pengorganisasian atau pengaturan rangsangan, dan proses penafsiran-evaluasi. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif deskriptif dengan metode pengambilan sampel *purposive sampling*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi mahasiswa terhadap promosi layanan *electronic theses (e-theses)* dari aspek penglihatan menghasilkan skor rata-rata 3,04 yang dinilai baik. Sedangkan pada aspek pendengaran, mahasiswa mempersepsikan promosi layanan *electronic theses (e-theses)* dalam kategori baik dengan skor rata-rata 2,89. Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa promosi layanan *electronic theses (e-theses)* secara keseluruhan dinilai baik oleh mahasiswa.

Kata kunci: promosi, *electronic theses*, perpustakaan

Abstract

Personal selling was one of the promotional activities that it was currently required by the college library to introduce the service it had. As technology advances, the library was required to defend themselves by providing easy for users to obtain information by using the technologies such as electronic source of information service, one of them were *electronic theses*. Promotional activities were conducted by The Central Library UIN Maulana Malik Ibrahim Malang by only using personal selling had an effect on the utilization of *electronic theses* services, how students responded to the promotion of electronic services. This study aims to determine the perception of students on the promotion of *electronic theses* (*e-theses*) services in UIN Maulana Malik Ibrahim Malang Central Library. The process of perception of DeVito was used in this study consists of three processes, namely the process of receiving the stimuli, the process of organizing stimuli and interpretation-evaluation process. This research used descriptive quantitative research with *purposive sampling* method. These results indicated that students' perceptions of the promotion of *electronic theses* services (*e-theses*) from the visual aspect resulted in a mean score of 3.04 that was considered good. Meanwhile, in the aspect of hearing, students perceived the promotion of *electronic theses* (*e-theses*) services in good category with an average score of 2.89. Based on these results, it can be concluded that the promotion of *electronic theses* (*e-theses*) services overall rated well by students.

Keywords: promotion, *electronic theses*, library