

**MEDIA INTERNET SEBAGAI SARANA PROMOSI  
PERPUSTAKAAN**

**(Studi Deskriptif tentang Efektivitas Promosi Perpustakaan  
dengan Menggunakan Sarana Media Internet di Perpustakaan  
Universitas Airlangga Surabaya)**

**SKRIPSI**



Oleh :

**SARASTITI DWI PRIYOGO**

**NIM. 071211633019**

**PROGRAM STUDI ILMU INFORMASI DAN PERPUSTAKAAN  
DEPARTEMEN ILMU INFORMASI DAN PERPUSTAKAAN  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS AIRLANGGA  
2016**

**MEDIA INTERNET SEBAGAI SARANA PROMOSI  
PERPUSTAKAAN**

**(Studi Deskriptif tentang Efektivitas Promosi Perpustakaan  
dengan Menggunakan Sarana Media Internet di Perpustakaan  
Universitas Airlangga Surabaya)**

**SKRIPSI**



Oleh :

SARASTITI DWI PRIYOGO

NIM. 071211633019

**PROGRAM STUDI ILMU INFORMASI DAN PERPUSTAKAAN  
DEPARTEMEN ILMU INFORMASI DAN PERPUSTAKAAN  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS AIRLANGGA**

**2016**

i

## HALAMAN PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT

Bagian atau keseluruhan isi Skripsi ini tidak pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademis pada bidang studi dan/atau universitas lain dan tidak pernah dipublikasikan/ditulis oleh individu selain penyusun kecuali bila dituliskan dengan format kutipan (langsung ataupun tidak langsung) dalam isi Skripsi.

Apabila ditemukan bukti bahwa pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai ketentuan yang berlaku di Universitas Airlangga.

Surabaya, 23 Desember 2016

Yang Menyatakan

METERAI  
TEMPEL  
4652CAEF292334804  
6000  
ENAM RIBU RUPIAH  
Sarasuti Dwi Priyogo  
071211633019



**MEDIA INTERNET SEBAGAI SARANA PROMOSI  
PERPUSTAKAAN**

**(Studi Deskriptif tentang Efektivitas Promosi Perpustakaan  
dengan Menggunakan Sarana Media Internet di Perpustakaan  
Universitas Airlangga Surabaya)**



Oleh :

SARASTITI DWI PRIYOGO

NIM. 071211633019

**PROGRAM STUDI ILMU INFORMASI DAN PERPUSTAKAAN  
DEPARTEMEN ILMU INFORMASI DAN PERPUSTAKAAN  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS AIRLANGGA**

**2016**

iii



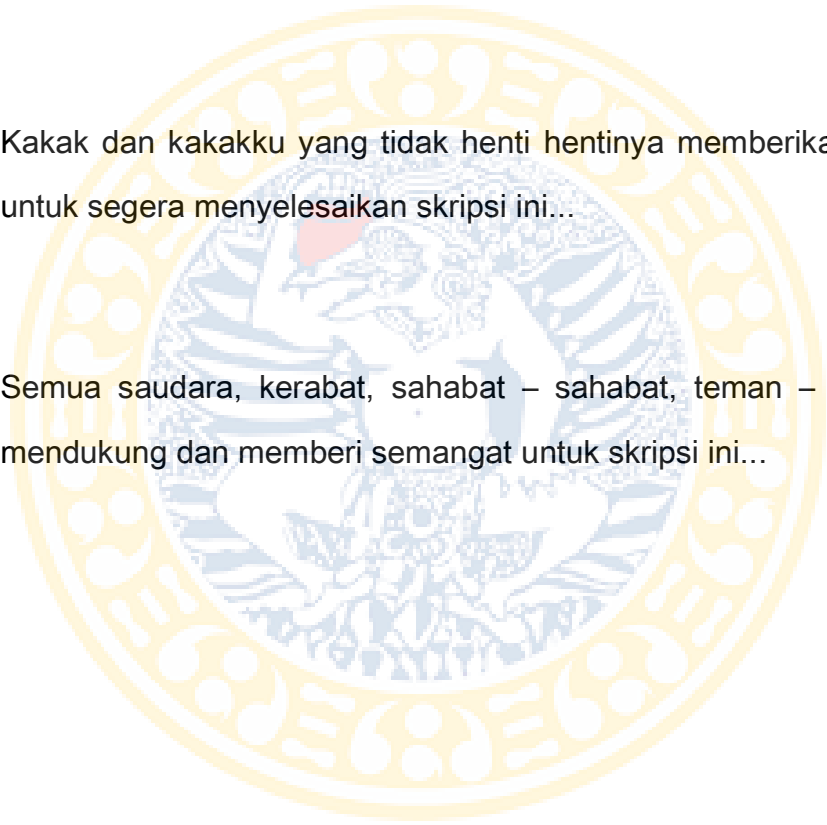
## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

**KARYA INI SAYA PERSEMBAHKAN UNTUK :**

Kedua orangtua saya, semoga kalian selalu bangga dengan anakmu ini. Walaupun mungkin belum sepenuhnya membanggakan...

Kakak dan kakakku yang tidak henti hentinya memberikan semangat untuk segera menyelesaikan skripsi ini...

Semua saudara, kerabat, sahabat – sahabat, teman – teman yang mendukung dan memberi semangat untuk skripsi ini...



## HALAMAN MOTTO

Pray.

Because Allah Always Listen...

---

Work until YOU no longer have to introduce yourself...

---



## **HALAMAN UCAPAN TERIMA KASIH**

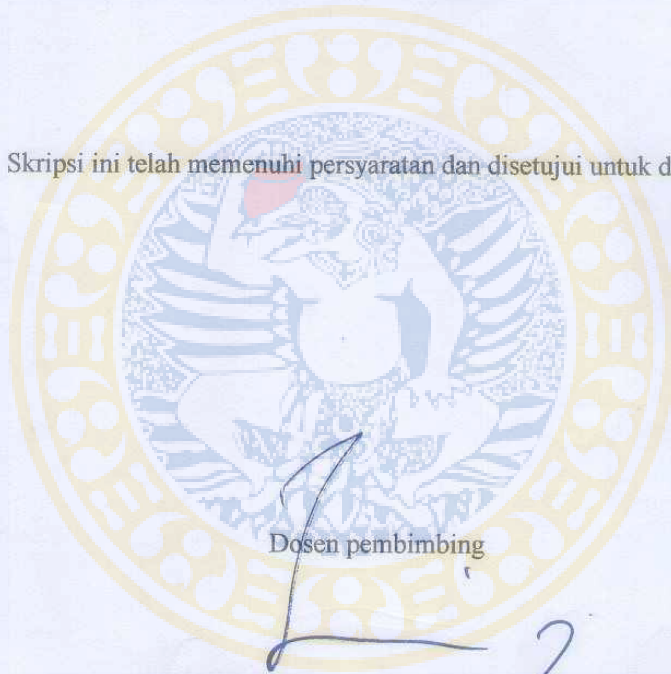
Ucapan Terima kasih yang sebesar-besarnya saya berikan kepada:

- ❖ Allah SWT yang telah memberikan kekuatan, kemudahan dan kelancaran dalam menyelesaikan skripsi ini. Alhamdulillah terimakasih Ya Allah..
- ❖ Orang tua tersayang, Ibuk dan Bapak. Terimakasih atas segala doa yang senantiasa terucap dan kasih sayang yang selalu tercurahkan tiada henti.
- ❖ Kakak – kakakku, Gigih Priyogo dan Septiana Asti Buana Pratiwi. Terima kasih selalu membantuku dalam hal apapun. Terimakasih wejangan yang selalu diberikan untuk segera menyelesaikan skripsi ini.
- ❖ Pak Koko Srimulyo sebagai dosen pembimbing skripsi yang selalu sabar dalam memberikan pengarahan dan selalu memberikan semangat untuk segera menyelesaikan skripsi ini.
- ❖ Dosen-dosen IIP Bu Rahma, Bu Mutia, Bu Endang Gunarti, Bu Tri, Bu Ragil, Pak Helmy, Pak Koko, Pak Yunus, terima kasih telah memberikan pengajaran yang luar biasa serta motivasi-motivasi yang membuat membuat penulis semangat dalam menuntut ilmu.
- ❖ Sahabat-sahabatku yang selalu memberikan cerita lucu dan tak bosan mendengarkan cerita keluh kesah selama masa kuliah ini, Falla, Endah Eka, Dikka, dan banyak lagi. Terimakasih ya..
- ❖ Temen – temen seperbimbingan yang strong Mellanda, fenny, evie, yani. Wisuda bareng yaaa
- ❖ Sahabat-sahabat setia ku, Nabilla Galaxy, Dwita Ayu, Zunairoh, Dina Permatasari, Fellyan Dessy dan AUTIST semuanya. Terimakasih banyak ya coy.
- ❖ Semua teman-teman IIP 2k12, terimakasih banyak atas semua bantuan kalian selama perkuliahan.
- ❖ Terimakasih banyak semuanya, Alhamdulillah akhirnya selesai juga skripsi ini ...

**HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING**

**MEDIA INTERNET SEBAGAI SARANA PROMOSI PERPUSTAKAAN**  
(Studi Deskriptif tentang Efektivitas Promosi Perpustakaan dengan Menggunakan Sarana Media Internet di Perpustakaan Universitas Airlangga Surabaya)

Skripsi ini telah memenuhi persyaratan dan disetujui untuk diujikan



Dosen pembimbing

Drs. Koko Srimulyo., M.Si  
NIP. 196602281990021001

**HALAMAN PENGESAHAN PANITIA PENGUJI**

Skripsi ini telah diujikan dan disahkan dihadapan Komisi Penguji

Program Studi: Ilmu Informasi dan Perpustakaan

Departemen: Informasi dan Perpustakaan

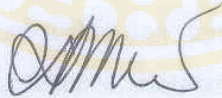
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Airlangga

Pada hari : Kamis  
Tanggal : 29 Desember 2016  
Pukul : 08.00

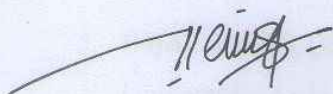
Komisi penguji terdiri dari:

**Ketua Penguji**



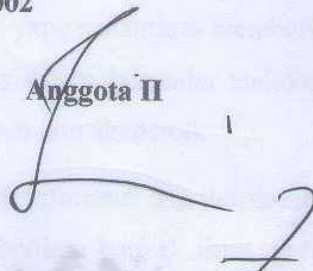
**(Dr. Rahma Sugihartati, Dra., M.Si)**  
**NIP. 196504011993032002**

**Anggota I**



**(Meinia Prasyesti K, S.IIP., MA)**  
**NIP. 198805012016113201**

**Anggota II**



**(Drs. Koko Srimulyo, M.Si)**  
**NIP. 196602281990021001**

## ABSTRAK

Perkembangan media internet saat ini memberikan kemudahan bagi masyarakat untuk mengaksesnya. Perpustakaan dapat memanfaatkan media internet sebagai sarana yang dapat menjembatani perpustakaan untuk mempromosikan perpustakaan agar menarik minat pengunjung perpustakaan. Setiap jenis perpustakaan mempunyai kelompok pengguna yang berbeda, namun para pengguna diseluruh jenis perpustakaan menghendaki hal yang sama yaitu memperoleh layanan yang sama – sama cepat, tepat, adil dan memuaskan. Perpustakaan sebagai sumber informasi diharapkan dapat mempertahankan pengguna perpustakaan agar tidak bosan dan berpindah kepada sumber informasi lain untuk mendapatkan informasi yang mereka butuhkan. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui efektivitas promosi yang dilakukan oleh perpustakaan Universitas Airlangga dengan menggunakan media internet. Jenis penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif deskriptif, pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* yaitu dengan penentuan sampel berdasarkan kriteria tertentu. Hasil penelitian dilakukan oleh peneliti dengan menggunakan teori efektivitas yang terdiri dari tujuan, proses penyelenggaraan dan pasca penyelenggaraan promosi yang telah dilakukan. Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa efektivitas promosi yang dilakukan oleh perpustakaan Universitas Airlangga termasuk dalam tingkat efektivitas menengah mengenai promosi perpustakaan Universitas Airlangga dengan menggunakan media internet pada kategori 2,9%. Pada bagian tujuan promosi rata – rata skor mencapai 2,9% termasuk dalam kategori efektivitas menengah pada indikator tujuan promosi perpustakaan dengan menggunakan media internet, proses penyelenggaraan promosi mencapai 2,8% termasuk dalam kategori efektivitas menengah pada indikator proses penyelenggaraan promosi perpustakaan dengan menggunakan media internet dan pada bagian pasca penyelenggaraan mencapai 2,9 % termasuk dalam kategori efektivitas menengah pada indikator pasca penyelenggaraan promosi perpustakaan dengan menggunakan media internet.

Kata Kunci : efektivitas promosi, promosi media sosial, promosi perpustakaan



## ABSTRACT

Nowadays, internet development give facility for everyone to access it. Library can convenience internet as tool that librarian can use to promote the library. Library ,as an information resources expected can maintain user so they don't get bored and move to another information resources to get information that they need. Each of library have different users group, but all of them want the same things such as good services, fast, fair and satisfactory. This research did to know the promotion effectiveness that used by universitas airlangga libraries which use internet. This research using quantitativ descriptive method and taking sample by purposive sampling based on specific criteria. The result that have done by researcher using effectiveness theory, including goal, process promotion, and post-implementation of promotion. The result show that promotion effectiveness that used by universitas airlangga including in intermediate effectiveness in libraries promotion and have score 2,9%. In promotion goal have score 2,9% including in intermediate effectiveness on goal indicator by using internet. Process promotion have score 2,8% including in intermediate effectiveness on libraries process promotion by using internet, post implementation have score 2,9% including in intermediate effectiveness on libraries post-implementation promotion by using internet.

Keywords: promotion effectiveness, media social promotion, libraries promotion

## KATA PENGANTAR

*Assalamualaikum, Wr.Wb.*

Alhamdulillahirobbil'alamin, karena tiada ucapan yang dapat mewakili segala rasa dihati selain kalam Hamdalah, Berkat rahmat dan izin Allah SWT penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan baik. Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi strata satu di Program Studi Ilmu Informasi dan Perpustakaan Universitas Airlangga. Dalam hal ini penulis mempersembahkan skripsi dengan judul "Media Internet Sebagai Sarana Promosi Perpustakaan". Terima kasih kepada pihak-pihak yang telah memberi bimbingan, dorongan serta motivasi kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karenanya penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Kedua orang tua yang telah memberikan segala jerih payah dan doa yang tak pernah henti dipanjatkan kepada Allah SWT, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dan studi di Program Studi Ilmu Informasi dan Perpustakaan.
2. Ibu Rahma Sugihartati selaku Ketua Program Studi Ilmu Informasi dan Perpustakaan Universitas Airlangga, yang telah memberikan motivasi kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak Koko Srimulyo selaku dosen pembimbing skripsi yang senantiasa meluangkan waktu dan tenaganya serta sabar memberikan bimbingan, masukan, evaluasi, motivasi dan saran kepada penulis agar skripsi ini dapat terselesaikan.
4. Bapak Helmy Prasetyo selaku dosen wali yang senantiasa memberikan semangat dan motivasi sehingga penulis selalu berusaha melakukan yang terbaik dalam proses akademik maupun non akademik.
5. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Ilmu Informasi dan Perpustakaan Universitas Airlangga, yang telah memberikan banyak ilmu, petuah, nasehat dan motivasi kepada penulis

6. Kepada teman-teman IIP angkatan 2012, seperbimbingan skripsi, dan seluruh pihak yang turut serta dalam membantu dan memberikan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis juga meminta maaf kepada semua pihak, atas segala kesalahan yang telah di perbuat penulis, ketidaksengajaan ataupun tidak pernah disadari penulis. Akhir kata, *“Tidak ada yang tidak mungkin, selagi kita mau berusaha dan berdoa”*. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran untuk penyempurnaan. Harapan penulis semoga skripsi ini dapat memberikan informasi dan bermanfaat bagi pembaca.

Surabaya, 23 Desember 2016

Penulis

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL DALAM 1 .....	i
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT.....	ii
HALAMAN JUDUL II.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iv
HALAMAN MOTTO .....	v
HALAMAN UCAPAN TERIMA KASIH .....	vi
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING .....	vii
HALAMAN PENGESAHAN PANITIA PENGUJI .....	viii
ABSTRAK.....	ix
ABSTRACT.....	x
KATA PENGANTAR .....	xi
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR .....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xix
 <b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
I.1 Latar Belakang Permasalahan.....	I-1
I.2 Rumusan Masalah.....	I-6
I.3 Tujuan Penelitian .....	I-6
I.4 Manfaat Penelitian .....	I-6
I.4.1 Manfaat Secara Akademis .....	I-6
I.4.2 Manfaat Secara Praktis .....	I-6
I.5 Tinjauan Pustaka.....	I-7
I.5.1 Promosi .....	I-7
I.5.2 Promosi Perpustakaan.....	I-8
I.5.3 Promosi Melalui Media Internet .....	I-9
I.5.4 Penggunaan Media Internet .....	I-10
I.5.5 Efektivitas Promosi.....	I-11

I.6 Definisi Konseptual dan Definisi Operasional.....	I-14
I.6.1 Definisi Konseptual .....	I-14
I.6.2 Definisi Operasional .....	I-15
1.7 Metode Penelitian.....	I-16
1.7.1 Pendekatan Penelitian .....	I-16
1.7.2 Lokasi Penelitian .....	I-17
1.7.3 Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel .....	I-17
1.7.3.1 Populasi .....	I-17
1.7.3.2 Teknik Pengambilan Sampel.....	I-18
1.7.4 Teknik Pengumpulan Data .....	I-19
1.8 Teknik Pengolahan Data dan Analisis Data.....	I-20
1.8.1 Teknik Pengolahan Data .....	I-20
1.8.2 Teknik Analisis Data.....	I-21

## **BAB II GAMBARAN UMUM**

II.1 Deskripsi Lokasi Penelitian .....	II-1
II.1.1 Deskripsi Perpustakaan Universitas Airlangga .....	II-1
II.1.2 Pengunjung Perpustakaan Universitas Airlangga (Tahun 2013, 2014 dan 2015).....	II-2
II.1.3 Visi, Misi, Tujuan dan Fungsi Perpustakaan Universitas Airlangga .....	II-3
II.1.3.1 Visi .....	II-3
II.1.3.2 Misi .....	II-3
II.1.3.3 Tujuan .....	II-3
II.1.3.4 Fungsi .....	II-4
II.1.4 Jenis Layanan Perpustakaan Universitas Airlangga ..	II-4
II.2 Tujuan Perpustakaan Melakukan Promosi Perpustakaan.....	II-11
II.3 Alat Promosi Perpustakaan Universitas Airlangga .....	II-13

## **BAB III TEMUAN DATA**

III.1 Identitas Responden .....	III-1
---------------------------------	-------

III.2 Karakteristik Responden .....	III-1
III.2.1 Jenis Kelamin .....	III-1
III.2.2 Usia .....	III-2
III.2.3 Profesi Responden.....	III-3
III.2.4 Tujuan Datang ke Perpustakaan.....	III-4
III.3 Promosi Perpustakaan .....	III-4
III.3.1 Mengetahui Keberadaan Perpustakaan .....	III-5
III.3.2 Konten / Informasi dalam Promosi .....	III-10
III.4 Efektivitas Promosi .....	III-20
III.4.1 Tujuan Promosi .....	III-20
III.4.2 Proses / Penyelenggaraan Promosi.....	III-22
III.4.3 Pasca Penyelenggaraan Promosi .....	III-32

#### **BAB IV INTERPRETASI TEORITIK**

IV.1 Promosi Perpustakaan .....	IV-2
IV.2 Efektivitas Promosi Perpustakaan .....	IV-8
IV.2.1 Tujuan Promosi Perpustakaan .....	IV-10
IV.2.2 Proses Penyelenggaraan Promosi .....	IV-12
IV.2.3 Pasca Penyelenggaraan Promosi .....	IV-14
IV.3 Efektivitas Promosi Perpustakaan Universitas Airlangga Surabaya Dengan Menggunakan Media Internet.....	IV-15

#### **BAB V PENUTUP**

V.1 Kesimpulan.....	V-1
V.2 Saran.....	V-2

#### **DAFTAR PUSTAKA**

#### **LAMPIRAN**



## DAFTAR TABEL

<b>Tabel I.1</b> Tabel Kategori Berdasarkan Skor.....	I-21
<b>Tabel III.1</b> Jenis Kelamin .....	II- 2
<b>Tabel III.2</b> Usia Responden.....	III-2
<b>Tabel III.3</b> Profesi Responden .....	III-3
<b>Tabel III.4</b> Tujuan Datang ke Perpustakaan.....	III-4
<b>Tabel III.5</b> Alat yang Digunakan Dalam Melakukan Promosi.....	III-5
<b>Tabel III.6</b> Ketertarikan terhadap Website.....	III-6
<b>Tabel III.7</b> Warna dan Desain.....	III-7
<b>Tabel III.8</b> Informasi Mengenai Perpustakaan Melalui Website .....	III-8
<b>Tabel III.9</b> Informasi Mengenai Perpustakaan Melalui Facebook .....	III-9
<b>Tabel III.10</b> Informasi Mengenai Perpustakaan Melalui Twitter .....	III-10
<b>Tabel III.11</b> Keberagaman Informasi yang Tersedia di Website.....	III-11
<b>Tabel III.12</b> Keberagaman Informasi yang Tersedia di Akun Facebook.	III-12
<b>Tabel III.13</b> Keberagaman Informasi yang Tersedia di Akun Twitter ....	III-13
<b>Tabel III.14</b> Informasi yang Ada di Website Sudah Sesuai Dengan Kebutuhan.....	III-14
<b>Tabel III.15</b> Informasi yang Ada di Facebook Sudah Sesuai Dengan Kebutuhan.....	III-15
<b>Tabel III.16</b> Informasi yang Ada di Twitter Sudah Sesuai Dengan Kebutuhan.....	III-16
<b>Tabel III.17</b> Informasi yang Ada di Website Selalu diperbarui .....	III-17
<b>Tabel III.18</b> Informasi yang Ada di Facebook Selalu diperbarui .....	III-18
<b>Tabel III.19</b> Informasi yang Ada di Twitter Selalu diperbarui .....	III-19
<b>Tabel III.20</b> Statistik Deskriptif Mengenai Promosi Perpustakaan .....	III-20
<b>Tabel III.21</b> Informasi yang Ada di Akun Facebook Informatif .....	III-21
<b>Tabel III.22</b> Informasi yang Ada di Akun Twitter Informatif .....	III-22
<b>Tabel III.23</b> Informasi yang Ada di Website Informatif .....	III-23
<b>Tabel III.24</b> Tanya Jawab dengan Petugas di Akun Facebook.....	III-24
<b>Tabel III.25</b> Tanya Jawab dengan Petugas di Akun Twitter.....	III-25

<b>Tabel III.26</b> Tanya Jawab dengan Petugas di Website .....	III-25
<b>Tabel III.27</b> Kejelasan Informasi yang Ada di Website .....	III-26
<b>Tabel III.28</b> Kejelasan Informasi yang Ada di Facebook.....	III-27
<b>Tabel III.29</b> Kejelasan Informasi yang Ada di Twitter.....	III-28
<b>Tabel III.30</b> Kekreatifan Petugas Dalam Memposting Informasi di Akun Facebook .....	III-29
<b>Tabel III.31</b> Kekreatifan Petugas Dalam Memposting Informasi di Akun Twitter III-30	
<b>Tabel III.32</b> Kekreatifan Petugas Dalam Memposting Informasi di Website III-31	
<b>Tabel III.33</b> Mengetahui Informasi di Website Mengenai Event yang Akan Diselenggarakan di Perpustakaan .....	III-32
<b>Tabel III.34</b> Mengetahui Informasi di Website Mengenai Buku Terbaru di Perpustakaan .....	III-33
<b>Tabel III.35</b> Mengetahui Informasi di Facebook Mengenai Event yang Akan Diselenggarakan di Perpustakaan .....	III-35
<b>Tabel III.36</b> Mengetahui Informasi di Twitter Mengenai Event yang Akan Diselenggarakan di Perpustakaan .....	III-36
<b>Tabel III.37</b> Mengetahui Informasi di Facebook Mengenai Buku Terbaru di Perpustakaan .....	III-37
<b>Tabel III.38</b> Mengetahui Informasi di Twitter Mengenai Buku Terbaru di Perpustakaan .....	III-38
<b>Tabel III.39</b> Statistik Deskriptif Efektivitas Promosi .....	III-39

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar II.1</b> Alur Peminjaman Koleksi .....	II-5
<b>Gambar II. 2</b> Contoh Usulan Koleksi.....	II-13
<b>Gambar II. 3</b> Contoh Form .....	II-14
<b>Gambar II. 4</b> Contoh Form Lanjutan .....	II-14



## DAFTAR LAMPIRAN

**LAMPIRAN 1** Kuisioner Penelitian

**LAMPIRAN 2** Surat Balasan Penelitian dari Perpustakaan Universitas Airlangga

**LAMPIRAN 3** K-08 Kartu Pemilihan Dosen Pembimbing

**LAMPIRAN 4** K-07 Kartu Bimbingan Skripsi

**LAMPIRAN 5** Rekapitulasi Revisi Skripsi

**LAMPIRAN 6** Tabel Frekuensi SPSS



## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang Masalah

Promosi perpustakaan yang dilakukan oleh perpustakaan memiliki sasaran yaitu untuk meningkatkan pengunjung pada suatu perpustakaan, meningkatkan koleksi – koleksi yang dipinjam serta meningkatkan pemanfaatan fasilitas – fasilitas yang ada di perpustakaan. Promosi perpustakaan dapat dilakukan dengan cara yang masih konvensional sampai dengan cara digital yaitu dengan memanfaatkan media internet. Perpustakaan perguruan tinggi adalah salah satu perpustakaan yang sudah melakukan promosi dengan menggunakan media internet. Dengan media internet, informasi yang ada pada promosi akan lebih cepat tersampaikan kepada pengguna perpustakaan. Karena perkembangan internet saat ini sudah semakin luas. Khoe Yao Tung (1996) mengungkapkan bahwa internet merupakan suatu media baru dengan kandungan teknologi yang cukup tinggi. Internet menjadi jalan pintas bagi publik untuk mencari informasi yang dibutuhkan. Hadirnya media internet membuat informasi menyebar dengan cepat.

Beberapa data menyebutkan terdapat peningkatan pada pengguna media internet. Dalam data Kementerian Komunikasi dan Informatika (KemenkoInfo RI. 2010) pengguna internet mencapai 45 juta orang. Lembaga riset pasar *e – marketer* juga menambahkan bahwa populasi netter Tanah air mencapai 83,7 juta orang pada tahun 2014. Pada tahun 2017, eMarketer memperkirakan netter Indonesia bakal mencapai 112 juta orang, mengalahkan Jepang di peringkat ke – 5 yang pertumbuhan jumlah pengguna internetnya lebih lambat. Di atas Indonesia, untuk saat ini lima besar negara pengguna internet di dunia secara berurutan diduduki Tiongkok, Amerika Serikat, India, Brazil dan Jepang. Seperti berita yang dilansir pada <http://www.sibabe.net/2016/03/perkembangan-internet-dan-intranet-di.html> menyebutkan bahwa dalam perkembangannya internet semakin banyak digunakan oleh masyarakat di Indonesia, hal ini dapat dilihat dari angka

pertumbuhan pengguna internet di Indonesia yang pada tahun 2015 mencapai 100 juta pengguna dan akan terus meningkat pada tahun – tahun berikutnya. Hal ini sangat mungkin terjadi karena kita memang dituntut untuk mengikuti perkembangan dunia global agar mampu bersaing dengan negara – negara lain.

Dalam sebuah berita yang dimuat pada [www.nationalgeographic.co.id](http://www.nationalgeographic.co.id) tanggal 3 Mei 2014 Dave Morin, CEO Path mengungkapkan bahwa orang Indonesia adalah para pengguna internet dan media sosial nomor satu di dunia. Seperti berita yang dilansir oleh Kominfo – Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemenkominfo) mengungkapkan pengguna internet di Indonesia saat ini mencapai 63 juta orang. Dari angka tersebut, 95 persennya menggunakan internet untuk mengakses jejaring social. Berita tersebut juga dilansir oleh *We Are Social*, sebuah agensi marketing sosial, mengeluarkan sebuah laporan (tahunan) mengenai data jumlah pengguna website, mobile, dan media sosial dari seluruh dunia. Dijelaskan dalam perkembangan dunia digital Indonesia pengguna aktif internet sejumlah 72,7 juta pengguna aktif, 72 juta pengguna aktif media social, dimana 62 penggunanya mengakses media sosial menggunakan perangkat media handphone. Terdiri dari 308,2 juta pengguna handphone. Jumlah pengguna media sosial di Indonesia meningkat sebesar 16 persen, sedangkan pengguna yang mengakses dari perangkat mobile meningkat 19 persen. Dari data-data di atas dapat diketahui bahwa penggunaan media internet di Indonesia terbilang banyak. Hal ini dapat menguntungkan bagi pihak perpustakaan untuk memanfaatkan internet sebagai sarana yang dapat menjembatani perpustakaan untuk mempromosikan perpustakaan agar menarik minat pengunjung perpustakaan.

Sutarno NS (2006) mengungkapkan bahwa pasar atau *market* dari perpustakaan adalah semua warga masyarakat dan pengunjung perpustakaan. Jenis perpustakaan meliputi perpustakaan umum, perpustakaan khusus, perpustakaan sekolah ataupun perpustakaan perguruan tinggi. Tiap-tiap jenis perpustakaan mempunyai kelompok pemakai yang berbeda, namun para pemakai atau pengguna diseluruh jenis perpustakaan menghendaki hal yang sama yaitu memperoleh layanan yang sama–sama baik, cepat, tepat adil dan memuaskan. Oleh karena itu, perpustakaan harus dapat membina pengguna atau pengunjung



perpustakaan dengan sebaik-baiknya. Hal tersebut dilakukan untuk menjaga dan mempertahankan ataupun meningkatkan agar para pengguna (*user*) atau konsumen perpustakaan, sehingga tidak bosan dan berpindah kepada sumber informasi yang lain untuk mendapatkan informasi yang mereka butuhkan. Menurut Sutarno NS (2006) dalam mengelola pasar perpustakaan ada beberapa aktivitas penting yang harus diperhatikan. Aktivitas tersebut misalnya, tentang bagaimana membina pemasaran (*marketing*) dengan baik, cara-cara memberikan bimbingan dan konsultasi (*guidance and conseling*), melakukan penelitian dan pengembangan (*research dan development*), melakukan promosi dan publikasi untuk menjangkit minat pengunjung yang baru ataupun mempertahankan pengunjung yang sering datang ke perpustakaan.

Perpustakaan sebagai lembaga yang menyimpan koleksi bahan pustaka untuk digunakan sepenuhnya bagi kepentingan pembaca atau pengguna perpustakaan dalam pemenuhan kebutuhan informasi penggunanya. Perpustakaan dapat berperan sebagai ukuran atau barometer atas kemajuan masyarakatnya dilihat dari intensitas pengunjung dan pemakai perpustakaan. Hal ini dikarenakan masyarakat yang sudah maju dapat ditandai dengan adanya perpustakaan yang sudah maju pula. Sebaliknya, masyarakat yang sedang berkembang biasanya belum memiliki perpustakaan yang memadai dan representatif. Perpustakaan menghasilkan produk yang berupa informasi, pendidikan, rekreasi, penelitian dan pengembangan budaya. Dengan menggunakan istilah lain, perpustakaan merupakan agen perubahan. Tetapi dalam anggota masyarakat hal tersebut belum dipahami secara utuh. Oleh karena itu, perpustakaan perlu memperkenalkan diri dengan melakukan promosi kepada masyarakat untuk menarik minat pengunjung. Kesan yang baik dapat muncul ketika perpustakaan dapat dengan baik melakukan promosi perpustakaan atau dengan melakukan pemasaran jasa informasi dengan baik. Karena sebagus dan selengkap apapun koleksi suatu perpustakaan, secanggih apapun sistem yang digunakan perpustakaan, apabila tidak ada yang berkunjung ke perpustakaan maka perpustakaan tersebut tidak akan berjalan.

Promosi perpustakaan merupakan rangkaian kegiatan yang dilakukan untuk manajemen perpustakaan atas produk yang dimiliki kepada konsumen

atau pengguna perpustakaan. Dengan mempromosikan perpustakaan maka terjadilah proses pendekatan informasi kepada pengguna. Pengguna menjadi tahu berbagai fasilitas dan layanan apa saja yang tersedia, sedangkan yang belum tahu atau yang sudah tahu tapi belum pernah memanfaatkan jasa layanan akan mengenal dan kemudian tertarik untuk datang dan memanfaatkan perpustakaan.

Promosi dapat dilakukan dengan berbagai cara mulai dari yang manual seperti menyebarkan brosur, komunikasi secara langsung antara pustakawan dengan pengunjung, bedah buku, pameran buku sampai dengan promosi melalui media internet. Promosi perpustakaan melalui media internet dapat dilakukan dengan cara membuat website perpustakaan yang semenarik mungkin dan berisi informasi-informasi yang *up to date* tidak hanya dengan website saja, perpustakaan juga dapat membuat akun media social seperti facebook, twitter, ataupun bahkan membuat Instagram untuk mempromosikan perpustakaan. Promosi yang dilakukan berguna untuk mendekatkan serta menawarkan produk, layanan, dan fasilitas yang diberikan oleh perpustakaan. Pentingnya promosi bagi suatu perpustakaan dikarenakan saat ini semakin banyak pusat informasi komersil bermunculan. Kemunculan lembaga-lembaga tersebut dapat menjadi saingan bagi perpustakaan sebagai penyedia informasi. Selain itu media seperti televisi, majalah, surat kabar, dan bahkan internet semakin ramai. Semua itu dapat mempengaruhi masyarakat untuk tidak menggunakan perpustakaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Tyas Eka Damayanti (2014) yang berjudul Pemanfaatan Twitter Sebagai Media Information *Sharing* di Perpustakaan Kota Surabaya, menyebutkan bahwa Perpustakaan Universitas Airlangga menggunakan Twitter sebagai promosi *event* ataupun acara yang akan diselenggarakan. Selain itu, Twitter digunakan sebagai promosi yang lebih ditekankan pada keterbaruan informasi yang dimiliki oleh perpustakaan Universitas Airlangga. Sedangkan pada perpustakaan Bank Indonesia Surabaya dan perpustakaan STIKOM informasi yang di sebar melalui Twitter merupakan informasi yang berkaitan dengan lembaganya bukan pada keterbaruan informasi yang dimiliki.

Penelitian lain yang dilakukan oleh Diyan Opka Vandisia (2014) tentang Analisis Marketing Mix pada Perpustakaan Pusat Universitas Muhammadiyah

Malang. Promosi yang dilakukan oleh perpustakaan Muhammadiyah Malang sudah memiliki kategori baik. Promosi yang telah dilakukan memiliki ketertarikan pengguna terhadap bulletin, media website, pameran buku, ketertarikan bimbingan pengguna dan ketertarikan buku-buku baru yang di rak *display*. Dari promosi yang telah dilakukan tersebut ternyata pengguna merespon baik dan tertarik pada perpustakaan. Dalam setiap perpustakaan selain koleksi yang menjadi hal utama yaitu pengunjung yang datang ke perpustakaan. Pemanfaatan media internet sebagai sarana untuk promosi dapat dilakukan dengan maksimal.

Dari beberapa penelitian diatas yang terkait dengan topik peneliti yang berhubungan dengan promosi perpustakaan melalui media internet. Peneliti tertarik untuk membuat penelitian mengenai efektivitas promosi perpustakaan Universitas Airlangga yang dilakukan dengan menggunakan media internet. Topik tersebut dipilih oleh peneliti karena dimana sekarang ini media internet sudah bukan menjadi hal yang tabu bagi masyarakat. Perpustakaan Universitas Airlangga sudah melakukan promosi perpustakaan melalui media internet. Perpustakaan Universitas Airlangga melakukan promosi perpustakaan dengan menggunakan akun media sosial yaitu facebook dan twitter serta website perpustakaan. Dalam hal ini perpustakaan dapat memanfaatkan media internet tersebut untuk menyebarluaskan informasi – informasi terbaru yang dimiliki oleh perpustakaan Universitas Airlangga Surabaya. Seperti yang sudah dijelaskan pada penelitian diatas yang dilakukan oleh Tyas Eka Damayanti yang menyebutkan bahwa twitter milik perpustakaan Universitas Airlangga selain digunakan untuk sharing informasi juga digunakan sebagai media promosi perpustakaan.

Selain dalam bidang perpustakaan, penelitian lain yang dilakukan oleh Yokkie Ardhya (2009) mengenai efektivitas promosi dilakukan oleh pemerintah Kabupaten Sidoarjo untuk perkembangan UKM Kerupuk di Kabupaten Sidoarjo. Dalam penelitian tersebut ditemukan bahwa efektivitas promosi yang dilakukan oleh pemerintah setempat terhadap perkembangan UKM di Kabupaten Sidoarjo sudah efektif. Hal ini dapat dilihat dari tujuan, dampak dan kesesuaian antara tujuan dan dampaknya dari masing-masing pihak baik dari penyelenggaraan maupun dari peserta kegiatan promosi.

Dari beberapa fenomena yang telah dipaparkan di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang bagaimana efektivitas promosi perpustakaan dengan menggunakan sarana media internet.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian pada latar belakang permasalahan dapat dirumuskan permasalahan yang menjadi pokok pertanyaan dalam penelitian adalah :

1. Bagaimanakah efektivitas promosi perpustakaan Universitas Airlangga dengan menggunakan media internet ?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana pemanfaatan media internet sebagai sarana promosi perpustakaan serta untuk mengetahui promosi yang telah dilakukan oleh perpustakaan Universitas Airlangga Surabaya.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

### **1.4.1 Manfaat Secara Akademis**

- a. Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sarana oleh mahasiswa untuk menerapkan teori serta ilmu yang telah diperolehnya selama perkuliahan. Sebagai tambahan informasi dalam perkembangan studi ilmu informasi dan perpustakaan tentang promosi perpustakaan.
- b. Untuk memperoleh tanggapan dari pengguna perpustakaan mengenai promosi perpustakaan yang telah dilakukan. Sehingga akan mendapat suatu hasil penelitian yang diinginkan serta mampu memberi masukan

terhadap penelitian lain yang sejenis, atau mendorong minat akademika untuk melakukan penelitian selanjutnya.

#### 1.4.2 Manfaat Secara Praktis

- a. Memperoleh gambaran mengenai penggunaan media internet sebagai saran promosi perpustakaan.
- b. Dapat memberikan kontribusi kepada pihak perpustakaan mengenai promosi perpustakaan yang telah dilakukan perpustakaan. Serta dapat menerapkan promosi melalui media internet dengan baik.
- c. Memberikan kontribusi dalam perkembangan perpustakaan perguruan tinggi agar melakukan promosi dengan lebih baik.

### 1.5 Tinjauan Pustaka

#### 1.5.1 Promosi

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia promosi merupakan “perkenalan atau reklame”.

William Shoell (dalam Alma 2004) mengatakan bahwa sebagai berikut :

*“Promotion is marketer’ effort to communicate with target audiences. Communication is the process of influencing others’ behavior by sharing ideas, information or feeling with them”.*

Promosi adalah usaha yang dilakukan oleh marketer yang berkomunikasi dengan calon audiens. Komunikasi adalah sebuah proses membagi ide, informasi atau perasaan audiens. Menurut Buchori Alma (2004) bahwa suatu kegiatan promosi apabila dilakukan dengan baik akan mempengaruhi konsumen mengenai dimana dan bagaimana konsumen membelanjakan pendapatannya. Promosi dapat menguntungkan kedua belah pihak yaitu konsumen dan produsen. Dalam Ratih Hurriyati (2010:58) yang menyebutkan bahwa konsep promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran yang merupakan aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk dan atau

meningkatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan. Menurut Alma (dalam Brigita 2013:34) konsep promosi pada penelitiannya bahwa promosi adalah sejenis komunikasi yang memberikan penjelasan yang meyakinkan calon konsumen tentang barang dan jasa. Tujuan promosi adalah memperoleh perhatian, mengingatkan dan meyakinkan konsumen. Konten yang ada dalam promosi juga harus dibuat semenarik mungkin agar pembaca tertarik dengan informasi tersebut.

Promosi merupakan mekanisme komunikasi persuasif dalam pemasaran agar barang atau jasa yang ditawarkan dapat terjual. Promosi merupakan forum pertukaran informasi antara organisasi dan konsumen berkaitan dengan jasa atau produk yang disediakan oleh produsen. Promosi mempunyai tujuan untuk mendorong timbulnya kesadaran akan keberadaan produk atau jasa bahkan sampai pada tindakan untuk membeli atau menggunakannya.

### **1.5.2 Promosi Perpustakaan Perguruan Tinggi**

Perpustakaan perguruan tinggi mencakup suatu ruangan atau gedung / bangunan, atau gedung tersendiri, yang berisi buku-buku koleksi, yang disusun dan diatur demikian rupa, sehingga mudah untuk dicari dan dipergunakan apabila sewaktu-waktu diperlukan oleh pembaca. Perpustakaan perguruan tinggi merupakan perpustakaan yang terletak di sebuah universitas, sekolah tinggi atau institut yang digunakan sebagai penunjang tri dharma perguruan tinggi. Perpustakaan dilengkapi dengan berbagai sarana dan prasarana, seperti ruang baca, rak buku, rak majalah, meja kursi baca kartu-kartu katalog. Menurut Nusantari (2012) untuk mengoptimalkan pemanfaatan perpustakaan perguruan tinggi perlu diadakan promosi perpustakaan. Beberapa perpustakaan perguruan tinggi memiliki bagian promosi tersendiri sehingga menjadikan lebih fokus pada kegiatan promosi. Promosi perpustakaan juga merupakan kegiatan mengkomunikasikan manfaat dari produk yang ada pada perpustakaan untuk meyakinkan konsumen atau pemustaka agar mau menggunakan jasa layanan informasi melalui perpustakaan. Dengan kata lain promosi merupakan kegiatan



atau usaha – usaha untuk menyebarluaskan jasa layanan perpustakaan kepada masyarakat dalam rangka untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan serta memuaskan pemustaka. Hasil dari promosi adalah tumbuhnya kesadaran sampai tindakan untuk memanfaatkannya. Promosi perpustakaan merupakan kegiatan yang dilakukan untuk memperkenalkan perpustakaan mulai dari koleksi, fasilitas ataupun jenis layanan yang ada di perpustakaan tersebut. Aktivitas promosi perpustakaan merupakan perwujudan perpustakaan sebagai fungsi *informative* sehingga dengan adanya promosi perpustakaan diharapkan mampu memberikan reaksi pemakai perpustakaan baik aktual maupun potensial yang muncul dalam berbagai bentuk mulai dari tumbuhnya kesadaran atau tahu dan mengerti keberadaan perpustakaan sampai kepada tindakan untuk memanfaatkan mulai koleksi, fasilitas ataupun layanan perpustakaan.

### **1.5.3 Promosi melalui media internet**

Seiring dengan perkembangan zaman, promosi perpustakaan dilakukan secara online yaitu melalui website serta media sosial yang dimiliki oleh perpustakaan. Perpustakaan perguruan tinggi yaitu salah satunya perpustakaan Universitas Airlangga mempunyai akun media sosial yang digunakan untuk mempromosikan informasi yang ada di perpustakaan. Akun tersebut dioperasikan oleh operator yaitu petugas perpustakaan bagian informasi. Media sosial tersebut adalah facebook dan twitter. Dalam akun tersebut banyak informasi – informasi terbaru yang di sebarluaskan oleh petugas agar pengguna mengetahui bahwa di perpustakaan Universitas Airlangga terdapat informasi terbaru atau event – event yang akan di laksanakan dalam waktu dekat. Konten atau informasi yang ada pada website tersebut merupakan informasi terbaru mengenai perpustakaan Universitas Airlangga. Informasi mengenai buku atau bahan pustaka terbaru juga tersedia pada website. Promosi juga dilakukan melalui twitter, informasi yang ada pada twitter lebih ter update daripada informasi yang ada di website. Karena setiap harinya petugas memposting informasi terbaru pada akun twitter milik perpustakaan Universitas Airlangga. Sebelum adanya internet informasi disebarluaskan dengan menempelkan poster yang berisi informasi pada papan

pengumuman serta menyebarkan brosur kepada pengunjung. Dengan adanya internet informasi tersebut dapat langsung di posting pada akun media sosial dan website milik perpustakaan.

Dengan adanya promosi perpustakaan, perpustakaan sebagai sebuah lembaga penyedia informasi perlu melakukan kegiatan promosi tersebut agar koleksi, layanan ataupun fasilitas yang ada di perpustakaan dapat dimanfaatkan dengan baik. Dengan adanya promosi pengunjung lebih termotivasi untuk datang ke perpustakaan.

#### **1.5.4 Penggunaan media internet**

Dengan perkembangan zaman saat ini, kehadiran media internet banyak digunakan dalam berbagai aktivitas kehidupan masyarakat (sosial, ekonomi, dan politik) kelompok masyarakat yang melek dan aktif dalam media internet. Menurut Onong Uchjana effendi (1993) model *uses and gratifications* menunjukkan bahwa yang menjadi permasalahan utama bukanlah bagaimana media mengubah sikap dan perilaku khalayak, tetapi bagaimana media memenuhi kebutuhan pribadi dan sosial khalayak. Maka dari itu penggunaan media internet dapat menciptakan kondisi yang memungkinkan akan mempermudah setiap kegiatan manusia. Media internet mempunyai jaringan tanpa batas yang didalamnya terdapat jutaan informasi dan akan memberikan kesempatan bagi para penggunanya untuk saling bertukar informasi yang dimiliki. Perkembangan teknologi saat ini memberi perubahan cara berkomunikasi dan berinteraksi antar masyarakat. Hal ini memudahkan setiap kegiatan masyarakat. Menurut Nurudin (2010) teknologi membentuk cara berpikir dan berperilaku setiap masyarakat. Dengan adanya teknologi, perpustakaan lebih mudah dalam mempromosikan perpustakaan melalui media internet.

### 1.5.5 Efektivitas promosi

Efektivitas merupakan sesuatu hal yang diinginkan dalam setiap kegiatan termasuk juga program promosi yang dilakukan oleh perpustakaan Universitas Airlangga dengan menggunakan media internet. Efektivitas pada umumnya diartikan sebagai tingkat pencapaian tujuan operatif maupun operasional. Keefektivan dapat dilihat dari 2 pendekatan yaitu pendekatan tujuan dan pendekatan teori system. Pada dasarnya kedua pendekatan tersebut tidak berbeda hanya dilihat dari sisi mana penilaian akan konsep keefektivan tersebut. Menurut Westra (1980) berdasarkan pendekatan tujuan, keefektivan merupakan suatu keadaan yang menunjukkan tingkat keberhasilan dari suatu kegiatan dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya. Dengan kata lain keefektivan adalah perbandingan antara hasil yang terlaksana secara nyata dengan hasil yang direncanakan. Menurut Adisasmita Rahardjo (2001) dalam bukunya yang berjudul *Pengelolaan Pendapatan dan Anggaran Daerah*. Pengertian efektivitas adalah sebagai berikut :

1. Pengertian efektivitas menurut Susilo adalah suatu kondisi atau keadaan, dimana dalam memilih tujuan yang hendak dicapai dan sarana atau peralatan yang digunakan, disertai tujuan yang diinginkan dapat dicapai dengan hasil yang memuaskan.
2. Sedangkan menurut Yamit dalam Ratna Sari, efektivitas sebagai suatu ukuran yang memberikan gambaran seberapa jauh target dapat tercapai, baik secara kualitas maupun waktu, orientasinya adalah pada keluaran (output) yang dihasilkan.
3. Menurut Gibson, pengertian efektivitas adalah hubungan optimal antara produksi, kualitas, efisiensi, fleksibilitas, kepuasan, sifat keunggulan dan pengembangan. Menurut Gibson, Efektivitas juga merupakan suatu pencapaian tujuan yang disepakati bersama serta atas usaha bersama. Tingkat efektivitas dapat diketahui dari tingkat pencapaian sasaran.

4. Westra mengemukakan pengertian efektivitas merupakan suatu keadaan yang mengandung pengertian mengenai terjadinya suatu efek atau akibat yang dikehendaki. Kata Efektif diartikan sebagai terjadinya suatu efek atau akibat yang dikehendaki dalam suatu perbuatan yang dilakukan. Setiap pekerjaan yang efisien yang tentu juga berarti efektif, karena dilihat dari segi tujuan, hasil atau akibat yang dikehendaki dengan perbuatan itu telah tercapai bahkan secara maksimal (mutu dan jumlahnya), sebaliknya dilihat dari segi usaha, maka efek yang diharapkan juga telah tercapai. Setiap pekerjaan yang efektif belum tentu efisien, karena hasil dapat tercapai tetapi mungkin dengan penghamburan pikiran, tenaga, waktu, uang atau benda.
5. Indrawijaya mengatakan bahwa apabila efektivitas individu dapat tercapai, akan memberikan kontribusi pada efektivitas organisasi secara keseluruhan. Oleh sebab itu dapat dikatakan bahwa efektivitas organisasi sama dengan prestasi organisasi secara keseluruhan.

Dari beberapa pengertian diatas, peneliti menyimpulkan pengertian efektivitas adalah seberapa baik pekerjaan yang dilakukan, sejauh mana menghasilkan keluaran sesuai dengan tujuan yang hendak dicapai oleh organisasi tersebut. Sedangkan efektivitas promosi adalah seberapa baik kegiatan promosi yang telah dilakukan oleh suatu organisasi, sejauh mana menghasilkan keluaran yang sesuai dengan tujuan yang hendak dicapai oleh organisasi tersebut.

Keefektivan dapat didefinisikan sebagai kemampuan atau ukuran akan sejauh mana pencapaian sasaran, hasil, tujuan yang telah ditentukan dengan apa yang telah ditentukan sebelumnya dalam jangka waktu yang telah ditentukan dan juga sejauh mana dapat mempertahankan keberhasilannya dalam mencapai tujuan lebih melihatnya kedalam jangka panjang. Efektivitas sebagai konsep yang sangat penting dalam organisasi karena menjadi ukuran keberhasilan organisasi dalam mencapai tujuannya. Menurut Martani dan Lubis (1987) pengukuran efektivitas

bukanlah hal yang sederhana mengingat perbedaan tujuan masing – masing organisasi dan keragaman tujuan organisasi itu sendiri.

#### ■ Tujuan

Segala sesuatu yang telah ditentukan sebelumnya dalam jangka waktu dan juga sejauh mana dapat mempertahankan keberhasilannya.

#### ■ Proses atau penyelenggaraana

Kegiatan yang dilakukan untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan sebelumnya. Dalam proses penyelenggaraan ini kegiatan – kegiatan yang berhubungan dengan cara – cara untuk melaksanakan suatu tujuan yang telah ditentukan sebelumnya.

#### ■ Pasca atau dampak penyelenggaraan

Hasil yang telah dicapai dalam suatu kegiatan, aktivitas atau program dibandingkan dengan tujuan yang telah ditentukan sebelumnya. Dampak dari output kegiatan, aktivitas dan program tersebut terhadap masyarakat dapat disebut dengan outcome.

Kegiatan promosi perpustakaan yang dilakukan merupakan kegiatan yang dilakukan oleh beberapa unit yang ada dalam sebuah organisasi yaitu perpustakaan. Promosi dapat digunakan sebagai medium untuk mengenali barang atau jasa yang ada dipasaran dengan kebutuhan dan keinginan mereka. Dalam hal ini perpustakaan Universitas Airlangga produk yang dihasilkan berupa informasi serta bahan pustakan yang dimiliki oleh perpustakaan. Promosi dilakukan untuk memperkenalkan atau mensosialisasikan produknya kepada masyarakat (konsumen) dengan berbagai cara. Dalam hal ini promosi yang dilakukan oleh perpustakaan dilakukan dengan tujuan untuk memperkenalkan segala informasi yang ada di perpustakaan. Seperti keterbaruan informasi koleksi perpustakaan, event – event yang akan diselenggarakan di perpustakaan serta informasi –

informasi lainnya terkait dengan perpustakaan Universitas Airlangga maupun informasi yang terkait dengan Universitas Airlangga. Efektivitas dalam kajian ini adalah suatu kegiatan yang ditujukan untuk memperkenalkan atau promosi yang dilakukan perpustakaan Universitas Airlangga kepada civitas akademika ataupun kepada masyarakat dengan menggunakan media internet.

Konsep keefektivan tidak dapat dipisahkan dari dua pendekatan utama dalam melihat keefektivan, yaitu pendekatan tujuan dan pendekatan teori system. Pada prinsipnya perbedaan dua pendekatan tersebut terletak pada sudut pandang penilaian tentang konsep keefektivan tersebut. Pada pendekatan tujuan, keefektivan diartikan oleh Wastra sebagai suatu keadaan yang menunjukkan tingkat keberhasilan dari suatu kegiatan dalam mencapai tujuan yang telah ditentukan sebelumnya. Dengan kata lain keefektivan merupakan perbandingan antara hasil senyatanya yang telah dicapai dengan hasil yang telah ditetapkan sebelumnya.

## **1.6 Definisi Konseptual dan Definisi Operasional**

### **1.6.1 Definisi Konseptual**

Definisi konseptual adalah batasan – batasan pengertian tentang konsep yang masih bersifat abstrak yang biasanya merujuk pada definisi yang ada pada buku – buku teks. Definisi konseptual pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Promosi perpustakaan

Promosi perpustakaan adalah kegiatan yang dilakukan oleh perpustakaan untuk menyebarkan informasi yang tersedia di perpustakaan. Kegiatan ini dilakukan untuk memperkenalkan segala jenis layanan dan fasilitas yang ada perpustakaan kepada pengguna perpustakaan.

2. Promosi melalui media internet

Promosi melalui media internet adalah kegiatan yang dilakukan untuk memperkenalkan suatu informasi baik layanan dan fasilitas suatu organisasi dengan menggunakan media internet. Promosi dapat

dilakukan dengan menggunakan media sosial seperti twitter, facebook ataupun media sosial lainnya.

### 3. Efektivitas promosi

Efektivitas promosi adalah seberapa baik kegiatan promosi yang telah dilakukan oleh suatu organisasi, sejauh mana menghasilkan keluaran yang sesuai dengan tujuan yang hendak dicapai oleh organisasi tersebut.

## 1.6.2 Definisi Operasional

Definisi operasional adalah batasan pengertian tentang variabel yang diteliti didalamnya sudah mencerminkan indikator – indikator yang akan digunakan untuk mengukur variabel bersangkutan. Adapun masing – masing variabel yang dapat digunakan untuk mengukur adalah sebagai berikut:

1. Promosi perpustakaan melalui media internet
  - a. Mengetahui keberadaan perpustakaan melalui promosi
    - Ketertarikan pengguna perpustakaan terhadap alat yang digunakan dalam melakukan promosi
    - Pengguna mengetahui promosi perpustakaan menggunakan website yang dibuat oleh perpustakaan
    - Pengguna mengetahui promosi perpustakaan menggunakan media sosial milik perpustakaan
  - b. Konten atau informasi dalam promosi
    - Kelengkapan informasi pada website perpustakaan
    - Kelengkapan informasi pada media sosial yang dimiliki oleh perpustakaan
    - Informasi terbaru (up to date)



## 2. Efektivitas promosi menggunakan media internet

### a) Tujuan promosi

- Promosi yang dilakukan perpustakaan dapat membantu pengguna dalam mengetahui informasi yang ada di perpustakaan

### b) Penyelenggaraan atau proses promosi

- Komunikasi antara perpustakaan dengan pengguna melalui media internet
- Kejelasan informasi yang diterima oleh pengguna
- Kemampuan Sumber Daya Manusia yaitu petugas perpustakaan dalam memberikan informasi mengenai promosi

### c) Pasca penyelenggaraan promosi

- Perubahan tindakan pengguna setelah diadakan promosi melalui media internet terhadap pengguna perpustakaan
- Perubahan tindakan pengguna setelah mengikuti akun media sosial milik perpustakaan untuk mengetahui informasi terbaru

## 1.7 Metodologi Penelitian

### 1.7.1 Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan tipe penelitian deskriptif. Penelitian kuantitatif deskriptif dipilih karena penelitian ini bermaksud mendeskripsikan efektivitas promosi yang dilakukan oleh Perpustakaan Universitas Airlangga melalui media internet. Menurut Sanapiah Faisal (2007) penelitian deskriptif (descriptive research) yang biasa disebut dengan penelitian taksonomik (taxonomic research), penelitian deskriptif dimaksudkan untuk eksplorasi dan klarifikasi mengenai suatu fenomena atau kenyataan sosial dengan jalan mendeskripsikan sejumlah variabel yang berkenaan dengan masalah dan unit

yang diteliti. Dalam penelitian ini, peneliti bermaksud untuk mendeskripsikan media internet sebagai sarana promosi perpustakaan yang dilakukan di perpustakaan Universitas Airlangga Surabaya.

### **1.7.2 Lokasi Penelitian**

Dalam penelitian ini peneliti memilih lokasi diperpustakaan Universitas Airlangga karena perpustakaan ini merupakan salah satu perpustakaan perguruan tinggi yang sudah melakukan promosi menggunakan media internet. Perpustakaan Universitas Airlangga Surabaya menggunakan media internet seperti membuat website yang dapat diakses oleh semua orang. Perpustakaan Universitas Airlangga juga menggunakan media sosial seperti Facebook dan Twitter yang digunakan untuk menyebarkan informasi terbaru yang dimiliki oleh perpustakaan. Penggunaan media sosial yaitu Twitter perpustakaan Universitas Airlangga dapat dikatakan sering mengupdate informasi terbaru. Seperti apabila ada event yang akan dilaksanakan di perpustakaan, misalnya seminar, bedah buku ataupun yang lainnya. Perpustakaan Universitas Airlangga kampus B merupakan perpustakaan pusat Universitas Airlangga.

### **1.7.3 Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel**

#### **1.7.3.1 Populasi**

Sugiono (2013) mengatakan bahwa dalam metode penelitian kuantitatif, populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas : obyek / subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Populasi digunakan untuk menyebutkan serumpun atau sekelompok objek yang menjadi sasaran penelitian. Menurut Burhan Bungin (2001) populasi penelitian merupakan keseluruhan dari objek penelitian yang dapat berupa manusia, hewan, tumbuh – tumbuhan, udara, gejala, nilai, peristiwa, sikap hidup, dan sebagainya, sehingga objek – objek ini dapat menjadi sumber data penelitian. Berdasarkan pada rumusan penelitian diatas peneliti ingin mendeskripsikan efektivitas penggunaan media internet sebagai sarana promosi perpustakaan, maka populasi dari penelitian ini adalah semua

pengguna perpustakaan yang mengetahui promosi perpustakaan melalui akun Twitter dan akun Facebook milik perpustakaan Universitas Airlangga serta website milik perpustakaan Universitas Airlangga Surabaya.

### 1.7.3.2 Teknik Pengambilan Sampel

Menurut Sugiono (2013) sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Dalam penelitian ini jumlah populasi cukup besar dan peneliti tidak mungkin untuk mempelajari semua anggota dari populasi tersebut, maka peneliti menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut. Dalam pengambilan sampel harus dapat mewakili populasi. Sugiono (2013) juga mengatakan bahwa teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *purposive sampling* yaitu penentuan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu. Teknik sampel ini digunakan karena penentuan sampel didasarkan pada pertimbangan tertentu yaitu pengguna perpustakaan yang pernah mengetahui dan melihat serta membaca informasi yang ada dalam promosi perpustakaan dengan menggunakan media internet baik menggunakan website perpustakaan ataupun dengan media sosial milik perpustakaan yaitu akun twitter dan akun facebook. Dalam penelitian ini jumlah populasi sangatlah banyak dan tiap bulannya memiliki jumlah yang tidak pasti. Dengan begitu penentuan jumlah sampel dilakukan seperti pendapat Malhora (2002:351) dalam Prdani (2008) dalam Sinduwijaya (2009) yang mengatakan bahwa :

*“..that the sample could be large enough so that when it is divided in group will have a minimum sample size of 100 or more..”*

Dengan begitu jumlah sampel dalam penelitian ini adalah seratus responden. Dimana responden tersebut merupakan pengguna perpustakaan Universitas Airlangga Surabaya.

#### 1.7.4 Teknik Pengumpulan Data

Pada teknik pengumpulan data, peneliti mengumpulkan data dengan kuesioner dan studi pustaka yang kemudian dilengkapi dengan data hasil dari observasi yang dilakukan oleh peneliti.

##### a. Observasi

Menurut Sugiono (2013) observasi merupakan kegiatan keseharian manusia dengan menggunakan pancaindra mata sebagai alat bantu utamanya selain pancaindra lainnya seperti telinga, penciuman, mulut dan kulit. Oleh karena itu observasi adalah kemampuan seseorang untuk menggunakan pancaindra mata dalam melakukan pengamatan serta dibantu dengan panca indra lainnya. Dari penjelasan diatas metode observasi adalah metode pengumpulan data yang digunakan untuk menghimpun data penelitian, data penelitian tersebut dapat diamati oleh peneliti. Data tersebut didapatkan dari pengamatan yang dilakukan oleh peneliti menggunakan pancaindra.

##### b. Pengumpulan data melalui kuesioner

Pengumpulan data primer merupakan pengumpulan data yang diperoleh oleh peneliti secara langsung. Menurut Sugiono (2013) peneliti mengumpulkan data melalui kuesioner yang pertanyaannya bersifat tertutup. Angket atau kuesioner dirancang sedemikian rupa untuk merekam data tentang keadaan yang dialami oleh responden sendiri, kemudian semua alternatif jawaban harus dijawab oleh responden, dan jawaban telah tertera dalam angket atau kuesioner tersebut. Selain melalui pengambilan data melalui kuesioner, dalam penelitian ini, peneliti juga melakukan wawancara terhadap pengguna perpustakaan untuk memperdalam dan mempertajam jawaban yang telah diperoleh dari pengguna perpustakaan yang akan digunakan sebagai penunjang analisis dalam penelitian ini.

##### c. Studi pustaka

Peneliti juga mengumpulkan data dari beberapa referensi seperti buku – buku yang terkait, skripsi, thesis, jurnal serta data yang didapat dari

internet. Hal ini dilakukan untuk menambah pengetahuan peneliti serta dapat dijadikan sebagai penunjang dalam melakukan perbandingan - perbandingan analisis dengan hasil – hasil yang terkait dengan penelitian ini.

## 1.8 Teknik Pengolahan dan Analisis Data

### 1.8.1 Teknik Pengolahan Data

Dalam tahap pengolahan data, semua data primer yang didapat oleh peneliti akan diolah menggunakan SPSS. Setelah semua data terkumpul, selanjutnya dilakukan *editing* atau pemeriksaan data. Langkah ini dilakukan untuk mengetahui apakah data yang telah terkumpul tersebut baik sehingga segera dapat dilakukan tahap selanjutnya yaitu analisis data. *Editing* merupakan proses pemeriksaan kembali data yang telah didapat. Tahap ini dilakukan sebelum data yang diperoleh dari kuesioner diolah dalam suatu proses yang disebut dengan *coding*. Dalam melakukan *editing* ada beberapa hal yang harus diperhatikan yaitu lengkapnya pengisian jawaban, kejelasan tulisan, kejelasan makna jawaban, konsistensi atau keajekan kesesuaian antar jawaban, keseragaman kesatuan data. Apabila pada tahap ini ada kuesioner yang tidak lengkap jawabannya, peneliti berhak mengembalikan kuesioner kepada responden. Setelah tahap *editing* tahap selanjutnya adalah tahap *coding*.

Menurut Suyanto dan Sutinah (2005) *coding* merupakan pemberian simbol atau kode yang berupa angka merupakan suatu cara menggolongkan jawaban suatu pertanyaan sehingga mudah untuk dilakukan tahap analisis data. Dengan melakukan tahap *coding* ada beberapa manfaat yang didapat yaitu mempermudah dan mempercepat analisis data, mempermudah penyimpanan data lebih – lebih bila dalam jumlah besar. Ada perbedaan untuk memberi kode pada kuesioner pertanyaan tertutup dan pertanyaan terbuka. Pada kuesioner pertanyaan tertutup kode sudah dapat ditetapkan sejak pertanyaan dan jawabannya tersusun, sedangkan pada pertanyaan terbuka peneliti terlebih dahulu harus membuat kategori – kategori, setelah itu masing – masing kategori jawaban diberi simbol

atau kode. Suyanto dan Sutinah (2005) juga mengatakan bahwa setelah tahap *editing* dan *coding* dilakukan tahap selanjutnya yaitu tabulasi data yaitu memasukkan data pada tabel – tabel tertentu dan mengatur angka – angka serta menghitungnya.

### 1.8.2 Teknik Analisis Data

Setelah data diolah, tahap berikutnya yang penting adalah melakukan analisis data. Analisis data merupakan kegiatan yang dilakukan untuk menyederhanakan data kuantitatif agar lebih mudah untuk dipahami. Menurut Suyanto dan Sutinah (2005) hasil dari analisis data berupa data dalam tabel frekuensi atau tabel silang. Sedangkan data kualitatif diperoleh untuk memperjelas dan memperkaya analisis. Pada penelitian deskriptif ini, peneliti berupaya untuk mendeskripsikan data tentang kenyataan dan karakteristik dari unit yang diteliti secara akurat dan factual.

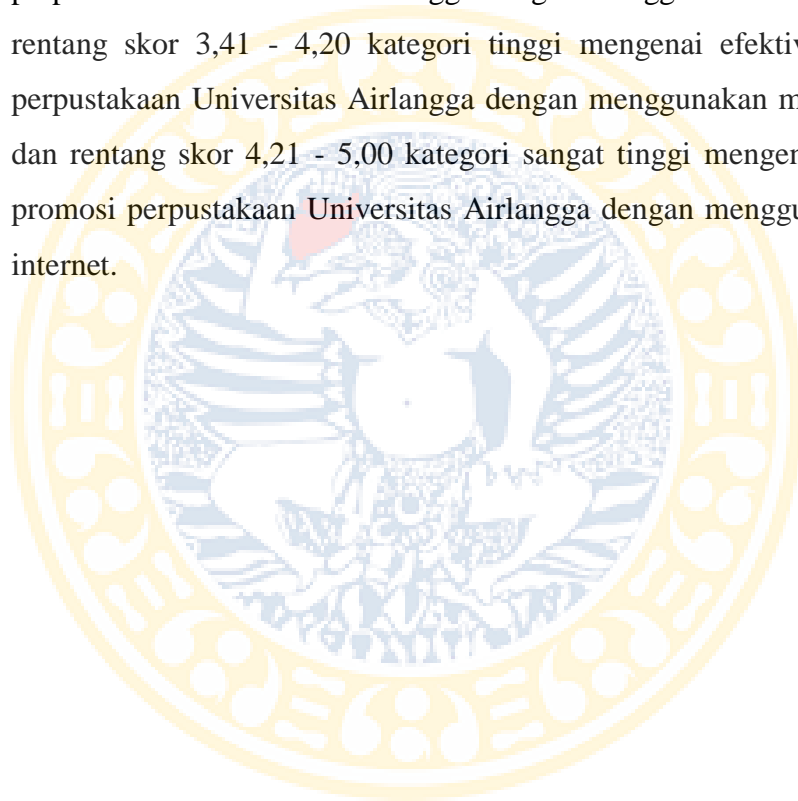
Berikut adalah analisis deskriptif yang digunakan untuk mengetahui gambaran kekuatan variabel penelitian yang dilihat dari kategori skor jawaban responden diklasifikasikan menjadi 5 kategori sebagai berikut :

**Tabel 1.1 Tabel Kategori Berdasarkan Skor**

Kategori	Skor
Sangat Rendah	1,00 – 1,80
Rendah	1,81 – 2,60
Sedang	2,61 – 3,40
Tinggi	3,41 – 4,20
Sangat Tinggi	4,21 – 5,00

*Sumber : Data primer diolah*

Hasil skor digolongkan dalam beberapa kategori. Rentang skor 1,00 - 1,80 termasuk dalam kategori sangat rendah mengenai efektivitas promosi yang dilakukan perpustakaan Universitas Airlangga dengan menggunakan media internet, rentang skor 1,81 - 2,60 kategori rendah mengenai efektivitas promosi yang dilakukan perpustakaan Universitas Airlangga dengan menggunakan media internet, rentang skor 2,61 - 3,40 kategori sedang atau termasuk dalam efektivitas menengah promosi perpustakaan Universitas Airlangga dengan menggunakan media internet, rentang skor 3,41 - 4,20 kategori tinggi mengenai efektivitas promosi perpustakaan Universitas Airlangga dengan menggunakan media internet, dan rentang skor 4,21 - 5,00 kategori sangat tinggi mengenai efektivitas promosi perpustakaan Universitas Airlangga dengan menggunakan media internet.





## BAB II

### GAMBARAN UMUM

#### II.1 Deskripsi Lokasi Penelitian

##### II.1.1 Deskripsi Perpustakaan Universitas Airlangga

Perpustakaan Universitas Airlangga sebagai pusat informasi yang berfungsi menyediakan, mengolah dan menyebarkan sumber - sumber informasi atau bahan pustaka yang dibutuhkan oleh civitas akademika guna mendukung kegiatan pembelajaran di lingkungan Universitas Airlangga untuk menghasilkan lulusan akademik yang berkualitas.

Dalam kancah persaingan di dunia pendidikan, Perpustakaan Universitas Airlangga bertekad menjadi mitra profesional bagi civitas akademika guna mendukung pelaksanaan Tri Dharma Perguruan Tinggi dengan memberikan layanan yang berkualitas, didasari oleh sikap kepedulian dan dapat diakses dari manapun tanpa batas ruang dan waktu. Sejak tahun 1996 Perpustakaan Universitas Airlangga menempati 3 lokasi yaitu terdiri dari Kampus A, Kampus B dan Kampus C, maka untuk memudahkan pengguna dalam mengakses dan menelusur sumber – sumber informasi yang sesuai dengan bidang studinya, maka perpustakaan dibagi menjadi 3 lokasi, yaitu :

1. Perpustakaan Kampus A

Perpustakaan kampus A terletak di Jalan Prof. Moestopo 47 Surabaya. Perpustakaan tersebut menyediakan bahan pustaka atau sumber informasi – informasi dalam bidang kedokteran dan kedokteran gigi. Luas gedung perpustakaan kampus A sekitar kurang lebih 4.096,80 m<sup>2</sup> yang terdiri dari 2 (dua) lantai. Perpustakaan ini telah digunakan sejak tahun 1973.

## 2. Perpustakaan Kampus B

Perpustakaan kampus B terletak di Jalan Dharmawangsa Dalam Surabaya. Perpustakaan kampus B menyediakan koleksi sumber – sumber yang dibutuhkan oleh pengguna dari Fakultas Hukum, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Fakultas Farmasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Fakultas Psikologi, Fakultas Ilmu Budaya, dan Program Pasca Sarjana (koleksi non eksata). Luas gedung Perpustakaan Kampus B sekitar kurang lebih 5.613,75 m<sup>2</sup> yang terdiri dari 3 (tiga) lantai. Perpustakaan ini sudah digunakan sejak tahun 1986.

## 3. Perpustakaan Kampus C

Perpustakaan kampus C terletak di Jalan Mulyorejo Surabaya. Perpustakaan ini menyediakan bahan pustaka atau sumber – sumber informasi dalam bidang kedokteran hewan, matematika dan ilmu pengeahuan alam, kesehatan masyarakat, keperawatan, serta perikanan dan kelautan. Luas gedung perpustakaan kampus C sekitar 6.012 m<sup>2</sup>. Perpustakaan kampus C sudah digunakan sejak tahun 1996.

Perpustakaan Universitas Airlangga kampus B setiap hari Senin – Kamis buka mulai pukul 08.00 – 22.00, hari Jumat buka mulai pukul 08.00 – 21.30 tanpa istirahat siang. Untuk hari Sabtu buka mulai pukul 08.00 – 16.00. Sedangkan Perpustakaan kampus A dan kampus C hari Senin – Jumat buka mulai pukul 08.00 – 19.00.

### II.1.2 Pengunjung Perpustakaan Universitas Airlangga (2013,2014,2015)

Perpustakaan Universitas Airlangga memberikan layanan penelusurn informasi bagi seluruh civitas akademika di lingkungan Universitas Airlangga. Namun setiap perpustakaan yang ada tidak akan dapat memenuhi segala kebutuhan pengunjungnya. Maka dari itu ada kerjasama dengan perpustakaan perguruan tinggi lainnya ataupun dengan pusat – pusat informasi lainnya. Kerjasama dapat dalam bentuk bertukar sumber – sumber informasi, sehingga

baik pengguna perpustakaan Universitas Airlangga maupun pengguna dari perpustakaan universitas lainnya dapat tergabung dalam jaringan kerjasama tersebut dan dapat saling memanfaatkan informasi – informasi yang tersedia.

### **II.1.3 Visi, Misi, Tujuan dan Fungsi Perpustakaan Universitas Airlangga**

#### **II.1.3.1 Visi Perpustakaan Universitas Airlangga**

Sesuai dengan visi dan misi Universitas Airlangga, Perpustakaan Universitas Airlangga memiliki visi yakni menjadi perpustakaan yang unggul dengan fasilitas yang lengkap, modern, dan mampu memberikan pelayanan yang terbaik kepada pemakainya dengan berbasis teknologi informasi dan komunikasi.

#### **II.1.3.2 Misi Perpustakaan Universitas Airlangga**

1. Menyediakan semua bentuk informasi yang sesuai dengan kurikulum yang berlaku di Universitas Airlangga.
2. Mengelola informasi agar dapat diakses oleh pengguna dengan mudah sepat dan tepat.
3. Memberikan fasilitas yang memadai kepada pengguna agar dapat mewujudkan fungsi perpustakaan sebagai sarana bantu proses belajar mengajar dan penelitian.
4. Menyebarkan informasi secara selektif dan efisien.

#### **II.1.3.3 Tujuan Perpustakaan Universitas Airlangga**

Guna untuk mengimplementasikan setiap misi yang telah diurai diatas, perpustakaan Universitas Airlangga memiliki tujuan sebagai berikut :

1. Mendukung kurikulum Universitas Airlangga dengan melakukan pendekatan dengan staff akademik untuk menyediakan berbagai sumber informasi yang terbaru dan berorientasi pada selera dan

kebutuhan pemakai dengan diperhitungkan dari segi kualitas dan kuantitas sehingga program yang dilaksanakan dapat berlangsung dengan efektif.

2. Menjalinkan kerjasama dengan ruang baca fakultas dalam berbagai sumber – sumber informasi untuk memperkuat koleksi sumber – sumber informasi Perpustakaan Universitas Airlangga.
3. Mengefisienkan penggunaan teknologi informasi dan komunikasi di Perpustakaan Universitas Airlangga.
4. Mengembangkan dan berpartisipasi secara aktif dalam jaringan kerjasama dengan Perpustakaan Universitas lain, lembaga dan pusat dokumentasi yang sesuai dengan Universitas Airlangga baik yang berada di dalam negeri maupun luar negeri.

#### **II.1.3.4 Fungsi Perpustakaan Universitas Airlangga**

1. Pusat layanan dan sumber informasi untuk program penelitian.
2. Pusat layanan informasi dan sumber informasi untuk program penelitian.
3. Pusat layanan informasi bagi dan sumber informasi untuk program pengabdian masyarakat.
4. Pusat rekreasi bagi civitas akademika perguruan tinggi.

#### **II.1.4 Jenis Layanan Perpustakaan Universitas Airlangga**

##### **a. Layanan Sirkulasi (Loan Service)**

Sirkulasi memberi layanan peminjaman, pengembalian, perpanjangan bagi anggota Perpustakaan Universitas Airlangga (civitas akademika) koleksi perpustakaan untuk dibawa pulang. Selain itu memberikan layanan bebas perpustakaan bagi mahasiswa yang telah selesai masa studi di Universitas

Airlangga. Selain itu dengan program LARIS yang diterapkan ini di bagian sirkulasi, petugas dapat secara online memantau status sumber informasi atau bahan pustaka dan peminjam di tiga lokasi yaitu perpustakaan kampus A, kampus B, dan kampus C.

Koleksi yang dapat dipinjam untuk dibawa pulang merupakan koleksi atau bahan pustaka yang berada di koleksi umum, American Corner, Psycho Corner. Sedangkan untuk koleksi khusus hanya dapat dipinjam over night (koleksi khusus, referensi, majalah, jurnal penelitian, koleksi CPPS, koleksi NBC, koleksi Great Corner dan koleksi warung Perancis).



Gambar II.1 Alur peminjaman koleksi umum dan koleksi over night

#### b. Layanan Majalah

Perpustakaan Universitas Airlangga juga menyediakan layanan koleksi majalah, layanan majalah ini berisi terbitan berkala berupa majalah populer dan jurnal ilmiah. Untuk perpustakaan kampus B ruang majalah terletak di lantai 3, sedangkan untuk perpustakaan kampus A terletak di lantai 1 dan perpustakaan kampus C terletak di lantai 1. Koleksi majalah dapat dimanfaatkan oleh semua civitas akademika Universitas Airlangg dan luar civitas akademika Universitas Airlangga.

#### c. Layanan Ruang Baca Atas

Perpustakaan menyediakan buku – buku yang dapat dipinjam untuk dibawa pulang bagi civitas akademika Universitas Airlangga. Pada perpustakaan kampus B ruang baca terletak di lantai 3, sedangkan perpustakaan kampus A terletak di lantai 2 dan ruang baca perpustakaan kampus C terletak di lantai 1.

#### d. Layanan Koleksi Khusus

1. Koleksi Khusus I, menyediakan sumber informasi yang berupa hasil karya civitas akademika Universitas Airlangga, yang meliputi skripsi, thesis, disertasi dan laporan penelitian dalam bentuk cetak (hardcopy). Pengguna dapat fotocopy hasil karya tersebut dengan peraturanyang telah ditetapkan.
2. Koleksi Khusus II, menyediakan sumber informasi atau bahan pustaka dengan jumlah yang terbatas (satu eksemplar). Bahan pustaka yang tersedia hanya boleh dibaca di tempat dan difotocopy saja. Namun untuk memenuhi kebutuhan pengguna, perpustakaan memberikan layanan overnight.

#### e. Layanan Referesi

Layanan yang memberikan pengarahannya pada pengguna yang mengalami kesulitan dalam menelusur dan memanfaatkan sumber – sumber informasi di perpustakaan, selain menyediakan sumber informasi atau bahan pustaka encyclopedia, abstrak, bibliografi, direktori, handbook dan yearbook.

#### f. Layanan E-Library

Merupakan layanan yang menyediakan sumber – sumber informasi dalam bentuk digital, diantaranya: OPAC (Online Public Acces Catalogue) yang merupakan fasilitas catalog online untuk menelusur sumber informasi atau bahan



pustaka yang ada di Perpustakaan Universitas Airlangga. ADLN (Airlangga Digital Library Network) merupakan database yang berisi koleksi hasil karya civitas akademika Universitas Airlangga baik skripsi, tesis disertai maupun hasil penelitian dalam bentuk abstrak ataupun fulltext. E-book (Electronic Library) merupakan sebuah bentuk buku yang dapat dibuka secara elektronik melalui computer. E-book yang dikembangkan oleh Perpustakaan Universitas Airlangga menggunakan bentuk format pdf (portable document format) yang dapat dibuka dengan program Acrobat Reader. OJS (Open Journal System), e-learning dan e-journal. Dalam rangka meningkatkan layanan serta guna menjadi “Perpustakaan Terbaik”, salah satu langkah yang dilakukan oleh Perpustakaan Universitas Airlangga ialah dengan melanggan database journal online yang beragam dari berbagai disiplin ilmu. Database Journal Online yang dilanggan oleh Universitas Airlangga dan Perpustakaan Universitas Airlangga terdiri dari Proquest: Health & Medicine, Spingerlink All Journal, ScienceDirect All Journal, Gale (Cengage Learning), Ebsco, SAGE.

- Proquest : Academic Research Library, Psychology Journals, Biology Journal, ABI/INFORM Trade and Industry, Health and Medical Complete. Dari berbagai jurnal yang ada di dalam proquest, jurnal ini disediakan untuk memenuhi kebutuhan informasi civitas academica Universitas Airlangga dalam bidang kesehatan.
- SpingerLink All Journal Collection berisi tentang informasi yang berkaitan dengan Architecture & Design, Astronomy, Biomedical Sciences, Business & Management, Chemistry, Computer, Science, Earth Science & Geography, Economics, Education & Language, Energy, Engineering, Enviromental sciences, Food Science & Nutrition, Law, Life Sciences, Material, Mathematics, Medicine, Philosophy, Physics, Psychology, Public Health, Social. Sciences, Statistic. Jurnal ini disediakan untuk memenuhi kebutuhan informasi bagi pengguna perpustakaan pada bidang mulai dari informasi ilmu kesehatan sampai pada ilmu hukum.



- Science Direct berisi tentang informasi yang berkaitan dengan Physical Sciences and Engineering, Life Sciences, Health Sciences and Humanities. Jurnal elektronik science direct ini informasi yang ada didalamnya sama seperti pada jurnal SpringerLink tetapi yang membedakan pada jurnal science direct ini terdapat informasi mengenai Life Sciences. Informasi yang ada dalam pencariia Life Sciences ini berisi tentang agriculture and biological, biochemistry, genetics and molecular biology, enviromental science, immunology and microbiology, neuroscience. Jurnal ini disediakan untuk emenuhi kebutuhan pengguna perpustakaan yang ingin mencari informasi mengenai ilmu pengetahuan alam.
- GALE Cengage Learning All Journal Collection berisi informasi yang berkaitan dengan Psychology, Health and medical, Bussines, Biological. Jurnal ini disediakan untuk memenuhi kebutuhan pengguna perpustakaan mengenai informasi ilmu kesehatan, kedokteran, psikologi dan ilmu ekonomi.
- SAGE Journal berisi informasi berkaitan dengan Health Sciences, Life & Biomedical sciences, Materials Sciences & Engineering, Sosial Sciences & Humanities. Jurnal ini disediakan untuk memenuhi kebutuhan pengguna perpustakaan dalam bidang ilmu sosial, teknik, dan ilmu kesehatan.
- EBSCO jurnal ini berisi informasi mengenai Business Source dan Dentistry & Oral Sciences. Jurnal ini disediakan untuk penggunaan perpustakaan yang ingin mencari informasi mengenai kedokteran gigi dan ilmu ekonomi.

#### g. Layanan Internet

Layanan ini memberikan kesempatan bagi pengguna perpustakaan untuk menelusur informasi global. Layanan ini terbuka untuk *civitas academia* Universitas Airlangga. Pengguna yang ingin menggunakan fasilitas wifi yang tersedia di perpustakaan hanya dengan memasukkan user dan password cybercampus.

#### h. Layanan American Corner

Merupakan program kemitraan antara Kedutaan Amerika Serikat dengan Universitas Airlangga. Menyediakan akses informasi yang terbaru politik, ekonomi, kebudayaan, pendidikan dan kehidupan social di Amerika melalui bahan pustaka buku – buku, internet, CD-ROM, DVD, database online dan kegiatan – kegiatan yang terbuka yang dapat diakses oleh masyarakat umum. Lokasi berada di Perpustakaan Universitas Airlangga kampus B.

#### i. Layanan Psikologi Corner

Merupakan kerjasama antara Perpustakaan Universitas Airlangga dengan Fakultas Psikologi Universitas Airlangga. Menyediakan sumber – sumber informasi atau bahan pustaka di bidang ilmu psikologi, meliputi majalah atau jurnal, text book, skripsi dan thesis. Yang menjadi prioritas utama bahan koleksi Psikologi Corner adalah mahasiswa dan staf pengajar Fakultas Psikologi. Lokasi Psikologi Corner berada di Perpustakaan Universitas Airlangga kampus B.

#### j. Layanan FISIP Corner

FISIP Corner dulunya adalah rujukan FISIP yang berada di FISIP gedung A yang kemudian pindah tempat dan berintegrasi dengan perpustakaan menjadi FISIP Corner. FISIP Corner memberikan layanan informasi kepada civitas akademika Universitas Airlangga khususnya mahasiswa FISIP Universitas Airlangga. FISIP Corner berada di lantai 3 Perpustakaan Universitas Airlangga kampus B.

#### k. Layanan Nation Building Corner

Layanan ini menyediakan beragam informasi terkait dengan pemikiran, gagasan, biografi sejumlah tokoh kebangsaan dan koleksi menarik mengenai pembangunan bangsa Indonesia. Ruangan National Building Corner (NBC) berada di lantai 3 Perpustakaan Universitas Airlangga kampus B, memiliki tema merah putih sebagai symbol kecintaan terhadap Negeri Indonesia. Pojok ini dikembangkan dengan bantuan Yayasan Nurani Dunia yang banyak bergerak di bidang social pengembangan karakter kebangsaan yang dipimpin Dr. Imam Prasajo yang juga merupakan pakar Sosiolog serta Dosen UI. Sedangkan untuk pembangunan fisiknya dibantu oleh PT PLN.

Koleksi dan sumber informasi yang tersedia :

- Koleksi cetak terdiri dari referensi dan buku – buku di bidang karya fiksi, bisnis, ilmu social, politik, pendidikan dan kebudayaan.
- Majalah, jurnal dan laporan – laporan serta terbitan pemerintah Amerika.
- Ebsco, database online yang menyajikan ringkasan dan artikel lengkap lebih dari 1000 terbitan berkala.
- Jurnal elektronik yang diterbitkan oleh biro Informasi Internasional pemerintah Amerika Serikat.
- Akses internet gratis ke situs – situs Amerika dan internasional, non-pemerintah, lembaga riset dan lembaga akademis.
- Akses ke multimedia: produk – produk video dan audio seperti CD dan DVD koleksi music dan film, dan CD-ROM untuk sumber referensi.
- Akses ke computer.

#### l. Layanan Ruang Diskusi

Perpustakaan memberikan fasilitas ruangan diskusi bagi mahasiswa di Lantai 2 Perpustakaan Universitas Airlangga kampus B. Pada ruangan diskusi ini terdapat beberapa fasilitas yang disediakan yaitu meja belajar + kursi yang mencapai 20 kursi, sofa, ruangan ber AC, wifi gratis, gratis pinjam LCD (minimal 5 orang). Untuk meminjam ruang diskusi ini dapat menghubungi bagian Staff Referensi kampus B.

#### m. Layanan Pelatihan atau Training

Perpustakaan Universitas Airlangga memberikan layanan pelatihan atau pendidikan pemakai kepada civitas Universitas Airlangga terutama kepada mahasiswa Universitas Airlangga. Melalui jasa ini dapat diperoleh bimbingan atau petunjuk agar mampu memanfaatkan perpustakaan dan bahan pustaka dengan cepat dan maksimal. Ada beberapa pelatihan yang ditawarkan Perpustakaan Universitas Airlangga kepada pengunjung, antara lain:

1. Literasi informasi (penelusuran resources perpustakaan journal, ebooks dll)
2. Reference Manager (Mendeley, Endnote)
3. Microsoft Office (MS Word, MS Excell, MS Power Point)
4. Google for Education (Google Scholar, Google Drive, Email, dll)
5. Prezi (presentasi)
6. Turnitin (software anti plagiat)
7. Pelatihan Blog

## **II.2 Tujuan Perpustakaan Melakukan Promosi Perpustakaan**

Perpustakaan Universitas Airlangga melakukan promosi tentu sudah mempunyai tujuan yang ingin dicapai. Perpustakaan Universitas melakukan promosi perpustakaan adalah agar pengguna lebih mengenal perpustakaan Universitas Airlangga secara mendalam. Perpustakaan Universitas Airlangga ingin agar pengunjung di perpustakaan Universitas Airlangga semakin meningkat. Tidak hanya itu saja, perpustakaan Universitas Airlangga melakukan promosi agar informasi – informasi yang ada di perpustakaan dapat tersalurkan kepada pengguna perpustakaan dengan baik. Koleksi – koleksi yang ada di perpustakaan Universitas Airlangga dapat semaksimal mungkin dapat dimanfaatkan oleh pengguna. Karena dengan adanya promosi perpustakaan, informasi informasi yang ada di koleksi – koleksi yang ada di perpustakaan dapat digunakan oleh pengguna. Apabila ada event atau acara yang akan diselenggarakan oleh perpustakaan atau pun pihak Universitas Airlangga, pihak perpustakaan juga menyebarluaskan informasi tersebut melalui media promosi yang dimiliki oleh perpustakaan, yaitu dengan menyebarluaskan informasi tersebut melalui akun facebook, akun twitter serta website milik perpustakaan.

Hal tersebut dilakukan agar pengguna perpustakaan dapat mengetahui informasi – informasi terbaru mengenai informasi event atau acara yang akan diselenggarakan oleh pihak perpustakaan. Apabila ada koleksi – koleksi terbaru di perpustakaan, selain meletakkan pada rak koleksi terbaru, perpustakaan juga menyebarluaskan informasi mengenai koleksi – koleksi terbaru di akun facebook,

akun twitter dan juga website yang milik perpustakaan. Hal ini yang membuat kegiatan promosi perpustakaan di perpustakaan Universitas Airlangga sangat penting untuk dilaksanakan secara intens. Karena dengan adanya promosi perpustakaan dapat memberikan kesadaran, mendorong minat, mengembangkan pengertian serta memperkenalkan segala informasi dan sumber – sumber informasi kepada masyarakat agar mereka akhirnya berminat untuk mengunjungi dan memanfaatkan perpustakaan secara optimal.

### **II.3 Alat Promosi Perpustakaan Universitas Airlangga**

Perpustakaan Universitas Airlangga menggunakan media internet sebagai sarana untuk melakukan promosi menyebarkan informasi yang ada di perpustakaan. Dalam melakukan kegiatan promosi, Perpustakaan Universitas Airlangga menggunakan Twitter, Facebook, Website serta yang baru baru ini dilakukan yaitu melakukan promosi dengan menggunakan aplikasi Line. Tetapi pada penelitian ini, peneliti hanya ingin meneliti 3 alat yg digunakan oleh Perpustakaan Universitas Airlangga yaitu Twitter, Facebook dan website perpustakaan Universitas Airlangga Surabaya. Berikut penjelasan mengenai alat promosi yang digunakan oleh perpustakaan Universitas Airlangga Surabaya:

#### **1. Twitter**

Perpustakaan Universitas Airlangga menggunakan media sosial salah satunya yaitu twitter. Twitter digunakan sebagai sarana dalam mempromosikan perpustakaan Universitas Airlangga agar lebih dikenal semua orang. Tampilan akun twitter milik perpustakaan Universitas Airlangga tidak terlihat seperti adanya hal yang berbau perpustakaan khususnya pada gambar, disana hanya terlihat gambar beberapa mahasiswa berfoto bersama. Mereka adalah mahasiswa yang mengikuti kegiatan setiap beberapa minggu sekali. Akun twitter milik perpustakaan selalu berganti – ganti foto profil dan foto sampul setiap minggu sekali. Akun twitter milik perpustakaan Universitas Airlangga ini di kelola staff bagian humas. Lokasi kerja humas berada pada tempat yang strategis,

sejajar dengan pintu masuk perpustakaan dan memiliki dua komputer. Komputer inilah yang digunakan sebagai administrator twitter untuk mengelola akun.

Informasi – informasi yang apa pada akun twitter milik perpustakaan Universitas Airlangga merupakan informasi yang berhubungan dengan informasi mengenai perpustakaan dan mengenai Universitas Airlangga. Meskipun akun twitter milik perpustakaan Universitas Airlangga merupakan akun twitter bersifat resmi, namun informasi yang dituangkan dalam akun tersebut sangat beragam. Secara umum informasi yang diberikan oleh perpustakaan mencakup informasi operasional perpustakaan seperti jam buka dan tutup perpustakaan Universitas Airlangga, informasi mengenai barang ketinggalan di perpustakaan Universitas Airlangga, layanan – layanan yang ada di perpustakaan Universitas Airlangga seperti cinemax, koleksi, dan lain – lain. Informasi event atau acara yang akan diselenggarakan di perpustakaan Universitas Airlangga juga akan diposting pada akun twitter milik perpustakaan Universitas Airlangga. Namun tidak hanya event yang diselenggarakan di perpustakaan saja yang di posting pada akun twitter milik perpustakaan melainkan juga event atau kegiatan secara meluas namun masih dalam konteks mahasiswa dan pendidikan seperti seminar atau workshop yang diadakan oleh instansi atau universitas lain. Pada akun twitter ini, pengguna juga dapat mengusulkan koleksi untuk disediakan pada perpustakaan dengan menggunakan #TandaCinta pada postingan twitter.

Seperti pada contoh dibawah ini :



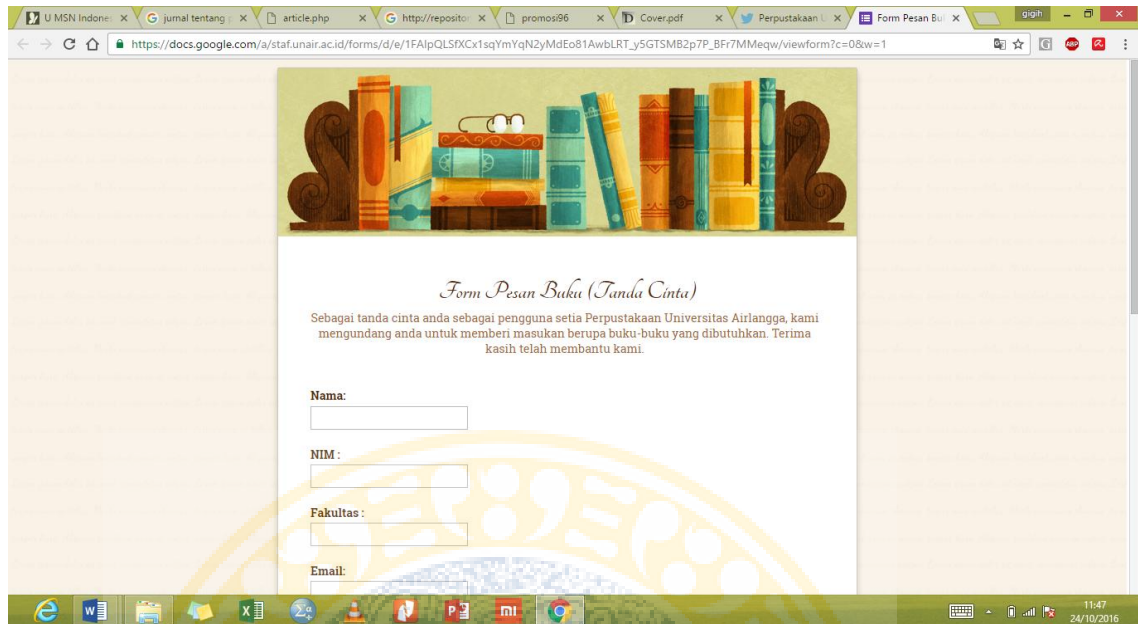


Gambar II.2 Contoh usulan koleksi yang di request melalui akun twitter

Dalam mengusulkan koleksi yang ada di perpustakaan tidak harus tentang mata kuliah yang diajarkan pada perkuliahan, tetapi semua buku yang dapat diusulkan di perpustakaan melalui pesan Tanda Cinta ini. Seperti pada contoh diatas merupakan koleksi buku yang yang diusulkan oleh beberapa pengguna perpustakaan untuk disediakan di perpustakaan. Buku di atas merupakan novel dan bukan buku untuk perkuliahan.

Untuk mengusulkan koleksi cetak di perpustakaan, pengguna dapat mengisi form *Google doc* yang terdapat pada postingan twitter milik perpustakaan seperti dibawah ini :





U MSN Indone x jurnal tentang x article.php x http://reposito x promosi96 x Cover.pdf x Perpustakaan x Form Pesan Bu x gigh

https://docs.google.com/a/staf.unair.ac.id/forms/d/e/1FAIpQLSfXCx1sqYmYqN2yMdeO81AwblRT\_y5GtSM82p7P\_BF7MMMeqw/viewform?c=0&w=1

*Form Pesan Buku (Tanda Cinta)*

Sebagai tanda cinta anda sebagai pengguna setia Perpustakaan Universitas Airlangga, kami mengundang anda untuk memberi masukan berupa buku-buku yang dibutuhkan. Terima kasih telah membantu kami.

Nama:

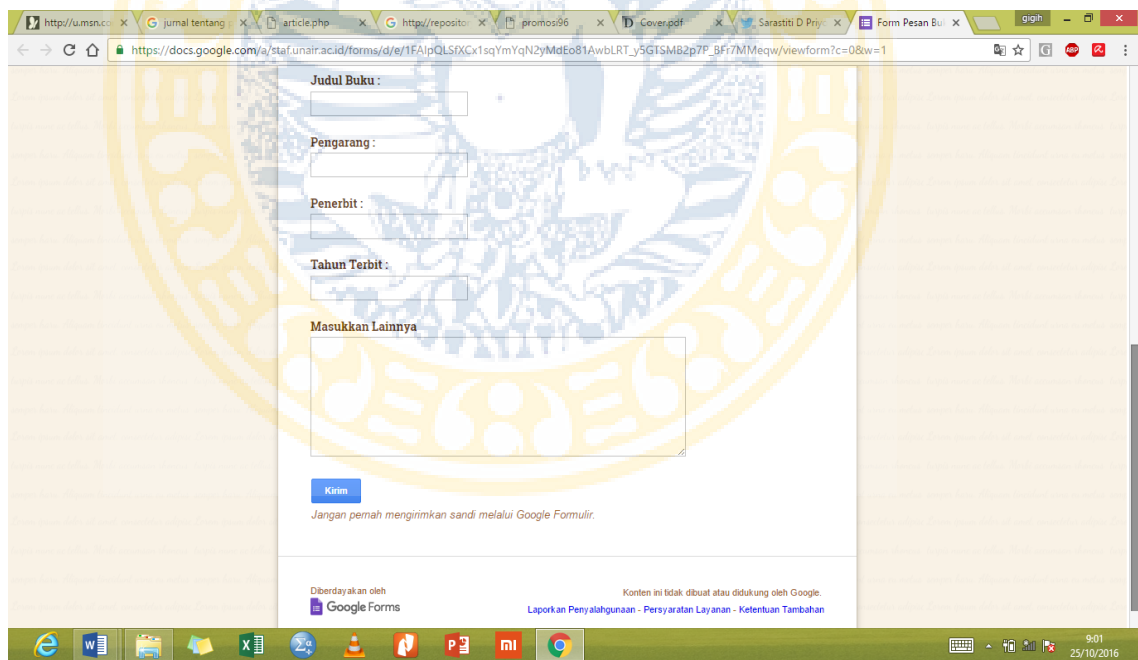
NIM:

Fakultas:

Email:

11:47 24/10/2016

Gambar II.3 Contoh Form Pesan Buku Tanda Cinta



http://u.msn.co x jurnal tentang x article.php x http://reposito x promosi96 x Cover.pdf x Sarastiti D Priy x Form Pesan Bu x gigh

https://docs.google.com/a/staf.unair.ac.id/forms/d/e/1FAIpQLSfXCx1sqYmYqN2yMdeO81AwblRT\_y5GtSM82p7P\_BF7MMMeqw/viewform?c=0&w=1

Judul Buku:

Pengarang:

Penerbit:

Tahun Terbit:

Masukkan Lainnya

Kirim

Jangan pernah mengirimkan sandi melalui Google Formulir.

Diberdayakan oleh Google Forms

Konten ini tidak dibuat atau didukung oleh Google.  
Laporkan Penyalahgunaan - Persyaratan Layanan - Ketentuan Tambahan

9:01 25/10/2016

Gambar II.4 Contoh Form Pesan Buku Tanda Cinta Lanjutan

Dalam form Tanda Cinta tersebut, pengguna diharapkan mengisi Nama dari pengguna yang ingin mengusulkan koleksi cetak untuk disediakan di perpustakaan, NIM (Nomor Induk Mahasiswa), Fakultas dari pengguna tersebut berasal, email dari pengguna, judul buku yang

diusulkan, pengarang dari buku yang diusulkan, penerbit dari buku yang diusulkan, dan tahun terbit dari buku yang diusulkan. Setelah melengkapi form Tanda Cinta, pengguna tinggal mengklik kirim pada form yang telah disediakan pihak perpustakaan.

Dalam menjalankan akun Twitter milik perpustakaan, administrator memiliki kewenangan penuh terhadap akun Twitter perpustakaan Universitas Airlangga sehingga dalam pelaksanaannya membuat suatu kebijakan. Meskipun kebijakan – kebijakan tersebut nonformal, tetapi berdasarkan kebijakan tersebut akun Twitter dapat berjalan dengan baik dan terarah. Kebijakan – kebijakan dalam pelaksanaan akun Twitter perpustakaan Universitas Airlangga adalah sebagai berikut :

- a. Isi atau pesan yang disampaikan melalui akun Twitter perpustakaan yaitu informasi yang berkaitan dengan perpustakaan, perpustakaan Universitas Airlangga, Universitas Airlangga dan tidak menutup kemungkinan informasi lain yang masih berhubungan dengan pendidikan dan pengetahuan.
- b. Hastag untuk perpustakaan Universitas Airlangga adalah #perpusUNAIR, untuk sesi library traveling #traveling, untuk layanan perpustakaan #infoLayananPUA, dan hastag lain secara kondisional.
- c. Respon administrator terhadap informasi yang didapat dari pengguna melalui twitter adalah kondisional, artinya administrator dapat merespon sendiri atau mendiskusikan kepada kepala perpustakaan.
- d. Username dan password akun twitter perpustakaan hanya diketahui oleh staff humas perpustakaan Universitas Airlangga dan kepala Perpustakaan Universitas Airlangga.
- e. Penggunaan bahasa tidak baku dalam akun twitter perpustakaan Universitas Airlangga namun tetap menjaga nama baik perpustakaan Universitas Airlangga.

Pembuatan kebijakan – kebijakan tersebut dijadikan dasar dalam pelaksanaan pemanfaatan akun twitter resmi perpustakaan Universitas Airlangga dan harus dipatuhi oleh semua staff humas perpustakaan khususnya yang turut andil dalam pemanfaatan akun twitter milik perpustakaan Universitas Airlangga.

## 2. Facebook

Perpustakaan memiliki akun facebook yang digunakan sebagai sarana promosi dan *information sharing* bagi penggunanya. Informasi – informasi yang terdapat pada akun facebook milik perpustakaan kurang lebih hampir sama seperti informasi yang tersedia pada akun twitter milik perpustakaan. Karena akun facebook milik perpustakaan dibuat untuk mempermudah pihak perpustakaan dalam menyebarkan informasi terbaru mengenai perpustakaan kepada pengguna perpustakaan. Akun facebook milik perpustakaan Universitas Airlangga dikelola oleh bagian humas Perpustakaan Universitas Airlangga.

## 3. Website Perpustakaan Universitas Airlangga

Situs website perpustakaan Universitas Airlangga memiliki tujuan yaitu memberikan kontribusi sebuah bentuk layanan informasi yang ditawarkan dan berhubungan dengan kebutuhan informasi penggunanya. Informasi tersebut antara lain memberikan informasi tentang layanan penelusuran, koleksi, koleksi terbaru, layanan E-journal, E-book, dan lain sebagainya. Tidak hanya memberikan informasi tentang layanan akan tetapi tentang kegiatan – kegiatan yang akan diselenggarakan maupun sudah dilakukan di perpustakaan serta beberapa informasi terkait tentang perpustakaan Universitas Airlangga antara lain informasi jam buka layanan, alamat lokasi, sejarah berdirinya, staf pengelola yang mengelola perpustakaan. Situs website perpustakaan Universitas Airlangga juga memberikan fasilitas penelusuran sejumlah informasi dari beberapa database dari lingkup Universitas Airlangga maupun dari luar lingkup Universitas Airlangga tetapi masih ada hubungan dengan Universitas Airlangga.

Fungsi dari situs website milik perpustakaan Universitas Airlangga adalah sebagai media komunikasi untuk menyampaikan informasi tentang perpustakaan dengan penggunaanya. Selain situs website perpustakaan juga menjadi sumber referensi atau *Web Library* untuk memenuhi kebutuhan informasi penggunaanya. Pada dasarnya situs website perpustakaan Universitas Airlangga bermaksud untuk memenuhi kebutuhan dan memberikan kemudahan akses secara cepat dan mudah.

Informasi yang ada pada website perpustakaan Universitas Airlangga kurang lebih hampir sama seperti informasi yang diposting pada akun twitter dan juga akun facebook milik perpustakaan Universitas Airlangga. website ini juga dikelola bagian humas perpustakaan Universitas Airlangga. Pada website milik perpustakaan Universitas Airlangga ada kalender kegiatan yang akan diadakan di perpustakaan Universitas Airlangga. pada akun tersebut juga terkoneksi dengan link dari website isekolah, jurnal, website milik prodi Ilmu Informasi dan Perpustakaan Universitas Airlangga, cybercampus dll.

## **BAB III**

### **TEMUAN DATA**

Pada bab tiga ini peneliti akan menyajikan data – data yang diperoleh peneliti dari lapangan yaitu data kuantitatif diperoleh dari penyebaran kuesioner dan data kualitatif diperoleh dari hasil wawancara atau probing. Data yang telah diperoleh diolah dengan cara meng-*coding* data dengan menggunakan SPSS 22. Data kualitatif dipergunakan untuk memperdalam analisis data kuantitatif. Sehingga nantinya bisa digunakan untuk menjelaskan temuan penelitian tentang efektivitas promosi melalui media internet di perpustakaan Universitas Airlangga Surabaya.

Dalam bab ini juga disajikan tabel frekuensi yang bertujuan untuk mengetahui bagaimana gambaran prosentase responden yang merupakan pengunjung dari perpustakaan di Perpustakaan Universitas Airlangga Surabaya. Tabel skor disajikan untuk mengetahui atau bertujuan untuk memberikan gambaran terkait dengan efektivitas promosi yang telah dilakukan oleh perpustakaan Universitas Airlangga Surabaya.

#### **III.1 Identitas Responden**

Pada tahap awal sebelum mendeskripsikan temuan data penelitian ini terkait dengan efektivitas promosi melalui media internet di Perpustakaan Universitas Airlangga Surabaya, terlebih dahulu perlu disajikan identitas dari responden.

#### **III.2 Karakteristik Responden**

##### **III.2.1 Jenis Kelamin**

Berikut merupakan tabel yang menunjukkan karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin responden yang menjadi sampel pada penelitian ini. Berikut tabel frekuensi jenis kelamin responden:

III-1

**Tabel 3.1 Jenis Kelamin Responden**

<b>Keterangan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Prosentase (%)</b>
Laki – laki	15	15
Perempuan	85	85
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

*Sumber : Kuesioner no 1*

Berdasarkan tabel 3.1 diatas menunjukkan bahwa jumlah responden pada penelitian adalah 100 responden. Berdasarkan dari 100 responden tersebut terdapat perbedaan jumlah laki – laki dan perempuan yaitu perempuan berjumlah 85 responden sedangkan laki – laki berjumlah 15 responden. Dengan prosentase responden perempuan 85 % sedangkan laki – laki 15 %. Sehingga pada penelitian ini dapat diketahui bahwa responden perempuan lebih dominan daripada responden laki – laki. Hal ini menunjukkan bahwa responden pengunjung yang memanfaatkan perpustakaan yang banyak dijumpai peneliti adalah pengunjung perempuan dibandingkan dengan pengunjung laki – laki.

### **III.2.2 Usia Responden**

Pada bagian ini, akan disajikan data tabel berupa data yang menunjukkan karakteristik responden berdasarkan usia responden. Berikut merupakan tabel frekuensi usia responden:

**Tabel 3.2 Usia Responden**

<b>Keterangan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Prosentase (%)</b>
< 20 tahun	25	25
20 – 25 tahun	75	75
25 – 30 tahun	0	0
30 – 35 tahun	0	0
>35 tahun	0	0
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

*Sumber : Kuesioner No. 2*

Berdasarkan tabel diatas 3.2 diperoleh bahwa usia responden dengan kriteria diatas adalah mulai usia kurang dari usia 20 tahun sampai dengan usia lebih dari 35 tahun. Dengan pembagian usia kurang dari 20 tahun, usia 20 – 25 tahun, usia 25 – 30 tahun, usia 30 – 35 tahun dan terakhir lebih dari 35 tahun. Dari

hasil pengumpulan data melalui kuesioner didapatkan bahwa usia responden mayoritas berusia antara 20 – 25 tahun berjumlah 75 responden dengan prosentase 75 %. Sedangkan responden berusia kurang dari 20 tahun berjumlah 25 responden dengan prosentase 25 %. Pada rentang usia 30 – 35 tahun berjumlah 0 dan usia lebih dari 35 tahun berjumlah 0, hal tersebut menunjukkan bahwa pada usia tersebut tidak ada pengunjung yang menjadi responden dalam penelitian ini. Dalam penelitian ini pengunjung yang menjadi responden dalam penelitian ini paling banyak pada rentang usia 20 – 25 tahun.

### III.2.3 Profesi Responden

Pada bagian ini, akan disajikan data dalam bentuk tabel yang memberikan informasi mengenai profesi dari responden. Berikut merupakan tabel frekuensi profesi responden.

**Tabel 3.3 Profesi Responden**

Keterangan	Frekuensi	Prosentase (%)
Mahasiswa	99	99
Dosen	0	0
Karyawan	0	0
Dll	1	1
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

*Sumber : Kuesioner No. 3*

Berdasarkan tabel diatas 3.3 diperoleh bahwa hasil dari pengumpulan data melalui kuesioner didapatkan bahwa responden yang ditemui mayoritas merupakan mahasiswa dengan jumlah 99 responden dengan prosentase 99 %. Sedangkan profesi lain yaitu pada pilihan Dll (dan lain - lain) berjumlah 1 dengan prosentase 1 %. Profesi yang lain yaitu dosen dan karyawan berjumlah 0 menunjukkan bahwa responden yang mempunyai profesi sebagai dosen ataupun karyawan tidak ada. Responden yang ditemui peneliti pada saat penyebaran kuesioner hampir semua merupakan mahasiswa yang masih aktif di perkuliahan. Dapat dilihat dari jumlah di atas bahwa 99 orang berprofesi sebagai mahasiswa.



### III.2.4 Tujuan Datang ke Perpustakaan

Pada bagian ini, akan disajikan data tabel berupa data yang menunjukkan karakteristik responden berdasarkan tujuan datang ke perpustakaan. Berikut merupakan tabel frekuensi mengenai tujuan datang ke perpustakaan:

**Tabel 3.4 Tujuan Datang ke Perpustakaan**

<b>Keterangan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Prosentase (%)</b>
Mencari sumber buku	40	40
Mencari sumber jurnal	17	17
Mencari karya ilmiah	3	3
Untuk mengerjakan tugas	25	25
Dll	15	15
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

*Sumber : Kuesioner No. 4*

Berdasarkan tabel diatas 3.4 diperoleh bahwa hasil dari pengumpulan data melalui kuesioner didapatkan bahwa responden mempunyai tujuan masing – masing untuk datang ke perpustakaan. Responden mayoritas datang ke perpustakaan mempunyai tujuan untuk mencari sumber buku sebanyak 40 responden dengan prosentase 40 %. Sedangkan responden yang mempunyai tujuan datang ke perpustakaan untuk mencari sumber jurnal sebanyak 17 responden dengan prosentase 17 %, responden yang mempunyai tujuan ke perpustakaan untuk mencari karya ilmiah berjumlah 3 responden dengan prosentase 3 %, responden dengan tujuan datang ke perpustakaan untuk mengerjakan tugas sebanyak 25 responden dengan prosentase 25 % dan responden yang mempunyai tujuan lain – lain berjumlah 15 responden dengan prosentase 15 %. Dalam pengamatan yang dilakukan oleh peneliti, responden yang mengisi pilihan “dan lain-lain” pengunjung tersebut sedang melakukan diskusi dengan pengunjung yang lain. Selain melakukan diskusi, pengunjung yang memilih pilihan lain – lain mereka sedang menggunakan fasilitas yang disediakan perpustakaan yaitu menggunakan wifi.

### III.3 Promosi Perpustakaan

#### III.3.1 Mengetahui Keberadaan Perpustakaan Melalui Promosi

Keberadaan perpustakaan di lingkungan kampus sudah menjadi hal wajib yang harus diketahui oleh setiap pengguna perpustakaan dari *civitas academica*. Hal tersebut dapat dilihat dari cara perpustakaan dalam mempromosikan perpustakaan melalui berbagai macam cara salah satunya melalui media internet. Berikut akan disajikan beberapa tabel frekuensi yang mewakili beberapa pernyataan mengenai pengetahuan responden terhadap keberadaan perpustakaan melalui promosi yang dilakukan dengan menggunakan media internet.

**Tabel 3.5 Alat yang Digunakan Dalam Melakukan Promosi**

Keterangan	Frekuensi	Prosentase (%)
Sangat setuju	3	3
Setuju	6	6
Kurang setuju	13	13
Tidak setuju	78	78
Sangat tidak setuju	0	0
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Sumber : Kuesioner No. 5

Berdasarkan pada data tabel 3.5 diatas, dapat diketahui bahwa menurut responden alat yang digunakan oleh perpustakaan dalam melakukan promosi belum semuanya dapat dijangkau oleh pengunjung. Dari data diatas dapat diketahui bahwa responden mayoritas menjawab tidak setuju mengenai alat yang digunakan oleh perpustakaan dalam mempromosikan perpustakaan dengan jumlah 78 responden dengan prosentase 78 %, sebanyak 13 responden memilih pilihan kurang setuju dengan prosentase 13 %, sebanyak 6 responden memilih pilihan setuju dengan prosentase 6 %, sebanyak 3 responden memilih pilihan sangat setuju dengan prosentase 3 %, sedangkan pilihan jawaban sangat setuju responden tidak ada yang memilih atau 0 dengan prosentase 0%. Dari hasil data diatas dapat disimpulkan bahwa responden tidak setuju mengenai alat yang digunakan perpustakaan dalam melakukan promosi melalui media internet dapat dijangkau oleh pengunjung. Berdasarkan wawancara yang dilakukan peneliti disela – sela

menyebarkan kuesioner peneliti mewawancarai responden yang menjawab tidak setuju.

*“saya gk begitu aktif mbk di media sosial, seperti facebook, twitter. Apalagi akun milik perpustakaan. Saya jarang membukanya. Kalo saya butuh informasi mengenai perpustakaan biasanya saya langsung liat di papan pengumuman atau gk gt saya kan sering ke perpustakaan mbk, jd pas da informasi yang di sebarakan melalui pengeras suara saya tau..(res 2)”*

Pada tabel berikutnya yaitu tabel 3.6 akan disajikan data mengenai ketertarikan terhadap pengguna perpustakaan terhadap website yang digunakan oleh perpustakaan sebagai alat promosi perpustakaan :

**Tabel 3.6 Ketertarikan terhadap Website Perpustakaan**

<b>Keterangan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Prosentase (%)</b>
Sangat setuju	2	2
Setuju	9	9
Kurang setuju	22	22
Tidak setuju	66	66
Sangat tidak setuju	1	1
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

*Sumber : Kuesioner No. 6*

Berdasarkan pada tabel 3.6 diatas, dapat diketahui bahwa responden mayoritas memilih pernyataan tidak setuju mengenai ketertarikan terhadap website milik perpustakaan dengan jumlah 66 responden dengan prosentase sebesar 66 %. Sebanyak 22 responden memilih pernyataan kurang setuju dengan prosentase sebesar 22 %, sebanyak 1 responden memilih pilihan sangat tidak setuju dengan prosentase sebesar 1 %. Sedangkan responden lainnya menjawab setuju mengenai ketertarikan terhadap website milik perpustakaan sebanyak 9 responden dengan prosentase sebesar 9 % dan sebanyak 2 responden memilih pilihan pernyataan sangat setuju mengenai ketertarikan terhadap website milik perpustakaan dengan prosentase 2 %. Berdasarkan probing yang dilakukan peneliti kepada responden yang menjawab tidak setuju.

*“Biasa aja mbk website nya, kalo gk penting yaa saya gk buka website. Tapi pernah sekali buka cuma liat sekilas gt.*

*Sebaiknya website nya di buat lebih semenarik mungkin mbk, biar pengunjung tertarik untuk melihat website yang dimiliki oleh perpustakaan..(res 13)”*

Pada tabel berikutnya akan disajikan data tentang warna dan desain dari website milik perpustakaan :

**Tabel 3.7 Warna dan Desain Website**

<b>Keterangan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Prosentase (%)</b>
Sangat setuju	4	4
Setuju	11	11
Kurang setuju	40	40
Tidak setuju	44	44
Sangat tidak setuju	1	1
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

*Sumber : Kuesioner No. 7*

Berdasarkan pada tabel 3.7 diatas, dapat diketahui bahwa pernyataan mengenai warna dan desain dari website milik perpustakaan sebanyak 44 responden memilih pilihan tidak setuju dengan prosentase sebesar 44 %, sebanyak 40 responden memilih kurang setuju dengan prosentase sebesar 40 %, sangat tidak setuju sejumlah 1 responden dengan prosentase sebesar 1 %. Sedangkan sebanyak 11 responden memilih pilihan setuju mengenai warna dan desain website milik perpustakaan dengan prosentase sebesar 11 % dan sejumlah 4 responden memilih pilihan sangat setuju dengan prosentase 4 %. Pada probing yang dilakukan oleh peneliti, peneliti mewawancarai responden. Responden tersebut memilih pilihan jawaban tidak setuju, responden memiliki alasan memilih pilihan tidak setuju.

*“Aku jarang mbk buka website perpustakaan, palingan pas kalo nyari informasi masalah perpustakaan aku langsung ke perpustakaan mbk. Tapi kalo dilihat sekilas desain website nya sederhana gt mbk menurutku. Walaupun website tersebut istilahnya resmi tapi setidaknya dibuat semenarik mungkin mbk..(res 23)”*

Pada tabel berikutnya akan disajikan tabel frekuensi tentang informasi mengenai perpustakaan melalui website perpustakaan :

**Tabel 3.8 Informasi Mengenai Perpustakaan Melalui Website Perpustakaan**

<b>Keterangan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Prosentase (%)</b>
Sangat setuju	5	5
Setuju	15	15
Kurang setuju	37	37
Tidak setuju	41	41
Sangat tidak setuju	2	2
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Sumber : Kuesioner No. 8

Berdasarkan pada tabel 3.8 diatas, diperoleh data tentang informasi mengenai perpustakaan melalui website milik perpustakaan. Sebanyak 41 responden memilih pilihan tidak setuju dengan prosentase 41 %, kurang setuju sebanyak 37 responden dengan prosentase 37 %, sangat tidak setuju sebanyak 2 responden dengan prosentase 2 %. Sedangkan pada pilihan setuju sejumlah 15 responden memilih pilihan tersebut dengan prosentase 15 % dan 5 responden memilih pilihan sangat setuju dengan prosentase 5 %. Mayoritas responden memilih pilihan tidak setuju pada poin ini. Responden mempunyai beberapa alasan memilih pilihan tidak setuju pada poin ini. Berdasarkan wawancara yang dilakukan oleh peneliti:

*“Saya buka website perpus jarang mbk, palingan pas iseng – iseng pas kebetulan di perpus trus wifi an. Kadang iseng buka website milik perpustakaan..(res 23)”*

Selain itu peneliti juga melakukan wawancara dengan responden yang menjawab setuju dengan informasi yang ada pada website perpustakaan.

*“Saya pernah mbk buka website perpustakaan, informasi yang tersedia pada website sudah baik kok mbk, informasinya juga bermacam – macam. Misal kalo akan ada event yang diselenggarakan di perpustakaan, pasti diposting di website. Seperti event seminar yang diselenggarakan di perpustakaan. Tidak hanya itu mbk kan di American Corner itu ada acara rutin seperti diskusi mengenai topik tertentu misalnya..(res 2)”*

Dari data yang telah didapatkan peneliti melalui penyebaran kuesioner yang disebarakan kepada pengunjung perpustakaan bahwa informasi mengenai

perpustakaan melalui website milik perpustakaan dapat disimpulkan bahwa jawaban terbanyak adalah pengunjung memilih pilihan jawaban tidak setuju.

Pada tabel berikutnya akan disajikan data mengenai informasi mengenai perpustakaan yang ada pada akun facebook milik perpustakaan:

**Tabel 3.9 Informasi Mengenai Perpustakaan Melalui Akun Facebook Perpustakaan**

Keterangan	Frekuensi	Prosentase (%)
Sangat setuju	4	4
Setuju	19	19
Kurang setuju	49	49
Tidak setuju	27	27
Sangat tidak setuju	1	1
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Sumber : Kuesioner No. 9

Berdasarkan pada tabel 3.9 diatas, diperoleh data tentang Informasi mengenai perpustakaan melalui akun facebook milik perpustakaan. Sebanyak 49 responden memilih pilihan kurang setuju dengan prosentase 49 %, sebanyak 27 responden memilih pilihan tidak setuju dengan prosentase 27 %, sebanyak 1 responden memilih pilihan sangat tidak setuju dengan prosentase 1 %. Sedangkan sebanyak 19 responden memilih pilihan setuju dengan prosentase 19 % dan 4 responden memilih pilihan sangat setuju dengan prosentase 4 %.

Dari data diatas dapat disimpulkan bahwa responden paling banyak kurang setuju dengan informasi mengenai perpustakaan melalui akun facebook milik perpustakaan. Hal tersebut dapat dilihat dari data yang telah diperoleh peneliti melalui penyebaran kuesioner yang diisi oleh pengunjung perpustakaan. peneliti juga melakukan wawancara kepada beberapa responden.

*“saya kurang setuju mbk dengan pernyataan diatas, yang menyebutkan bahwa saya mengetahui informasi mengenai perpustakaan melalui akun facebook milik perpustakaan. Karena saya jarang liat akun facebook milik perpustakaan itu mbk..(res 1)”*

Pada tabel berikutnya akan disajikan data mengenai informasi mengenai perpustakaan yang ada pada akun twitter milik perpustakaan:



**Tabel 3.10 Informasi Mengenai Perpustakaan Melalui Akun Twitter Perpustakaan**

Keterangan	Frekuensi	Prosentase (%)
Sangat setuju	3	3
Setuju	23	23
Kurang setuju	46	46
Tidak setuju	26	26
Sangat tidak setuju	2	2
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Sumber : Kuesioner No.10

Berdasarkan pada tabel 3.10 diatas, diperoleh data tentang Informasi mengenai perpustakaan melalui akun twitter milik perpustakaan. Sebanyak 46 responden memilih pilihan kurang setuju dengan prosentase 46 %, sebanyak 26 responden memilih pilihan tidak setuju dengan prosentase 26 %, sangat tidak setuju 2 responden dengan prosentase 2 %. Sedangkan pada pilihan setuju sejumlah 23 responden dengan prosentase 23 % dan 3 responden memilih pilihan sangat setuju dengan prosentase 3 %. Peneliti juga melakukan probing kepada responden. Peneliti mewawancarai responden yang memilih pilihan jawaban setuju.

*“Saya sering buka twitter, saya kan mengikuti akun twitter milik perpustakaan. Jadi apabila ada informasi terbaru yang ada di twitter otomatis langsung muncul di Timeline..(res 23)”*

Dari data yang telah diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada pengunjung perpustakaan. Dapat disimpulkan bahwa pengunjung paling banyak menjawab pilihan kurang setuju. Hal tersebut dikarenakan tidak semua pengunjung memfollow akun twitter milik perpustakaan.

### III.3.2 Konten atau Informasi Dalam Promosi

Konten atau informasi yang ada dalam kegiatan promosi merupakan hal yang sangat penting. Karena informasi yang terdapat pada media promosi tersebut



sangat mempengaruhi pengunjung ketika melihatnya. Isi dari setiap promosi yang dilakukan oleh pihak perpustakaan dibuat semenarik mungkin dan dapat menarik pengunjung untuk melihatnya. Hal tersebut akan menimbulkan reaksi pengunjung ketika melihat iklan tersebut.

**Tabel 3.11 Keberagaman Informasi yang Tersedia di Website**

<b>Keterangan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Prosentase (%)</b>
Sangat setuju	3	3
Setuju	13	13
Kurang setuju	43	43
Tidak setuju	38	38
Sangat tidak setuju	3	3
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

*Sumber : Kuesioner No.11*

Berdasarkan pada tabel 3.11 diatas, dapat diketahui data mengenai keberagaman informasi yang tersedia di website perpustakaan bahwa responden memilih pilihan kurang setuju sebanyak 43 responden dengan prosentase sebesar 43 %, tidak setuju sebanyak 38 responden dengan prosentase sebesar 38 %, sangat tidak setuju sebanyak 3 responden dengan prosentase sebesar 3 %. Sedangkan responden memilih pilihan setuju dengan keberagaman informasi yang tersedia pada website sebanyak 13 responden dengan prosentase sebesar 13 % dan sangat setuju dengan keberagaman informasi yang tersedia pada website sebanyak 3 responden dengan prosentase sebesar 3 %.

Peneliti juga melakukan wawancara terhadap responden mengenai isi dari kuesioner yang telah disebarkan. Peneliti mewancarai beberapa responden yang memilih pilihan jawaban kurang setuju mengenai keberagaman informasi yang ada pada website perpustakaan.

*“waduh mbk, saya tuh pernah ya buka website perpustakaan. Saat itu aku pengen nyari informasi mengenai buku baru yang ada diperpustakaan tapi saya gk mnemukan bk, akhirnya saya langsung datang ke perpustakaan untuk menanyakan hal tersebut..(res 2)”*

Dari data yang diperoleh peneliti dari penyebaran kuesioner yang disebarkan kepada pengunjung perpustakaan. Dapat disimpulkan bahwa pengunjung paling banyak memilih pilihan jawab kurang setuju terhadap keberagaman informasi yang ada pada website.

Pada tabel berikutnya akan disajikan data mengenai keberagaman informasi yang tersedia pada akun facebook milik perpustakaan:

**Tabel 3.12 Keberagaman Informasi yang Tersedia Pada Akun Facebook Perpustakaan**

<b>Keterangan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Prosentase (%)</b>
Sangat setuju	3	3
Setuju	17	17
Kurang setuju	53	53
Tidak setuju	27	27
Sangat tidak setuju	0	0
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

*Sumber : Kuesioner No.12*

Berdasarkan pada tabel 3.12 diatas, dapat diketahui data tentang keberagaman informasi yang tersedia pada akun facebook milik perpustakaan bahwa sebanyak 53 responden memilih pilihan kurang setuju dengan prosentase sebesar 53 %, tidak setuju sebanyak 27 responden dengan prosentase sebesar 27 %, dan pilihan sangat tidak setuju 0 responden. Sedangkan responden yang memilih pilihan setuju dengan keberagaman informasi yang tersedia pada akun facebook milik perpustakaan sebanyak 17 responden dengan prosentase sebesar 17 % dan sangat setuju dengan keberagaman informasi yang tersedia pada akun facebook milik perpustakaan sebanyak 3 responden dengan prosentase 3 %.

Dari data yang telah diperoleh melalui kuesioner yang telah disebarkan kepada pengunjung perpustakaan didapatkan hasil bahwa pengunjung mayoritas memilih jawaban kurang setuju terhadap keberagaman informasi mengenai perpustakaan yang ada pada akun facebook milik perpustakaan.

Pada tabel berikutnya akan disajikan data mengenai keberagaman informasi yang tersedia pada akun twitter milik perpustakaan:

**Tabel 3.13 Keberagaman Informasi yang Tersedia Pada Akun Twitter Perpustakaan**

<b>Keterangan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Prosentase (%)</b>
Sangat setuju	2	2
Setuju	15	15
Kurang setuju	48	48
Tidak setuju	34	34
Sangat tidak setuju	1	1
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

*Sumber : Kuesioner No.13*

Berdasarkan pada tabel 3.13 diatas, dapat diketahui data tentang keberagaman informasi yang tersedia pada akun twitter milik perpustakaan bahwa sejumlah 48 responden memilih pilihan kurang setuju dengan prosentase 48 %, tidak setuju 34 responden dengan prosentase sebesar 34 %, sangat tidak setuju 1 responden dengan prosentase 1 %. Sedangkan responden yang memilih pilihan setuju dengan keberagaman informasi yang tersedia pada akun twitter milik perpustakaan sebanyak 15 responden dengan prosentase sebesar 15 % dan sangat setuju dengan keberagaman informasi yang tersedia pada akun twitter milik perpustakaan sebanyak 2 responden dengan prosentase sebesar 2 %.

Selain melakukan penyebaran kuesioner kepada pengunjung perpustakaan, peneliti juga melakukan wawancara kepada beberapa pengunjung perpustakaan. Untuk mendapatkan data lebih dari pengunjung perpustakaan.

*“mengenai poin ini yaitu tentang keberagaman informasi yang tersedia pada akun twitter milik perpustakaan. Menurut saya sudah beragam sih mbk. Mangkanya tadi saya menjawab setuju pada poin ini mbk. Karena di akun twitter milik peprustakaan infomrasi yang diposting merupakan informasi yang beragam dan sering diupdate apabila ada informasi yang baru..(res 24)”*

Dari data yang telah didapatkan peneliti dengan menyebarkan kuesioner kepada pengunjung perpustakaan didapatkan hasil bahwa paling banyak pengunjung menjawab pilihan kurang setuju terhadap keberagaman informasi perpustakaan yang tersedia pada akun twitter milik perpustakaan.

Pada tabel berikutnya akan disajikan data mengenai informasi yang tersedia pada website milik perpustakaan sudah sesuai dengan kebutuhan pengguna perpustakaan:

**Tabel 3.14 Informasi yang Ada di Website Sudah Sesuai Dengan Kebutuhan**

Keterangan	Frekuensi	Prosentase (%)
Sangat setuju	2	2
Setuju	18	18
Kurang setuju	47	47
Tidak setuju	33	33
Sangat tidak setuju	0	0
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

*Sumber : Kuesioner No.14*

Berdasarkan pada tabel 3.14 diatas, mengenai informasi yang ada di website sesuai dengan kebutuhan bahwa sejumlah 47 responden memilih pilihan kurang setuju dengan prosentase sebesar 47 %, tidak setuju sebanyak 33 responden dengan prosentase sebesar 33 %, dan pada pilihan sangat tidak setuju responden tidak ada yang memilih yaitu 0. Sedangkan responden yang memilih pilihan setuju mengenai informasi yang ada pada website sudah sesuai dengan kebutuhan sebanyak 18 responden dengan prosentase 18 % dan memilih pilihan sangat setuju mengenai informasi yang ada pada website sudah sesuai dengan kebutuhan sebanyak 2 responden dengan prosentase sebesar 2 %.

Dari data yang telah diperoleh peneliti melalui kuesioner yang disebar kepada pengunjung perpustakaan dapat disimpulkan bahwa pengunjung mayoritas menjawab pilihan jawaban kurang setuju dengan pernyataan pada bagian ini tentang informasi yang ada di website sudah sesuai dengan kebutuhan pengguna. Hal tersebut dikarenakan ketika pengguna mencari informasi yang berkaitan dengan perpustakaan, pengguna tidak menemukan informasi yang dibutuhkan tersebut. Seperti jawaban pengguna ketika wawancara dengan peneliti yang menjawab pilihan kurang setuju dengan kuesioner no 14.

*“ketika itu saya ingin mencari informasi mengenai apa ya aku lupa mbk, pokoknya tentang perpustakaan sini gt. Trus*

*aku iseng iseng buka website perpustakaan. Tapi ketika itu, aku gk nemuin informasi yang tak cari tadi mbk..(res 23)”*

Pada tabel berikutnya akan disajikan data mengenai informasi yang tersedia pada facebook milik perpustakaan sudah sesuai dengan kebutuhan pengguna perpustakaan:

**Tabel 3.15 Informasi yang Ada di Facebook Sudah Sesuai Dengan Kebutuhan**

<b>Keterangan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Prosentase (%)</b>
Sangat setuju	3	3
Setuju	13	13
Kurang setuju	54	54
Tidak setuju	29	29
Sangat tidak setuju	1	1
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

*Sumber : Kuesioner No.15*

Berdasarkan pada tabel 3.15 diatas, mengenai informasi yang ada di akun facebook milik perpustakaan sesuai dengan kebutuhan bahwa sejumlah 54 responden memilih pilihan kurang setuju dengan prosentase sebesar 54 %, tidak setuju 29 responden dengan prosentase 29 %, dan sangat tidak setuju sejumlah 1 reponden dengan prosentase sebesar 1 %. Sedangkan responden memilih pilihan setuju mengenai informasi yang ada di akun facebook milik perpustakaan sudah sesuai dengan kebutuhan sebanyak 13 responden dengan prosentase sebesar 13 % dan sangat setuju mengenai informasi yang ada di akun facebook milik perpustakaan sesuai dengan kebutuhan sebanyak 3 reponden dengan prosentase sebesar 3 %. Peneliti juga melakukan wawancara dengan responden mengenai pernyataan diatas. Responden memilih pilihan kurang setuju.

*“Saya sudah lama mbk gk buka facebook ku. Apalagi liat liat facebook milik perpustakaan, hhehehee. Tapi pas kebetulan saya buka facebook iseng iseng gt, biasanya di timeline muncul postingan dar akun facebook milik perpustakaan gt. Tapi yaa saya abaikan, soalnya pas itu mungkin aku gk tertarik dengan informasi yang diposting sama akun facebokk milik perpustakaan itu sih mbk (res 2)*

Pada tabel berikutnya akan disajikan tabel mengenai data tentang informasi yang ada di akun twitter milik perpustakaan sesuai dengan kebutuhan pengguna perpustakaan:

**Tabel 3.16 Informasi yang Ada di Twitter Sudah Sesuai Dengan Kebutuhan**

Keterangan	Frekuensi	Prosentase (%)
Sangat setuju	2	2
Setuju	16	16
Kurang setuju	51	51
Tidak setuju	31	31
Sangat tidak setuju	0	0
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

*Sumber : Kuesioner No.16*

Berdasarkan pada tabel 3.16 diatas, mengenai informasi yang ada di akun twitter milik perpustakaan sesuai dengan kebutuhan bahwa sejumlah 51 responden memilih pilihan kurang setuju dengan prosentase sebesar 51 %, tidak setuju sejumlah 31 responden dengan prosentase 31 % dan sangat tidak setuju 0 berarti tidak ada responden yang memilih pilihan sangat tidak setuju. Sedangkan responden yang memilih pilihan setuju mengenai informasi yang ada di akun twitter milik perpustakaan sesuai dengan kebutuhan sebanyak 16 responden dengan prosentase sebesar 16 % dan sangat setuju mengenai informasi yang ada pada akun twitter milik perpustakaan sudah sesuai dengan kebutuhan para penggunanya sebanyak 2 responden dengan prosentase 2 %. Pada saat peneliti menyebar kuesioner kepada pengguna perpustakaan peneliti juga melakukan wawancara kepada beberapa pengguna perpustakaan mengenai kuesioner tersebut. Pada saat itu peneliti mewawancarai pengguna perpustakaan yang memilih jawaban kurang setuju terhadap kuesioner no. 16 mengenai informasi yang ada pada akun twitter milik perpustakaan sesuai dengan kebutuhan.

*“kadang sesuai dengan kebutuhan mbk, tapi terkadang pas aku nyari informasi yang saya butuhkan mengenai informasi perpustakaan saya gk menemukan mbk, mungkin pas ketika saya mencari postingan mengenai informasi yang saya butuhkan pas gk ada gt mbk..(res 2)”*



Pada tabel berikutnya akan disajikan data mengenai informasi yang ada di website perpustakaan selalu diperbarui:

**Tabel 3.17 Informasi yang Ada di Website Selalu diperbarui**

<b>Keterangan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Prosentase (%)</b>
Sangat setuju	2	2
Setuju	31	31
Kurang setuju	41	41
Tidak setuju	34	34
Sangat tidak setuju	2	2
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

*Sumber : Kuesioner No.17*

Berdasarkan pada tabel 3.17 diatas, mengenai informasi yang ada di website selalu diperbarui bahwa sejumlah 41 responden memilih pilihan kurang setuju dengan prosentase sebesar 41 %, tidak setuju 34 repsonden dengan prosentase 34 %, sangat tidak setuju 2 responden dengan prosentase sebesar 2 %. Sedangkan responden yang setuju mengenai informasi yang ada di website selalu di perbarui sebanyak 31 responden dengan prosentase sebesar 31 %, sangat setuju mengenai informasi yang ada di website selalu di perbarui sebanyak 2 responden dengan prosentase sebesar 2 %.

Pada saat melakukan pengumpulan data melalui keusioner, peneliti juga melakukan wawancara dengan beberapa responden yang ditemui. Peneliti menanyakan mengenai isi kuesioner yang disebar kepada pengguna tersebut. Pengguna yang diwawancarai tersbeut memilih pilihan jawaban kurang setuju dengan kuesioner no. 17 mengenai informasi yang ada di website selalu diperbarui.

*“dulu saya pernah mbk liat liat website milik perpustakaan itu, tapi menurutku informasi ya biasa biasa aja mbk. Bsk nya saya buka buka lagi ternyata informasi nya belum di update mbk..(res 23)”*

Dari data yang telah didapatkan melalui kuesioner yang disebar kepada pengguna perpustakaan dapat disimpulkan bahwa pengguna kurang setuju dengan informasi yang ada di website milik perpustakaan yang selalu diperbarui. Karena



berdasarkan wawancara yang telah dilakukan peneliti ditemukan bahwa pengguna kurang setuju dengan hal tersebut karena pada saat pengguna membuka website milik perpustakaan pada hari pertama dan hari kedua informasi yang tertera pada website tersebut belum diperbarui.

Pada tabel berikutnya akan disajikan tabel mengenai informasi yang ada di akun facebook milik perpustakaan selalu diperbarui :

**Tabel 3.18 Informasi yang Ada di Facebook Selalu diperbarui**

<b>Keterangan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Prosentase (%)</b>
Sangat setuju	2	2
Setuju	11	11
Kurang setuju	46	46
Tidak setuju	40	40
Sangat tidak setuju	1	1
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

*Sumber : Kuesioner No.18*

Berdasarkan pada tabel 3.18 diatas, mengenai informasi yang ada di akun facebook milik perpustakaan selalu diperbarui bahwa sejumlah 46 responden memilih pilihan kurang setuju dengan prosentase sebesar 46 %, tidak setuju 40 responden dengan prosentase 40 %, sangat tidak setuju 1 responden dengan prosentase sebesar 1 %. Sedangkan responden yang setuju mengenai informasi yang ada di akun facebook milik perpustakaan selalu diperbarui sebanyak 11 responden dengan prosentase sebesar 11 %, sangat setuju mengenai informasi yang ada di akun facebook milik perpustakaan selalu diperbarui sebanyak 2 responden dengan prosentase sebesar 2 %.

Dari data yang telah didapatkan melalui kuesioner yang disebar kepada pengguna perpustakaan. Dapat disimpulkan bahwa pengguna mayoritas memilih pilihan jawaban kurang setuju.

Pada tabel berikutnya akan disajikan data mengenai informasi yang ada di akun twitter milik perpustakaan selalu diperbarui:

**Tabel 3.19 Informasi yang Ada di Twitter Selalu di Perbarui**

Keterangan	Frekuensi	Prosentase (%)
Sangat setuju	1	1
Setuju	44	44
Kurang setuju	19	19
Tidak setuju	35	35
Sangat tidak setuju	1	1
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Sumber : Kuesioner No.19

Berdasarkan pada tabel 3.19 diatas, mengenai informasi yang ada di akun twitter milik perpustakaan selalu diperbarui bahwa sejumlah 19 responden memilih pilihan kurang setuju dengan prosesntase sebesar 19 %, tidak setuju 35 repsonden dengan prosentase 35 %, sangat tidak setuju 1 responden dengan prosentase sebesar 1 %. Sedangkan responden yang setuju mengenai informasi yang ada di akun twitter milik perpustakaan selalu diperbarui sebanyak 44 responden dengan prosentase sebesar 44 %, sangat setuju mengenai informasi yang ada di akun twitter milik perpustakaan selalu diperbarui sebanyak 1 responden dengan prosentase sebesar 1 %.

Dari data yang telah diperoleh melalui kuesioner yang telah disebarakan kepada pengguna perpustakaan dapat disimpulkan bahwa pengguna setuju dengan kuesioner no. 19 tentang informasi yang ada di akun twitter milik perpustakaan selalu diperbarui. Hal tersebut juga didukung dengan hasil wawancara yang dilakukan peneliti kepada beberapa pengguna perpustakaan yang setuju dengan poin tersebut.

*“informasi yang ada di akun twitter milik perpustakaan selalu di perbarui kok mbk, saya tau soalnya saya memfollow akun twitter milik perpustakaan. jadinya di timeline ku sering muncul informasi – informasi yang baru di perbarui..(res 1)”*

**Tabel 3.20 Statistik Deskriptif Mengenai Promosi Perpustakaan**

No.	Keterangan	Rata-Rata Skor (%)	Kategori
1.	Mengetahui keberadaan perpustakaan melalui promosi	2,7	Sedang
2.	Konten atau informasi yang ada dalam promosi	2,9	Sedang
<b>Total Rata-Rata</b>		5,6	
<b>Rata-Rata Skor Keseluruhan</b>		<b>2,8</b>	Sedang

*Sumber : Data primer diolah*

Berdasarkan pada tabel diatas yaitu tabel mengenai tabel statistik deskriptif terkait dengan promosi perpustakaan yang dilakukan oleh perpustakaan Universitas Airlangga Surabaya dapat disimpulkan bahwa pengunjung perpustakaan Universitas Airlangga Surabaya mengetahui keberadaan perpustakaan melalui promosi dengan kategori sedang. Hasil tersebut didapatkan melalui pernyataan – pernyataan yang ada pada kuesioner yang telah disebar kepada pengguna perpustakaan Universitas Airlangga. Pada bagian ini terdapat 6 pernyataan mengenai pengguna mengetahui keberadaan perpustakaan melalui promosi yang dilakukan melalui media internet. Sedangkan konten atau informasi yang ada pada promosi melalui media internet tersebut masuk dalam kategori sedang. Hasil tersebut didapatkan dari 9 pernyataan yang terdapat pada kuesioner yang telah disebar kepada pengguna perpustakaan.

### **III.4 Efektivitas Promosi**

#### **III.4.1 Tujuan Promosi**

Dari setiap kegiatan pasti mempunyai tujuan yang akan dicapai. Dalam hal ini kegiatan promosi dilakukan untuk mencapai suatu tujuan dari perpustakaan. Tujuan merupakan segala sesuatu yang telah ditentukan sebelumnya dalam jangka waktu dan juga sejauh mana dapat mempertahankan keberhasilannya. Berikut

akan disajikan beberapa tabel frekuensi yang mewakili beberapa pernyataan mengenai pengetahuan responden terhadap efektivitas promosi.

**Tabel 3.21 Informasi yang Ada di Akun Facebook Informatif**

<b>Keterangan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Prosentase (%)</b>
Sangat setuju	2	2
Setuju	34	34
Kurang setuju	40	40
Tidak setuju	20	20
Sangat tidak setuju	4	4
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

*Sumber : Kuesioner No.20*

Berdasarkan dari tabel 3.21 diatas, dapat diketahui mengenai informasi yang ada di akun facebook perpustakaan sangat informatif dan mudah dipahami bahwa sebanyak 40 responden memilih pilihan kurang setuju dengan prosentase sebesar 40 %, tidak setuju sebanyak 20 repsonden dengan prosentase sebesar 20 %, sangat tidak setuju 4 responden dengan prosentase sebesar 4 %. Sedangkan responden yang memilih pilihan setuju mengenai informasi yang ada di akun facebook milik perpustakaan sudah sangat informatif dan mudah dipahami oleh pengguna sebanyak 34 responden dengan prosentase sebesar 34 %, dan responden yang memilih pilihan sangat setuju sebanyak 2 responden dengan prosentase 2 %.

Dari data yang telah dikumpulkan melalui kuesioner yang telah disebarkan kepada pengguna perpustakaan. Dapat disimpulkan bahwa pengguna memilih jawaban kurang setuju dengan kuesioner no. 20 mengenai informasi yang ada di akun facebook milik perpustakaan sudah sangat informatif dan mudah dipahami oleh pengguna. Hal tersebut diperkuat dengan wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti kepada beberapa pengguna yang memilih pilihan jawaban kurang setuju dengan poin tersebut.

*“saya gk mengikuti akun facebook milik perpustakaan mbk. Kalo semisal saya ingin mencari informasi mengenai seputar perpustakaan, biasanya saya langsung ke perpustakaan untuk mencari nya..(res 20)”*

Pada tabel berikutnya akan disajikan data mengenai informasi yang ada di akun twitter milik perpustakaan sudah sangat informatif dan mudah dipahami:

**Tabel 3.22 Informasi yang Ada di Akun Twitter Informatif**

<b>Keterangan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Prosentase (%)</b>
Sangat setuju	5	5
Setuju	19	19
Kurang setuju	43	43
Tidak setuju	33	33
Sangat tidak setuju	0	3
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

*Sumber : Kuesioner No.21*

Berdasarkan dari tabel 3.22 diatas, dapat diketahui mengenai informasi yang ada di akun twitter milik perpustakaan sudah sangat informatif dan mudah dipahami bahwa sebanyak 43 responden memilih pilihan kurang setuju dengan prosentase sebesar 43 %, tidak setuju sebanyak 33 responden dengan prosentase sebesar 33 %, sangat tidak setuju 0 responden dengan prosentase sebesar 0 % dapat dikatakan bahwa tidak ada responden yang memilih pilihan sangat tidak setuju. Sedangkan responden yang memilih pilihan setuju mengenai informasi yang ada di akun twitter milik perpustakaan sudah sangat informatif dan mudah dipahami oleh pengguna sebanyak 19 responden dengan prosentase sebesar 19 %, dan responden yang memilih pilihan sangat setuju mengenai informasi yang ada di akun twitter milik perpustakaan sudah sangat informatif dan mudah dipahami oleh pengguna sebanyak 5 responden dengan prosentase 5 %.

Dari data yang telah diperoleh peneliti melalui kuesioner yang telah disebarkan kepada pengguna perpustakaan dapat disimpulkan bahwa pengguna perpustakaan memilih pilihan jawaban kurang setuju dengan pernyataan bahwa informasi yang ada di akun twitter milik perpustakaan sudah sangat informatif dan mudah dipahami oleh pengguna. Hal tersebut didukung dengan hasil wawancara yang dilakukan peneliti kepada pengguna perpustakaan mengenai hal tersebut.

*“saya megikuti akun twitter milik perpustakaan sebenarnya saya cuma iseng gt mbk memfollow akun twitter milik perpustakaan. Jadi menurutku informasi di akun twitter*

*milik perpustakaan sudah lumayan informatif sih.. bukan hanya informasi terbaru seputar perpustakaan melainkan informasi terbaru seputar kampus. Karena biasanya yang diposting di akun twitter milik perpustakaan bukan hanya informasi seputar perpustakaan saja..(res 20)”*

Pada tabel berikutnya akan disajikan tabel mengenai informasi yang ada di website milik perpustakaan sudah sangat informatif dan mudah dipahami

**Tabel 3.23 Informasi yang Ada di Website Informatif**

Keterangan	Frekuensi	Prosentase (%)
Sangat setuju	4	4
Setuju	16	16
Kurang setuju	36	36
Tidak setuju	39	39
Sangat tidak setuju	5	5
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

*Sumber : Kuesioner No.22*

Berdasarkan dari tabel 3.23 diatas, dapat diketahui mengenai informasi yang ada di website perpustakaan sudah sangat informatif dan mudah dipahami oleh pengguna bahwa sebanyak 36 responden memilih pilihan kurang setuju dengan prosentase sebesar 36 %, tidak setuju sebanyak 39 responden dengan prosentase sebesar 39 %, sangat tidak setuju 5 responden dengan prosentase sebesar 5 %. Sedangkan responden yang memilih pilihan setuju mengenai informasi yang ada di website perpustakaan sudah sangat informatif dan mudah dipahami oleh pengguna sebanyak 16 responden dengan prosentase sebesar 16 %, dan responden yang memilih pilihan sangat setuju mengenai informasi yang ada di website perpustakaan sudah sangat informatif dan mudah dipahami oleh pengguna sebanyak 4 responden dengan prosentase 4 %.

Dari data yang telah diperoleh melalui kuesioner yang disebar kepada pengguna perpustakaan dapat disimpulkan bahwa pilihan jawaban terbanyak pada poin ini dengan pernyataan informasi yang ada di website perpustakaan sudah sangat informatif dan mudah dipahami oleh pengguna.

### III.4.2 Penyelenggaraan atau Proses Promosi

Dalam penyelenggaraan atau proses promosi kegiatan tersebut sangat berpengaruh terhadap hasil yang akan dicapai dalam suatu kegiatan promosi.

**Tabel 3.24 Tanya Jawab dengan Petugas di Akun Facebook**

<b>Keterangan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Prosentase (%)</b>
Sangat setuju	3	3
Setuju	12	12
Kurang setuju	59	59
Tidak setuju	24	24
Sangat tidak setuju	2	2
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

*Sumber : Kuesioner No.23*

Berdasarkan tabel 3.24 diatas, dapat diketahui hasil data mengenai tanya jawab dengan petugas di akun facebook bahwa sebanyak 59 responden memilih pilihan kurang setuju dengan prosentase 59 %, tidak setuju sebanyak 24 responden dengan prosentase 24 %, sangat tidak setuju sebanyak 2 responden dengan prosentase 2 %. Sedangkan responden yang setuju mengenai tanya jawab dengan petugas di akun facebook sebanyak 12 responden dengan prosentase sebesar 12 % dan sangat setuju mengenai tanya jawab dengan petugas di akun facebook sebanyak 3 responden dengan prosentase sebesar 3 %.

Dari data yang telah diperoleh peneliti melalui kuesioner yang disebar kepada pengguna perpustakaan dapat disimpulkan bahwa pengguna perpustakaan paling banyak memilih pilihan jawaban kurang setuju dengan pernyataan yang menyatakan bahwa tanya jawab dengan petugas di akun facebook milik perpustakaan.

Pada tabel berikutnya akan disajikan tabel mengenai tanya jawab petugas pada akun twitter :



**Tabel 3.25 Tanya Jawab dengan Petugas di Akun Twitter**

<b>Keterangan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Prosentase (%)</b>
Sangat setuju	2	2
Setuju	9	9
Kurang setuju	59	59
Tidak setuju	29	29
Sangat tidak setuju	1	1
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

*Sumber : Kuesioner No.24*

Berdasarkan tabel 3.25 diatas, dapat diketahui hasil data mengenai tanya jawab dengan petugas di akun twitter bahwa sebanyak 59 responden memilih pilihan kurang setuju dengan prosentase 59 %, tidak setuju sebanyak 29 responden dengan prosentase 29 %, sangat tidak setuju sebanyak 1 responden dengan prosentase 1 %. Sedangkan responden yang setuju mengenai tanya jawab dengan petugas di akun twitter sebanyak 9 responden dengan prosentase sebesar 9 % dan sangat setuju mengenai tanya jawab dengan petugas di akun twitter sebanyak 2 responden dengan prosentase sebesar 2 %.

Dari data yang telah diperoleh peneliti melalui kuesioner yang disebar kepada pengguna perpustakaan dapat disimpulkan bahwa pengguna perpustakaan paling banyak memilih pilihan jawaban kurang setuju dengan pernyataan yang menyatakan bahwa tanya jawab dengan petugas di akun twitter milik perpustakaan.

Pada tabel berikutnya akan disajikan tabel mengenai tanya jawab petugas pada website milik perpustakaan :

**Tabel 3.26 Tanya Jawab dengan Petugas di Website**

<b>Keterangan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Prosentase (%)</b>
Sangat setuju	2	2
Setuju	15	15
Kurang setuju	53	53
Tidak setuju	30	30
Sangat tidak setuju	0	0
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

*Sumber : Kuesioner No.25*

Berdasarkan tabel 3.26 diatas, dapat diketahui hasil data mengenai tanya jawab dengan petugas di website bahwa sebanyak 53 responden memilih pilihan kurang setuju dengan prosentase 53 %, tidak setuju sebanyak 15 responden dengan prosentase 15 %, sangat tidak setuju sebanyak 0 responden dengan prosentase 0 % karena responden tidak ada yang memilih pilihan sangat tidak setuju. Sedangkan responden yang setuju mengenai tanya jawab dengan petugas di website sebanyak 15 responden dengan prosentase sebesar 15 % dan sangat setuju mengenai tanya jawab dengan petugas di website sebanyak 2 responden dengan prosentase sebesar 2 %.

Dari data yang telah diperoleh peneliti melalui kuesioner yang disebar kepada pengguna perpustakaan dapat disimpulkan bahwa pengguna perpustakaan paling banyak memilih pilihan jawaban kurang setuju dengan pernyataan yang menyatakan bahwa tanya jawab dengan petugas pada website milik perpustakaan.

Pada tabel berikutnya akan disajikan tabel mengenai kejelasan informasi yang ada di website milik perpustakaan :

**Tabel 3.27 Kejelasan Informasi yang Ada di Website**

<b>Keterangan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Prosentase (%)</b>
Sangat setuju	3	3
Setuju	12	12
Kurang setuju	43	43
Tidak setuju	38	38
Sangat tidak setuju	4	4
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

*Sumber : Kuesioner No.26*

Berdasarkan tabel 3.27 diatas, dapat diketahui hasil data mengenai kejelasan informasi yang ada di website bahwa sebanyak 43 responden memilih pilihan kurang setuju dengan prosentase 43 %, tidak setuju sebanyak 38 responden dengan prosentase 38 %, sangat tidak setuju sebanyak 4 responden dengan prosentase 4 %. Sedangkan responden yang setuju mengenai kejelasan informasi yang ada di website sebanyak 12 responden dengan prosentase sebesar

12 % dan sangat setuju mengenai kejelasan informasi yang ada di website sebanyak 4 responden dengan prosentase sebesar 4 %.

Dari data yang telah diperoleh peneliti melalui kuesioner yang disebar kepada pengguna perpustakaan dapat disimpulkan bahwa pengguna perpustakaan paling banyak memilih pilihan jawaban kurang setuju dengan pernyataan mengenai kejelasan informasi yang ada di website milik perpustakaan.

Pada tabel berikutnya akan disajikan tabel mengenai kejelasan informasi yang ada pada akun facebook milik perpustakaan :

**Tabel 3.28 Kejelasan Informasi yang Ada di Facebook**

<b>Keterangan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Prosentase (%)</b>
Sangat setuju	3	3
Setuju	13	13
Kurang setuju	47	47
Tidak setuju	34	34
Sangat tidak setuju	3	3
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

*Sumber : Kuesioner No.27*

Berdasarkan tabel 3.28 diatas, dapat diketahui hasil data mengenai kejelasan informasi yang ada di akun facebook bahwa sebanyak 47 responden memilih pilihan kurang setuju dengan prosentase 47 %, tidak setuju sebanyak 34 responden dengan prosentase 34 %, sangat tidak setuju sebanyak 3 responden dengan prosentase 3 %. Sedangkan responden yang setuju mengenai kejelasan informasi yang ada di akun facebook sebanyak 13 responden dengan prosentase sebesar 13 % dan sangat setuju mengenai kejelasan informasi yang ada di akun facebook sebanyak 3 responden dengan prosentase sebesar 3 %.

Dari data yang telah diperoleh peneliti melalui kuesioner yang disebar kepada pengguna perpustakaan dapat disimpulkan bahwa pengguna perpustakaan paling banyak memilih pilihan jawaban kurang setuju dengan pernyataan mengenai kejelasan informasi yang ada di akun facebook milik perpustakaan.

Pada tabel berikutnya akan disajikan tabel mengenai kejelasan informasi yang ada pada akun twitter milik perpustakaan :

**Tabel 3.29 Kejelasan Informasi yang Ada di Twitter**

<b>Keterangan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Prosentase (%)</b>
Sangat setuju	3	3
Setuju	16	16
Kurang setuju	52	52
Tidak setuju	26	26
Sangat tidak setuju	3	3
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

*Sumber : Kuesioner No.28*

Berdasarkan tabel 3.29 diatas, dapat diketahui hasil data mengenai kejelasan informasi yang ada di akun twitter bahwa sebanyak 52 responden memilih pilihan kurang setuju dengan prosentase 52 %, tidak setuju sebanyak 26 responden dengan prosentase 26 %, sangat tidak setuju sebanyak 3 responden dengan prosentase 3 %. Sedangkan responden yang setuju mengenai kejelasan informasi yang ada di akun twitter sebanyak 16 responden dengan prosentase sebesar 16 % dan sangat setuju mengenai kejelasan informasi yang ada di akun twitter sebanyak 3 responden dengan prosentase sebesar 3 %.

Dari data yang telah diperoleh peneliti melalui kuesioner yang disebar kepada pengguna perpustakaan dapat disimpulkan bahwa pengguna perpustakaan paling banyak memilih pilihan jawaban kurang setuju dengan pernyataan mengenai kejelasan informasi yang ada di akun twitter milik perpustakaan.

Peneliti juga melakukan wawancara kepada responden untuk memperdalam data yang diperoleh melalui kuesioner yang telah disebar kepada pengguna perpustakaan. Peneliti mewawancarai pengguna responden yang memilih jawaban kurang setuju terhadap poin diatas.

*“saya kurang setuju mbk dengan pernyataan mengenai kejelasan informasi yang ada di akun twitter milik perpustakaan, menurut saya informasi yang ada di akun twitter tersebut terkadang ada yang kurang jelas. Gk semuanya diberi penjelasan dengan jelas..(res 23)”*

Dari hasil wawancara yang telah dilakukan peneliti kepada responden. Menurut responden mengenai kejelasan informasi yang ada di akun twitter milik

perpustakaan ada beberapa yang penjelasannya kurang jelas sehingga pada saat pengguna membaca informasi tersebut, pengguna merasa kurang paham dengan informasi yang ada.

Pada tabel berikutnya akan disajikan tabel mengenai kekreatifan petugas dalam memposting informasi yang ada pada akun facebook milik perpustakaan :

**Tabel 3.30 Kekreatifan Petugas Dalam Memposting Informasi di Akun Facebook**

<b>Keterangan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Prosentase (%)</b>
Sangat setuju	4	4
Setuju	14	14
Kurang setuju	53	53
Tidak setuju	26	26
Sangat tidak setuju	3	3
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

*Sumber : Kuesioner No.29*

Berdasarkan tabel 3.30 diatas, dapat diketahui hasil data mengenai kekreatifan petugas dalam memposting informasi di akun facebook bahwa sebanyak 53 responden memilih pilihan kurang setuju dengan prosentase 53 %, tidak setuju sebanyak 26 responden dengan prosentase 26 %, sangat tidak setuju sebanyak 4 responden dengan prosentase 4 %. Sedangkan responden yang setuju mengenai kekreatifan petugas dalam memposting informasi di akun facebook sebanyak 14 responden dengan prosentase sebesar 14 % dan sangat setuju mengenai kekreatifan petugas dalam memposting informasi di akun facebook sebanyak 4 responden dengan prosentase sebesar 4 %.

Dari data yang telah diperoleh peneliti melalui kuesioner yang disebar kepada pengguna perpustakaan dapat disimpulkan bahwa pengguna perpustakaan paling banyak memilih pilihan jawaban kurang setuju dengan pernyataan mengenai kekreatifan petugas dalam memposting informasi yang ada di akun facebook milik perpustakaan.

Pada tabel berikutnya akan disajikan tabel mengenai kekreatifan petugas dalam memposting informasi yang ada pada akun twitter milik perpustakaan :

**Tabel 3.31 Kekreatifan Petugas Dalam Memposting Informasi di Akun Twitter**

<b>Keterangan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Prosentase (%)</b>
Sangat setuju	5	5
Setuju	31	31
Kurang setuju	47	47
Tidak setuju	16	16
Sangat tidak setuju	1	1
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

*Sumber : Kuesioner No.30*

Berdasarkan tabel 3.31 diatas, dapat diketahui hasil data mengenai kekreatifan petugas dalam memposting informasi di akun twitter bahwa sebanyak 47 responden memilih pilihan kurang setuju dengan prosentase 47 %, tidak setuju sebanyak 16 responden dengan prosentase 16 %, sangat tidak setuju sebanyak 1 responden dengan prosentase 1 %. Sedangkan responden yang setuju mengenai kekreatifan petugas dalam memposting informasi di akun twitter sebanyak 31 responden dengan prosentase sebesar 31 % dan sangat setuju mengenai kekreatifan petugas dalam memposting informasi di akun twitter sebanyak 5 responden dengan prosentase sebesar 5 %.

Dari data yang telah diperoleh peneliti melalui kuesioner yang disebar kepada pengguna perpustakaan dapat disimpulkan bahwa pengguna perpustakaan paling banyak memilih pilihan jawaban kurang setuju dengan pernyataan mengenai kekreatifan petugas dalam memposting informasi yang ada di akun twitter milik perpustakaan.

Untuk memperdalam data yang didapat melalui kuesioner, peneliti juga melakukan wawancara kepada pengguna yang menjadi responden dalam penelitian ini. Peneliti melakukan wawancara kepada responden yang memilih pilihan jawaban kurang setuju mengenai kekreatifan petugas dalam memposting informasi di akun twitter milik perpustakaan.

*“kalo menurut saya sih mbk, dalam memposting informasi di akun twitter milik perpustakaan sudah kreatif sih. Tapi*

*terkadang informasi yang di posting itu biasa biasa aja jadi kurang menarik kalo mau baca itu mbk..(res 2)”*

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan peneliti kepada pengguna perpustakaan yang menjadi responden pernyataan mengenai kekreatifan petugas dalam memposting informasi di akun twitter milik perpustakaan. Menurut responden, petugas dalam memposting informasi di akun twitter milik perpustakaan sudah kreatif tetapi ada beberapa apabila memposting informasi yang diposting tersebut kurang menarik sehingga informasi tersebut kurang menarik dan kurang tersampaikan kepada pengguna perpustakaan.

Pada tabel berikutnya akan disajikan tabel mengenai kekreatifan petugas dalam memposting informasi yang ada pada website milik perpustakaan :

**Tabel 3.32 Kekreatifan Petugas Dalam Memposting Informasi di Website**

<b>Keterangan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Prosentase (%)</b>
Sangat setuju	3	3
Setuju	15	15
Kurang setuju	45	45
Tidak setuju	36	36
Sangat tidak setuju	1	1
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

*Sumber : Kuesioner No.31*

Berdasarkan tabel 3.32 diatas, dapat diketahui hasil data mengenai kekreatifan petugas dalam memposting informasi di website bahwa sebanyak 45 responden memilih pilihan kurang setuju dengan prosentase 45 %, tidak setuju sebanyak 36 responden dengan prosentase 36 %, sangat tidak setuju sebanyak 1 responden dengan prosentase 1 %. Sedangkan responden yang setuju mengenai kekreatifan petugas dalam memposting informasi di website sebanyak 15 responden dengan prosentase sebesar 15 % dan sangat setuju mengenai kekreatifan petugas dalam memposting informasi di website sebanyak 3 responden dengan prosentase sebesar 3 %.

Dari data yang telah diperoleh peneliti melalui kuesioner yang disebar kepada pengguna perpustakaan dapat disimpulkan bahwa pengguna perpustakaan



paling banyak memilih pilihan jawaban kurang setuju dengan pernyataan mengenai kekreatifan petugas dalam memposting informasi yang ada di akun website milik perpustakaan. Hal tersebut diperkuat dengan jawaban responden ketika peneliti melakukan wawancara dengan responden. Responden tersebut memilih jawaban kurang setuju dengan pernyataan mengenai kekreatifan petugas dalam memposting informasi pada website milik perpustakaan.

*“kalo menurut saya sih mbk, kurang gimana gt kalo posting informasi di website. Kurang menarik terkadang informasi yang diposting di website, tapi mungkin karena website nya resmi kali ya mbk..(res 2)”*

Dari wawancara diatas responden memilih pilihan jawaban kurang setuju dengan pernyataan mengenai kekreatifan petugas dalam memposting informasi yang ada pada website milik perpustakaan. Hal tersebut dikarenakan menurut responden dalam memposting informasi di website kurang menarik bagi yang membaca informasi tersebut.

### III.4.3 Pasca Penyelenggaraan Promosi

Setelah melakukan kegiatan promosi, maka akan didapatkan hasil dari kegiatan yang telah dilaksanakan oleh perpustakaan. Hasil tersebut dapat berdampak bagi perpustakaan.

**Tabel 3.33 Mengetahui Informasi di Website Mengenai Event yang Akan Diselenggarakan di Perpustakaan**

Keterangan	Frekuensi	Prosentase (%)
Sangat setuju	6	6
Setuju	14	14
Kurang setuju	49	49
Tidak setuju	28	28
Sangat tidak setuju	3	3
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

*Sumber : Kuesioner No.32*

Berdasarkan tabel 3.33 diatas, dapat diketahui hasil data tentang informasi di website mengenai event yang akan diselenggarakan di perpustakaan bahwa sebanyak 49 responden memilih pilihan kurang setuju dengan prosentase 49 %, tidak setuju sebanyak 28 responden dengan prosentase 28 %, sangat tidak setuju sebanyak 3 responden dengan prosentase 3 %. Sedangkan responden yang setuju tentang informasi di website mengenai event yang akan diselenggarakan di perpustakaan sebanyak 14 responden dengan prosentase sebesar 14 % dan sangat setuju tentang informasi di website mengenai event yang akan diselenggarakan di perpustakaan sebanyak 3 responden dengan prosentase sebesar 3 %.

Dari data di atas dapat disimpulkan bahwa paling banyak responden memilih pilihan jawaban kurang setuju dengan pernyataan mengenai informasi di website mengenai event yang akan diselenggarakan di perpustakaan. Selain data dari kuesioner, peneliti juga melakukan wawancara dengan pengguna yang menjadi responden dalam penelitian ini. Peneliti pada saat itu melakukan wawancara kepada responden yang memilih jawaban kurang setuju dengan pernyataan mengenai informasi tentang event yang akan diselenggarakan di perpustakaan.

*“menurut saya informasi mengenai event yang akan diselenggarakan di perpustakaan sudah diposting dengan baik baik oleh petugas. Tetapi terkadang informasi tersebut kurang memberikan informasi lebih pada event yang diselenggarakan di perpustakaan (kurang jelas gt mbk)..(res 2)”*

Dari hasil wawancara di atas mengenai pernyataan informasi di website mengenai event yang akan diselenggarakan di perpustakaan. Menurut responden informasi yang ada di website mengenai event yang akan diselenggarakan di perpustakaan sudah diposting dengan baik oleh petugas, tetapi terkadang informasi tersebut kurang memberikan informasi yang kurang jelas mengenai event tersebut.

Pada tabel berikutnya akan disajikan tabel data tentang pengguna mengetahui informasi yang ada di website mengenai buku terbaru di perpustakaan:

**Tabel 3.34 Mengetahui Informasi di Website Mengenai Buku Terbaru di Perpustakaan**

<b>Keterangan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Prosentase (%)</b>
Sangat setuju	5	5
Setuju	9	9
Kurang setuju	43	43
Tidak setuju	41	41
Sangat tidak setuju	2	2
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

*Sumber : Kuesioner No.33*

Berdasarkan tabel 3.34 diatas, dapat diketahui hasil data tentang informasi di website mengenai buku terbaru di perpustakaan bahwa sebanyak 43 responden memilih pilihan kurang setuju dengan prosentase 43 %, tidak setuju sebanyak 41 responden dengan prosentase 41 %, sangat tidak setuju sebanyak 2 responden dengan prosentase 2 %. Sedangkan responden yang setuju tentang informasi di website mengenai buku terbaru di perpustakaan sebanyak 9 responden dengan prosentase sebesar 9 % dan sangat setuju tentang informasi di website mengenai buku terbaru di perpustakaan sebanyak 5 responden dengan prosentase sebesar 5%.

Dari data yang telah diperoleh melalui kuesioner yang telah disebar kepada pengguna perpustakaan dapat disimpulkan paling banyak responden memilih pilihan jawaban kurang setuju dengan pernyataan tentang informasi di website mengenai buku baru yang ada di perpustakaan.

Selain data hasil dari kuesioner, peneliti juga melakukan wawancara kepada pengguna yang menjadi responden dalam penelitian ini. Peneliti memilih responden yang memilih jawaban kurang setuju dengan pernyataan tentang informasi yang ada di website mengenai buku baru yang ada di perpustakaan.

*“menurut saya kurang setuju mbk mengenai informasi yang ada di website tentang buku terbaru yang ada di*

*perpustakaan. karena saya dulu pernah mencari informasi buku terbaru di website perpustakaan tidak ada. Saya malah nemu informasi tersebut di rak display untuk buku terbaru yang ada di perpustakaan mbk..(res 2)”*

Pada tabel berikutnya akan disajikan tabel data tentang informasi di akun facebook milik perpustakaan mengenai event yang akan diselenggarakan di perpustakaan:

**Tabel 3.35 Mengetahui Informasi di Facebook Mengenai Event yang Akan Diselenggarakan di Perpustakaan**

Keterangan	Frekuensi	Prosentase (%)
Sangat setuju	3	3
Setuju	20	20
Kurang setuju	47	47
Tidak setuju	27	27
Sangat tidak setuju	3	3
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

*Sumber : Kuesioner No.34*

Berdasarkan tabel 3.35 diatas, dapat diketahui hasil data tentang informasi di facebook mengenai event yang akan diselenggarakan di perpustakaan bahwa sebanyak 47 responden memilih pilihan kurang setuju dengan prosentase 47 %, tidak setuju sebanyak 27 responden dengan prosentase 27 %, sangat tidak setuju sebanyak 3 responden dengan prosentase 3 %. Sedangkan responden yang setuju tentang informasi di facebook mengenai event yang akan diselenggarakan di perpustakaan sebanyak 20 responden dengan prosentase sebesar 20 % dan sangat setuju tentang informasi di facebook mengenai event yang akan diselenggarakan di perpustakaan sebanyak 3 responden dengan prosentase sebesar 3 %.

Dari data yang telah diperoleh dari lapangan dengan menyebarkan kuesioner kepada pengguna perpustakaan dapat disimpulkan bahwa responden paling banyak memilih jawaban kurang setuju dengan informasi di akun facebook milik perpustakaan mengenai event yang akan diselenggarakan di perpustakaan.

Pada tabel berikutnya akan disajikan tabel data mengenai informasi di akun twitter milik perpustakaan mengenai event yang akan diselenggarakan di perpustakaan :

**Tabel 3.36 Mengetahui Informasi di Twitter Mengenai Event yang Akan Diselenggarakan di Perpustakaan**

Keterangan	Frekuensi	Prosentase (%)
Sangat setuju	3	3
Setuju	17	17
Kurang setuju	45	45
Tidak setuju	33	33
Sangat tidak setuju	2	2
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

*Sumber : Kuesioner No.35*

Berdasarkan tabel 3.35 diatas, dapat diketahui hasil data tentang informasi di twitter mengenai event yang akan diselenggarakan di perpustakaan bahwa sebanyak 45 responden memilih pilihan kurang setuju dengan prosentase 45 %, tidak setuju sebanyak 33 responden dengan prosentase 33 %, sangat tidak setuju sebanyak 2 responden dengan prosentase 2 %. Sedangkan responden yang setuju tentang informasi di twitter mengenai event yang akan diselenggarakan di perpustakaan sebanyak 17 responden dengan prosentase sebesar 17 % dan sangat setuju tentang informasi di twitter mengenai event yang akan diselenggarakan di perpustakaan sebanyak 3 responden dengan prosentase sebesar 3 %.

Dari data yang diperoleh dari lapangan melalui kuesioner yang disebar kepada pengguna perpustakaan yang menjadi responden dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa responden paling banyak memilih pilihan jawaban kurang setuju dengan informasi yang di akun twitter milik perpustakaan mengenai event yang akan diselenggarakan di perpustakaan.

Pada tabel berikutnya akan disajikan tabel data mengenai informasi di akun facebook milik perpustakaan mengenai buku terbaru yang ada di perpustakaan :

**Tabel 3.37 Mengetahui Informasi di Facebook Mengenai Buku Terbaru di Perpustakaan**

<b>Keterangan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Prosentase (%)</b>
Sangat setuju	1	1
Setuju	29	29
Kurang setuju	51	51
Tidak setuju	17	17
Sangat tidak setuju	2	2
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

*Sumber : Kuesioner No.36*

Berdasarkan tabel 3.37 diatas, dapat diketahui hasil data tentang informasi di facebook mengenai buku terbaru di perpustakaan bahwa sebanyak 51 responden memilih pilihan kurang setuju dengan prosentase 51 %, tidak setuju sebanyak 17 responden dengan prosentase 17 %, sangat tidak setuju sebanyak 2 responden dengan prosentase 2 %. Sedangkan responden yang setuju tentang informasi di facebook mengenai buku terbaru di perpustakaan sebanyak 29 responden dengan prosentase sebesar 29 % dan sangat setuju tentang informasi di facebook mengenai buku terbaru di perpustakaan sebanyak 2 responden dengan prosentase sebesar 2 %.

Dari data yang telah diperoleh dari lapangan melalui kuesioner yang telah disebar kepada pengguna perpustakaan yang menjadi responden dapat disimpulkan bahwa responden paling banyak memilih pilihan jawaban kurang setuju dengan pernyataan tentang informasi yang ada di akun facebook milik perpustakaan mengenai buku terbaru yang ada di perpustakaan.

Pada tabel berikutnya akan disajikan data tentang informasi yang ada di akun twitter milik perpustakaan mengenai buku terbaru yang ada di perpustakaan:

**Tabel 3.38 Mengetahui Informasi di Twitter Mengenai Buku Terbaru di Perpustakaan**

<b>Keterangan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Prosentase (%)</b>
Sangat setuju	2	2
Setuju	19	19
Kurang setuju	57	57
Tidak setuju	20	20
Sangat tidak setuju	2	2
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

*Sumber : Kuesioner No.37*

Berdasarkan tabel 3.38 diatas, dapat diketahui hasil data tentang informasi di twitter mengenai buku terbaru di perpustakaan bahwa sebanyak 57 responden memilih pilihan kurang setuju dengan prosentase 57 %, tidak setuju sebanyak 20 responden dengan prosentase 20 %, sangat tidak setuju sebanyak 2 responden dengan prosentase 2 %. Sedangkan responden yang setuju tentang informasi di twitter mengenai buku terbaru di perpustakaan sebanyak 19 responden dengan prosentase sebesar 19 % dan sangat setuju tentang informasi di twitter mengenai buku terbaru di perpustakaan sebanyak 2 responden dengan prosentase sebesar 2%.

Dari data yang telah diperoleh dari lapangan melalui kuesioner yang telah disebar kepada pengguna yang menjadi responden dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa responden banyak yang memilih pilihan jawaban kurang setuju dengan informasi yang ada di akun twitter milik perpustakaan mengenai buku terbaru yang ada di perpustakaan.



**Tabel 3.46 Statistik Deskriptif Efektivitas Promosi**

No.	Keterangan	Rata-Rata Skor (%)	Kategori
1.	Tujuan dan dampak promosi	2,9	Sedang
2.	Proses penyelenggaraan promosi	2,8	Sedang
3.	Pasca penyelenggaraan promosi	2,9	Sedang
<b>Total Rata-Rata</b>		8,6	
<b>Rata-Rata Skor Keseluruhan</b>		<b>2,9</b>	<b>Sedang</b>

*Sumber : Data primer diolah*

Berdasarkan statistik deskriptif terkait dengan efektivitas promosi pada tabel diatas. Dapat diketahui hasilnya yaitu sedang atau masuk dalam tingkat efektivitas menengah mengenai promosi perpustakaan dengan menggunakan media internet dengan rata – rata skor keseluruhan sebesar 2,9%. Hasil tersebut didapatkan dari pernyataan – pernyataan yang ada pada kuesioner yang telah diisi oleh pengguna perpustakaan. Pada bagian tujuan dan dampak promosi terdiri dari 3 pernyataan dan mendapatkan hasil perhitungan sebesar 2,9% masuk dalam tingkat efektivitas menengah mengenai promosi perpustakaan dengan menggunakan media internet, bagian proses penyelenggaraan promosi terdiri dari 9 pernyataan dan mendapatkan hasil perhitungan sebesar 2,8% sedangkan pada bagian terakhir yakni bagian pasca penyelenggaraan promosi terdiri dari 6 pernyataan dan mendapatkan hasil perhitungan sebesar 2,9 % masuk dalam tingkat efektivitas menengah mengenai promosi perpustakaan dengan menggunakan media internet.

## **BAB IV**

### **INTERPRETASI TEORITIK**

Berdasarkan temuan data yang telah diperoleh peneliti dari hasil observasi, penyebaran kuesioner dan wawancara di lapangan yang telah disajikan pada bab 3 Temuan Data, maka pada bab 4 ini akan dilakukan analisis lebih lanjut dengan mengaitkan dengan teori, konsep, pendapat para ahli serta penelitian – penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan permasalahan yang diangkat. Pada bab 4 ini analisis data peneliti akan menganalisis dan membahas lebih lanjut mengenai data yang disesuaikan dengan rumusan masalah mengenai bagaimana efektivitas promosi perpustakaan Universitas Airlangga dengan menggunakan media internet.

Sebelum dijelaskan mengenai pokok bahasan apa saja yang akan dianalisis lebih mendalam lagi, ada beberapa gambaran mengenai responden dalam penelitian ini yaitu pada data yang diperoleh di bab tiga maka diketahui kecenderungan responden lebih dominan responden dengan jenis kelamin perempuan. Responden terdiri dari bermacam – macam fakultas yang berada di kampus B Universitas Airlangga. Tetapi pada saat peneliti melakukan pengambilan data melalui kuesioner, peneliti juga menemukan responden yang berasal dari fakultas yang berada di kampus A Universitas Airlangga. Responden yang ditemui peneliti pada saat penyebaran kuesioner, paling dominan adalah responden yang berusia pada rentang umur 20 – 25 tahun dengan jumlah responden sebanyak 75 orang dengan prosentase 75 %, dan responden lainnya berumur kurang dari 20 tahun dengan jumlah responden 25 responden dengan jumlah prosentase sebesar 25 %.

Pengguna perpustakaan mempunyai tujuan masing – masing ketika datang ke perpustakaan. Dalam bab III Temuan data sudah disajikan pada Tabel 3.4 mengenai tujuan datang ke perpustakaan. Mayoritas pengguna datang ke perpustakaan untuk mencari koleksi perpustakaan berupa buku cetak dengan prosentase sebanyak 40 %, sebanyak 25 % pengguna datang ke perpustakaan

untuk mengerjakan tugas, sebanyak 17 % pengguna datang ke perpustakaan untuk mencari sumber jurnal, dan sebanyak 15 % pengguna datang ke perpustakaan memilih pilihan dan lain – lain, selama peneliti melakukan pengamatan pengguna yang memilih pilihan dan lain – lain pengguna perpustakaan tersebut melakukan diskusi mengenai suatu organisasi dan diskusi masalah KKN yang akan dilakukan oleh mahasiswa tersebut. Tidak hanya melakukan hal tersebut, ada beberapa pengguna perpustakaan datang ke perpustakaan hanya untuk menggunakan fasilitas dari perpustakaan yaitu menggunakan wifi.

#### **IV. 1 Promosi Perpustakaan**

Pada sub bab ini, peneliti akan membahas mengenai promosi perpustakaan yang dilakukan di perpustakaan Universitas Airlangga Surabaya. Sebelum lebih jauh membahas mengenai promosi perpustakaan, peneliti akan menjelaskan mengenai promosi perpustakaan. Promosi sendiri merupakan sebuah usaha yang dilakukan oleh marketer yang berkomunikasi dengan calon audiens. Komunikasi adalah sebuah proses membagi ide, informasi atau perasaan audiens. Suatu kegiatan promosi apabila dilakukan dengan baik akan mempengaruhi konsumen mengenai dimana dan bagaimana konsumen membelanjakan. Dari data yang telah didapat melalui kuesioner yang terdapat pada Bab III dapat dilihat bahwa promosi yang dilakukan oleh Perpustakaan Universitas Airlangga yang dilakukan melalui media internet dengan menggunakan Website, akun Twitter dan akun Facebook masuk dalam kategori sedang mengenai promosi perpustakaan yang dilakukan oleh perpustakaan Universitas Airlangga dengan menggunakan media internet dengan rata – rata skor keseluruhan pada promosi perpustakaan 2,8 %. Hal tersebut karena pengguna perpustakaan Universitas Airlangga tidak semuanya mengetahui promosi yang telah dilakukan oleh perpustakaan Universitas Airlangga dengan menggunakan media internet baik melalui akun Facebook, akun Twitter dan website milik perpustakaan Universitas Airlangga. Seperti data yang ada pada tabel 3.5 yang menyebutkan bahwa sebanyak 78 responden atau sebesar 78 % responden tidak setuju dengan pernyataan yang menyebutkan bahwa alat yang digunakan dalam melakukan promosi perpustakaan Universitas Airlangga.

Hal ini disebabkan karena tidak semua pengguna perpustakaan Universitas Airlangga menggunakan media internet untuk mencari informasi mengenai perpustakaan Universitas Airlangga. Menurut Nusantari (2012) untuk mengoptimalkan pemanfaatan perpustakaan perguruan tinggi perlu diadakan promosi perpustakaan.

Promosi yang dilakukan oleh perpustakaan Universitas Airlangga Surabaya menggunakan media internet salah satunya melalui situs website perpustakaan Universitas Airlangga yang digunakan sebagai sarana berbagi informasi maupun promosi perpustakaan. Pada artikel yang dikemukakan oleh Constantinides (2002:4) dalam Vandisia (2014) mengenai The 4S Web – Marketing Mix Model yaitu sebagai berikut :

*The website site is the promotional medium as well in the promotional content the and emotional impact of the Web site an important part of the Web experience and a major factor in attracting and retaining online customer.*

Situs Web adalah media promosi serta dalam konten promosi dan emosional dampak dari situ Web adalah bagian penting dari pengalaman Web dan merupakan faktor utama dalam menarik dan mempertahankan pelanggan online.

Perpustakaan Universitas Airlangga Surabaya melakukan promosi dengan membuat situs Website yang dimana isi dari website tersebut mengenai informasi – informasi yang terkait dengan perpustakaan Universitas Airlangga Surabaya. Dalam website tersebut banyak terdapat isi content dan link – link khusus untuk memenuhi kebutuhan pengguna perpustakaan, sehingga dapat memudahkan layanan penelusuran informasi bagi pengguna perpustakaan Universitas Airlangga Surabaya, selain itu dalam website tersebut juga terdapat profil – profil perpustakaan Universitas Airlangga Surabaya. Hal tersebut dapat menggambarkan bahwa perpustakaan Universitas Airlangga Surabaya secara tidak langsung melakukan promosi dengan menggunakan Website perpustakaan. Dari data yang

terdapat pada tabel 3.6 (halaman III-6) mengenai ketertarikan terhadap website perpustakaan Universitas Airlangga Surabaya, sebesar 66 % atau sejumlah 66 responden memilih pernyataan tidak setuju dengan pernyataan yang menyebutkan bahwa ketertarikan terhadap website milik perpustakaan Universitas Airlangga. Hal tersebut dikarenakan banyak pengguna perpustakaan Universitas Airlangga ketika mencari informasi langsung datang ke perpustakaan, karena informasi yang ada pada website kurang lengkap. Seperti pada tabel 3. 8 (halaman III.8) mengenai informasi tentang perpustakaan melalui website milik perpustakaan Universitas Airlangga. Sebanyak 41% atau 41 responden memilih pilihan tidak setuju dengan pernyataan yang menyatakan bahwa informasi mengenai perpustakaan melalui website perpustakaan Universitas Airlangga. Beberapa responden mempunyai alasan memilih pilihan tidak setuju pada pernyataan bahwa informasi mengenai perpustakaan melalui website perpustakaan Universitas Airlangga.

*“Saya buka website perpus jarang mbk, palingan pas iseng – iseng pas kebetulan di perpus trus wifi an. Kadang iseng buka website milik perpustakaan..(res 23)”*

Promosi perpustakaan merupakan suatu mekanisme komunikasi persuasif dalam pemasaran agar produk atau jasa yang ada di perpustakaan dapat dimanfaatkan oleh pengguna perpustakaan dengan baik dan maksimal. Promosi perpustakaan yang dilakukan mempunyai tujuan untuk mendorong timbulnya kesadaran bahwa koleksi perpustakaan dapat dimanfaatkan dengan baik oleh pengguna. Dalam Ratih Hurriyati (2010:58) menyebutkan bahwa konsep promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran yang merupakan aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi / membujuk dan atau meningkatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan. Perpustakaan Universitas Airlangga sebagai lembaga informasi sangat perlu untuk mengadakan kegiatan promosi, guna memasarkan layanan produk jasa dan digunakan untuk mengkomunikasikan produk jasa berupa

informasi yang dikemas semenarik mungkin sehingga dapat menarik bagi pengguna perpustakaan untuk memanfaatkan jasa produk dari perpustakaan sesuai dengan kebutuhan dari pengguna. Kegiatan promosi ini kunci utama dari sebuah pemasaran yang nantinya akan berhubungan dengan nilai kepuasan tersendiri bagi pengguna perpustakaan. Konsep promosi juga diungkapkan oleh Alma (dalam Brigita 2013:3-4) pada penelitiannya bahwa promosi adalah sejenis komunikasi yang memberikan penjelasan yang meyakinkan calon konsumen tentang barang dan jasa. Tujuan promosi adalah memperoleh perhatian, mengingatkan, dan meyakinkan konsumen. Konten yang ada dalam promosi juga harus dibuat semenarik mungkin agar pembaca tertarik dengan informasi tersebut yang akan menimbulkan suatu reaksi pengguna perpustakaan untuk membacanya. Seperti data pada tabel 3.11 mengenai keberagaman informasi yang tersedia di website milik perpustakaan Universitas Airlangga sebanyak 43% memilih kurang setuju dengan pernyataan mengenai keberagaman informasi yang ada di website milik perpustakaan Universitas Airlangga.

Pada tabel 3.12 disajikan data mengenai keberagaman informasi yang tersedia pada akun facebook milik perpustakaan Universitas Airlangga. Pada tabel tersebut dapat diketahui bahwa sebanyak 53 responden kurang setuju dengan keberagaman informasi yang ada di akun facebook milik perpustakaan Universitas Airlangga. Hal tersebut dikarenakan tidak semua pengguna perpustakaan Universitas Airlangga sekarang ini menggunakan facebook. Sedangkan pada tabel 3.13 disajikan data mengenai keberagaman informasi yang ada pada akun twitter milik perpustakaan Universitas Airlangga. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa sebanyak 48 responden kurang setuju dengan keberagaman informasi yang ada pada akun twitter milik perpustakaan Universitas Airlangga. Hal tersebut dikarenakan bahwa pengguna perpustakaan Universitas Airlangga tidak semua aktif dalam menggunakan twitter.

Promosi perpustakaan juga merupakan kegiatan mengkomunikasikan manfaat dari produk yang ada di perpustakaan Universitas Airlangga, produk yang dimaksud di sini adalah koleksi, fasilitas dan jasa pelayanan informasi yang



berupa seperangkat jasa dasar yang memiliki ciri khusus pada sebuah perpustakaan yang nantinya akan diberikan kepada pengguna sesuai dengan apa saja yang dibutuhkan oleh pengguna berupa informasi serta untuk meyakinkan pengguna perpustakaan agar menggunakan dan memanfaatkan koleksi dan fasilitas tersebut dengan semaksimal mungkin. Selain itu produk yang dihasilkan dari perpustakaan dapat disebut juga sebagai kehandalan dan kecepatan dalam memberikan pelayanan informasi yang berupa penyajian informasi secara inovatif serta informatif sehingga dapat membantu pengguna perpustakaan dalam menemukan informasi yang dibutuhkan. Hasil dari suatu kegiatan promosi adalah tumbuhnya kesadaran pengguna sampai tindakan untuk memanfaatkan koleksi ataupun fasilitas yang ada di perpustakaan Universitas Airlangga.

Menurut Pudjiono 2006:5 (dalam Vandisia 2014) pemberian produk pada layanan jasa di perpustakaan ini salah satunya berupa penerapan perpustakaan digital yang dapat meningkatkan kualitas dan kecepatan proses layanan pada pengguna perpustakaan, sehingga dapat memperlancar proses belajar mengajar di lingkungan Universitas Airlangga. Selain itu sistem ini dapat membantu manajemen perpustakaan Universitas Airlangga serta dapat meningkatkan efektivitas dan efisiensi pengoperasian perpustakaan tersebut. Dalam hal ini produk yang dihasilkan oleh perpustakaan Universitas Airlangga yang berupa produk informasi dan layanan jasa yang sesuai dengan kebutuhan pengguna perpustakaan Universitas Airlangga. Seperti pada tabel 3.14 mengenai informasi yang ada di website milik Perpustakaan Universitas Airlangga sudah sesuai dengan kebutuhan pengguna perpustakaan Universitas Airlangga. Dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa responden memilih pilihan jawaban kurang setuju dengan pernyataan yang menyatakan bahwa informasi yang di website milik Perpustakaan Universitas Airlangga sudah sesuai dengan kebutuhan pengguna Perpustakaan Universitas Airlangga. Hal tersebut dikarenakan ketika pengguna perpustakaan Universitas Airlangga mencari informasi yang sedang diinginkan, pengguna tidak menemukan informasi yang sedang dibutuhkan.



Dalam penelitian lain yang dilakukan oleh Vandisia (2014) promosi perpustakaan yang dilakukan oleh Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Malang paling utama dilakukan dengan menggunakan website milik Perpustakaan Muhammadiyah Malang, dalam kegiatan untuk meningkatkan pemasaran informasi yang ada di perpustakaan Muhammadiyah Malang dilakukan melalui website *library* Universitas Muhammadiyah Malang. Di website tersebut banyak terdapat isi content dan link – link khusus untuk memenuhi kebutuhan pengguna Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Malang, sehingga dapat memudahkan layanan penelusuran informasi di Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Malang. Responden yang mewakili beberapa pengguna Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Malang memilih jawaban puas terhadap isi *content* dan link – link penelusuran informasi pada website Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Malang yang sudah lengkap dan sesuai dengan kebutuhan pengguna Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Malang.

Selain mengenai isi *content*, pada website Perpustakaan Muhammadiyah Malang juga terdapat profil – profil Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Malang. Hal tersebut menggambarkan bahwa secara tidak langsung website tersebut dapat dikatakan sebagai alat sebagai promosi perpustakaan. Penelitian lain yang dilakukan oleh Damayanti (2014) dengan judul Pemanfaatan Twiter Sebagai Media *Information Sharing* di Perpustakaan Kota Surabaya. Dalam penelitian tersebut peneliti melakukan penelitian di dua perpustakaan perguruan tinggi yaitu di Perpustakaan Universitas Airlangga Surabaya dan Perpustakaan STIKOM Surabaya. Serta melakukan penelitian pada Perpustakaan Bank Indonesia Surabaya. Dalam penelitian tersebut dijelaskan bahwa Perpustakaan Universitas Airlangga Surabaya menggunakan Twitter selain digunakan sebagai promosi event ataupun acara yang akan diselenggarakan di perpustakaan tetapi juga digunakan sebagai promosi yang lebih ditekankan pada keterbaruan informasi yang dimiliki oleh Perpustakaan Universitas Airlangga Surabaya. Sedangkan di perpustakaan Bank Indonesia Surabaya dan perpustakaan STIKOM Surabaya informasi yang disebarakan melalui Twitter merupakan informasi yang

berkaitan dengan lembaganya bukan pada keterbaruan informasi yang dimiliki perpustakaan tersebut.

#### **IV. 2 Efektivitas Promosi Perpustakaan**

Dari hasil data melalui kuesioner yang telah disebar kepada responden yang sudah terdapat pada Bab III Temuan Data mengenai efektivitas promosi perpustakaan yang dilakukan oleh perpustakaan Universitas Airlangga Surabaya dengan menggunakan media internet yaitu dengan melalui akun Facebook, akun Twitter dan website milik perpustakaan Universitas Airlangga menunjukkan hasil rata-rata skor keseluruhan 2,85% dan masuk dalam kategori sedang atau termasuk tingkat efektivitas menengah promosi perpustakaan Universitas Airlangga dengan menggunakan media internet.

Efektivitas merupakan seberapa baik pekerjaan yang dilakukan, dan sejauh mana menghasilkan keluaran sesuai dengan yang diharapkan. Untuk melihat keefektifan dari suatu kegiatan yang dilaksanakan dalam suatu organisasi dapat dilakukan dengan cara melihat bagaimana tujuan dari organisasi tersebut dalam melakukan kegiatan yaitu promosi perpustakaan yang dilakukan oleh perpustakaan Universitas Airlangga dengan menggunakan media internet, bagaimana proses penyelenggaraan kegiatan promosi perpustakaan yang dilakukan oleh perpustakaan Universitas Airlangga dengan menggunakan media internet serta bagaimana dampak dari penyelenggaraan promosi perpustakaan yang dilakukan oleh perpustakaan Universitas Airlangga dengan menggunakan media internet setelah dilakukan kegiatan tersebut. Menurut Susilo (dalam Rahardjo, 2001) efektivitas merupakan suatu kondisi atau keadaan, dimana dalam memilih tujuan yang hendak dicapai dan sarana atau peralatan yang digunakan disertai tujuan yang diinginkan dapat dicapai dengan hasil yang memuaskan.

Dalam efektivitas promosi perpustakaan dilakukan untuk melihat bagaimana efektivitas promosi yang telah dilakukan oleh perpustakaan Universitas Airlangga Surabaya. Menurut Gibson (1988) efektivitas adalah

hubungan optimal antara produksi, kualitas, efisiensi, fleksibilitas, kepuasan, sifat keunggulan dan pengembangan. Gibson juga memberikan pengertian lain efektivitas merupakan suatu pencapaian tujuan yang disepakati bersama dari tingkat pencapaian sasaran. Keefektivan merupakan sebuah kemampuan atau ukuran akan sejauh mana pencapaian, sasaran, hasil dan tujuan yang telah ditentukan dengan apa yang telah ditentukan sebelumnya dalam jangka waktu yang telah ditentukan dan juga sejauh mana dapat mempertahankan keberhasilannya dalam mencapai tujuan lebih melihatnya kedalam jangka panjang. Menurut Martani dan Lubis (1987) pengukuran efektivitas bukanlah hal yang sederhana mengingat perbedaan tujuan masing – masing organisasi dan keberagaman tujuan organisasi itu sendiri. Dalam hal ini dalam menggali informasi dari responden peneliti membuat 3 poin dalam efektivitas promosi yaitu tujuan promosi perpustakaan yang dilakukan oleh perpustakaan Universitas Airlangga dengan menggunakan media internet, proses penyelenggaraan promosi perpustakaan yang dilakukan oleh perpustakaan Universitas Airlangga dengan menggunakan media internet, pasca atau dampak penyelenggaraan setelah dilakukan promosi perpustakaan yang dilakukan di perpustakaan Universitas Airlangga dengan menggunakan media internet.

1. Tujuan merupakan segala sesuatu yang telah ditentukan sebelumnya dalam jangka waktu dan juga sejauh mana dapat mempertahankan keberhasilannya.
2. Proses penyelenggaraan merupakan kegiatan yang dilakukan untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan sebelumnya.
3. Hasil atau dampak dari penyelenggaraan kegiatan merupakan hasil yang telah dicapai dalam suatu kegiatan, aktivitas atau program dibandingkan dengan tujuan yang telah ditentukan sebelumnya. Dampak dari output kegiatan ini merupakan aktivitas dan program tersebut terhadap masyarakat dapat disebut dengan outcome.

### VI.2.1 Tujuan Promosi Perpustakaan

Pada indikator ini yaitu mengenai tujuan promosi perpustakaan dari segi pengguna. Sebelumnya peneliti akan menjelaskan mengenai tujuan promosi perpustakaan. Keefektivan dapat dilihat dari 2 pendekatan salah satunya dengan adalah tujuan. Menurut Westra (1980) berdasarkan pendekatan tujuan, keefektivan merupakan suatu keadaan yang menunjukkan tingkat keberhasilan dari suatu kegiatan dalam mencapai tujuan yang telah ditentukan sebelumnya. Dengan istilah lain keefektivan merupakan perbandingan antara hasil yang terlaksana dengan tujuan yang telah ditetapkan. Tujuan promosi adalah segala sesuatu yang telah ditentukan sebelumnya dalam jangka waktu dan juga sejauh mana dapat mempertahankan keberhasilannya. Menurut Mustafa (1996) tujuan akhir dari promosi perpustakaan adalah meningkatkan pemanfaatan perpustakaan. Jika kemampuan perpustakaan telah diketahui masyarakat pengguna dan produk, layanan serta fasilitas yang ada di perpustakaan telah dimanfaatkan, perpustakaan memperoleh dukungan yang tinggi dari pengguna. Dukungan pengguna merupakan tolak ukur keberhasilan perpustakaan.

Dalam sebuah artikel yang dikemukakan oleh Bellardo et all (2009:12) dalam Vandisia (2014) yang berjudul Marketing product and services in Academic Libraries sebagai berikut :

*“In order to achieve organizational objectives, academic libraries must interact with a number of different publics, where a public is a distinct, identifiable group of people or organizations which have an actual or potential interest or impact on the library. In return, the library must demonstrate to the funding source that the resources are efficiently and effectively utilized, with the funds thus received, the academic library must plan, produce and deliver information products and services which meet the information needs and wants of their real or potential users.”*

“Dalam rangka mencapai tujuan organisasi, perpustakaan akademis harus berinteraksi dengan publik yang berbeda – beda, dimana publik adalah kelompok yang dapat diidentifikasi oleh sebuah organisasi yang memiliki kepentingan aktual atau potensial pada perpustakaan. Sebagai perpustakaan harus mendemokratisasikan ke sumber pendanaan bahwa sumber daya efisien dan efektif digunakan, dengan dana yang diterima dengan demikian, perpustakaan akademis harus merencanakan, memproduksi dan memberikan produk informasi dan jasa guna memenuhi kebutuhan informasi dan keinginan pengguna yang sebenarnya sebagai sebuah potensi mereka”.

Dengan kata lain, sebuah perpustakaan haruslah berinteraksi dengan pengguna agar sebuah organisasi tersebut dapat mengidentifikasi apa saja kebutuhan yang dibutuhkan oleh pengguna perpustakaan. Sehingga sebuah organisasi perpustakaan dapat dikatakan sebagai pusat atau penyedia informasi terbaru dan kepentingan potensi yaitu perpustakaan sebuah sumber yang memiliki kemampuan dan kualitas dalam memberikan jasa berupa produk informasi dan keinginan pengguna perpustakaan.

Seperti pada tabel 3.21 (halaman III.21) mengenai informasi yang ada di akun facebook milik perpustakaan Universitas Airlangga sangat informatif dan mudah dipahami dengan hasil 40 responden dengan prosentase 40 % memilih jawaban kurang setuju dengan pernyataan yang menyatakan bahwa informasi yang ada di akun facebook perpustakaan Universitas Airlangga sangat informatif dan mudah dipahami. Pada tabel selanjutnya yaitu tabel 3.22 (halaman III.22) mengenai informasi yang ada di akun twitter milik perpustakaan Universitas Airlangga sangat informatif dan mudah dipahami sebanyak 43 responden dengan prosentase sebesar 43 % memilih pilihan kurang setuju dengan pernyataan yang mengatakan bahwa informasi yang ada di akun twitter milik perpustakaan Universitas Airlangga sangat informatif dan mudah dipahami. Sedangkan pada tabel 3.23 (halaman III.23) mengenai informasi yang ada di website milik

perpustakaan Universitas Airlangga sangat informatif dan mudah dipahami sebanyak 39 responden tidak setuju dengan pernyataan yang menyatakan bahwa informasi yang ada di website milik perpustakaan Universitas Airlangga sangat informatif dan mudah dipahami. Hal tersebut karena ketika responden membuka website milik perpustakaan Universitas Airlangga, mereka tidak menemukan informasi yang baru yang dibutuhkan oleh pengguna perpustakaan Universitas Airlangga. Pada indikator tujuan promosi ini didapatkan hasil melalui kuesioner yang telah disebar menghasilkan data sebesar 2,8 dan masuk dalam kategori sedang atau masuk dalam kategori tingkat efektivitas menengah promosi perpustakaan yang dilakukan oleh Perpustakaan Universitas Airlangga Surabaya dengan menggunakan media internet.

#### **IV.2.2 Proses Penyelenggaraan Promosi**

Proses atau penyelenggaraan promosi merupakan kegiatan yang dilakukan untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan sebelumnya. Dalam kegiatan ini sangat berpengaruh pada efektivitas promosi. Karena proses dari kegiatan promosi yang menentukan promosi tersebut efektif atau tidak. Dalam penyelenggaraan promosi ini diperlukan beberapa informasi, diantaranya mengenai ketersediaan media dan infrastruktur, kemampuan staff bagian promosi, jangkauan media, karakter khalayak sasaran promosi, pengenalan atau kebiasaan khalayak menggunakan media, dan detail pesan atau informasi yang akan digunakan dalam promosi. Dalam proses promosi ini, kegiatan yang dilakukan harus mampu menarik perhatian khalayak, meningkatkan minat dan ketertarikan pada produk atau jasa yang dipromosikan, menciptakan hasrat untuk mengikuti ajakan promosi, mendorong khalayak untuk memutuskan akan menggunakan produk atau jasa, dan akhirnya menggunakan semua produk dan layanan yang dipromosikan dan membuat perbedaan dari kondisi sebelumnya, yakni sebelumnya belum tertarik untuk datang ke perpustakaan Universitas Airlangga setelah mengetahui dan membaca informasi yang ada pada media internet yang



digunakan oleh perpustakaan Universitas Airlangga melalui akun Facebook, akun Twitter ataupun website milik perpustakaan Universitas Airlangga.

Dalam kegiatan promosi ini yang akan dibahas yaitu mengenai kejelasan informasi yang ada pada alat promosi yakni dengan menggunakan media sosial yaitu facebook dan twitter serta website perpustakaan Universitas Airlangga, petugas yang bertugas memposting informasi yang ada di akun facebook, akun twitter dan website milik perpustakaan Universitas Airlangga yang meliputi tanya jawab, kekreatifan petugas dalam memposting informasi pada alat promosi yakni dengan menggunakan media sosial yaitu facebook dan twitter serta website perpustakaan Universitas Airlangga.

Dalam penyelenggaraan kegiatan promosi yang berperan disini adalah petugas yang bertugas sebagai petugas yang melakukan atau menyebarkan informasi mengenai perpustakaan di setiap akun media sosial yaitu akun facebook dan akun twitter ataupun di website milik perpustakaan Universitas Airlangga. Menurut Zeithaml and Bitner dalam Ratih Hurriyati (2010:62):

*“people is all human actors who pay in services delivery and thus influence the buyer’s perception ; namely, the firm’s personnel, the customers and other customers in the services environment”*

“Orang (people) adalah semua pelaku yang memainkan peranan dalam penyajian jasa sehingga dapat mempengaruhi persepsi pembeli. Elemen – elemen dari ‘people’ adalah pegawai perusahaan, konsumen, dan konsumen lain dalam lingkungan jasa. Semua sikap dan tindakan karyawan, bahkan cara berpakaian karyawan dan penampilan karyawan mempunyai pengaruh terhadap persepsi konsumen atau keberhasilan penyampaian jasa atau *service encounter*”. ( Hurriyati, 2010:62).



Seperti pada tabel 3.24 (halaman III.24) mengenai tanya jawab dengan petugas pada akun facebook milik perpustakaan Universitas Airlangga bahwa sebanyak 59 % atau 59 responden kurang setuju dengan pernyataan mengenai tanya jawab pada akun facebook milik perpustakaan Universitas Airlangga. Pada tabel 3.25 (halaman III.25) bahwa sebesar 59 % atau sebanyak 59 responden memilih pilihan jawaban kurang setuju dengan pernyataan mengenai tanya jawab dengan petugas di akun twitter milik perpustakaan Universitas Airlangga. Pada tabel 3.26 (halaman III.26) bahwa sebanyak 53 responden dengan prosentase 53 % tidak setuju dengan pernyataan tentang tanya jawab di website milik perpustakaan Universitas Airlangga.

Dari data yang dihasilkan dari penyebaran kuesioner dan sudah diolah oleh peneliti pada indikator proses atau penyelenggaraan promosi didapatkan hasil yaitu sebesar 2,8 % dan masuk dalam kategori sedang atau termasuk dalam tingkat efektivitas menengah mengenai promosi perpustakaan Universitas Airlangga dengan menggunakan media internet.

#### **IV.2.3 Pasca Penyelenggaraan Promosi**

Pada indikator yang terakhir ini yaitu mengenai pasca atau dampak dari penyelenggaraan promosi. Sebelumnya peneliti akan menjelaskan mengenai definisinya. Pasca atau dampak setelah dilakukan kegiatan promosi merupakan hasil yang telah dicapai dalam suatu kegiatan, aktivitas atau program dibandingkan dengan tujuan yang telah ditentukan sebelumnya. Hasil akhir dari kegiatan ini sangat penting karena digunakan untuk menentukan keberhasilan suatu kegiatan promosi. Pada indikator ini terdapat beberapa pernyataan yang mewakili indikator ini untuk dijawab oleh pengguna perpustakaan yang dituangkan dalam kuesioner. Beberapa pernyataan tersebut meliputi tindakan pengguna setelah mengetahui informasi mengenai event yang akan diselenggarakan di perpustakaan Universitas Airlangga, bahan koleksi baru yang terdapat di perpustakaan Universitas Airlangga. Dari hasil yang telah didapat

melalui kuesioner yang disebar kepada pengguna perpustakaan Universitas Airlangga dan data yang sudah diolah oleh peneliti. Pada indikator ini yaitu pasca penyelenggaraan kegiatan promosi didapatkan hasil yaitu sebesar 2,9 dan masuk dalam kategori sedang atau termasuk dalam tingkat efektivitas promosi menengah mengenai promosi perpustakaan Universitas Airlangga dengan menggunakan media promosi.

### **IV.3 Efektivitas Promosi Perpustakaan Universitas Airlangga Surabaya Dengan Menggunakan Media Internet**

Pada sub bab ini akan dibahas mengenai efektivitas promosi perpustakaan Universitas Airlangga Surabaya menggunakan media internet. Efektivitas promosi tersebut dilihat dari 3 indikator yaitu tujuan kegiatan promosi, proses atau penyelenggaraan promosi, pasca atau dampak kegiatan promosi. Berikut tabel mengenai efektivitas promosi perpustakaan Universitas Airlangga dengan menggunakan media internet:

**Tabel IV.1 Efektivitas Promosi Perpustakaan Universitas Airlangga Menggunakan Media Internet**

No.	Keterangan	Rata-Rata Skor	Keterangan
1	Tujuan Promosi	2,9	Sedang
2	Proses Promosi	2,8	Sedang
3	Dampak Promosi	2,9	Sedang

*Sumber: Data primer diolah*

Berdasarkan hasil temuan yang telah diolah oleh peneliti diatas, maka dapat diketahui bahwa efektivitas promosi yang dilihat dari 3 indikator yaitu melalui tujuan promosi, proses atau penyelenggaraan promosi, dan dampak dari penyelenggaraan promosi. Hasilnya menunjukkan bahwa efektivitas promosi yang

dilakukan oleh perpustakaan Universitas Airlangga masuk dalam kategori sedang. Nilai paling rendah terletak pada indikator kedua yaitu mengenai proses dan penyelenggaraan promosi.



## BAB V

### PENUTUP

#### V.1 Kesimpulan

Pada bab ini akan disajikan data yang merupakan jawaban pernyataan tentang hal yang telah dirumuskan dalam penelitian ini, yaitu gambaran efektivitas promosi yang dilakukan melalui media internet di perpustakaan Universitas Airlangga Surabaya. Pernyataan yang telah dirumuskan akan disampaikan peneliti berdasarkan temuan data dan analisis data yang telah dilakukan pada bab sebelumnya. Dari keseluruhan hasil rumusan masalah yang telah dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Efektivitas dilihat dari tujuan dari kegiatan promosi yang dilakukan oleh perpustakaan Universitas Airlangga menunjukkan hasil yaitu sebesar 2,9 masuk dalam kategori tingkat efektivitas menengah. Hal tersebut disebabkan karena pengguna perpustakaan apabila mencari informasi yang diinginkan tidak langsung membuka akun sosial media milik perpustakaan, seperti akun Facebook, akun Twitter atau bahkan membuka Website perpustakaan. Pengguna langsung datang ke perpustakaan apabila ingin mencari suatu informasi yang berhubungan dengan perpustakaan Universitas Airlangga Surabaya.
2. Efektivitas dilihat dari proses penyelenggaraan kegiatan promosi yang telah dilakukan oleh perpustakaan didapatkan hasil yaitu sebesar 2,8 masuk dalam kategori efektivitas menengah. Karena pada proses atau penyelenggaraan promosi yang dilakukan oleh perpustakaan Universitas Airlangga, pengguna menyatakan bahwa petugas kurang puas terhadap proses tanya jawab yang ada di akun Facebook, akun Twitter dan Website. Hal tersebut bisa terjadi karena pengguna merasa bahwa jawaban yang diberikan petugas pada saat menjawab pertanyaan dari pengguna kurang memberikan informasi lebih kepada pengguna. Kejelasan informasi yang tersedia pada akun Facebook, akun Twitter dan Website yang digunakan

perpustakaan Universitas Airlangga kurang jelas. Hal itu membuat pengguna masih memerlukan informasi lebih tentang informasi yang diinginkan tersebut.

3. Efektivitas dilihat dari indikator pasca atau dampak setelah dilakukan kegiatan promosi oleh perpustakaan Universitas Airlangga didapatkan hasil sebesar 2,9 masuk dalam kategori efektivitas menengah. Karena pengguna tidak begitu memperhatikan informasi yang telah disebarluaskan perpustakaan mengenai informasi terbaru, event – event yang akan diselenggarakan ataupun koleksi terbaru.

Dari ketiga indikator diatas dapat diambil kesimpulan yaitu bahwa efektivitas promosi yang dilakukan oleh perpustakaan Universitas Airlangga melalui media internet masuk dalam kategori efektivitas menengah.

## V.2 Saran

Saran – saran yang diajukan berdasarkan hasil penelitian ini adalah :

1. Pengembangan perpustakaan melalui pemanfaatan media internet termasuk akun media sosial milik perpustakaan menjadi perhatian khusus tidak hanya bagi pihak yang berhubungan langsung dengan pengguna perpustakaan, namun juga petinggi perpustakaan agar dapat membentuk suatu sistem kerja dan kebijakan yang mendukung pemanfaatan media internet sebagai sarana promosi perpustakaan.
2. Perlunya perpustakaan membuat divisi khusus yang menangani tentang promosi perpustakaan yang dilakukan baik menggunakan media internet atau pun dengan cara yang lain sehingga proses promosi dapat berjalan dengan maksimal dan mampu memberikan kontribusi yang besar bagi perpustakaan itu sendiri.
3. Untuk promosi perpustakaan yang dilakukan di perpustakaan Universitas Airlangga melalui media internet masih tergolong sedang.

Oleh karena itu sebaiknya sosialisasi mengenai kegiatan promosi melalui media internet harus ditingkatkan. Seperti pada kegiatan *user education* pada mahasiswa baru, materi mengenai kegiatan promosi melalui media internet diperbanyak. Karena zaman sekarang dimana hampir semua mahasiswa sudah mengenal yang namanya internet.

4. Konten informasi yang akan dipromosikan melalui media internet dibuat semenarik mungkin agar pengguna lebih tertarik untuk membaca informasi yang ada dalam media promosi tersebut. Karena konten atau informasi merupakan hal yang penting untuk diperhatikan dalam proses penyebaran informasi perpustakaan.
5. Petugas lebih sering mengupdate informasi di setiap akun facebook, akun twitter, ataupun website milik perpustakaan. Agar pengguna lebih tertarik untuk melihat informasi tersebut pada akun media sosial atau website milik perpustakaan. Kekreatifan petugas dalam mengolah kata – kata yang akan digunakan sebagai promosi yang menarik bagi pengguna disini berperan penting. Seperti menggunakan kata – kata yang lagi “hits” saat itu tetapi tetap sopan dan tidak mengundang hal – hal yang dapat menyinggung suatu pihak tertentu.
6. Dalam media website milik perpustakaan desain dari website dibuat semenarik mungkin agar pengguna merasa nyaman ketika melihat website milik perpustakaan tersebut. Tidak hanya desain, warna dari website tersebut juga dibuat nyaman mata untuk melihat. Karena apabila website tersebut menggunakan warna yang terlalu menyala, pengguna pun “enggan” untuk melihat nya. Karena warnanya yang terlalu mencolok.
7. Mencermati kurang maksimalnya respon yang diberikan pengguna dalam media internet yaitu akun media sosial milik perpustakaan perlu adanya penelitian lebih lanjut yang bertujuan untuk mengidentifikasi

faktor – faktor yang menyebabkan respon pengguna perpustakaan tersebut.





## DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2004. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabeta.
- Ardhya, Yokkie . 2009. Efektivitas Promosi terhadap Perkembangan Usaha Kecil Menengah (UKM) di Kabupaten sidoarjo, Jawa Timur (Studi kasus Sentra Kerupuk Desa Kedungrejo Kecamatan Jabon). Skripsi. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Airlangga.
- Bungin, Burhan. 2001. Metodologi Penelitian Sosial. Surabaya: Airlangga University Press
- Damayanti, Tyas Eka. 2014. Pemanfaatan Media Twitter Sebagai Media Information Sharing Di Perpustakaan (Studi Kasus Tentang Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Information Sharing di Perpustakaan Wilayah Kota Surabaya). Skripsi. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Airlangga.
- Effendi, Onong Uchjana. 2000. Ilmu, Teori & Filsafat Komunikasi. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Faisal, Sanapiah. 2007. Format – Format Penelitian Sosial. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Gibson, L James. 1988. Organisasi dan Manajemen : Perilaku, Struktur dan Proses. Jakarta : Erlangga.
- Hurriyati, Ratih. 2010. Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen. Bandung: alfabeta.
- Khoe Yao Tung. 1996. Pemasaran dan Bisnis di Internet- Strategi Memenangkan Persaingan. Jakarta. Gramedia.
- Martani dan Lubis. 1987. Teori Organisasi. Bandung: Ghalia Indonesia.

- Mustinda, Sonia. 2010. Promosi yang Dilakukan Di Perpustakaan Kementerian Pendidikan Nasional RI. Skripsi. Jakarta: Fakultas Adab dan Humaniora Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- NS, Sutarno. 2006. Manajemen Perpustakaan-Suatu Pendekatan. Jakarta: Sagung Seto
- NS, Sutarno. 2006. Perpustakaan Dan Masyarakat. Edisi Revisi. Jakarta: Sagung Seto.
- Noviana, Brigita Ingrid. 2013. Pengaruh Service marketing Mix Terhadap Kepuasan Konsumen Hotel Amaris Surabaya. Fakultas Ekonomi. Universitas Kristen Petra. Diakses tanggal 11 Oktober 2016 yang tersedia pada <http://studentjournal.petra.ac.id/index.php/manajemen-perhotelan/article/view/1007/906>
- Nurudin. 2010. Pengantar Komunikasi Massa. Jakarta : Raja Grafindo Persada.
- Nusantari, Anita. 2012. Strategi Pengembangan Perpustakaan. Jakarta: Prestasi Pustaka.
- Pariata, Westra. 1980. Aneka Sari Ilmu Administrasi. Yogyakarta: Balai Pembinaan Administrasi.
- Prisgunanto, Ilham dan Siti Anisah [s.n].Tanggapan Pemakai Terhadap Promosi Perpustakaan Kotamadya Jakarta Selatan-PJUS.Jakarta: Peprustakaan Nasional diakses pada tanggal 1 September 2015 yang tersedia [www.perpusnas.go.id/FileDownload.aspx](http://www.perpusnas.go.id/FileDownload.aspx)
- Rahardjo, Adisasmita. 2001. Pengelolaan Pendapatan dan Anggaran Daerah. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Sinduwijaya, Raditya. 2011. Pengaruh Citra Perpustakaan Terhadap Intensi Pengguna Luar Perpustakaan Dalam Memanfaatkan Layanan Perpustakaan UK Petra. Skripsi. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Airlangga.

Sugiono. 2013. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D. Bandung: Alfabeta.

Suyanto, Bagong . Sutinah. 2005. Metode Penelitian Sosial: Berbagai Alternatif Pendekatan. Jakarta. Kencana.

[http://kominfo.go.id/index.php/content/detail/3415/Kominfo+%3A+Pengguna+Internet+d+i+Indonesia+63+Juta+Orang/0/berita\\_satker#.Ve5RklQ3Mw](http://kominfo.go.id/index.php/content/detail/3415/Kominfo+%3A+Pengguna+Internet+d+i+Indonesia+63+Juta+Orang/0/berita_satker#.Ve5RklQ3Mw) diakses tanggal 9 september 2015 pukul 10:14

<https://id.techinasia.com/laporan-pengguna-website-mobile-media-sosial-indonesia/> diakses tanggal 9 September 2015 pukul 10:11



(Di isi oleh peneliti)

**DEPARTEMEN INFORMASI DAN PERPUSTAKAAN  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS AIRLANGGA**



**KUESIONER**

Kepada responden yang terhormat,

Dalam rangka untuk mengetahui “**Media Internet Sebagai Sarana Promosi Perpustakaan (Studi Deskriptif tentang Efektivitas Promosi Perpustakaan dengan Menggunakan Sarana Media Internet di Perpustakaan Universitas Airlangga Surabaya)**” maka saya bermaksud mengajukan kuesioner untuk mendukung penelitian ini. Saya harap saudara bersedia untuk meluangkan waktu dan menjawab beberapa pernyataan dalam kuesioner ini dengan sebenar-benarnya. Atas bantuan dan partisipasi saudara saya ucapkan banyak terima kasih.

**Sarastiti Dwi Priyogo**

Mahasiswa Ilmu Informasi dan Perpustakaan  
FISIP-UNAIR

**I. IDENTITAS RESPONDEN**

Nama : .....

No. Tlp / HP : .....

Email : .....

Fakultas : .....

*Pilihlah salah satu jawaban dari pertanyaan dibawah ini dengan memberi tanda silang (X) pada pilihan jawaban atau mengisi jawaban pada ruang yang telah disediakan*

## II. KARAKTERISTIK RESPONDEN

1. Jenis Kelamin : 1) Laki-laki  
2) Perempuan
2. Usia :  
1) < 20 tahun  
2) 20-25 tahun  
3) 25-30 tahun  
4) 30-35 tahun  
5) > 35
3. Apa profesi anda :  
1) Mahasiswa  
2) Dosen  
3) Karyawan  
4) Dll...
4. Tujuan anda datang ke perpustakaan :  
1) Mencari sumber buku  
2) Mencari sumber jurnal  
3) Mencari karya ilmiah  
4) Untuk mengerjakan tugas  
5) Dll.....

*Silahkan mengisi pernyataan berikut ini dengan memberikan checklist (✓) pada kolom-kolom keterangan jawaban yang anda pilih. Berikut keterangan jawaban yang tersedia :*

- SS** : Sangat Setuju  
**S** : Setuju  
**KS** : Kurang Setuju  
**TS** : Tidak Setuju  
**STS** : Sangat Tidak Setuju

**PROMOSI PERPUSTAKAAN**

No	Pernyataan	Keterangan				
		SS	S	KS	TS	STS
<b>A. Mengetahui keberadaan perpustakaan melalui promosi</b>						
1	Menurut saya, alat yang digunakan dalam melakukan promosi dapat dijangkau oleh pengunjung perpustakaan					
2	Website yang digunakan dalam promosi perpustakaan sudah cukup menarik					
3	Warna dan desain website sudah baik karena desain nya yang simple dan mudah untuk digunakan					
4	Saya mengetahui informasi perpustakaan melalui website milik perpustakaan					
5	Saya mengetahui informasi perpustakaan melalui akun facebook milik perpustakaan					
6	Saya mengetahui informasi perpustakaan melalui akun twitter milik perpustakaan					
<b>B. Konten atau informasi dalam promosi</b>						
7	Informasi yang tersedia pada website beragam					
8	Informasi yang ada pada media sosial yaitu melalui akun facebook beragam					
9	Informasi yang ada pada media sosial yaitu melalui akun twitter beragam					
10	Ketika saya mencari informasi perpustakaan melalui website milik perpustakaan, informasi yang ada pada website tersebut sudah memenuhi kebutuhan informasi yang saya butuhkan					
11	Ketika saya mencari informasi perpustakaan melalui akun media sosial milik perpustakaan yaitu facebook, informasi yang ada pada akun media sosial facebook tersebut sudah memenuhi kebutuhan informasi yang saya butuhkan					
12	Ketika saya mencari informasi perpustakaan melalui akun media sosial yaitu twitter milik perpustakaan, informasi yang ada pada akun media sosial twitter tersebut sudah memenuhi kebutuhan informasi yang saya butuhkan					

13	Setiap hari informasi yang ada pada website selalu di perbarui atau di up date					
14	Setiap hari informasi yang ada pada media sosial yaitu facebook selalu di perbarui atau di up date					
15	Setiap hari informasi yang ada pada media sosial yaitu twitter selalu di perbarui atau di up date					

### EFEKTIVITAS PROMOSI

No	Pernyataan	Keterangan				
		SS	S	KS	TS	STS
<b>A. Tujuan dan dampak promosi</b>						
1	Menurut saya, informasi yang ada di akun facebook milik perpustakaan sangat informatif dan mudah dipahami					
2	Menurut saya, informasi yang ada di akun twitter milik perpustakaan sangat informatif dan mudah dipahami					
3	Menurut saya, informasi yang ada di website milik perpustakaan sangat informatif dan mudah dipahami					
<b>B. Penyelenggaraan / proses promosi</b>						
4	Jawaban yang diberikan petugas ketika ada pertanyaan dari pengguna pada facebook sudah baik					
5	Jawaban yang diberikan petugas ketika ada pertanyaan dari pengguna pada twitter sudah baik					
6	Jawaban yang diberikan petugas ketika ada pertanyaan yang masuk website “kontak kami” sudah baik					
7	Informasi yang tertera pada website milik perpustakaan sudah jelas					
8	Informasi yang ada pada media sosial yaitu facebook sudah jelas					
9	Informasi yang ada pada media sosial yaitu twitter sudah jelas					
10	Petugas yang bertugas memposting informasi ke akun facebook milik perpustakaan sudah cukup kreatif dalam memposting informasi					



	pada akun tersebut					
11	Petugas yang bertugas memposting informasi ke akun twitter milik perpustakaan sudah cukup kreatif dalam memposting informasi pada akun tersebut					
12	Petugas yang bertugas mengelola website perpustakaan sudah cukup kreatif dalam membuat website yang menarik bagi pengguna					
<b>C. Pasca penyelenggaraan promosi</b>						
13	Setelah saya mengetahui informasi mengenai perpustakaan melalui website mengenai even yang akan diselenggarakan di perpustakaan, saya lebih sering datang ke perpustakaan untuk mendatangi even tersebut					
14	Setelah saya mengetahui informasi mengenai perpustakaan melalui website mengenai koleksi terbaru perpustakaan, apabila koleksi tersebut menarik bagi saya, saya akan datang ke perpustakaan untuk membaca buku tersebut					
15	Setelah saya mengetahui informasi mengenai perpustakaan melalui facebook mengenai even yang akan diselenggarakan di perpustakaan, saya lebih sering datang ke perpustakaan untuk mendatangi even tersebut					
16	Setelah saya mengetahui informasi mengenai perpustakaan melalui twitter mengenai even yang akan diselenggarakan di perpustakaan, saya lebih sering datang ke perpustakaan untuk mendatangi even tersebut					
17	Setelah saya mengetahui informasi mengenai perpustakaan melalui facebook mengenai koleksi terbaru perpustakaan, apabila koleksi tersebut menarik bagi saya, saya akan datang ke perpustakaan untuk membaca buku tersebut					

18	Setelah saya mengetahui informasi mengenai perpustakaan melalui twitter mengenai koleksi terbaru perpustakaan, apabila koleksi tersebut menarik bagi saya, saya akan datang ke perpustakaan untuk membaca buku tersebut					
----	---	--	--	--	--	--

**#TERIMA KASIH#**





**UNIVERSITAS AIRLANGGA  
PERPUSTAKAAN**

Jl. Darmawangsa Dalam Surabaya 60286 Tlp.: (031) 5030826 Fax.: (031) 5020468  
Email : [library@lib.unair.ac.id](mailto:library@lib.unair.ac.id) ; Website : [www.lib.unair.ac.id](http://www.lib.unair.ac.id)

Nomor : 1135/UN3.13/LT/2016  
Hal : Ijin Penelitian

23 Juni 2016

Yth. Wakil Dekan I  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Airlangga  
Jalan Dharmawangsa Dalam  
Surabaya

Menindaklanjuti surat Saudara nomor : 2238/UN3.1.7/PPd/2016 tanggal 17 Juni 2016 perihal pada pokok surat, bersama ini kami mengijinkan mahasiswa,

Nama : Sarastiti Dwi Priyogo  
NIM : 071211633019  
Program Studi : Ilmu Informasi dan Perpustakaan

Untuk melakukan penelitian di Perpustakaan Universitas Airlangga. Sebagai nara hubung dalam pelaksanaan penelitian tersebut adalah Sekretaris Perpustakaan : Suhernik, S.Sos., M.Si (081703800071).

Atas perhatian dan kerjasamanya, kami sampaikan terima kasih.



Dr. I Made Narsa, SE., M.Si., Ak.,CA f  
NIP. 196506271991031003



UNIVERSITAS AIRLANGGA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

K-08

**KARTU PEMILIHAN DOSEN PEMBIMBING PENULISAN SKRIPSI**

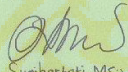
NIM : 071211633019  
 NAMA : SARASTITI DWI PRIYOGO  
 PROGRAM STUDI : Ilmu Informasi dan Perpustakaan  
 SEMESTER : IX ~~BARI~~ / ULANG KE : 1 ..... ← Harus Ditulis  
 NAMA DOSEN PEMBIMBING : Drs. Koko Srimulyo, M. Si  
 PENULISAN SKRIPSI  
 TOPIK / JUDUL : Media Internet Sebagai Sarana Promosi Perpustakaan  
 ( Studi Deskriptif tentang Efektivitas Promosi Perpustakaan  
 dengan Menggunakan Sarana Media Internet di Perpustakaan Universitas  
 Airlangga Surabaya )


Surabaya, 1 September 2016.


Ketua Program Studi,

Menyetujui,  
Pembimbing Skripsi,

Mahasiswa,

  
(Dra. Retna Sugihartati, M.Si)

  
(Drs. Koko Srimulyo, M.Si)

  
(SARASTITI DWI P. ....)

Dibuat rangkap 4 (empat) untuk :  
 1. Ketua Program Studi (biru)  
 2. Pembimbing Penulisan Skripsi (merah)  
 3. Mahasiswa yang bersangkutan (hijau)  
 4. Arsip Departemen (kuning)

30 AUG 2016

UNIVERSITAS AIRLANGGA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

K-07

**KARTU BIMBINGAN PENULISAN SKRIPSI**

Semester Gasal / Genap \_\_\_\_\_

NAMA MHS. : SARASTITI DWI PRIYOGO  
 NIM : 071211633019  
 PEMBIMBING : Drs. Koko Simulyo, M.Si  
 PEMBIMBING 1 :  
 PEMBIMBING 2 :

**TOPIK / JUDUL**

Media Internet Sebagai Sarana Promosi Perpustakaan  
 (Studi Deskriptif tentang Efektivitas Promosi Perpustakaan dengan Menggunakan  
 Sarana Media Internet di Perpustakaan Universitas Airlangga Surabaya)

NO.	TANGGAL	MATERI YANG DIBAHAS	KRITIK/SARAN DOSEN PEMBIMBING	PARAF	
				MHS.	DOSEN
1.	16/03/16	LBM	Nasih klise, antar paragraf diperbaiki	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
2.	8/04/16	LBM (Latar belakang masalah)	Fenomena kurang, <del>kurang</del>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
3.	20/04/16	Tinjauan Pustaka	Teori diganti	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
4.	25/04/16	Tinjauan Pustaka	Teori diperdalam lagi	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
5.	10/05/16	Tinjauan Pustaka	Teori di perjelas pada poin-poin	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
6.	16/05/16	Definisi Konseptual	Konsep lebih diperjelas	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
7.	25/05/16	Definisi Operasional	Di perbaiki tiap indikator	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
8.	15/06/16	DK + DO	Di mantapkan antara DK dan DO	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
9.	24/06/16	Kuesioner	Pada Efektivitas diperdalam	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
10.	12/10/16	Bab II dan Bab III	Bab II → ditambah data / contoh Bab III → ditambah hasil wawancara	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
11.	11/11/16	Bab III dan Bab IV	Bab III → sudah baik Bab IV → Data berupa presentasi	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
12.	30/11/16	Bab III dan Bab IV	Bab IV → diperdalam	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
13.	20/12/16	Bab IV dan Bab V	Saran ditambah, kesimpulan juga	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
14.	21/12/16	Bab V	Kesimpulan diperjelas	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

## Frequency Table

P1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Laki - laki	15	15,0	15,0	15,0
Perempuan	85	85,0	85,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

P2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid <20 tahun	25	25,0	25,0	25,0
20 - 25 tahun	75	75,0	75,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

P3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Mahasiswa	99	99,0	99,0	99,0
DII	1	1,0	1,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

P4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Mencari sumber buku	40	40,0	40,0	40,0
Mencari sumber jurnal	17	17,0	17,0	57,0
Mencari karya ilmiah	3	3,0	3,0	60,0
Untuk mengerjakan tugas	25	25,0	25,0	85,0
DII	15	15,0	15,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	



P5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak setuju	78	78,0	78,0	78,0
	kurang setuju	13	13,0	13,0	91,0
	setuju	6	6,0	6,0	97,0
	sangat setuju	3	3,0	3,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

P6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak setuju	1	1,0	1,0	1,0
	tidak setuju	66	66,0	66,0	67,0
	kurang setuju	22	22,0	22,0	89,0
	setuju	9	9,0	9,0	98,0
	sangat setuju	2	2,0	2,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

P7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak setuju	1	1,0	1,0	1,0
	tidak setuju	44	44,0	44,0	45,0
	kurang setuju	40	40,0	40,0	85,0
	setuju	11	11,0	11,0	96,0
	sangat setuju	4	4,0	4,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	



**P8**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak setuju	2	2,0	2,0	2,0
	tidak setuju	41	41,0	41,0	43,0
	kurang setuju	37	37,0	37,0	80,0
	setuju	15	15,0	15,0	95,0
	sangat setuju	5	5,0	5,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

**P9**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak setuju	1	1,0	1,0	1,0
	tidak setuju	27	27,0	27,0	28,0
	kurang setuju	49	49,0	49,0	77,0
	setuju	19	19,0	19,0	96,0
	sangat setuju	4	4,0	4,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

**P10**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak setuju	2	2,0	2,0	2,0
	tidak setuju	26	26,0	26,0	28,0
	kurang setuju	46	46,0	46,0	74,0
	setuju	23	23,0	23,0	97,0
	sangat setuju	3	3,0	3,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

**P11**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak setuju	3	3,0	3,0	3,0
	tidak setuju	38	38,0	38,0	41,0
	kurang setuju	43	43,0	43,0	84,0
	setuju	13	13,0	13,0	97,0
	sangat setuju	3	3,0	3,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

**P12**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak setuju	27	27,0	27,0	27,0
	kurang setuju	53	53,0	53,0	80,0
	setuju	17	17,0	17,0	97,0
	sangat setuju	3	3,0	3,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

**P13**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak setuju	1	1,0	1,0	1,0
	tidak setuju	34	34,0	34,0	35,0
	kurang setuju	48	48,0	48,0	83,0
	setuju	15	15,0	15,0	98,0
	sangat setuju	2	2,0	2,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

**P14**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak setuju	33	33,0	33,0	33,0
	kurang setuju	47	47,0	47,0	80,0
	setuju	18	18,0	18,0	98,0
	sangat setuju	2	2,0	2,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

P15

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak setuju	1	1,0	1,0	1,0
	tidak setuju	35	35,0	35,0	36,0
	kurang setuju	19	19,0	19,0	55,0
	setuju	44	44,0	44,0	99,0
	sangat setuju	1	1,0	1,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

P16

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak setuju	31	31,0	31,0	31,0
	kurang setuju	51	51,0	51,0	82,0
	setuju	16	16,0	16,0	98,0
	sangat setuju	2	2,0	2,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

P17

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak setuju	2	2,0	2,0	2,0
	tidak setuju	34	34,0	34,0	36,0
	kurang setuju	41	41,0	41,0	77,0
	setuju	21	21,0	21,0	98,0
	sangat setuju	2	2,0	2,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

**P18**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak setuju	1	1,0	1,0	1,0
	tidak setuju	40	40,0	40,0	41,0
	kurang setuju	46	46,0	46,0	87,0
	setuju	11	11,0	11,0	98,0
	sangat setuju	2	2,0	2,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

**P19**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak setuju	1	1,0	1,0	1,0
	tidak setuju	35	35,0	35,0	36,0
	kurang setuju	19	19,0	19,0	55,0
	setuju	44	44,0	44,0	99,0
	sangat setuju	1	1,0	1,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

**E1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak setuju	2	2,0	2,0	2,0
	tidak setuju	34	34,0	34,0	36,0
	kurang setuju	40	40,0	40,0	76,0
	setuju	20	20,0	20,0	96,0
	sangat setuju	4	4,0	4,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

**E2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak setuju	33	33,0	33,0	33,0
	kurang setuju	43	43,0	43,0	76,0
	setuju	19	19,0	19,0	95,0
	sangat setuju	5	5,0	5,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

**E3**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak setuju	5	5,0	5,0	5,0
	tidak setuju	39	39,0	39,0	44,0
	kurang setuju	36	36,0	36,0	80,0
	setuju	16	16,0	16,0	96,0
	sangat setuju	4	4,0	4,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

**E4**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak setuju	2	2,0	2,0	2,0
	tidak setuju	24	24,0	24,0	26,0
	kurang setuju	59	59,0	59,0	85,0
	setuju	12	12,0	12,0	97,0
	sangat setuju	3	3,0	3,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

E5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak setuju	1	1,0	1,0	1,0
	tidak setuju	29	29,0	29,0	30,0
	kurang setuju	59	59,0	59,0	89,0
	setuju	9	9,0	9,0	98,0
	sangat setuju	2	2,0	2,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

E6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak setuju	30	30,0	30,0	30,0
	kurang setuju	53	53,0	53,0	83,0
	setuju	15	15,0	15,0	98,0
	sangat setuju	2	2,0	2,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

E7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak setuju	4	4,0	4,0	4,0
	tidak setuju	38	38,0	38,0	42,0
	kurang setuju	43	43,0	43,0	85,0
	setuju	12	12,0	12,0	97,0
	sangat setuju	3	3,0	3,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	



## E8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak setuju	3	3,0	3,0	3,0
	tidak setuju	34	34,0	34,0	37,0
	kurang setuju	47	47,0	47,0	84,0
	setuju	13	13,0	13,0	97,0
	sangat setuju	3	3,0	3,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

## E9

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak setuju	3	3,0	3,0	3,0
	tidak setuju	26	26,0	26,0	29,0
	kurang setuju	52	52,0	52,0	81,0
	setuju	16	16,0	16,0	97,0
	sangat setuju	3	3,0	3,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

## E10

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak setuju	3	3,0	3,0	3,0
	tidak setuju	26	26,0	26,0	29,0
	kurang setuju	53	53,0	53,0	82,0
	setuju	14	14,0	14,0	96,0
	sangat setuju	4	4,0	4,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

E11

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak setuju	5	5,0	5,0	5,0
	tidak setuju	31	31,0	31,0	36,0
	kurang setuju	47	47,0	47,0	83,0
	setuju	16	16,0	16,0	99,0
	sangat setuju	1	1,0	1,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

E12

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak setuju	1	1,0	1,0	1,0
	tidak setuju	36	36,0	36,0	37,0
	kurang setuju	45	45,0	45,0	82,0
	setuju	15	15,0	15,0	97,0
	sangat setuju	3	3,0	3,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

E13

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak setuju	3	3,0	3,0	3,0
	tidak setuju	28	28,0	28,0	31,0
	kurang setuju	49	49,0	49,0	80,0
	setuju	14	14,0	14,0	94,0
	sangat setuju	6	6,0	6,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

**E14**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak setuju	2	2,0	2,0	2,0
	tidak setuju	41	41,0	41,0	43,0
	kurang setuju	43	43,0	43,0	86,0
	setuju	9	9,0	9,0	95,0
	sangat setuju	5	5,0	5,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

**E15**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak setuju	3	3,0	3,0	3,0
	tidak setuju	27	27,0	27,0	30,0
	kurang setuju	47	47,0	47,0	77,0
	setuju	20	20,0	20,0	97,0
	sangat setuju	3	3,0	3,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

**E16**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak setuju	2	2,0	2,0	2,0
	tidak setuju	33	33,0	33,0	35,0
	kurang setuju	45	45,0	45,0	80,0
	setuju	17	17,0	17,0	97,0
	sangat setuju	3	3,0	3,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

E17

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak setuju	1	1,0	1,0	1,0
	tidak setuju	29	29,0	29,0	30,0
	kurang setuju	51	51,0	51,0	81,0
	setuju	17	17,0	17,0	98,0
	sangat setuju	2	2,0	2,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

E18

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak setuju	2	2,0	2,0	2,0
	tidak setuju	20	20,0	20,0	22,0
	kurang setuju	57	57,0	57,0	79,0
	setuju	19	19,0	19,0	98,0
	sangat setuju	2	2,0	2,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	