

**STRATEGI PROMOSI PERPUSTAKAAN DALAM
MENINGKATKAN MINAT KUNJUNG DI DINAS
PERPUSTAKAAN DAN KEARSIPAN ACEH**

SKRIPSI

Diajukan oleh:

DEA RISMAYA

Mahasiswa Fakultas Adab Dan Humaniora

Prodi Ilmu Perpustakaan

Nim: 200503087



**FAKULTAS ADAB DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS ISLAM NEGRI AR-RANIRY
BANDA ACEH - DARUSSALAM
TAHUN 2025**

**STRATEGI PROMOSI PERPUSTAKAAN DALAM MENINGKATKAN MINAT
KUNJUNG DI DINAS PERPUSTAKAAN DAN KEARSIPAN ACEH**

SKRIPSI

**Diajukan Kepada Fakultas Adab dan Humaniora Universitas Islam Negeri Ar-raniry
Darussalam Banda Aceh Sebagai Salah Satu Beban Studi Program Studi Ilmu
Perpustakaan**

Diajukan Oleh:

DEA RISMAYA

NIM 200503087

**Mahasiswa Fakultas Adab dan Humaniora
Program Strata Satu (S1) di Ilmu Perpustakaan**

Disetujui Untuk Sidang Munaqasyah Oleh:

Pembimbing

Drs. Saifuddin A. Rasvid, M.L.I.S

NIP. 19600205200031001

Disetujui Oleh Ketua Prodi Ilmu Perpustakaan:

Mukhtaruddin, M.LIS.

NIP. 197711152009121001

LEMBAR PERSETUJUAN

**STRATEGI PROMOSI PERPUSTAKAAN DALAM MENINGKATKAN MINAT
KUNJUNG DI DINAS PERPUSTAKAAN DAN KEARSIPAN ACEH**

SKRIPSI

**Telah Diuji Oleh Panitia UIN Ar-Raniry Banda Aceh Dan Dinyatakan Lulus Serta
Diterima Sebagai Tugas Akhir Penyelesaian Studi Program Stratas satu (S-1) Prodi Ilmu
Perpustakaan**

**Pada Hari/Tanggal: Selasa/19 Agustus 2025
25 Safar 1447 H
Darussalam, Banda Aceh**

PANITIA UJIAN MUNAQASYAH SKRIPSI:

Ketua

**Drs. Saifuddin A. Rasvid, M.L.I.S
NIP. 196002052000031001**

Sekretaris

**Ade Nufus, S.IP., M.A.
NIP. 19930404202502052003**

Penguji I

**Dr. Suraiva, M.pd
NIP. 197511022003122002**

Penguji II

**Siti Aminah, S.IP., M.MLS.
NIP. 198901022025212012**

**Mengetahui,
Dekan Fakultas Adab dan Humaniora
UIN Ar-Raniry Banda Aceh**



**Syarifuddin, M.Ag., Ph.D.
NIP. 197001011997031005**

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Dea Rismaya

Nim : 200503087

Prodi : S1 Ilmu Perpustakaan

Judul Skripsi : **“Strategi Promosi Perpustakaan Dalam Meningkatkan Minat Kunjung Di Dinas Perpustakaan Dan Kearsipan Aceh”**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah ini adalah hasil karya saya sendiri, dan jika kemudian hari ditemukan pelanggaran-pelanggaran akademik dalam penulisan ini, saya bersedia diberikan sanksi akademik sesuai dengan peraturan dan undang-undang yang berlaku. Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Banda Aceh, 26 Agustus 2025

Peneliti


Dea Rismaya

200503087

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul –Strategi Promosi Perpustakaan Dalam Meningkatkan Minat Kunjung Di Dinas Perpustakaan Dan Kearsipan Aceh. Rumusan masalah dari penelitian ini adalah Apa saja strategi promosi yang dilakukan oleh Dinas Perpustakaan Dan Kearsipan Aceh dan Bagaimana efektifitas strategi promosi dalam meningkatkan minat kunjung masyarakat. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi promosi yang dilakukan oleh Dinas Perpustakaan Dan Kearsipan Aceh dan untuk mengetahui efektifitas strategi promosi dalam meningkatkan minat kunjung masyarakat. Teknik pengumpulan data yang digunakan berupa observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian Strategi promosi perpustakaan di Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Aceh dilakukan melalui media iklan seperti penggunaan facebook dan instagram, selain itu juga melalui tatap muka dan publisitas dengan cara pustakawan melakukan penyebaran dengan menginformasikan kepada pengunjung dan masyarakat bahwa Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Aceh telah memiliki promosi sebagai alat untuk mencari kenyamanan bagi para pemustaka yang dapat diakses oleh seluruh masyarakat. Meskipun berbagai media promosi telah digunakan baik melalui media sosial, brosur, spanduk, atau kegiatan langsung namun jika tidak disertai dengan strategi yang tepat sasaran dan sesuai dengan karakteristik pengguna, maka pesan yang disampaikan tidak akan menjangkau atau menarik perhatian khalayak. Dalam kurun waktu 2023-2024 pengunjung di Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Aceh mengalami persentase naik turun setiap bulannya sedangkan pertahunnya mengalami peningkatan dengan jumlah pengunjung 136.704 di tahun 2023 dan 236.171 pada tahun 2024. Hal ini menjadi catatan untuk meningkatkan promosi perpustakaan.

Kata Kunci : promosi perpustakaan, minat kunjung

KATA PENGANTAR



Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT yang telah memberikan kekuatan dan petunjuk dalam menyelesaikan skripsi ini dengan judul :- **Strategi Promosi Perpustakaan Dalam Meningkatkan Minat Kunjung Di Dinas Perpustakaan Dan Kearsipan Aceh**. Shalawat dan salam keharibaan baginda Rasulullah SAW, yang telah memberikan pencerahan bagi kita umatnya, sehingga dapat merasakan nikmatnya iman dan Islam, serta nikmat kemuliaan dalam ilmu pengetahuan. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat mencapai gelar Strata Satu (SI) pada program studi Ilmu Perpustakaan Fakultas Adab dan Humaniora, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.

Pada Kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa hormat dan ucapan terimakasih yang sedalam-dalamnya kepada semua pihak yang telah membantu penulisan skripsi ini. Oleh sebab itu, penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Orang tua tercinta yaitu ayahanda Rismaydi dan pintu surgaku Ibunda Nurbaya terimakasih atas segala pengorbanan dan tulus kasih, yang tak pernah lelah mendoakan, memberikan motivasi, pengorbanan dan kasih sayang sehingga penulis mampu menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
2. Syarifuddin, M.Ag., Ph.D, selaku Dekan Fakultas Adab dan Humaniora Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, para Wakil Dekan beserta stafnya yang telah banyak membantu kelancaran skripsi; Mukhtaruddin, M.LIS, selaku Ketua Program Studi Ilmu Perpustakaan

Fakultas Adab dan Humaniora Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh; Drs. Saifuddin A. Rasyid, M.L.I.S, selaku pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu, tenaga, pikirannya dalam mengarahkan dan membimbing serta memotivasi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini;

3. Kepala perpustakaan beserta staf perpustakaan di Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Aceh yang telah memberikan waktu serta memberikan tempat dan juga informasi untuk penulis melakukan penelitian;
4. Rekan-rekan mahasiswa/I Program Studi Ilmu Perpustakaan Fakultas Adab dan Humaniora Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh dan masih banyak lagi yang tidak sempat penulis sebutkan semuanya, telah membantu dan memberi semangat kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini

Segenap kerendahan hati penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak bila terdapat kekurangan dan kekhilafan dalam segi isi dan aspek penyajian skripsi ini, demi kesempurnaan karya tulis ini di masa yang akan datang. Segala usaha telah penulis lakukan untuk menyempurnakan skripsi ini. Akhir kata, semoga segala bantuan dan jasa yang telah diberikan mendapat balasan yang setimpal dari Allah swt dan semoga tulisan ini bisa bermanfaat bagi semua pihak.

Banda Aceh, Juli 2025.
Penulis,

Dea Rismaya
NIM 200503087

DAFTAR ISI

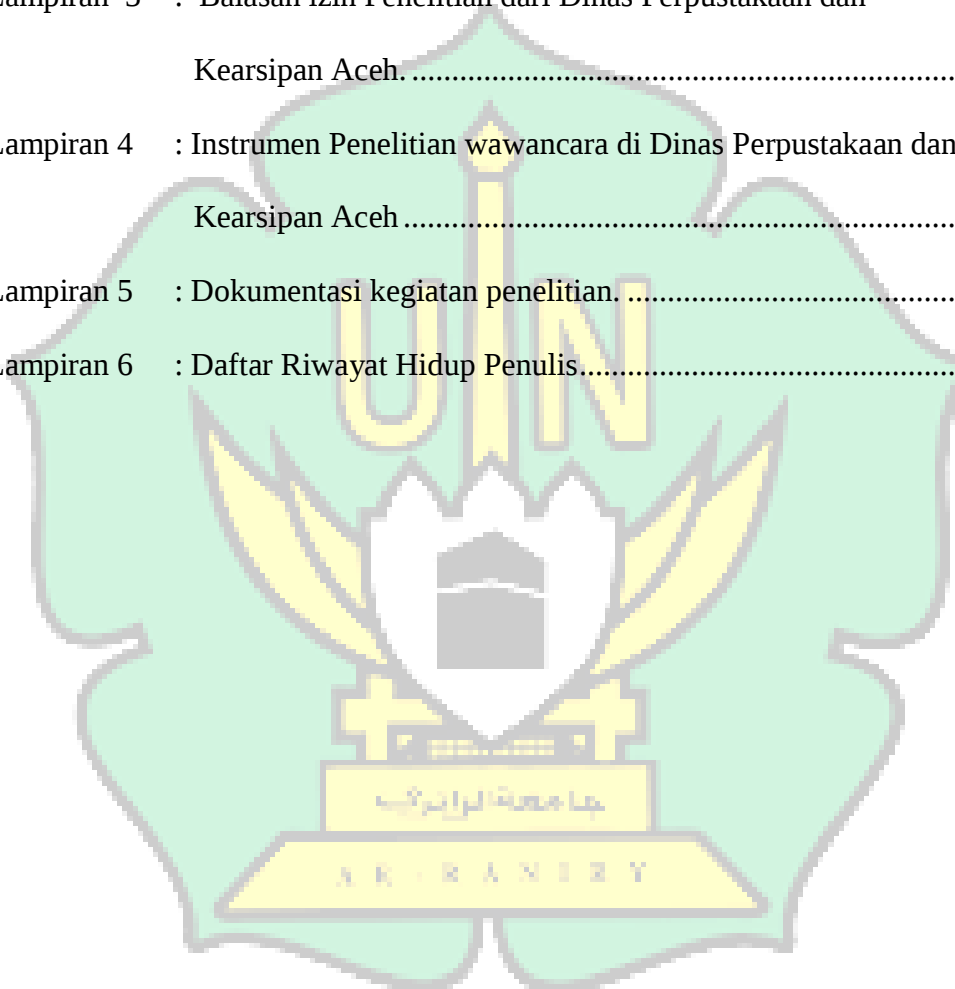
LEMBARAN JUDUL	
PENGESAHAN PEMBIMBING	i
ABSTRAK	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR LAMPIRAN	vii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	6
E. Penjelasan Istilah.....	6
BAB II LANDASAN TEORI	10
A. Kajian Pustaka	10
B. Strategi Promosi.....	13
1. Pengertian Strategi promosi	13
2. Ruang lingkup Strategi promosi	15
3. Strategi Promosi Perpustakaan.....	18
4. Relevansi Strategi Promosi Perpustakaan	22
5. Sarana Promosi.....	24
C. Minat Kunjung.....	25
1. Pengertian Minat Kunjung	25
2. Tujuan Minat Kunjung.....	27
3. Indikator Minat Kunjung	28
4. Faktor yang mempengaruhi minat kunjung	29
BAB III METODE PENELITIAN	32
A. Rancangan Penelitian	32
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	33
C. Subjek dan Objek Penelitian	33
D. Teknik pengumpulan data	34
E. Kredibilitas Data	36
F. Teknik Analisis Data.....	37
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	39
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	39
B. Hasil Penelitian	42
C. Pembahasan.....	54

BAB V PENUTUP	61
A. Kesimpulan	61
B. Saran.....	62
DAFTAR PUSTAKA	64
LAMPIRAN.....	68
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	74



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	: SK Pembimbing Skripsi dari Dekan Fakultas Adab dan Humaniora	68
Lampiran 2	: Surat izin penelitian dari Fakultas Adab dan Humaniora.....	69
Lampiran 3	: Balasan izin Penelitian dari Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Aceh.....	70
Lampiran 4	: Instrumen Penelitian wawancara di Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Aceh	71
Lampiran 5	: Dokumentasi kegiatan penelitian.	72
Lampiran 6	: Daftar Riwayat Hidup Penulis.....	74



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi yang begitu pesat, lembaga perpustakaan perguruan tinggi memiliki peran penting sebagai pusat pengetahuan dalam mendukung pendidikan dan penelitian. Perpustakaan kini bukan saja menyimpan koleksi-koleksi dalam bentuk tercetak tetapi sudah beradaptasi di era digital dimana data dan pengetahuan diunggah ke penyimpanan dalam bentuk digital. Hal ini dikarenakan banyaknya koleksi buku yang sudah rusak dan karya ilmiah tercetak yang sudah menumpuk di ruang perpustakaan yang bahkan sampai dibuang, sehingga perpustakaan perguruan tinggi perlu menyiapkan tempat dalam bentuk digital untuk menyimpan, mengatur dan menyajikan informasi tersebut secara baik dan efisien agar memudahkannya temu kembali informasi.

Perpustakaan merupakan suatu lembaga yang menyediakan informasi berupa bahan pustaka baik dalam bentuk buku, jurnal, video, maupun dalam bentuk lainya, dengan tujuan agar bisa di temukan kembali untuk kepentingan pembelajaran, penelitian dan pengembangan masyarakat. Perpustakaan tidak hanya terdapat di sekolah atau perguruan tinggi saja sekarang, ada banyak jenis perpustakaan diantaranya, perpustakaan nasional, perpustakaan umum, perpustakaan khusus, perpustakaan sekolah, perpustakaan perguruan tinggi, perpustakaan pribadi, dan perpustakaan internasional.¹

¹ Abdul Rahman Saleh and Rita Komalasari, —Pengertian Perpustakaan Dan Dasar-Dasar Manajemen PerpustakaanI (n.d.): 1–45.

Namun, perkembangan teknologi informasi yang pesat, khususnya internet dan perangkat digital, telah mengubah pola perilaku masyarakat dalam mencari dan mengakses informasi. Banyak orang yang lebih memilih menggunakan internet daripada datang langsung ke perpustakaan untuk mencari informasi. Sehingga menurunkan minat untuk berkunjung secara fisik ke perpustakaan. Akibatnya, terjadi penurunan kunjungan ke perpustakaan, termasuk di Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Aceh, yang seharusnya menjadi pusat literasi dan edukasi masyarakat di wilayah tersebut.

Promosi suatu produk dalam industri sangat penting untuk meningkatkan penjualan yang bertujuan untuk mendapatkan keuntungan, namun dalam lingkungan akademik seperti universitas dan perguruan tinggi, promosi dan pemasaran perpustakaan sektor informasi diperlukan untuk mengetahui mutu layanan perpustakaan. Perpustakaan perguruan tinggi memiliki semua jenis koleksi, baik dalam bentuk cetak maupun non cetak perlu melakukan promosi koleksi perpustakaan dalam rangka untuk menawarkan berbagai produk perpustakaan. Kemudian memberikan solusi praktis, cara dan sarana promosi layanan perpustakaan. Promosi yang dapat dilakukan perpustakaan antara lain dengan memanfaatkan media: brosur/leaflet, daftar penambahan koleksi baru, daftar/ buku bibliografi, unggah sampul koleksi baru pada laman perpustakaan, dan promosi seluruh aktivitas perpustakaan melalui website perpustakaan.²

² Seetharama, S: *-Guidelines for Marketing for Information Services And Products “ In Marketing of library and information services in India. Calcutta : IASLIC. 2019, hlm.1-16.*

Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Aceh sebagai lembaga yang bertanggung jawab dalam pengelolaan perpustakaan di wilayah Aceh, menghadapi tantangan yang sama. Berdasarkan data pengunjung perpustakaan selama beberapa tahun terakhir, terlihat adanya penurunan jumlah pengunjung. Hal ini menjadi permasalahan yang perlu diatasi agar perpustakaan tetap relevan dan mampu berperan dalam meningkatkan literasi dan pengetahuan masyarakat Aceh.

Berdasarkan survei awal terhadap laporan tahunan dari Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Aceh, data jumlah pengunjung pertahun 2017 s/d 2023 mengalami peningkatan. Pada tahun 2017 jumlah kunjungan 70.574 orang, pada 2018 jumlah kunjungan turun menjadi 45.332 orang, tahun 2019 jumlah kunjungan 36.559 orang, pada tahun 2020 jumlah kunjungan 19.159 orang, kemudian pada tahun 2021 jumlah kunjungan naik menjadi 28.941 orang, tahun 2022 jumlah kunjungan 79.264 orang, hingga pada tahun 2023 jumlah kunjungan ke Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Aceh mencapai 186.704 kunjungan.³

Penurunan dan peningkatan jumlah kunjungan di suatu perpustakaan tentunya tidak lepas dari kegiatan promosi yang dilakukan oleh perpustakaan tersebut. Promosi sendiri berarti menginformasikan, mengarahkan, dan mempengaruhi pengguna, sehingga pengguna tertarik untuk mencoba sesuatu yang kita tawarkan. Promosi perpustakaan adalah suatu kegiatan dimana kita memperkenalkan koleksi, layanan, dan kegiatan-kegiatan yang ada di perpustakaan

³ Pemerintah Aceh, -Pemerintah Aceh,|| *Pemerintah Aceh Seuramoe Informasi Pemerintah Aceh* (2018): 1–43, <http://www.mirror.acehprov.go.id/directory/read/565/hoaks-dan-konsekuensinya.html>.

kepada pengguna atau masyarakat.⁴ sehingga pemustaka tertarik untuk berkunjung ke perpustakaan.

Untuk menghadapi tantangan ini, diperlukan strategi promosi yang efektif dan inovatif guna meningkatkan kesadaran serta minat masyarakat untuk berkunjung ke perpustakaan. Promosi perpustakaan tidak hanya sebatas penyampaian informasi mengenai koleksi buku, tetapi juga bagaimana perpustakaan dapat diposisikan sebagai tempat yang menarik, relevan, dan mudah diakses bagi semua kalangan masyarakat. Penggunaan media sosial, kerjasama dengan komunitas, serta penyelenggaraan kegiatan yang melibatkan masyarakat luas, menjadi beberapa langkah yang potensial untuk menarik pengunjung kembali ke perpustakaan.

Dari survei awal yang peneliti lakukan diketahui bahwa strategi promosi yang dilakukan saat ini adalah melalui penyelenggaraan acara dan kegiatan yang menarik, seperti diskusi buku, lokakarya, serta seminar yang dirancang untuk menarik perhatian masyarakat dan mengundang partisipasi aktif. Kegiatan-kegiatan ini tidak hanya berfungsi sebagai sarana edukasi, tetapi juga sebagai upaya untuk menciptakan komunitas pembaca yang solid dan berkelanjutan. Selain itu, pemanfaatan media sosial sebagai alat promosi memainkan peran krusial dalam menjangkau audiens yang lebih luas. Dengan mengoptimalkan platform-platform media sosial, perpustakaan dapat mempublikasikan informasi

⁴ Serly Maretno and Marlina Marlina, —Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi Perpustakaan, || *Baitul 'Ulum: Jurnal Ilmu Perpustakaan dan Informasi* (2021).

mengenai kegiatan, koleksi buku terbaru, dan layanan yang disediakan, sehingga dapat menarik minat dari berbagai kalangan.

Berdasarkan kegiatan promosi yang dilakukan oleh Dinas Perpustakaan Dan Kearsipan Aceh , serta pengaruhnya terhadap kunjungan ke dinas perpustakaan dan kearsipan Aceh. karenanya peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian tentang **-Strategi Promosi Perpustakaan Dalam Meningkatkan Minat Kunjung Di Dinas Perpustakaan Dan Kearsipan Aceh**||

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan Latar Belakang Masalah di atas maka yang menjadi Rumusan Masalah dalam Penelitian ini adalah :

1. Apa saja strategi promosi yang dilakukan oleh Dinas Perpustakaan Dan Kearsipan Aceh?
2. Bagaimana efektifitas strategi promosi dalam meningkatkan minat kunjung masyarakat?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan Rumusan Masalah di atas, maka yang menjadi Tujuan dalam Penelitian ini adalah :

1. Untuk mendeskripsikan strategi promosi yang dilakukan oleh Dinas Perpustakaan Dan Kearsipan Aceh.
2. Untuk Mengetahui efektifitas strategi promosi dalam meningkatkan minat kunjung masyarakat.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari hasil penelitian ini sebagai berikut :

1. Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan lebih tentang strategi promosi perpustakaan dalam Meningkatkan Minat Kunjung Di Dinas Perpustakaan Dan Kearsipan Aceh. bagi penulis dan pedoman bagi pustakawan dan pembaca.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sumbangan ide pikiran dalam meningkatkan strategi promosi perpustakaan dalam Meningkatkan Minat Kunjung Di Dinas Perpustakaan Dan Kearsipan Aceh

- a. Bagi penulis, semoga penelitian ini dapat memberikan pengembangan pemikiran mengenai promosi perpustakaan dalam Meningkatkan Minat Kunjung Di Dinas Perpustakaan Dan Kearsipan Aceh
- b. Bagi pembaca, hasil penelitian ini dapat menambah wawasan tentang promosi perpustakaan dalam Meningkatkan Minat Kunjung Di Dinas Perpustakaan Dan Kearsipan Aceh..

E. Penjelasan Istilah

Upaya untuk memudahkan penulis dalam menyusun dan menganalisis pembahasan yang terkandung dalam judul penelitian ini, penulis menganggap perlu mengemukakan definisi dari beberapa kata yang terkandung dalam judul penelitian ini, yaitu.

1. Strategi Promosi

Strategi promosi merupakan rangkaian upaya memasarkan suatu produk, baik itu barang atau jasa dengan menggunakan pola terencana dan taktik tertentu sehingga jumlah penjualan menjadi lebih tinggi.⁵ Menurut Hartono di kutip dari Vivi Iswanti Nursyirwan, menjelaskan bahwa strategi promosi adalah serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan serta aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran dari waktu ke waktu dari masing-masing tingkatan dan lokasinya.⁶ Menurut Philip Kotler bahwa strategi promosi adalah sebuah pola pikir yang akan digunakan untuk sebuah strategi yang dilakukan untuk mencapai pemasaran yang menguntungkan bagi sasaran segmen pasar, penetapan posisi, juga pemasaran serta bebrapa besar untuk pengeluaran pemasaran.⁷

Strategi promosi merupakan alat untuk mencapai tujuan suatu perusahaan. Promosi bagian dari bauran pemasaran yang penting dilakukan oleh suatu perusahaan karena berhubungan dengan keuntungan-keuntungan yang akan didapatkan oleh suatu perusahaan. Strategi promosi akan dapat berjalan optimal apabila didukung dengan perencanaan yang terstruktur dengan baik.⁸ Pada penelitian ini strategi yang dimaksud adalah strategi promosi yang dilakukan oleh

⁵ Rizki Syahputra, -Strategi Pemasaran Dalam Alqur'an Tentang Promosi Penjualan, Jurnal Ekonomi dan Pemasaran, Vol 6 (2) (2019): hal 83

⁶ Vivi Iswanti Nursyirwan, dkk, -Implementasi Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan, Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, Vol 3 (2) (2020): hal 238-244

⁷ Sumadi, dkk, -Pengaruh Strategi Pemasaran Syariah, Kepuasan Konsumen dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen, Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, Vol 7 (2) (2021): hal 11-18

⁸ H Ahmad, N Komariah, and K Anwar, R, -Strategi Promosi Perpustakaan Pustakalana Dalam Menarik Minat Kunjung Pemustaka, *EduLib* (2020).

Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Aceh agae bisa menarik minat kunjung ke dinas perpustakaan dan kearsipan aceh.

Berdasarkan pemaparan di atas dapat disebutkan bahwa strategi promosi merupakan suatu taktik atau cara-cara yang digunakan sebelum mengenalkan produk/jasa yang dimiliki untuk mencapai tujuan yang diinginkan dengan bersifat mengajak. Dalam konteks ini strategi promosi yang dimaksud ialah langkah langkah yang digunakan untuk Meningkatkan Minat Kunjung Di Dinas Perpustakaan Dan Kearsipan Aceh.

2. Minat Kunjung

Minat adalah kecenderungan seseorang terhadap sesuatu atau bisa dikatakan apa yang disukai dan diinginkan oleh seseorang untuk dilakukan, atau juga bisa diartikan sebagai ketertarikan individu terhadap sesuatu objek atau menyenangkan sesuatu objek. Jadi minat berkunjung adalah sebuah dorongan atau keinginan seseorang untuk mengunjungi suatu tempat dengan adanya ketertarikan dari sebuah barang , jasa atau objek.⁹

Menurut Darmono minat kunjung merupakan kecenderungan jiwa yang mendorong seseorang untuk mengunjungi dan memanfaatkan perpustakaan. Minat kunjung ditunjukkan dengan keinginan yang kuat untuk datang dan memanfaatkan

⁹ Atika Abbas, – Tingkat Minat Kunjung Pemustaka Pada SMK Negeri 1 Enrekang Kecamatan Alla Kabupaten Enrekang – diakses dari <https://docplayer.info/amp/69612605-Tingkat-Minat-Kunjung-Pemustaka-Pada-SMK-Negeri-1-Enrekang> , 2020.

fasilitas yang disediakan terutama membaca koleksi perpustakaan. Minat Kunjung sangat kaitannya dengan minat baca dan keterampilan membaca.¹⁰

Minat Kunjung Pemustaka merupakan suatu kegiatan atau kecenderungan pemustaka untuk berkunjung ke perpustakaan. Dalam kamus bahasa Indonesia minat adalah kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu. Kemudian minat berhubungan dengan perasaan senang atau suka dari seseorang terhadap suatu objek. Bahwa minat sebagai suatu rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal aktifitas tanpa ada yang menyuruh. Minat seseorang terhadap suatu objek akan lebih kelihatan apabila objek tersebut sesuai dengan sasaran dan berkaitan dengan keinginan dan kebutuhan orang yang bersangkutan.

Berdasarkan pengertian diatas maka dapat disimpulkan bahwa minat berkunjung merupakan bentuk perilaku (behavioral intention) atau keinginan pelanggan untuk datang kembali, memberikan word of mouth yang positif, tinggal lebih lama dari perkiraan, berbelanja lebih banyak dari perkiraan. Minat berkunjung juga dapat berarti kemungkinan untuk menggunakan penyedia jasa yang sama di masa depan yang merupakan perwujudan sikap loyal dan komitmen konsumen terhadap kenyamanan, didefinisikan sebagai kemungkinan wisatawan untuk mengulangi aktivitas atau berkunjung ulang ke suatu destinasi

¹⁰ Andi Nasdin Anas, Skripsi : Peranan Pustakawan dalam Meningkatkan Minat Kunjung Pemustaka di Perpustakaan Sekolah Tinggi Ilmu Keperawatan Gunung Sari Makassar (STIKPER) -(Makassar: UIN Alaudin Makassar, 2015), hlm. 12-13

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kajian Pustaka

Ada beberapa karya-karya ilmiah yang berkaitan dengan masalah yang akan diteliti penulis, juga penelitian terdahulu yang menjadi pedoman penulis dalam menyusun penelitian ini, sebagai tambahan referensi, serta untuk menghindari kesamaan penelitian yang telah ada sebelumnya, maka dari itu berikut beberapa penelitian yang berkaitan dengan penelitian penulis:

1. Pertama Sri Kartika mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang, dalam skripsinya yang berjudul *-Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah Kunjungan Pemustaka (Studi Kasus Perpustakaan Daerah Kabupaten Banyuasin)l*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bentuk dan proses kegiatan promosi dalam meningkatkan jumlah kunjungan pemustaka di perpustakaan Daerah Kabupaten Banyuasin serta kendala yang dihadapi dalam melaksanakan promosi dalam meningkatkan jumlah kunjungan pemustaka. Dalam penelitian ini penulis menggunakan penelitian deskriptif, dengan menggunakan metode pendekatan kualitatif. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan promosi yang dilakukan di perpustakaan Daerah Kabupaten Banyuasin adalah

dengan menyebarkan brosur, memasang spanduk, membuat ex-banner, memasang iklan di koran.¹¹

Dari penelitian di atas tentunya terdapat persamaan dan perbedaan dengan penelitian yang akan peneliti teliti. Persamaannya sama-sama menggunakan metode kualitatif, juga fokus penelitian tentang strategi promosi, sedangkan perbedaannya dari segi subjek dan objek penelitian serta lokasi dan waktu penelitian.

2. Yang kedua penelitian yang ditulis oleh Aprilia Rahma mahasiswa UIN Ar-Raniry Banda Aceh, dengan judul –Analisis Kegiatan Promosi Perpustakaan Sekolah Dan Kaitannya Dengan Peningkatan Minat Kunjungi Siswa (Penelitian Di Smp Negeri 3 Montasik Aceh Besar)l, Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi *non-partisipan* yaitu observasi yang dalam pelaksanaannya tidak melibatkan peneliti sebagai partisipasi atau kelompok yang diteliti, wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bentuk kegiatan promosi yang dilakukan oleh perpustakaan SMP Negeri 3 Montasik Aceh Besar di antaranya; mengadakan perlombaan setiap semester, memberikan hadiah kepada pengunjung terbaik, dan mengadakan pameran buku di perpustakaan. proses promosi membuahkan hasil dengan bertambahnya minat kunjung siswa ke perpustakaan. Faktor pendukung

¹¹ Sri Kartika, –Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah Kunjungan Pemustaka (Studi Kasus Perpustakaan Daerah Kabupaten Banyuasin)l (Program studi Ilmu Perpustakaan, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry, Banda Aceh, Aceh, 2018).

suksesnya proses promosi diantaranya, fasilitas yang mendukung, pustakawan yang ramah dan piawai, juga *reward* bagi siswa, sedangkan faktor penghambatnya adalah tidak sedikit dari siswa yang tidak mendapatkan bahan koleksi yang diinginkan.¹²

Penelitian ini juga memiliki persamaan dan perbedaan, persamaannya juga menggunakan metode deskriptif kualitatif dan terfokus pada promosi, perbedaannya dari segi objek, waktu, juga lokasi penelitian.

3. Yang ketiga penelitian yang ditulis oleh Nani Suryani dengan judul –strategi promosi perpustakaan dalam meningkatkan jumlah kunjungan pemustaka di perpustakaan daerah deli serdang|. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana taktik pustakawan mendorong penggunaan perpustakaan dan meningkatkan minat kunjungan. di perpustakaan daerah Deli Serdang, mengetahui alasan rendahnya minat mengunjungi perpustakaan umum di Deli Serdang dan tantangan pustakawan dalam mendorong patronase perpustakaan umum di Kabupaten Deli Serdang. Jenis penelitian ini memadukan metodologi studi lapangan dengan penelitian kualitatif. Pustakawan Topik penelitiannya adalah Perpustakaan Umum Kabupaten Deli Serdang. Ada tiga teknik yang digunakan untuk memperoleh data: observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Penyajian data, prosedur reduksi data, dan temuan metode analisis data

¹² Aprilia Rahmah, –Analisis Kegiatan Promosi Perpustakaan Sekolah Dan Kaitannya Dengan Peningkatan Minat Kunjung Siswa (Penelitian Di Smp Negeri 3 Montasik Aceh Besar)|| (Program Studi Ilmu perpustakaan, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry, Banda Aceh, Aceh, 2022).

semuanya dilakukan sesuai dengan analisis deskriptif. Berdasarkan temuan penelitian Penulis bisa menentukan taktik pustakawan mempromosikan meningkatnya minat terhadap perpustakaan kunjungan diperpustakaan daerah Deli Serdang meliputi kegiatan perpustakaan keliling, mengadakan lomba baca untuk masyarakat.¹³

Penelitian ini juga memiliki persamaan dan perbedaan, persamaannya juga menggunakan metode deskriptif kualitatif dan terfokus pada promosi, perbedaannya dari segi objek, waktu, juga lokasi penelitian.

B. Strategi Promosi

1. Pengertian Strategi Promosi

Pada hakikatnya promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran, yaitu aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/membujuk, dan/atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan. Tjiptono menyatakan bahwa promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu program pemasaran. Betapapun berkualitasnya suatu

¹³ Nani Suryani, strategi promosi perpustakaan dalam meningkatkan jumlah kunjungan pemustaka di perpustakaan daerah deli serdang, *Jurnal manajemen dan pendidikan dasar*. Vol. 4 No.3, Tahun 2024, hlm. 2

produk, bila konsumen belum pernah mendengarnya dan tidak yakin bahwa produk itu akan berguna baginya, maka konsumen tidak akan pernah membelinya.¹⁴

Sementara Sistaningrum mengungkapkan arti promosi adalah suatu upaya atau kegiatan perusahaan dalam mempengaruhi konsumen aktual maupun konsumen potensial agar mereka mau melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan, saat ini atau dimasa yang akan datang. Konsumen aktual adalah konsumen yang langsung membeli produk yang ditawarkan pada saat atau sesaat setelah promosi produk tersebut dilancarkan perusahaan.¹⁵ Dan konsumen potensial adalah konsumen yang berminat melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan perusahaan dimasa yang akan datang Sedangkan menurut Buchari Alma Promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran yang merupakan aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi, dan mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan .

Para ahli dalam bukunya masing-masing telah mendefinisikan strategi dalam berbagai macam. Kata "strategos" berasal dari kata Yunani "stratos", yang berarti "tentara", dan "ego", yang masing-masing berarti "pemimpin". Strategi pada dasarnya adalah alat untuk mencapai tujuan. Strategi berarti sebagai rencana yang

¹⁴ Onny Fitriana Sitorus & Novelia Utami, Strategi Promosi Pemasaran, (Jakarta: Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. HAMKA, 2020), 8

¹⁵ Muh. Nur Eli Brahim, Produk Kreatif dan Kewirausahaan Akuntansi dan Keuangan Lembaga SMK/MAK Kelas XI Semester 2. Bidang Keahlian Bisnis dan Manajemen. Program Keahlian Akuntansi dan Keuangan. Kompetensi Keahlian Akuntansi dan Keuangan Lembaga, (Yogyakarta: Andi, 2021), 65-66

dikembangkan oleh manajemen tingkat atas untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Rencana ini meliputi: tujuan, strategi, dan langkah-langkah yang harus diambil oleh organisasi untuk mempertahankan eksistensinya dan memenangkan posisi dalam persaingan, terutama organisasi atau perusahaan yang harus memiliki keunggulan yang kompetitif.¹⁶

Dari beberapa definisi di atas dapat disimpulkan bahwa strategi promosi merupakan faktor rencana dan tahapan yang penting dalam pemasaran, karena dengan melalui kegiatan promosi maka perusahaan dapat memberikan informasi mengenai suatu produk atau jasa yang diperjual belikan kepada para konsumen

2. Ruang lingkup Strategi Promosi

Dalam persaingan bisnis yang semakin ketat saat ini, strategi promosi memegang peranan yang sangat penting. Suatu bisnis akan mampu menarik minat calon pelanggan jika menggunakan strategi promosi yang tepat dan efisien. Strategi promosi adalah strategi yang komprehensif dan terintegrasi untuk memaksimalkan kelebihan suatu organisasi. Artinya, komunikasi pemasaran produk atau jasa dapat berjalan lancar dan sesuai dengan tujuan organisasi.¹⁷ Strategi bauran promosi perusahaan dipengaruhi oleh sejumlah faktor, antara lain: dana yang tersedia, karakteristik produk, karakteristik pasar, pemasar, pasar sasaran, pesaing, tahap

¹⁶ Sesra Budio, -Strategi Manajemen Sekolah, Jurnal Menata Vol. 2, No. 2, (Juli-Desember, 2019), 58-60.

¹⁷ Erni Junaida, Nurlaila Hanum, -Pengaruh Bauran Promosi terhadap Keputusan Pembelian Perumahan PT. Pillar Tamiang Konstruksi Aceh Tamiang, *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, Vol 8, No 3, Desember 2019, 393

dalam daur hidup produk, dan bauran pemasaran lainnya.¹⁸ Kotler menyebutkan sebagaimana dikutip oleh Sentot Imam Wahjono, dkk pada umumnya bauran promosi (promotion mix) terdiri dari iklan (advertising), promosi penjualan (sales promotion), publisitas (publicity), dan penjualan personal (personal selling). Berikut ini akan diuraikan masing-masing bauran promosi:¹⁹

a. Periklanan (Advertising)

Iklan adalah sarana promosi yang paling sering digunakan oleh perusahaan dalam rangka mengkomunikasikan produk dan jasa perusahaan. Dalam iklan biasanya termuat manfaat produk, harga, dimana bisa didapatkan, dan manfaat produk. Kegiatan periklanan dapat dilaksanakan melalui beberapa media yang dipandang cocok dengan tujuan perusahaan, yaitu: Pemasangan baliho (papan nama) di jalan-jalan protokol, Percetakan brosur, Pemasangan spanduk ditempat strategis, Radio, Televisi, Koran, Majalah, dan Internet.

b. Promosi Penjualan (Sales Promotion)

Promosi penjualan adalah bentuk promosi yang ditujukan untuk meningkatkan penjualan secara langsung melalui kegiatan-kegiatan potongan harga, pemberian hadiah baik langsung maupun secara undian untuk produk tertentu, pada

¹⁸ <https://serupa.id/strategi-promosi-pengertian-6-strategi-pokok-faktor-yang-mempengaruhi/> (Diakses tanggal 2 Maret 2025)

¹⁹ Chairul Pua Tingga, dkk, Seni Pemasaran Kontemporer, (Bandung: Media Sains Indonesia, 2021), hlm. 62-64

tempat tertentu dan pada waktu tertentu. Biasanya promosi penjualan dilakukan dengan kegiatan-kegiatan seperti:

- a) Pemberian harga khusus (special price)
- b) Pemberian insentif bagi nasabah dengan jumlah tertentu
- c) Pemberian hadiah atau souvenir langsung untuk pelanggan baru
- d) Pemberian kupon undian untuk hadiah promosi.²⁰

c. Publisitas (Publicity)

Publisitas adalah bentuk promosi yang ditujukan untuk meningkatkan citra perusahaan dengan memberitakan atau menyiarkan kegiatan positif perusahaan melalui sponsorship atau melalui kegiatan amal dan sosial.¹⁰ d. Penjualan Pribadi (Personal Selling) Penjualan personal merupakan bentuk promosi dengan melakukan kegiatan penjualan langsung secara personal secara pribadi kepada konsumen. Keterlibatan karyawan secara pribadi dalam personal selling ini dalam rangka memperkuat citra perusahaan bahwa semua komponen perusahaan terlibat dalam kemajuan perusahaan. Hal positif yang dinilai konsumen luar dengan personal selling adalah bahwa produk dan perusahaan tidak meragukan lagi karena karyawan terlibat dalam proses penjualan.²¹

²⁰ Ibid, 220

²¹ Ibid, 218

Dalam penjualan pribadi terjadi sentuhan langsung antara tenaga pemasaran dengan pelanggan akhir, sehingga memungkinkan terjadinya kontak langsung. Dengan personal selling pemasar dapat mengetahui ekspresi pelanggan langsung. Respon pelanggan biasanya dirupakan dalam bentuk ekspresi senang, kecewa, berharap adanya beberapa perbaikan produknya sudah bagus, atau kesan yang lain. Respons itu diperlukan untuk menciptakan potensi penjualan dimasa mendatang.

3. Strategi Promosi Perpustakaan

Kegiatan promosi perpustakaan dimaksudkan untuk mengenalkan perpustakaan kepada pemustaka atau masyarakat penggunanya tentang kegiatan dan hal-hal apa saja yang ada di perpustakaan dengan berbagai cara yang sifatnya mengajak. Tujuan dari promosi adalah semakin banyak pemustaka yang menggunakan fasilitas perpustakaan, semakin banyak pemustaka yang ada di perpustakaan maka semakin bermanfaat investasi perpustakaan tersebut. Oleh karena itu, strategi promosi perpustakaan menurut Qalyubi sangat penting dan perlu untuk dilakukan agar seluruh aktifitas yang berhubungan dengan jasa perpustakaan dapat diketahui dan dipahami oleh pengguna maupun calon pengguna.²²

²² Qalyubi, Strategi perpustakaan dalam melayani kebutuhan informasi masyarakat melalui kegiatan inklusi sosial (studi pada dinas perpustakaan umum daerah kota batu), *skripsi universitas brawijaya*, tahun 2020. Hlm. 6

Strategi promosi perpustakaan juga dapat dilakukan dengan berbagai cara menurut Agustiawan diantaranya: ²³

a. Pemajangan koleksi baru

Pemajangan koleksi baru adalah cara yang mudah untuk dilaksanakan dan juga merupakan cara yang efektif untuk mempublikasikan layanan perpustakaan. Agar dapat menarik perhatian oleh pemustaka dan pengunjung perpustakaan maka koleksi baru diletakkan pada rak khusus dan tempat khusus yang berada di dekat pintu masuk perpustakaan.

b. Papan pengumuman

Papan pengumuman merupakan media yang murah dan cukup efektif untuk publikasi dan promosi perpustakaan. Media ini bermanfaat bagi perpustakaan untuk menarik pengunjung, asalkan informasinya selektif, variatif, dan selalu baru. Selain itu papan pengumuman dapat disediakan untuk masyarakat umum sehingga akan lebih bervariasi informasi yang disediakan.

c. Personal Selling

Personal selling merupakan salah satu cara yg dapat dilakukan untuk menarik pemustaka agar berkunjung ke perpustakaan. Personal selling ini dapat dilakukan dengan cara sebagai berikut: pustakawan secara aktif membuat data identitas tentang

²³ Agustiawan, Strategi dalam pengembangan layanan digital di perpustakaan. (Jakarta : Gramedia utama, 2019), hlm. 27

pemustaka yang aktif misalnya nama, nomor telepon, alamat rumah, dan buku-buku bacaan yang digemari. Selanjutnya pustakawan mengikuti perkembangan koleksi yang ada di perpustakaan. Apabila pustakawan menemukan informasi buku atau koleksi bahan pustaka lainnya yang mempunyai informasi yang dibutuhkan pemustaka atau bacaan yang digemari pemustaka maka pustakawan akan memberikan informasi kepada pemustaka. Informasi dapat melalui sms, facebook, twitter atau email sehingga mudah dan cepat informasi tersebut sampai kepada pemustaka.

d. Pameran dan bursa buku

Pameran merupakan sarana untuk menyampaikan informasi kepada khalayak dengan jumlah besar. Dengan pameran maka perpustakaan dapat menyajikan aspek jasa informasi yang ada dengan disertai audio visual maupun contoh layanan seperti foto kegiatan layanan yang ada di perpustakaan, contoh layanan seperti audio visual serta internet dan sebagainya. Untuk melengkapi kegiatan pameran dapat ditambahkan bursa buku. Bursa buku ini dapat dilakukan melalui kerjasama perpustakaan dengan penerbit atau distributor, sehingga pemustaka dapat membeli buku dengan harga terjangkau dan lebih murah dari pada di toko buku yang biasanya dan akan mendapatkan diskon sekitar 30%. Bagi mahasiswa hal ini akan sangat menarik dan akan banyak diminati. Penerbit dan distributor biasanya mempunyai katalog buku-buku yang diterbitkan atau dijual sehingga bila harga buku tidak terjangkau oleh mahasiswa dapat diusulkan melalui tim pengadaan bahan pustaka

perpustakaan agar dilakukan pembelian buku dengan judul tersebut. Hal ini dapat membantu perpustakaan dalam mengembangkan koleksi perpustakaan berorientasi kebutuhan pemustaka.

e. Bedah buku dan temu pengarang

Perpustakaan dapat mengundang salah seorang atau beberapa penulis yang bukunya sangat diminati oleh pemustaka. Hal ini dapat menjadi ajang diskusi ilmiah dikalangan akademis yang tentu akan menarik pemustaka untuk berkunjung ke perpustakaan.

f. Pekan atau bulan ilmiah

Perpustakaan dapat menyelenggarakan rangkaian kegiatan seperti pelatihan atau lokakarya (workshop) tentang perpustakaan, penulisan karya ilmiah, penelitian bagi pemula, pelatihan penelusuran informasi baik intranet maupun internet dan sebagainya selama seminggu atau sebulan dengan peserta bergantian.

g. Pembuatan poster, brosur, dan leaflet

Cara yang sederhana dan cukup efektif untuk promosi perpustakaan adalah dengan menggunakan poster, brosur, dan leaflet. Untuk pembuatannya tidak harus dengan biaya yang mahal tetapi cukup sederhana dan murah yang penting bisa menyampaikan informasi dengan tampilan yang menarik orang untuk melihat dan membacanya. Dalam membuat poster, brosur, dan leaflet sebaiknya mencantumkan

alamat, nomor telepon, website, jam buka, jasa yang ditawarkan dan ditujukan kepada siapa saja.

4. Relevansi Strategi Promosi Perpustakaan

Promosi perpustakaan merupakan serangkaian kegiatan perpustakaan yang dirancang agar masyarakat mengetahui manfaat sebuah perpustakaan melalui koleksi, fasilitas, dan produk/layanan yang disediakan. Menurut Kotler dan Keller dalam bukunya *Marketing Management* dikutip dari Ida Hidayah menjelaskan bahwa bauran pemasaran sebagai perangkat alat pemasaran yang digunakan untuk mengejar tujuan pemasarannya. Maka keempat variabel (4P) harus saling mendukung satu sama lain agar untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Dalam mempromosikan perpustakaan baik dari segi layanan maupun koleksi perlu memperhatikan beberapa hal:

1. *Product*, merupakan segala sesuatu yang memiliki nilai dapat berupa benda, jasa, organisasi, tempat, orang, ataupun ide yang ditawarkan kepada pasar untuk mendapat perhatian, penggunaan atau konsumsi yang dapat memberikan kepuasan dalam penggunaannya.

2. *Price*, merupakan sejumlah nilai yang harus dikeluarkan oleh konsumen dalam kesepakatan jual beli untuk mendapatkan atau menggunakan produk yang diinginkan sesuai dengan kesepakatan dengan penjual.

3. *Place*, merupakan aktivitas penyaluran produk dari perusahaan kepada konsumen sehingga dapat diterima di tempat dan waktu yang tepat. Tempat penyaluran yang dipilih harus strategis, mudah diakses oleh konsumen, dan memiliki fasilitas yang layak.

4. *Promotion*, merupakan suatu aktivitas yang digunakan oleh perusahaan untuk membujuk para konsumen mengenai produk yang ditawarkan dan seluruh teknik komunikasi yang digunakan untuk menjangkau pasar sasaran.²⁴

Unsur-unsur yang harus diperhatikan dalam mempromosikan layanan repositori di perpustakaan:

a. Perhatian (*attention*), pustakawan harus memfokuskan perhatian pemustaka dalam melakukan promosinya.

b. Keinginan (*desire*) adanya keinginan dalam mempromosikan segala layanan dan fasilitas yang telah di sediakan di perpustakaan dan adanya tanggapan dari pustakawan untuk mengetahui lebih lanjut tentang perpustakaan tersebut.

c. Tindakan (*action*) yang berarti adanya kegiatan promosi yang dilakukan sehingga di respon dengan baik oleh pemustaka dan menimbulkan rasa ingin tau dari pemustaka dengan berkunjung ke perpustakaan tanpa adanya paksaan.

²⁴ Fidelia, -Peranan Promosi Perpustakaan Dalam Meningkatkan Minat Kunjung Di Dinas Perpustakaan Dan Kearsipan Kota Manado," Jurnal Acta Diurna Komunikasi, Vol 3 (2) (2021): hal 1–10, <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/actadiurnakomunikasi/article/view/33393>

d. Kepuasan (diharapkan dengan adanya promosi, pemustaka dapat terpuaskan atas penyampaian pustakawan karena unsur dari promosi menekankan pada kepuasan pengguna).²⁵

5. Sarana Promosi

Dalam melaksanakan promosi perpustakaan terdapat media promosi sebagai sarana promosi perpustakaan. Ada berbagai macam bentuk media dan bentuk bentuk promosi di dalam perpustakaan yaitu:

a) Media Massa

Media massa merupakan alat komunikasi yang digunakan untuk menyampaikan informasi kepada khalayak luas. Media massa terbagi menjadi dua yaitu media cetak dan media elektronik.²⁶ Media cetak seperti surat kabar digunakan untuk memamerkan buku buku yang ada di perpustakaan. Majalah, dengan menampilkan profil singkat perpustakaan, sarana dan prasarana, serta layanan di perpustakaan. Brosur, yang di dalamnya terdapat cara menjadi anggota perpustakaan dan cara meminjam koleksi di perpustakaan. Media elektronik, seperti televisi, audio visual, media internet melalui penggunaan website dan yang paling sering digunakan sebagai alat promosi yaitu media sosial seperti facebook, tiktok, instagram, youtube.

Radio media promosi yang dapat digunakan khususnya pengguna difabel (tuna netra).

²⁵ Henny Ritha Nikijuluw, -Strategi Pemasaran Di Era Digital Pada UMKM Sebagai Upaya Meningkatkan Minat Konsumen Dengan Menggunakan Model AIDA,| Jurnal Elektronik dan Komputer, Vol 3 (2) (2022): hm. 6

²⁶ Rijal Mamdud, -Dakwah Islam di Media Massa,|| Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam, Vol 3 (1) (2019)

b) Media pertemuan

Media pertemuan merupakan bentuk media yang dapat digunakan dalam melakukan promosi yang bertujuan untuk mendekatkan hubungan antara pihak perusahaan dengan pihak media seperti pameran, seminar, talk show, dan penyuluhan. Dalam konteks ini media pertemuan yang dimaksudkan yaitu antara pustakawan dengan pemustaka, dengan mengadakan pertemuan merupakan ajang yang bagus untuk memancing masyarakat datang ke perpustakaan.²⁷

c) Media Sosial

Media sosial merupakan sebuah medium di internet yang memungkinkan penggunaannya untuk mempersentasikan diri dan melakukan interaksi, bekerjasama, berbagi, komunikasi, dengan pengguna lain dan membentuk ikatan sosial secara virtual.²⁸ Contohnya, instagram, facebook, twitter, youtube dan lainnya.

C. Minat Kunjung

1. Pengertian Minat Kunjung

Minat adalah kecenderungan hati yang tinggi gairah atau keinginan seseorang tersebut terhadap sesuatu.³⁹Indris Kamah mengatakan bahwa minat merupakan suatu dorongan yang kuat dalam batin kita maka disitulah mulai timbul minat (interest) karena adanya berbagai informasi yang muncul, di sekitar kita, informasi itulah yang

²⁷ Wahfiuddin Rahmad Harahap, "Penerapan Strategi Promosi Perpustakaan," Jurnal Ilmu Perpustakaan Dan Informasi, Vol 6 (1) (2021): hal 16-103

²⁸ Dinda Sekar Pupitarini, "Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi," Jurnal Komunikasi, Vol 3 (1) (2019)

mendorong kita untuk mencari sumbernya dan bahkan kebenarannya.²⁹ Dwi Sunar Prasetyono menjelaskan bahwa minat ditandai dengan rasa suka atau terikat pada suatu hal atau aktivitas tanpa ada yang menyuruh. Artinya, harus ada kerelaan dari seseorang untuk melakukan sesuatu yang disukai. Nurkumala dan Triwahyu Hari Murtiningsih mengartikan bahwa minat adalah kecenderungan hati pada suatu objek yang ditandai dengan rasa senang dan ketertarikan dan keinginan untuk terlibat dalam aktivitas tersebut.³⁰

Kunjung merupakan kegiatan memasuki perpustakaan untuk melakukan akses informasi dan kegiatan lain di perpustakaan yang tercatat secara manual maupun elektronik. Untuk mengetahui jumlah kunjungan ke perpustakaan per kapita dapat dihitung jumlah kunjungan perpustakaan selama satu tahun dibagi jumlah orang dalam populasi yang harus dilayani.³¹

Menurut Darmono minat kunjung merupakan kecenderungan jiwa yang mendorong seseorang untuk mengunjungi dan memanfaatkan perpustakaan. Minat kunjung ditunjukkan dengan keinginan yang kuat untuk datang dan memanfaatkan

²⁹ Idris Kamah, Pola dan Strategi Pengembangan Perpustakaan dan Pembinaan Minat Baca, (Jakarta: Perpustakaan Nasional RI, 2021), hlm. 53

³⁰ Nurkumala dan Tri Wahyu Hari Murtiningsih, Pelaksanaan Fungsi Rekreatif Pada Layanan Ruang Belajar Modern Dalam Meningkatkan Minat Kunjung Pemustaka di Perpustakaan Provinsi Jawa Tengah, Jurnal Ilmu Perpustakaan, Vol. 2 Nomor 4, Tahun 2021, hlm. 24-31

³¹ Asa Hs, Kamus kepustakawan Indonesia., hlm. 183

fasilitas yang disediakan terutama membaca koleksi perpustakaan. Minat Kunjung sangat kaitannya dengan minat baca dan keterampilan membaca.³²

Minat Kunjung Pemustaka merupakan suatu kegiatan atau kecenderungan pemustaka untuk berkunjung ke perpustakaan. Dalam kamus bahasa Indonesia minat adalah kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu. Kemudian minat berhubungan dengan perasaan senang atau suka dari seseorang terhadap suatu objek. Bahwa minat sebagai suatu rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal aktifitas tanpa ada yang menyuruh. Minat seseorang terhadap suatu objek akan lebih kelihatan apabila objek tersebut sesuai dengan sasaran dan berkaitan dengan keinginan dan kebutuhan orang yang bersangkutan.

Berdasarkan beberapa pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa minat kunjung adalah sifat kecenderungan pemustaka untuk mencari sesuatu yang disukainya, baik itu informasi atau kegiatan lainya di suatu perpustakaan.

2. Tujuan Minat Kunjung

Tujuan berkunjung secara umum adalah ingin melihat dan menyaksikan sesuatu yang menarik, namun pada kenyataannya ada tujuan yang lebih spesifik, diantaranya yaitu :

³² Andi Nasdin Anas, Skripsi : Peranan Pustakawan dalam Meningkatkan Minat Kunjung Pemustaka di Perpustakaan Sekolah Tinggi Ilmu Keperawatan Gunung Sari Makassar (STIKPER) –(Makassar: UIN Alaudin Makassar, 2020), hlm. 12-13

a. Minat Kunjung untuk tujuan kesenangan, dalam artian pemustaka datang memanfaatkan koleksi perpustakaan yang disenangi seperti : membaca novel, surat kabar, komik, dan lain-lain.

b. Minat Kunjung untuk tujuan memperoleh sesuatu yang baru (Ilmu Pengetahuan).

c. Minat Kunjung untuk menyelesaikan tugas atau pekerjaan, dalam artian seseorang datang berkunjung ke perpustakaan untuk memanfaatkan fasilitas, membaca koleksi yang ada untuk menyelesaikan tugas akademiknya ataupun tugas kantornya. Kegiatan ini dinamakan reading for work.

3. Indikator Minat Kunjung

Indikator minat kunjung merupakan elemen penting dalam mengevaluasi kinerja suatu perpustakaan, karena mencerminkan sejauh mana layanan dan sumber daya perpustakaan dimanfaatkan oleh penggunanya. minat kunjung tidak hanya mengacu pada frekuensi kehadiran fisik pemustaka ke dalam gedung perpustakaan, tetapi juga dapat mencakup kunjungan virtual, seperti akses terhadap koleksi digital dan penggunaan layanan daring yang disediakan oleh perpustakaan. Dalam konteks ini, indikator yang digunakan untuk mengukur minat kunjung harus mempertimbangkan berbagai dimensi interaksi pemustaka, baik secara langsung

maupun tidak langsung.³³

Terdapat tiga indikator utama yang biasa digunakan. Pertama, jumlah kunjungan pemustaka yang tercatat secara harian, mingguan, atau bulanan, baik secara manual maupun melalui sistem otomasi perpustakaan. Kedua, frekuensi pemanfaatan layanan seperti peminjaman koleksi, penggunaan ruang baca, akses internet, atau keikutsertaan dalam program literasi. Ketiga, tingkat keanggotaan aktif, yaitu jumlah pengguna yang secara rutin memanfaatkan perpustakaan dan tercatat aktif dalam sistem, yang sekaligus mencerminkan loyalitas dan ketertarikan pengguna terhadap layanan perpustakaan.³⁴

4. Faktor Yang Mempengaruhi Minat Kunjung Perpustakaan

Sutarno NS dalam bukunya mengatakan bahwa perpustakaan sedapat mungkin melakukan pembinaan dan pengembangan pemakai sesuai dengan segmen layanan agar pengunjung selalu bertambah dan layanan semakin ramai. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi minat berkunjung pengguna di perpustakaan, yaitu:

- a. Rasa nyaman
- b. Keadaan lingkungan fisik yang memadai
- c. Keadaan lingkungan sosial
- d. Perasaan dan emosi

³³ Lasa Hs, *Kamus Perpustakaan Indonesia*, (Yogyakarta: Pustaka Publisher, 2020), hlm. 263.

³⁴ Rahayu, N, Analisis kualitas layanan terhadap minat kunjung siswa ke perpustakaan di SMAN 1 Lingsar. *Jurnal Ilmu Informasi Perpustakaan dan Kearsipan*, 2025, vol 14 no.1, hlm 23–33.

e. Layanan terakses secara Online.³⁵

Berdasarkan pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwa minat kunjung dapat dipengaruhi oleh banyak faktor dan faktor-faktor tersebut yang membuat pengguna selalu bertambah dan ramai berkunjung ke perpustakaan. Menurut Karmidi Martoatmodjo koleksi perpustakaan ialah semua bahan pustaka berupa buku, terbitan berkala (surat kabar dan majalah), serta bahan audiovisual seperti kaset, video, slide, dan sebagainya.

Dengan kelengkapan koleksi perpustakaan seperti yang diungkapkan oleh Karmidi Martoatmodjo maka akan dapat memenuhi kebutuhan informasi penggunanya, sehingga minat untuk berkunjung ke perpustakaan akan timbul pada diri penggunanya, hal ini merupakan dorongan dari faktor internal penggunanya.³⁶ Suatu kebutuhan pada seseorang akan dipengaruhi oleh kondisi fisiologis, situasi, dan kognisinya. Kebutuhan seseorang tidak akan timbul atas barang barang yang tidak terjangkau oleh kemampuan daya belinya.

Hasil berfikir seseorang juga sering menimbulkan keinginan dan kebutuhan tertentu dengan yang dipikirkannya. Seorang yang berpikir tentang bagaimana caranya meningkatkan pengetahuan yang sudah dimilikinya, maka ia mulai berpikir tentang upaya mencari informasi untuk tujuan-tujuan tersebut, termasuk dengan membaca berbagai media bacaan yang ada kaitannya dengan masalah yang

³⁵ Fadhilah Muliani, Pengaruh Ketepatan Seleksi Fiksi..., hlm. 16

³⁶ Karmidi Martoatmodjo, Pelestarian Bahan Pustaka, (Jakarta: Universitas Terbuka, 2022), hlm. 1. 47

dipikirkan. Melihat kebutuhan informasi yang begitu besar bagi orang-orang yang mempunyai minat belajar yang tinggi, seorang pengguna akan senantiasa mencari dan mengunjungi tempat-tempat yang dinilai dapat memenuhi kebutuhan informasinya.

Sesuai dengan asas kerelevansian, dan asas berorientasi pada kebutuhan pemustaka, semakin relevan koleksi pada sebuah perpustakaan, maka akan semakin dapat memenuhi kebutuhan informasi pemustaka. Apabila pemustaka merasa kebutuhan informasinya itu dapat terpenuhi, maka pemustaka tersebut akan mencarinya ke perpustakaan, yang artinya baik buruknya sebuah koleksi perpustakaan akan sangat mempengaruhi minat pemustaka untuk berkunjung ke perpustakaan yang bersangkutan.³⁷

³⁷ Yeni Maryani, -Pengaruh Ketersediaan Koleksi Perpustakaan Terhadap Minat Kunjung Siswa Kelas X Dan Xi Di Sma Angkasa Adisutjipto Yogyakarta (Skripsi). Diakses Tanggal 27 Maret 2017 Melalui Digilib.Uim-Suka.Ac.Id/10777/1/Bab I, V, Daftar Pustaka.Pdf.

BAB III METODELOGI

PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang cenderung menggunakan analisis, proses dan makna.³⁸ Metode penelitian kualitatif yang peneliti lakukan dalam penelitian ini yaitu dengan memahami keluhan-keluhan yang sering terjadi terhadap minimnya pengetahuan siswa baru tentang perpustakaan sehingga dilakukannya kegiatan pengenalan perpustakaan bidang perpustakaan tersebut dan menjadi perhatian dari subjek penelitian dengan cara yang deskriptif dalam bentuk kata-kata dan bahasa dengan menghasilkan penemuan-penemuan yang tidak dapat diperoleh dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau cara-cara kuantifikasi (pengukuran).

Pendekatan kualitatif sebagai *human* instrumen, berfungsi menetapkan fokus penelitian, memilih informan sebagai sumber data, melakukan pengumpulan data, menilai kualitas data, analisis data, menafsirkan data dan membuat kesimpulan atas penemuannya. Penelitian kualitatif ini digunakan untuk memperoleh informasi.

Adapun penelitian ini dilakukan untuk mengkaji tentang Strategi Promosi Perpustakaan, target dari penelitian ini adalah Meningkatkan Minat Kunjung Di Dinas Perpustakaan Dan Kearsipan Aceh.

38 Lexy Moeleong, *-Metodologi penelitian kualitatif edisi Revisi*", (Bandung : Remaja Rosdakarya, 2013), hlm. 34-35

B. Lokasi dan waktu penelitian

Penelitian ini dilakukan pada Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Aceh yang berlokasi di Jl. T. Nyak Arief, Jeulingke, Syiah Kuala, Kota Banda Aceh, Aceh, Indonesia. Waktu penelitian dilakukan pada tanggal 23 Mei 2025.

Lokasi penelitian ini dipilih oleh peneliti dikarenakan peneliti merasa lokasi tersebut mudah dijangkau dan sangat strategis untuk dilakukan penelitian. Maka dengan ini peneliti tertarik melakukan penelitian dan melakukan observasi di Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Aceh tersebut dikarenakan akan sangat mudah untuk mencari dan memperoleh data yang dibutuhkan peneliti.

C. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek dalam penelitian kualitatif adalah sumber data atau informan-informan yang dimintai sumber informasinya dan diobservasi serta telah memiliki kompetensi dan terlibat langsung di dalam observasi tersebut sesuai dengan masalah yang diteliti. Hal ini bertujuan untuk memperoleh data dan informasi yang akan digunakan untuk bahan penelitian dengan data yang selengkap-lengkapny.³⁹ Objek penelitian adalah keseluruhan fenomena atau gejala yang ada di sekitar kehidupan manusia.⁴⁰ Dengan demikian, subjek dalam penelitian ini adalah pustakawan di Dinas Perpustakaan dan

³⁹ Suhermi, Ariunto, *-Prosedur penelitian suatu pendekatan praktek*”, (Jakarta : Rineka Cipta, 2015), hlm. 42-44.

⁴⁰ Andi prastowo, *-Metode Penelitian Kualitatif dalam perspektif rancangan penelitian*”, (Yogyakarta : Ar-Ruzz Media, 2011) hlm, 111

Kearsipan Aceh dan objek dalam penelitian ini adalah proses promosi perpustakaan yang dilakukan pada Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Aceh.

D. Instrumen Pengumpulan Data

Instrumen pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini berperan sangat penting dalam proses analisis data dan mengetahui lebih lanjut data-data yang akan digunakan. Berikut instrumen pengumpulan data yang peneliti lakukan sebagai berikut :

1. Observasi

Observasi adalah pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap unsur-unsur yang tampak dalam suatu gejala-gejala dalam objek penelitian.⁴¹ Observasi juga sering dikatakan sebagai suatu prosedur yang terstruktur dan berencana antara lain dengan meliputi melihat dan mencatat jumlah dan taraf aktivitas tertentu yang ada hubungannya dengan masalah yang diteliti.⁴² Teknik pengumpulan data melalui observasi ini peneliti melakukan pengamatan langsung pada sekolah yang ingin diteliti dan mencatat hal-hal yang dianggap penting untuk dimasukkan ke dalam data hasil penelitian nanti. Observasi yang peneliti lakukan pada tanggal 23 Mei 2025. Kegiatan observasi yang peneliti lakukan dengan melakukan pengamatan dan analisis melihat daftar kunjungan dan lain sebagainya.

41 Lexy dan Moleong, *-Metodologi Penelitian Kualitatif*, Edisi Revisi (Bandung: Alfabeta, 2018), hlm. 232.

42 Rahmadi, *-Pengantar metodologi Penelitian*, II (Banjarmasin: Antasari Press, 2019), hlm. 85.

2. Wawancara

Wawancara merupakan salah satu teknik instrumen pengumpulan data yang dilakukan dengan berhadapan langsung dengan informan atau narasumber dalam bentuk komunikasi antar dua orang saling bertatap muka yang melibatkan seseorang yang ingin memperoleh informasi dari seseorang lainnya dengan memberikan beberapa pertanyaan yang sifatnya untuk tujuan yang ingin dicapai.⁴³

Peneliti yang membutuhkan informasi menyediakan beberapa pertanyaan terlebih dahulu agar nantinya wawancara berjalan dengan lancar tanpa terkendala sama sekali. Pada bagian ini peneliti hanya fokuskan pada pertanyaan yang telah dibuat sebelumnya untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan dan tidak memberikan pertanyaan yang baru dari informasi yang telah informan jelaskan atau sampaikan. Peneliti melakukan wawancara dengan pustakawan di Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Aceh dengan memberikan pertanyaan terkait strategi promosi dan efektivitas perpustakaan dalam meningkatkan minat kunjung perpustakaan.

3. Dokumentasi

Instrumen pengumpulan data yang lainnya adalah dokumentasi yang di mana dokumentasi merupakan metode yang digunakan untuk mengadakan penelitian yang bersumber pada buku, jurnal, hasil penelitian terdahulu, peraturan-peraturan dan

⁴³ Sugiyono, *Metodologi penelitian kualitatif dan RAD*, I (Bandung : Alfabeta, 2015), hlm. 222-223.

dokumen lain.⁴⁴ Dalam penelitian ini peneliti mengumpulkan dokumen-dokumen yang berkaitan dengan promosi perpustakaan. Dokumen-dokumen tersebut seperti promosi kegiatan dan struktur kegiatan sebagai bukti ke validan data peneliti. Dengan menggunakan metode ini peneliti merasa efisien terhadap waktu yang dihabiskan, biaya tenaga karena data yang kita dapatkan hanya mengutip dari dokumen yang telah tersedia.

E. Kredibilitas Data

Moleong memaparkan tujuan uji kredibilitas data yaitu untuk menilai kebenaran dari temuan penelitian kualitatif.⁴⁵ Uji kredibilitas ini memiliki dua fungsi, yaitu fungsi pertama untuk melaksanakan pemeriksaan sedemikian rupa tingkat kepercayaan penemuan kita dapat dicapai, dan fungsi yang kedua untuk mempertunjukkan derajat kepercayaan hasil-hasil penemuan kita dengan jalan pembuktian terhadap kenyataan ganda yang sedang diteliti.⁴⁶ Uji kredibilitas dalam penelitian ini adalah melakukan member check.

Member Check yaitu Member check atau pemeriksaan anggota adalah strategi uji validitas data yang melibatkan informan sebagai pemeriksa sepanjang proses analisis Strategi ini dapat dilakukan dengan membawa kembali laporan akhir atau

⁴⁴ Sugiyono, *-penelitian pendidikan : penelitian kuantitatif, Kualitatif dan R dan D*”, (Bandung : Alfabeta, 2012), hlm. 305.

⁴⁵ Moleng, Lexy J, *-Metodologi Kualitatif*”, (Bandung : Remaja Rosdakarya, 2014), hlm. 340

⁴⁶ Arnild Augina Mekarisce, *-Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data Pada Penelitian Kualitatif Di Bidang Kesehatan Masyarakat*ll, *Jurnal Ilmiah Kesehatan Masyarakat : Media Komunikasi Komunitas Kesehatan Masyarakat*, Vol. 12, No 3. Tahun 2020, hlm. 145-51. Diakses pada tanggal 19 Juni 2024.

deskripsi/tema spesifik ke hadapan informan agar data atau hasil analisis di dalam laporan/deskripsi/tema tersebut sudah akurat.⁴⁷

Dalam hal ini peneliti melakukan pengecekan terhadap data yang sudah diperoleh dari pemberi data, apakah data yang diberikan oleh pameri data yang sudah diperoleh dari pemberi data. Data yang diperoleh peneliti harus sesuai dengan apa yang telah diberikan oleh pemberi data guna keabsahan data dalam penelitian. Dari pembahasan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa peneliti mengadakan member check pada data penelitian pengenalan perpustakaan untuk memastikan kevalidan dari data-data yang diberikan oleh pustakawan atau informan wawancara guna sebagai keabsahan data.

F. Teknik Analisis Data

Teknik Analisis data merupakan proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan dan bahan-bahan lain sehingga data tersebut dapat ditemukan kesimpulan dan dijadikan sebagai bahan informasi yang dapat difahami diri sendiri maupun orang lain.⁴⁸ Menurut Miles dan Huberman dikutip oleh Emzir tahapan-tahapan dalam menganalisis data yaitu :

- a. Reduksi Data, merupakan proses pemilihan, merangkum dan mencari hal-hal yang penting. Dengan mereduksi data akan memberikan gambaran-gambaran yang jelas dan mempermudah penulis untuk pengumpulan data selanjutnya.

47 Cleave Seale, Quality In Qualitative Research, dalam Yvonna S. Lincoln dan Norman K.Denzin (editor), *Turning Points in Qualitative Research; tying knots in a handkerchief* , (Walnut Creek: Altamira, 2003), hlm. 180

48 Agus salim, -Teori dan paradigm penelitian sosial : buku sumber untuk penelitian kualitatif", (Yogyakarta : Tiara wacana, 2010), hlm. 22-23.

- b. Penyajian data, yaitu sekumpulan informasi yang tersusun yang kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan.
- c. Penarikan kesimpulan dan verifikasi, yaitu peneliti membuat kesimpulan sehingga mudah difahami oleh diri sendiri maupun orang lain. Kesimpulan awal kemukakan bersifat sementara, dan apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal, didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kredibel.⁴⁹

Berdasarkan teori di atas dapat peneliti simpulkan bahwa peneliti perlu mencari hal-hal penting yang akan di teliti sehingga memiliki gambaran yang jelas dengan data-data yang telah dikumpulkan sehingga dapat menyajikan data yang menjadi sebuah informasi yang telah tersusun untuk selanjutnya dapat dilakukan penarikan kesimpulan yang mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain dan juga di dukung oleh bukti-bukti yang valid, maka kesimpulan yang dipaparkan adalah kesimpulan yang kredibel.

⁴⁹ Emzir, *Metodologi Penelitian Kualitatif: Analisis Data*, (Jakarta: Rajawali Press, 2018), hlm. 129.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum SMAN 5 Banda Aceh dan SMA Laboratorium Unsyiah

1. Profil singkat SMA 5 Banda Aceh

Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Aceh merupakan salah satu lembaga yang memiliki 2 fungsi kerja yaitu perpustakaan dan kearsipan, beralamatkan di Jln Teuku Nyak Arief No.23, Lamgugop, Kecamatan Syiah Kuala Banda Aceh. DPKA pertama kali didirikan pada tahun 1969 dengan nama perpustakaan daerah dan pada Tahun 1979 berubah nama menjadi perpustakaan wilayah kemudian sesuai terbitnya Perda, perpustakaan diubah nama menjadi Badan Perpustakaan Nanggroe Aceh Darussalam. Saat itu, Dinas Perpustakaan dan Dinas Arsip masih belum bergabung menjadi satu. Sehingga melalui Undang-Undang nomor 11 Tahun 2006 tentang pemerintahan Aceh, Peraturan Pemerintah nomor 41 Tahun 2007 tentang organisasi dan perangkat daerah serta Qanun nomor 5 Tahun 2007 tentang susunan organisasi dan tata dinas lembaga teknik daerah dan lembaga daerah Provinsi Nanggroe Aceh Darussalam, maka Badan Perpustakaan Provinsi Nanggroe Aceh Darussalam bergabung dengan Badan Arsip Provinsi Aceh. Dengan demikian perpustakaan dikenal dengan nama Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Aceh hingga sekarang.

2. Sejarah Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Aceh

Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Aceh didirikan pada tahun 1969, sebuah institusi perpustakaan bernama Perpustakaan Negara didirikan di kantor perwakilan

Departemen Pendidikan dan Kebudayaan Daerah Istimewa Aceh. Perpustakaan tersebut berlokasi di sebuah ruangan seluas 12 meter persegi, dengan jumlah koleksi sebanyak 80 dan dioperasikan oleh dua pegawai. Perpustakaan ini juga terus berganti nama sejak tahun 1979-2001. Ditahun 2007 perubahan peraturan pemerintah nomor 41 tahun 2007 tentang organisasi dan perangkat daerah dan qanun nomor 5 tahun 2007 tentang susunan organisasi dan tata dinas, yang di mana Badan Perpustakaan Provinsi Nanggroe Aceh Darussalam bergabung dengan Badan Arsip Provinsi Nanggroe Aceh Darussalam. Sejak terbentuknya Badan Arsip dan Perpustakaan Aceh pada wtahun 2008, telah terjadi beberapa pergantian pimpinan hingga tahun 2016. Pada awal tahun 2017, Badan Arsip dan Perpustakaan Aceh resmi menggantikan namanya menjadi Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Aceh.⁵⁰

3. Visi dan Misi Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Aceh

Setiap lembaga/organisasi pasti memiliki visi dan misi dalam melaksanakan aktivitasnya. Adapun Visi dari Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Aceh adalah –Terwujudnya Aceh yang damai dan sejahtera melalui Pemerintahan yang bersih, adil dan melayanil.

Sedangkan misi dari Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Aceh diantaranya sebagai berikut:

- a. Memberdayakan arsip sebagai tulang punggung manajemen dan bukti akuntabilitas kinerja Pemerintah Aceh

⁵⁰ Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Aceh, —Sejarah, l n.d., https://arpus.acehprov.go.id/?page_id=114.

- b. Meningkatkan sarana pelayanan kearsipan dan perpustakaan
- c. Menggali, menyelamatkan, melestarikan dan memanfaatkan khazanah budaya Aceh dan nilai-nilai dinul islam
- d. Meningkatkan kemampuan dan profesionalisme aparatus Kearsipan dan Perpustakaan
- e. Membina dan mengembangkan minat budaya baca
- f. Masyarakat meningkatkan peran perpustakaan sebagai sarana dan pembungan SDM
- g. Membina kerjasama kearsipan dan perpustakaan di dalam maupun luar negeri.⁵¹

4. Struktur Organisasi Dinas perpustakaan dan Kearsipan Aceh

Adapun struktur organisasi Dinas Perpustakaan Kearsipan Aceh dapat dilihat pada gambar dibawah ini.⁵²

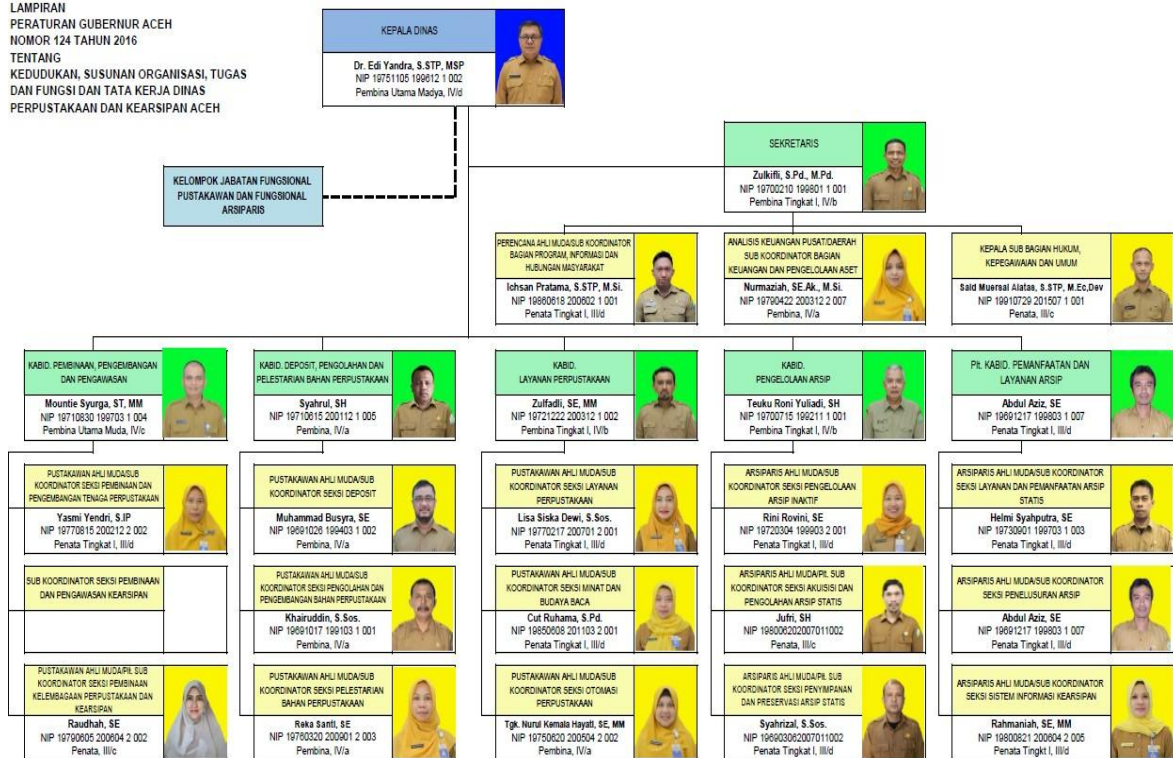


⁵¹ Hasil dokumentasi pada dinas perpustakaan dan kearsipan Aceh pada tanggal 23 Mei 2025

⁵² Hasil dokumentasi pada dinas perpustakaan dan kearsipan Aceh pada tanggal 23 Mei 2025

STRUKTUR ORGANISASI DINAS PERPUSTAKAAN DAN KEARSIPAN ACEH TAHUN 2025

LAMPIRAN
PERATURAN GUBERNUR ACEH
NOMOR 124 TAHUN 2016
TENTANG
KEDUDUKAN, SUSUNAN ORGANISASI, TUGAS
DAN FUNGSI DAN TATA KERJA DINAS
PERPUSTAKAAN DAN KEARSIPAN ACEH



Keterangan:

1. _____: Garis Atasan Langsung
2. -----: Garis Pembinaan

(Sumber : DPKA, 2025)

B. Hasil Penelitian

Pada bagian ini dijelaskan hasil penelitian untuk strategi promosi yang dilakukan oleh Dinas Perpustakaan Dan Kearsipan Aceh serta efektifitas strategi promosi dalam meningkatkan minat kunjung masyarakat. Metode yang dilakukan adalah metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Teknik pengumpulan data yang dilakukan yaitu observasi, wawancara dan dokumentasi. Seperti yang diketahui Promosi adalah bagian dari layanan perpustakaan untuk mengkomunikasikan sumber-sumber belajar yang tersedia baik koleksi non-digital maupun koleksi digital seluruh

anggota perpustakaan. Maka Hasil wawancara dengan pustakawan di Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Aceh sebagai berikut :

1. Strategi promosi yang dilakukan oleh Dinas Perpustakaan Dan Kearsipan Aceh

Kegiatan promosi menjadi langkah penting untuk memperkenalkan bahwa di perpustakaan Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Aceh telah menyediakan dan menyiapkan media promosi yang berguna untuk membantu masyarakat dalam mencari bahan rujukan yang bisa diakses oleh seluruh pemustaka dan seluruh pengunjung yang datang ke perpustakaan. Media promosi di media sosial juga menjadi tempat penyimpanan, pengelolaan, dan pengarsipan karya ilmiah serta memantau dan mengevaluasi kinerja peneliti serta dampak dari hasil penelitian yang dihasilkan. Strategi promosi ini juga membantu dalam memahami kontribusi peneliti terhadap bidang mereka dan meningkatkan akuntabilitas institusi, dan dengan diadakan promosi diharapkan mampu meningkatkan kesadaran dan penggunaan perpustakaan tersebut oleh anggota pustakawan dan masyarakat ilmiah secara luas.

Strategi promosi perpustakaan menjadi bagian yang penting sehingga perlu untuk di tingkatkan agar seluruh pengunjung mengetahui media promosi yang disediakan oleh perpustakaan dan merasakan manfaatnya. Promosi dapat dilakukan melalui iklan, promosi penjualan, hubungan masyarakat dan publisitas, penjualan personal dan pemasaran langsung. Hasil penelitian pada Strategi promosi yang dilakukan oleh Dinas Perpustakaan Dan Kearsipan Aceh sebagai berikut:

a. Iklan/Advertising

Strategi Promosi yang diterapkan adalah berbentuk media iklan bisa melalui media sosial seperti facebook, instagram, youtube, twitter, media lainnya bisa menggunakan poster, spanduk, majalah, video, berita dan media lainnya.

Pernyataan tersebut sesuai dengan pemaparan ibu Nurul kemalahayati selaku SUP bidang Automasi di Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Aceh, sebagai berikut:

*“Berusaha untuk tidak ketinggalan dengan tren saat ini, promosi juga dilakukan lewat media sosial, DPKA punya sosmed seperti IG, Facebook, dan tik tok. Jadi setiap informasi, kegiatan, atau produk baru selalu diinformasikan di sosial media. Dan kalau ada kegiatan langsung juga melibatkan TVRI atau RRI, maupun media cetak”.*⁵³

Sama halnya berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Lisa Siska Dewi Bidang sup koordinator layanan perpustakaan. Ia Menyatakan bahwa :

*“Dari segi promosi kita ada melalui digital, melalui medsos, seperti tik tok, Instagram, Facebook, dan Twitter, juga website. Selain itu kita juga ada baliho didepan. Juga termasuk kegiatan² yang kita adakan di perpustakaan seperti story telling, bedah buku, resensi buku, juga baru² ini ada kegiatan lomba desain kreatif. Itu juga bentuk promosi Kita.”*⁵⁴

Berdasarkan hasil wawancara, observasi dan dokumentasi yang peneliti lakukan, dapat disimpulkan bahwa pustakawan di Dinas perpustakaan dan kearsipan Aceh telah melakukan promosi lewat media sosial, DPKA punya sosmed seperti IG, Facebook, dan tik tok, akan tetapi media promosi melalui iklan seperti facebook dan instagram saja belum cukup untuk menarik minat pemustaka, hal tersebut

⁵³ Hasil wawancara dengan ibu Nurul kemalahayati, Pustakawan Bidang Automasi di Dinas perpustakaan dan kearsipan Aceh Pada tanggal 03 Juni 2025.

⁵⁴ Hasil wawancara Ibu Lisa Siska Dewi Bidang sup koordinator layanan perpustakaan di Dinas perpustakaan dan kearsipan Aceh Pada tanggal 03 Juni 2025.

dikarenakan promosi melalui media sosial tanpa penjelasan yang rinci tidaklah efektif sehingga pemustaka tidak memahami dan mengetahui dengan jelas dari layanan repositori tersebut. Maka, perlunya interaksi langsung kepada para pemustaka seperti kegiatan-kegiatan yang kita adakan di perpustakaan seperti story telling, bedah buku, dan resensi buku.

b. Promosi Penjualan/ Sales Promotion

Promosi penjualan biasanya digunakan untuk memperkuat brand yang kita miliki, sama halnya di perpustakaan juga memiliki brand berupa jasa yang bisa diperkenalkan pada khalayak ramai seperti promosi media sosial atau layanan yang berbasis teknologi contohnya layanan repository, story telling, perpustakaan keliling dan lain sebagainya. Biasanya layanan tersebut disediakan di perpustakaan Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Aceh. Agar brand yang dimiliki meningkatkan peminat perlu untuk menargetkan sasaran yang tepat.

Pernyataan tersebut sesuai dengan pemaparan ibu Nurul kemalahayati selaku SUP bidang Automasi di Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Aceh, sebagai berikut:

“Ada, tergantung program seperti apa yang mau dinaikkan/digelar. Contohnya seperti lomba mendongeng, dinas perpustakaan dan kearsipan Aceh membuat poster dan pergi ke sekolah-sekolah. Contoh lainnya resensi buku, itu pesertanya adalah anak SMA. Pernah petugas juga membagikan poster² perlombaan yang untuk kegiatan umum di jalan-jalan, atau ditempelkan di setiap ruang baca.”⁵⁵

⁵⁵ Hasil wawancara dengan ibu Nurul kemalahayati, Pustakawan SUB Bidang Automasi di Dinas perpustakaan dan kearsipan Aceh Pada tanggal 03 Juni 2025.

Sama halnya berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Lisa Siska Dewi Bidang sup koordinator layanan perpustakaan. Ia Menyatakan bahwa :

“tentu ada, kalau untuk anak TK kita ada kegiatan story telling , juga Anak SK kita adakan kegiatan lomba story telling, juga kita ada kegiatan perpustakaan keliling juga ke sekolah² tempat keramaian.”⁵⁶

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi yang peneliti lakukan di atas dapat disimpulkan bahwa pustakawan sudah melakukan promosi agar layanan atau kegiatan yang merupakan salah satu brand di perpustakaan di kenal oleh masyarakat dan para pengunjung di Dinas perpustakaan dan kearsipan Aceh dan yang menjadi sasaran dari promosi perpustakaan ini yaitu masyarakat dan para pengunjung.

c. Hubungan Masyarakat dan Publisitas

Menjalin hubungan yang baik antara pustakawan dengan masyarakat atau pemustaka, pustakawan dengan para staf pegawai yang ada di Dinas perpustakaan dan kearsipan Aceh menjadi hal yang penting agar dalam menjalankan promosi dapat diterima dengan baik oleh kalangan masyarakat Umum. Sama halnya pada saat melakukan promosi dengan cara menjalin hubungan masyarakat atau publisitas bukan saja dengan menginformasikan kepada mereka tetapi juga melakukan uji coba terkait kegiatan-kegiatan yang dipromosikan sehingga dapat diterima sebagai hal yang positif.

Pernyataan tersebut sesuai dengan pemaparan ibu Nurul kemalahayati selaku SUP bidang Automasi di Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Aceh, sebagai berikut:

⁵⁶ Hasil wawancara Ibu Lisa Siska Dewi Bidang sup koordinator layanan perpustakaan di Dinas perpustakaan dan kearsipan Aceh Pada tanggal 03 Juni 2025.

“Kami selalu berupaya agar masyarakat yang berkunjung ke perpustakaan dapat merasa puas dengan pelayanan yang kami berikan. Tentunya tidak terlepas dengan adanya promosi untuk meningkatkan kunjungan pemustaka meningkat setiap harinya. Kami juga harus memberikan banyak kebutuhan pemustaka dari mulai fasilitas dan juga pelayanan.”⁵⁷

Sama halnya berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Lisa Siska Dewi

Bidang sup koordinator layanan perpustakaan. Ia Menyatakan bahwa :

“ Untuk promosi dibidang pelayanan kepada masyarakat kami menggunakan pendekatan dengan membuat kegiatan yang bisa berinteraksi langsung dengan pemustaka contohnya seperti story telling maupun edukasi seminar maupun perpustakaan keliling. Kami juga memberikan pendekatan dengan cara menyediakan semua kebutuhan pemustaka agar mereka merasa nyaman dan tertarik untuk selalu datang ke perpustakaan kami ”.⁵⁸

Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti lakukan maka dapat disimpulkan bahwa pada promosi kemasyarakatan dilakukan secara hati-hati agar setiap promosi yang diciptakan dapat berguna dan berkembang bagi para pemustaka. Dan dapat disimpulkan bahwa promosi melalui interaksi ke masyarakat adalah salah satu cara yang paling efektif dalam dunia promosi khususnya dibidang perpustakaan. Maka pemustaka akan terus berkunjung keperpustakaan.

d. Penjualan Personal/ Personal Selling

Promosi yang paling mudah dilakukan yaitu melalui tatap muka secara langsung dengan pemustaka karena dapat menjelaskan secara langsung. Promosi tatap muka dilakukan dengan melalui penawaran secara lisan agar dapat menciptakan

⁵⁷ Hasil wawancara dengan ibu Nurul kemalahayati, Pustakawan SUB Bidang Automasi di Dinas perpustakaan dan kearsipan Aceh Pada tanggal 03 Juni 2025.

⁵⁸ Hasil wawancara Ibu Lisa Siska Dewi Bidang sup koordinator layanan perpustakaan di Dinas perpustakaan dan kearsipan Aceh Pada tanggal 03 Juni 2025.

suatu hubungan baik dan langsung menerima respons dari konsumen (pemustaka) dan dapat dilakukan melalui persentase. Contohnya seperti membuat lomba dan kegiatan lainnya.

Pernyataan tersebut sesuai dengan pemaparan ibu Nurul kemalahayati selaku SUP bidang Automasi di Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Aceh, sebagai berikut:

“Ya, kami melakukan promosi dengan melihat beberapa tipe pemustaka. Ada yang senang melalui virtual ada juga yang melalui tatap muka secara langsung. Maka kami juga menyediakan beberapa promosi perpustakaan yang khusus bertatap langsung dengan pemustaka dengan kegiatan lomba, seminar, education dan masih banyak lagi.”⁵⁹

Sama halnya berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Lisa Siska Dewi Bidang sup koordinator layanan perpustakaan. Ia Menyatakan bahwa :

“kami sering terjun ke lapangan dan mempromosikan perpustakaan kepada masyarakat setempat khususnya di kota Banda Aceh. Kami juga mengadakan lomba untuk tujuannya bisa tersampai apa kebutuhan dari para pengunjung dengan pendekatan seperti itu”.⁶⁰

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi yang peneliti lakukan dapat disimpulkan bahwa pustakawan melakukan promosi melalui tatap muka ketika mahasiswa berkunjung ke perpustakaan atau terjun ke luar perpustakaan untuk bertemu dengan pemustaka dan memberikan edukasi pentingnya sebuah perpustakaan di manapun kita berada.

⁵⁹ Hasil wawancara dengan ibu Nurul kemalahayati, Pustakawan SUB Bidang Automasi di Dinas perpustakaan dan kearsipan Aceh Pada tanggal 03 Juni 2025.

⁶⁰ Hasil wawancara Ibu Lisa Siska Dewi Bidang sup koordinator layanan perpustakaan di Dinas perpustakaan dan kearsipan Aceh Pada tanggal 03 Juni 2025.

e. Pemasaran Langsung/ *Direct Marketing*

Pemasaran langsung dilakukan dengan mengkomunikasikan tawaran menggunakan media iklan dimana pustakawan berkomunikasi langsung dengan pemustaka tanpa menggunakan perantara pemasaran. Bentuk pemasaran langsung dapat melalui surat langsung, email, telepon langsung, pesan teks.

Pernyataan tersebut sesuai dengan pemaparan ibu Nurul kemalahayati selaku SUP bidang Automasi di Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Aceh, sebagai berikut:

“kami menyediakan layanan promosi dengan memberikan tawaran langsung ke media iklan yang ingin bekerja sama ataupun berdiskusi.”⁶¹

Beda halnya berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Lisa Siska Dewi Bidang sup koordinator layanan perpustakaan. Ia Menyatakan bahwa :

“Untuk promosi yang dilakukan melalui promosi langsung saya kurang mengetahui karena saya sendiri tidak ada dikontak secara langsung baik melalui email maupun telepon, untuk saat ini saya belum merasakan manfaat repositori yang telah disediakan.”⁶²

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi yang peneliti lakukan pustakawan kurang melakukan promosi melalui pemasaran langsung, pustakawan mengatakan mereka ada melakukan melalui para staf dan setiap pustakawan. Namun pada kenyataannya sesuai dengan hasil wawancara pemustaka mereka tidak pernah menerima bentuk promosi baik melalui email, telepon, maupun via sms.

⁶¹ Hasil wawancara dengan ibu Nurul kemalahayati, Pustakawan SUB Bidang Automasi di Dinas perpustakaan dan kearsipan Aceh Pada tanggal 03 Juni 2025.

⁶² Hasil wawancara Ibu Lisa Siska Dewi Bidang sup koordinator layanan perpustakaan di Dinas perpustakaan dan kearsipan Aceh Pada tanggal 03 Juni 2025.

2. Efektifitas strategi promosi dalam meningkatkan minat kunjung masyarakat

Secara umum keadaan perpustakaan pasti memiliki tingkat keberhasilan perpustakaan dalam memenuhi kebutuhan informasi pengguna serta menjalankan fungsi dan perannya sebagai pusat informasi, pendidikan, rekreasi, dan pelestarian pengetahuan., bila dibandingkan dengan perpustakaan yang lengkap biasa disebut dengan kata efektivitas. Berdasarkan hasil wawancara dengan informan adapun Efektifitas strategi promosi dalam meningkatkan minat kunjung di Dinas Perpustakaan dan kearsipan Aceh diantaranya : promosi perpustakaan menjadi permasalahan ketika upaya promosi yang dilakukan tidak memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan jumlah kunjungan, partisipasi dalam program perpustakaan, atau pemanfaatan layanan dan koleksi yang tersedia. Meskipun berbagai media promosi telah digunakan—baik melalui media sosial, brosur, spanduk, atau kegiatan langsung namun jika tidak disertai dengan strategi yang tepat sasaran dan sesuai dengan karakteristik pengguna, maka pesan yang disampaikan tidak akan menjangkau atau menarik perhatian khalayak. Hal ini bisa terjadi karena kurangnya pemahaman terhadap kebutuhan dan preferensi pemustaka, lemahnya komunikasi antara perpustakaan dan masyarakat, hingga terbatasnya sumber daya manusia dan anggaran yang dimiliki perpustakaan untuk merancang promosi yang kreatif dan berkelanjutan. Akibatnya, banyak layanan dan program yang sebenarnya bermanfaat menjadi tidak dikenal atau bahkan tidak dimanfaatkan sama sekali oleh

masyarakat, sehingga tujuan perpustakaan sebagai pusat informasi dan literasi tidak tercapai secara optimal.

Sama halnya berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Lisa Siska Dewi Bidang sup koordinator layanan perpustakaan. Ia Menyatakan bahwa :

“Selama ini promosi yang sudah kita lakukan juga kegiatan² yang dilakukan sudah sesuai dengan anggaran (maksud ibunya, faktor pendukung adanya anggaran untuk dilaksanakannya kegiatan promosi), semuanya sudah terdata di anggaran , dan kegiatan dilakukan sesuai dengan anggaran. Kendala lainnya mungkin promosi-promosi yang dilakukan untuk sekitaran kita saja , belum sampai ke pelosok², karena di bagian pelosok terkendala info (internet)”⁶³

- Jumlah kunjungan pemustaka harian, mingguan, bulanan

Jumlah kunjungan pemustaka dapat diukur berdasarkan frekuensi kedatangan ke perpustakaan dalam rentang waktu tertentu, yaitu harian, mingguan, dan bulanan. Data ini memberikan gambaran mengenai intensitas pemanfaatan perpustakaan oleh pemustaka dan menjadi indikator penting dalam menilai efektivitas layanan serta daya tarik fasilitas yang disediakan.

Secara harian, jumlah kunjungan menunjukkan seberapa stabil dan konsisten minat pemustaka dalam mengakses layanan perpustakaan setiap hari. Jika kunjungan harian tergolong tinggi, hal ini menandakan bahwa perpustakaan memiliki daya tarik rutin, misalnya karena letaknya strategis, koleksi yang relevan, atau kegiatan harian seperti bimbingan belajar dan akses Wi-Fi.

⁶³ Hasil wawancara Ibu Lisa Siska Dewi Bidang sup koordinator layanan perpustakaan di Dinas perpustakaan dan kearsipan Aceh Pada tanggal 03 Juni 2025.

Sementara itu, kunjungan mingguan memberikan gambaran tentang pola penggunaan perpustakaan yang lebih fleksibel, biasanya terjadi karena kebutuhan informasi berkala, tugas akademik, atau pengambilan dan pengembalian koleksi.

Dalam kurun waktu 2023-2024 pengunjung di Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Aceh mengalami persentase naik turun setiap bulannya sedangkan pertahunnya mengalami peningkatan dengan jumlah pengunjung 136.704 di tahun 2023 dan 236.171 pada tahun 2024. Ini merupakan catatan penting yang mungkin harus perlu ditingkatkan dibagian promosi perpustakaan untuk menjaga kenyamanan pengunjung.⁶⁴

- Frekuensi pemanfaatan layanan

Pada frekuensi pemanfaatan layanan di Dinas perpustakaan dan Kearsipan Aceh adalah ditemukan ketidaktahuan data karena buku kunjungan hanya ada di lobby masuk perpustakaan sehingga pemustaka yang masuk ke perpustakaan hanya melakukan pengisian data pengunjung lalu pustakawan tidak mengetahui atau mencatat kemana pemustaka masuk maka dari itu jumlah pemanfaatan layanan tidak diketahui.⁶⁵

⁶⁴ Hasil wawancara di Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Aceh dengan Ibu Lisa Siska Dewi pada tanggal 11 Juli 2025

⁶⁵ Hasil wawancara di Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Aceh dengan Ibu Lisa Siska Dewi pada tanggal 11 Juli 2025

- Tingkat keanggotaan aktif

Indikator persentase anggota perpustakaan yang secara rutin memanfaatkan layanan dan fasilitas yang tersedia, seperti melakukan peminjaman buku, mengakses koleksi digital, atau mengikuti kegiatan yang diselenggarakan perpustakaan. Dalam hasil penelitian mengenai tingkat kunjungan, tingkat keanggotaan aktif menjadi indikator penting yang mencerminkan sejauh mana perpustakaan mampu menarik dan mempertahankan minat pemustaka sebagai anggota tetap yang aktif.

Dalam kurun waktu 2023-2024 tingkat keanggotaan aktif terus meningkat setiap bulan dan tahunnya dengan rata-rata pengunjung aktif di tahun 2023 adalah 37,091 anggota. Pengunjung anggota aktif tahun 2024 terus meningkat dengan pesat dengan persentase rata-rata adalah 39, 884 sedangkan perbulannya mengalami persentase naik turun dalam pengunjung.⁶⁶

Maka dapat disimpulkan bahwa tingkat keanggotaan aktif pada dinas perpustakaan dan kearsipan Aceh terus mengalami peningkatan yang signifikan namun mengalami turun naik pada perbulannya sehingga perlu diperhatikan dalam mempromosikan perpustakaan.

⁶⁶ Hasil wawancara di Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Aceh dengan Ibu Lisa Siska Dewi pada tanggal 11 Juli 2025

C. Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan tentang Strategi promosi dan efektifitasnya yang dilakukan oleh Dinas Perpustakaan Dan Kearsipan Aceh, tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui Strategi promosi yang dilakukan oleh Dinas Perpustakaan Dan Kearsipan Aceh. Pembahasan hasil penelitian strategi promosi dapat dilihat melalui iklan, promosi penjualan, hubungan masyarakat dan publisitas, penjualan personal dan pemasaran langsung.

1. Strategi promosi yang dilakukan oleh Dinas Perpustakaan Dan Kearsipan Aceh?

Dalam dunia yang terus berkembang ini, mengelola dan membagikan pengetahuan menjadi semakin penting. Strategi menjadi keadaan yang penting didalam memberikan pelayanan kepada konsumen (pemustaka) karena akan sangat mempengaruhi minat dari pengunjung. Di tengah gemuruh pengunjung, Dinas perpustakaan dan kearsipan Aceh mempersembahkan media promosi untuk menjadi wadah bagi berbagai penelitian, makalah ilmiah, dan sumber daya lainnya. Namun, media tersebut tidaklah cukup hanya hadir. Diperlukan upaya yang gigih untuk mengajak para pemangku kepentingan bergabung dalam menjelajahi dan berkontribusi pada media promosi tersebut. Dinas perpustakaan dan kearsipan Aceh menjadi punggungnya yang seharusnya mampu berkreaitivitas yang tiada henti agar promosi perpustakaan lebih dikenal lagi.

a. Iklan/Advertising

Dari hasil penelitian dapat menunjukkan bahwa pustakawan di Dinas perpustakaan dan kearsipan Aceh telah melakukan promosi lewat media sosial, DPKA punya sosmed seperti IG, Facebook, dan tik tok, akan tetapi media promosi melalui iklan seperti facebook dan instagram saja belum cukup untuk menarik minat pemustaka, hal tersebut dikarenakan promosi melalui media sosial tanpa penjelasan yang rinci tidaklah efektif sehingga pemustaka tidak memahami dan mengetahui dengan jelas dari layanan repositori tersebut. Maka, perlunya interaksi langsung kepada para pemustaka seperti kegiatan-kegiatan yang kita adakan di perpustakaan seperti story telling, bedah buku, dan resensi buku. Hal tersebut sesuai dengan yang disampaikan oleh Freddy yang dikutip dari Deyana Ayu Suciana yang menyebutkan iklan juga sering disebut sebagai sarana promosi yang digunakan untuk menginformasikan, menarik, dan mempengaruhi calon konsumen. Penyampaian informasi melalui periklanan cenderung menggunakan media sosial, spanduk, poster, video, majalah, radio dan lain sebagainya.⁶⁷

Berdasarkan pemaparan diatas seharusnya media yang digunakan untuk mengadakan promosi bisa dengan membuat melalui video, spanduk, poster, majalah dan bentuk lainnya serta tidak cenderung ke media sosial hanya melalui facebook dan

⁶⁷ Deyana Ayu Suciana, Erwin Syahputra, -Analisis Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Pada Resto Dan Pusat Oleh-Oleh Putra Nirwana Magetan Di Era Pandemi Covid,|| Publikasi Ilmu Manajemen Dan E-Commerce, Vol 2 (2) (2023): hal 115

instagram walaupun dengan jangkauan yang lebih luas tetapi sering diabaikan oleh pemustaka.

b. Promosi Penjualan/ *Sales Promotion*

Berdasarkan hasil penelitian dan observasi yang peneliti lakukan di atas menunjukkan bahwa pustakawan sudah melakukan promosi agar layanan atau kegiatan yang merupakan salah satu brand di perpustakaan di kenal oleh masyarakat dan para pengunjung di Dinas perpustakaan dan kearsipan Aceh dan yang menjadi sasaran dari promosi perpustakaan ini yaitu masyarakat dan para pengunjung. Promosi penjualan diartikan sebagai suatu aktivitas atau materi yang berfungsi sebagai persuasi langsung yang menawarkan nilai tambah suatu produk kepada konsumen (pemustaka). Promosi penjualan dilakukan dengan menawarkan produk kepada konsumen untuk meningkatkan nilai brand yang dimiliki.⁶⁸

Berdasarkan pemaparan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa promosi penjualan dapat digunakan dengan menginformasikan langsung kepada pemustaka bahwa perpustakaan telah menyediakan layanan promosi sebagai alat untuk mencari pengunjung dengan cara yang strategis.

c. Hubungan Masyarakat dan Publisitas/ *Public Relations and Publicity*

Berdasarkan hasil penelitian yang peneliti lakukan menunjukkan bahwa pada promosi kemasyarakatan dilakukan secara hati-hati agar setiap promosi yang diciptakan dapat berguna dan berkembang bagi para pemustaka. Dan dapat

⁶⁸ Siti Amanah, -Peranan Strategi Promosi Pemasaran Terhadap Peningkatan Volume Penjualan,|| Jurnal Lentera Kajian Keagamaan, Keilmuan, Dan Teknologi, Vol 13 (1) (2018): hal 55–66

disimpulkan bahwa promosi melalui interaksi ke masyarakat adalah salah satu cara yang paling efektif dalam dunia promosi khususnya dibidang perpustakaan. Maka pemustaka akan terus berkunjung keperpustakaan.

Publikasi merupakan cara yang biasanya digunakan untuk membentuk pengaruh secara tidak langsung kepada pemustaka agar mereka menjadi tahu dan menyenangi layanan yang disediakan tersebut.⁶⁹ Hubungan masyarakat merupakan suatu usaha yang dilakukan untuk menjaga hubungan baik dengan masyarakat, dengan selalu menginformasikan hal baru yang disediakan pihak perpustakaan dan merencanakan apa yang akan dilakukan kedepan, dapat dilakukan dengan cara mempengaruhi pemustaka, menyampaikan dengan pelayanan yang baik. Sama halnya di perpustakaan dapat dengan mempengaruhi seluruh para pemustaka seperti rektor, dosen dan mahasiswa karena layanan promosi yang sudah dimiliki memiliki aksesibilitas yang mudah untuk digunakan.

d. Penjualan Personal/ *Personal Selling*

Berdasarkan hasil penelitian dan observasi yang peneliti lakukan dapat menunjukan bahwa pustakawan melakukan promosi melalui tatap muka ketika mahasiswa berkunjung ke perpustakaan atau terjun ke luar perpustakaan untuk bertemu dengan pemustaka dan memberikan edukasi pentingnya sebuah perpustakaan di manapun kita berada. Seperti yang diketahui bahwa *Personal selling* merupakan komunikasi langsung antara penjual dan calon pelanggan untuk memperkenalkan

⁶⁹ Ramsiah Tasruddin, -Strategi Promosi Periklanan Yang Efektif, || Jurnal Al-Khitabah, Vol 2 (1) (2020): hal 107–116

suatu produk kepada calon pelanggan dan membentuk pemahaman pelanggan terhadap produk sehingga mereka kemudian akan mencoba dan membelinya.⁷⁰

Personal selling adalah interaksi antar individu, saling bertemu muka yang ditujukan untuk menciptakan, memperbaiki, menguasai atau mempertahankan hubungan pertukaran yang saling menguntungkan dengan pihak lain. Selain itu personal selling merupakan aktivitas komunikasi antara produsen yang diwakili oleh tenaga penjual dengan konsumen potensial yang melibatkan pikiran dan emosi, serta tentu saja berhadapan langsung (*Face to face*). Oleh karena berhadapan langsung dengan konsumen potensial, personal selling mempunyai kelebihan dibandingkan dengan alat promosi lainnya.⁷¹

e. Pemasaran Langsung/ *Direct Marketing*

Berdasarkan hasil penelitian dan observasi yang peneliti lakukan pustakawan kurang melakukan promosi melalui pemasaran langsung, pustakawan mengatakan mereka ada melakukan melalui para staf dan setiap pustakawan. Namun pada kenyataannya sesuai dengan hasil wawancara pustakawan mereka tidak pernah menerima bentuk promosi baik melalui email, telepon, maupun via sms. Hal yang sama dipaparkan oleh Hermawan dikutip dari Indah Nurhikmah bahwa pemasaran langsung merupakan hubungan langsung dengan target pelanggan individu secara hati-hati untuk mendapatkan tanggapan langsung dan menumbuhkan hubungan

⁷⁰ Agustina Shinta, *Manajemen Pemasaran*, II (Malang: UB Press, 1994): hal 130

⁷¹ Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, I (Bandung: Alfabeta, 2013): hal 185

pelanggan yang baik melalui surat, telepon, televisi respon langsung, email, dan alat lainnya untuk berkomunikasi.⁷²

Pada kegiatan pemasaran langsung bisa diterapkan di dunia perpustakaan dalam mempromosikan layanan yang dimiliki dengan website perpustakaan dengan menyajikan segala informasi mengenai perpustakaan serta berkaitan lainnya secara langsung. Oleh karena itu yang terpenting dengan menggunakan online marketing karena memungkinkan kemudahan pengguna dalam mengakses dan berinteraksi dengan perpustakaan.

2. Efektifitas strategi promosi dalam meningkatkan minat kunjung masyarakat

Berdasarkan hasil penelitian diatas dengan informan adapun Efektifitas strategi promosi dalam meningkatkan minat kunjung di Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Aceh diantaranya adalah promosi perpustakaan menjadi permasalahan ketika upaya promosi yang dilakukan tidak memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan jumlah kunjungan, partisipasi dalam program perpustakaan, atau pemanfaatan layanan dan koleksi yang tersedia. Meskipun berbagai media promosi telah digunakan—baik melalui media sosial, brosur, spanduk, atau kegiatan langsung namun jika tidak disertai dengan strategi yang tepat sasaran dan sesuai dengan karakteristik pengguna, maka pesan yang disampaikan tidak akan menjangkau atau menarik perhatian khalayak. Hal ini bisa terjadi karena kurangnya pemahaman

⁷² Indah Nurhikmah, Athanasia Octaviani Puspita Dewi, -Analisis Promosi Pada Aplikasi Salatiga Mobile Library Di Dinas Perpustakaan Dan Kearsipan Kota Salatiga,|| Jurnal Ilmu Perpustakaan, Vol 6 (4) (2017): hal 21-30

terhadap kebutuhan dan preferensi pemustaka, lemahnya komunikasi antara perpustakaan dan masyarakat, hingga terbatasnya sumber daya manusia dan anggaran yang dimiliki perpustakaan untuk merancang promosi yang kreatif dan berkelanjutan. Akibatnya, banyak layanan dan program yang sebenarnya bermanfaat menjadi tidak dikenal atau bahkan tidak dimanfaatkan sama sekali oleh masyarakat, sehingga tujuan perpustakaan sebagai pusat informasi dan literasi tidak tercapai secara optimal.

Promosi yang dilakukan perpustakaan masih kurang efektif dalam menarik minat kunjung. Banyak program promosi yang tidak tersampaikan dengan baik ke masyarakat, dan media yang digunakan kurang tepat sasaran. Sebagian besar responden mengaku tidak mengetahui kegiatan atau layanan baru dari perpustakaan. Hal ini menunjukkan bahwa strategi promosi perlu diperbaiki, baik dari segi isi, media yang digunakan, maupun konsistensinya agar lebih mampu menjangkau dan menarik perhatian pengunjung.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Hasil penelitian strategi promosi perpustakaan dalam meningkatkan minat kunjung di Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Aceh Provinsi Aceh, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Strategi promosi perpustakaan di Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Aceh dilakukan melalui media iklan seperti penggunaan facebook dan instagram, selain itu juga melalui tatap muka dan publisitas dengan cara pustakawan melakukan penyebaran dengan menginformasikan kepada pengunjung dan masyarakat bahwa Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Aceh telah memiliki promosi sebagai alat untuk mencari kenyamanan bagi para pemustaka yang dapat diakses oleh seluruh masyarakat karena bersifat terbuka sehingga memudahkan aksesibilitas dari penggunaan setiap promosi tersebut. Para pemustaka menjadi target utama dalam promosi perpustakaan dalam meningkatkan minat kunjung dipergustakaan.
2. Efektivitas promosi perpustakaan di Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Aceh dalam meningkatkan minat kunjung mendapatkan hasil bahwa upaya promosi yang dilakukan tidak memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan jumlah kunjungan, partisipasi dalam program perpustakaan, atau pemanfaatan layanan dan koleksi yang tersedia.

Meskipun berbagai media promosi telah digunakan—baik melalui media sosial, brosur, spanduk, atau kegiatan langsung namun jika tidak disertai dengan strategi yang tepat sasaran dan sesuai dengan karakteristik pengguna, maka pesan yang disampaikan tidak akan menjangkau atau menarik perhatian khalayak. Dalam kurun waktu 2023-2024 pengunjung di Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Aceh mengalami persentase naik turun setiap bulannya sedangkan pertahunnya mengalami peningkatan dengan jumlah pengunjung 136.704 di tahun 2023 dan 236.171 pada tahun 2024. Hal ini bisa terjadi karena kurangnya pemahaman terhadap kebutuhan dan preferensi pemustaka, lemahnya komunikasi antara perpustakaan dan masyarakat, hingga terbatasnya sumber daya manusia dan anggaran yang dimiliki perpustakaan untuk merancang promosi yang kreatif dan berkelanjutan.

A. Saran

Dari hasil penelitian yang di dapat, maka ada beberapa saran antara lain:

1. Kepada pihak yang terkait dan terlibat dalam suatu perpustakaan khususnya di Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Aceh untuk lebih meningkatkan promosi perpustakaan dalam meningkatkan minat kunjung dan lebih dikenal oleh pengunjung dan seluruh masyarakat di Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Aceh yang tentunya bukan saja pada masyarakat khusus tetapi agar seluruh masyarakat mengetahuinya dan merasakan manfaatnya.

2. Kepala perpustakaan hendaknya mendorong pengunjung dan seluruh masyarakat untuk bekerjasama agar mempermudah berjalannya promosi perpustakaan, karena promosi merupakan salah satu penunjang tercapainya citra perpustakaan yang baik.



DAFTAR PUSTAKA

- Agus salim, *–Teori dan paradigm penelitian sosial : buku sumber untuk penelitian kualitatif*”, Yogyakarta : Tiara wacana, 2021
- Ahmad Drijali, dkk, *– Analisis dan kualitatif*fl, jurnal Alhadharah, Vol. 17, No. 33, Januari-Juni 2019
- Andi prastowo, *–Metode Penelitian Kualitatif dalam perspektif rancangan penelitian*”, Yogyakarta : Ar-Ruzz Media, 2020.
- Andrianza, Yogi : *–Sosial Media Sebagai Media Interaktif Pada Pustakawan Dan Pemustaka Di Perpustakaan Stikes Muhammadiyah Kuningan.*|| *UNILIB : Jurnal Perpustakaan* 13, no. 1 (2022)
<https://doi.org/10.20885/unilib.vol13.iss1.art5>.
- Annisa, Astrie. *–Strategi Pemasaran: Promotion Perpustakaan Di Era Milenial Dalam Upaya Peningkatan Kunjungan Perpustakaan.*|| *Journal of Chemical Information and Modeling* 53, no. 9 (2019): 1689–99.
<http://repository.uinsu.ac.id/6129/1/Artikel.pdf>. 33–39.
- Aprilia, Nadia, Bambang Permadi, Faiz Aqila Izura Atanta Berampu, Suci Andini Kesuma, and Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. *–Media Sosial Sebagai Penunjang Komunikasi Bisnis Di Era Digital.*|| *UTILITY: Jurnal Ilmiah Pendidikan Ekonomi* 7, no. 2 (2023): 64–74.
<http://journal.stkipnurulhuda.ac.id/index.php/utility>.

- Burhan Bugin. (2016) "Metodologi Penelitian Kuantitatif (Komunikasi, Ekonomi Dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya)". Jakarta: Kencana Prenada Media,
- David W. Lewis. -Keniscayaan Akses Terbuka". Jurnal Perpustakaan Dan Penelitian, Vol 73, No 5. (2018) <https://doi.org/10.5860/crl-299>.
- Deyana Ayu Suciana, Erwin Syahputra. -Analisis Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Pada Resto Dan Pusat Oleh-Oleh Putra Nirwana Magetan Di Era Pandemi Covid". Publikasi Ilmu Manajemen Dan E-Commerce, Vol 2 No 2. (2023)
- Lexy Moeleong, -*Metodologi penelitian kualitatif edisi Revisi*", Bandung : Remaja Rosdakarya, 2021.
- Rama Wahyudin dan M Zaky Mubarak Lubis. -Analisis Strategi Promosi Dan Branding Perpustakaan Universitas Andalas Melalui Media Sosial. Jurnal Kajian Kepustakawanan, Vol 5, No 1. (2023).
- Rahmadi. Pengantar Metodologi Penelitian. Banjarmasin: Antasari Press. (2018)
- Ramsiah Tasruddin. -Strategi Promosi Periklanan Yang Efektif". Jurnal Al Khitabah, Vol 2, No 1. (2020)
- Rizki Syahputra. -Strategi Pemasaran Dalam Alqur'an Tentang Promosi Penjualan. Jurnal Ekonomi dan Pemasaran, Vol 6, No 2. (2019).
- Sugiyono, -*penelitian pendidikan : penelitian kuantitatif, Kualitatif dan R dan D*", Bandung : Alfabeta, 2020.

Solihin Abdul Wahab, *“Pengantar Analisis Kebijakan Publik. UPT Penerbitan Universitas Muhammadiyah”*, Malang : AE Publishing, 2019.

Salamadian, – *Tujuan dan jenis-jenis analisis dalam istilah dunia pendidikan* 2018.

Sumber : <https://salamadian.com/tujuan-analisis/>. Yang diakses pada tanggal 04 Juli 2024.

Suhermi, Ariunto, –*Prosedur penelitian suatu pendekatan praktek*”, Jakarta : Rineka Cipta, 2019.

Siti Amanah, –Peranan Strategi Promosi Pemasaran Terhadap Peningkatan Volume Penjualan, *Jurnal Lentera Kajian Keagamaan, Keilmuan, Dan Teknologi*, Vol 13 (1) (2018): hal 55–66

Sumadi, dkk. –Pengaruh Strategi Pemasaran Syariah, Kepuasan Konsumen dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Vol 7, No 2. (2021).

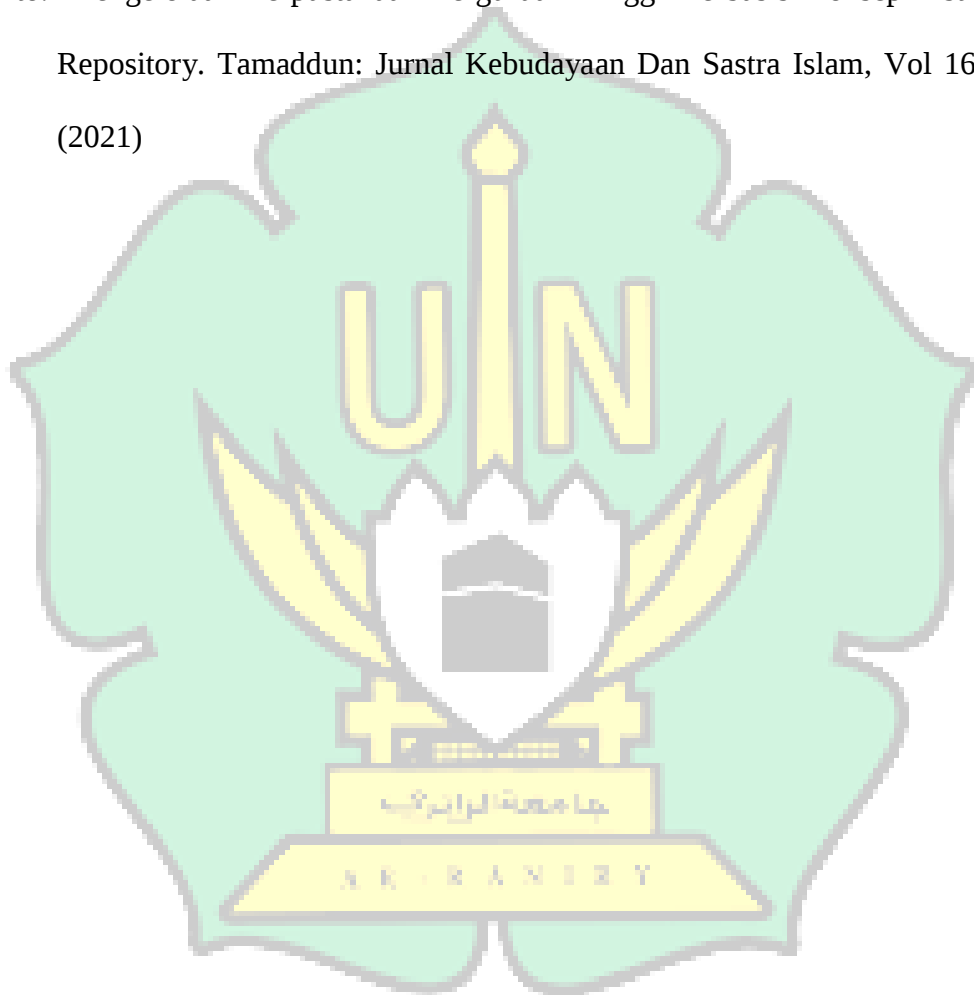
Syifaul Adhimah. –Peran Orang Tua Dalam Menghilangkan Rasa Canggung Anak Usia Dini (Studi Kasus Di Desa Karangbong Rt. 06 Rw. 02 Gedangan Sidoarjo)". *Jurnal Pendidikan Anak*, Vol 9, No 1. (2020).

Wahfiuddin Rahmad Harahap. –Penerapan Strategi Promosi Perpustakaan". *Jurnal Ilmu Perpustakaan Dan Informasi*, Vol 6, No 1. (2021)

Wiyarsih Wiyarsih. –Pemanfaatan Koleksi Repository Perpustakaan Fakultas MIPA UGM Menggunakan Eprints". *Jurnal Berkala Ilmu Perpustakaan Dan Informasi*, Vol 11, No 2. (2019)

Vivi Iswanti Nursyirwan, dkk. –Implementasi Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualanl. Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, Vol 3, No 2. (2020).

Yanto. –Pengelolaan Perpustakaan Perguruan Tinggi Berbasis Konsep Institutional Repository. Tamaddun: Jurnal Kebudayaan Dan Sastra Islam, Vol 16, No 1. (2021)



Lampiran 1 : SK Pembimbing Skripsi dari Dekan Fakultas Adab dan Humaniora



SURAT KEPUTUSAN
DEKAN FAKULTAS ADAB DAN HUMANIORA UIN AR-RANIRY BANDA ACEH
NOMOR: 1557/Un.08/FAH/KP.004/07/2025

TENTANG

PENUNJUKAN PEMBIMBING SKRIPSI/KARYA ILMIAH/TUGAS AKHIR MAHASISWA FAKULTAS ADAB DAN HUMANIORA UIN AR-RANIRY BANDA ACEH

DEKAN FAKULTAS ADAB DAN HUMANIORA UIN AR-RANIRY BANDA ACEH

- Menimbang : a. bahwa untuk kelancaran bimbingan skripsi/karya ilmiah/tugas akhir mahasiswa pada Fakultas Adab dan Humaniora UIN Ar-Raniry Banda Aceh di pandang perlu menunjuk pembimbing skripsi/karya ilmiah/tugas akhir tersebut;
- b. bahwa saudara yang namanya tercantum dalam surat keputusan ini dipandang mampu dan cakap serta memenuhi syarat untuk diangkat dalam jabatan sebagai pembimbing skripsi/karya ilmiah/tugas akhir.
- Mengingat : 1. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang sistem Pendidikan Nasional;
2. Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi;
3. Peraturan Pemerintah Nomor 4 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi;
4. Peraturan Presiden RI No. 64 Tahun 2013 tentang Perubahan Institut Agama Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh menjadi Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh;
5. Peraturan Menteri Agama RI Nomor 12 Tahun 2014 tentang Organisasi dan Tata Kerja UIN Ar-Raniry Banda Aceh ;
6. Keputusan Menteri Keuangan Nomor 293/KMK.05/2011 tentang Penetapan Institut Agama Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh pada Kementerian Agama sebagai Instansi Pemerintah yang Menerapkan Pengelolaan Keuangan Badan Layanan Umum;
7. Keputusan Rektor Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh Nomor 44 Tahun 2023 tentang Panduan Akademik bagi Mahasiswa Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.
8. Keputusan Rektor Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh Nomor 200 Tahun 2024 tentang Standar Mutu Penyusunan Tugas Akhir Mahasiswa Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.

MEMUTUSKAN

- Menetapkan : SURAT KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS ADAB DAN HUMANIORA UIN AR-RANIRY BANDA ACEH TENTANG PENGANGKATAN PEMBIMBING SKRIPSI/KARYA ILMIAH/TUGAS AKHIR MAHASISWA FAKULTAS ADAB DAN HUMANIORA UIN AR-RANIRY BANDA ACEH.

- Kesatu : Menunjuk saudara :
Drs. Saifuddin A. Rasyid, M.L.I.S. (Pembimbing tunggal)

Untuk membimbing Skripsi mahasiswa

Nama : Dea Riamaya

NIM : 200503087

Prodi : Ilmu Perpustakaan (IP)

Judul : Strategi Promosi Perpustakaan dalam Meningkatkan Minat Kunjung di Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Aceh

Masa Bimbingan : Enam Bulan TMT (22 Mei 2025 s/d 22 November 2025)

- Kedua : Kepada pembimbing tunggal tersebut diberi hak sepenuhnya untuk merevisi judul/kerangka skripsi/karya ilmiah/tugas akhir tersebut dengan sepengetahuan fakultas.
- Kedua : Keputusan ini berlaku sejak tanggal ditetapkan, dengan ketentuan bahwa segala sesuatu akan diubah dan diperbaiki kembali sebagaimana mestinya apabila terdapat kekeliruan dalam penetapannya.

Ditetapkan di Banda Aceh
Pada Tanggal 09 Juli 2025
Dekan,

Saifuddin

Tembusan :

1. Ketua Prodi Ilmu Perpustakaan Fakultas Adab dan Humaniora UIN Ar-Raniry;
2. Pembimbing skripsi/karya ilmiah/tugas akhir
3. Dosen Penasehat Akademik yang bersangkutan;
4. Mahasiswa yang bersangkutan;
5. Arsip

Lampiran 2 : Surat Izin Penelitian dari Fakultas Adab dan Humaniora



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH
FAKULTAS ADAB DAN HUMANIORA**

Jl. Syekh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh Telp/Fax. : 0651-752921

Nomor : 735/Un.08/FAH.I/PP.00.9/03/2025

Lamp : -

Hal : ***Penelitian Ilmiah Mahasiswa***

Kepada Yth,

Dinas perpustakaan dan kearsipan aceh

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Fakultas Adab Dan Humaniora UIN Ar-Raniry dengan ini menerangkan bahwa:

NIM : 200503087

Nama : DEA RISMAYA

Program Studi/Jurusan : Ilmu Perpustakaan

Alamat : MEULABOH BANDA ACEH

Saudara yang tersebut namanya diatas benar mahasiswa Fakultas Adab Dan Humaniora bermaksud melakukan penelitian ilmiah di lembaga yang Bapak/Ibu pimpin dalam rangka penulisan Skripsi dengan judul ***STRATEGI PROMOSI PERPUSTAKAAN DALAM MENINGKATKAN MINAT KUNJUNG DI DINAS PERPUSTAKAAN DAN KEARSIPAN ACEH***

Banda Aceh, 11 Maret 2025

An. Dekan

Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kelembagaan



Nazaruddin, S.Ag, S.S, M.L.I.S., Ph.D.

NIP. 197101101999031002

Berlaku sampai : 12 Mei 2025

Lampiran 3 : Balasan izin Penelitian dari Dinas Perpustakaan Kearsipan Aceh

 **PEMERINTAH ACEH**
DINAS PERPUSTAKAAN DAN KEARSIPAN ACEH
Jl. T. Nyak Arief Telepon : (0651) 7552323, Faximile : (0651) 7551239
Laman : arpus@prov.go.id Website : .arpus.acehprov.go.id

Banda Aceh, 21 Mei 2025
23 Dzulqaidah 1446

Nomor : 400.14.5.4/481/2025
Lampiran : -
Sifat : Biasa
Hal : Izin Penelitian

Yang Terhormat :
Dekan Fakultas Adab dan Humaniora
Universitas Islam Negeri Ar-Raniry
di -
Banda Aceh

1. Sehubungan dengan surat Saudara Nomor: 1149/Un.08/FAH.I/PP.00.9/05/2025 tanggal 19 Mei 2025 tentang hal tersebut di atas, dapat disampaikan bahwa pada prinsipnya kami tidak berkeberatan dan dapat menerima Mahasiwi Saudara:

No	Nama	NIM	Program Studi
1.	Dea Rismaya	200503087	Ilmu Perpustakaan

Untuk melakukan penelitian pada Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Aceh guna menyusun Skripsinya berjudul " **Strategi Promosi Perpustakaan dalam Meningkatkan Minat Kunjung di Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Aceh** ".

2. Kami berharap selama melakukan penelitian agar yang bersangkutan tetap disiplin, dan mentaati segala ketentuan yang berlaku di Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Aceh.

3. Demikian disampaikan, atas kerjasamanya kami ucapkan terima kasih.


ZULFADLI, SE, MM
PEMBINA TINGKAT I
NIP 19721222 200312 1 002
NO-KO 800.1/469/2025 Tgl. 16 Mei 2025

CS Dipindai dengan CamScanner

Lampiran 4 : Instrumen Penelitian wawancara di Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Aceh

No	Indikator	Pertanyaan
1.	Jumlah kunjungan pemustaka yang tercatat harian, mingguan, dan bulanan	1. Apa saja strategi promosi yang telah diterapkan oleh Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Aceh dalam meningkatkan minat kunjung masyarakat?
		2. Sejauh mana efektivitas startegi promosi tersebut dalam meningkatkan jumlah minat kunjung perpustakaan?
		3. Apa yang pendukung dan penghambat keberhasilan strategi promosi perpustakaan di Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Aceh?
		4. Bagaimana persepsi masyarakat terhadap promosi yang dilakukan oleh DPRA?
2.	Frekuensi pemanfaatan layanan	1. Jenis media promosi yang paling banyak digunakan oleh Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Aceh (misal: media sosial dan brosur)?
		2. Apakah ada program khusus yang ditujukan untuk kelompok usia tertentu (pelajar, mahasiswa/umum)?
		3. Bagaimana keterlibatan pihak eksternal (sekolah, universitas dan komunias)?
		4. Apakah terdapat perbedaan minat kunjung sebelum dan sesudah penerapa strategi promosi tertentu?
3.	Tingkat keanggotaan aktif	1. Apakah promosi yang sudah dilakukan sesuai dengan minat dan kebutuhan pemustaka?
		2. Apa rekomendasi pengguna/pengunjung terhadap strategi promosi perpustakaan yang lebih menarik?

Lampiran 5 : Dokumentasi Kegiatan Penelitian





Lampiran 6

DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENULIS

DATA DIRI

Nama Lengkap : Dea Rismaya
Tempat/Tanggal Lahir : Aceh Besar, 23 Mei 2002
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Kebangsaan/Suku : Indonesia/Aceh
Status Perkawinan : Belum Menikah
Pekerjaan : Mahasiswa
Alamat : Desa gue gajah kecamatan Darul Imarah Kabupaten
Aceh Besar

RIWAYAT PENDIDIKAN

SD : Tahun 2008 - 2014 SD Negeri Kuala Bubon
SMP : Tahun 2014 - 2017 MTs Negeri 1 Aceh Barat
SMA/MA : Tahun 2017 - 2020 MAN 1 Aceh Barat
PTN : UIN Ar-Raniry Banda Aceh

DATA ORANG TUA

Ayah : Rismaydi
Ibu : Sarimah
Pekerjaan Ayah : Swasta
Pekerjaan Ibu : Ibu Rumah Tangga
Alamat : Desa gue gajah kecamatan Darul Imarah Kabupaten
Aceh Besar

Banda Aceh, 17 Juli 2025

Penulis

Dea Rismaya

Nim : 200503078