

**PENGARUH PROMOSI MELALUI MEDIA IKLAN TERHADAP MINAT
KUNJUNG DI DINAS PERPUSTAKAAN DAN KEARSIPAN
KABUPATEN ACEH TENGGARA**

SKRIPSI

Diajukan Oleh:

**PAJRI REZEKI
NIM. 150503119
Prodi Ilmu Perpustakaan**



**FAKULTAS ADAB DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
DARUSSALAM-BANDA ACEH
2020 M/1441 H**

SKRIPSI

**Diajukan Kepada Fakultas Adab dan Humaniora UIN Ar-Raniry
Darussalam Banda Aceh Sebagai Salah Satu
Beban Studi Program Sarjana (S-1)**

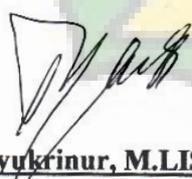
Diajukan Oleh :

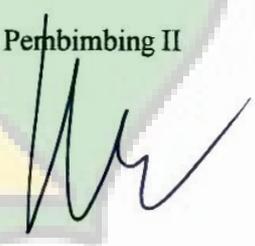
**PAJRI REZEKI
NIM. 150503119
Prodi Ilmu Perpustakaan**

Disetujui Oleh :

Pembimbing I

Pembimbing II


Drs. Syukrinur, M.LIS
NIP.196801252000031002


Drs.Saifuddin A.Rasyid, M.LIS
NIP.196002052000031001

SKRIPSI

**Telah Diuji Oleh Panitia Ujian Munaqasyah Skripsi
Fakultas Adab dan Humaniora UIN Ar-Raniry dan Dinyatakan Lulus
Serta Diterima Sebagai Salah Satu Beban Studi Program
Sarjana (S-1) Dalam Ilmu Perpustakaan**

Pada Hari/Tanggal

**Rabu, 12 Agustus 2020
22 Dzulhijjah 1441 H**

**Di Darussalam-Banda Aceh
Panitia Ujian Munaqasyah Skripsi**

Ketua

**Drs. Syakrinur, M.LIS
NIP.196801252000031002**

Sekretaris

**Drs. Saifuddin A. Rasvid, M.LIS
NIP.196002052000031001**

Penguji I

**Nurrahmi, S.Pd.I., M.Pd.
NIP.197902222003122001**

Penguji II

**Asnawi, S.IP., M.IP.
NIDN. 2022118801**

Mengetahui,

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



**Dr. Fauzi Ismail, M.Si
NIP. 196805111994021001**

Surat Pernyataan Keaslian

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Pajri Rezeki

NIM : 150503119

Jenjang : Stara satu (S1)

Prodi : Ilmu Perpustakaan

Judul Skripsi : Pengaruh promosi melalui media iklan terhadap minat kunjung di Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kabupaten Aceh Tenggara.

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

Banda Aceh, 10 Agustus 2020

Yang Menyatakan,



METERAI
TEMPEL
6000
ENAM RIBU RUPIAH

Pajri Rezeki

KATA PENGANTAR



Dengan Menyebut Nama Allah Yang Maha Pengasih Lagi Maha Penyayang. Segala puji dan syukur penulis mengucapkan kehadiran Allah SWT yang masih telah memberikan rahmat serta karunia-Nya kepada kita semua. Shalat beriringkan salam kepada Nabi kita Muhammad SAW, keluarga dan sahabat beliau yang telah menuntun ummat manusia kepada kedamaian dan bimbingan kita semua menuju agama yang benar di sisi Allah yakni agama islam.

Alhamdulillah berkat rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Promosi Melalui Media Iklan Terhadap Minat Kunjung di Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kabupaten Aceh Tenggara.” Skripsi ini disusun untuk melengkapi dan memenuhi syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Fakultas Adab dan Humaniora UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

Penyusunan skripsi ini berhasil diselesaikan berkat bantuan berbagai pihak. Dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada kedua orang tua tercinta, Ibunda dan Ayahanda yang selalu mendidik, mendukung, memberikan segala bentuk pengorbanan, nasehat, dan semangat sehingga penulis sampai pada tahap ini. Rasa terima kasih juga penulis ucapkan kepada kakak, abang, dan adik, serta seluruh keluarga besar yang tidak dapat disebutkan satu persatu untuk motivasi, dukungan, dan do'a merekalah penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Penulis mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya kepada Bapak Drs. Syukrinur, M.LIS selaku pembimbing I dan Bapak Drs. Saifuddin A. Rasyid, M.LIS selaku pembimbing II yang telah memberikan bantuan, bimbingan, ide, pengorbanan waktu, tenaga, dan pengarahan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada penguji I Ibu Nurrahmi, S.Pd.I., M.Pd dan penguji II Bapak Asnawi, S.IP.,.M.IP.

Terimakasih kepada Pimpinan Fakultas Adab dan Humaniora Bapak Dr.Fauzi Ismail, M.Si, kepada Ibu Nurhayati Ali Hasan, M. LIS., sebagai Ketua Prodi Ilmu Perpustakaan, serta kepada Bapak Mukhtaruddin, M.LIS., sebagai sekretaris jurusan Ilmu Perpustakaan dan Kepada Bapak Drs. Saifuddin A. Rasyid, M.LIS, sebagai Penasehat Akademik, kepada ibu Chairunnisa Ahsana AS, S.Hum dan Bang Arkin S.IP yang selalu memberikan semangat dan banyak membantu penulis dalam berbagai hal. Ucapan terima kasih pula penulis sampaikan kepada dosen dan seluruh staf dan asisten serta seluruh karyawan di lingkungan Fakultas Adab dan Humaniora.

Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada Bapak Drs. Glora Sebayang selaku kepala Dinas Perpustakaan Kabupaten Aceh Tenggara, dan seluruh staf perpustakaan dan seluruh pustakawan yang telah bersedia membantu, memberikan izin dan informasi kepada peneliti, sehingga penelitian ini dapat diselesaikan.

Terimakasih penulis sampaikan kepada teman-teman seperjuangan, sahabat saya Mainar, Rizki desti mancura, Asbi aziz, Tomi abram, Azwar muttaqin, jemadil, Syahrial bahraini dan semua teman-teman S1 Ilmu Perpustakaan leting 2015 yang tidak dapat disebutkan satupersatu khususnya unit 04, yang telah memberikan bantuan berupa doa, dukungan, saran, dan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Kebenaran selalu datang dari Allah SWT dan kesalahan itu datang dari penulis sendiri, untuk itu penulis sangat mengharapkan saran dan kritikan yang bersifat membangun demi kesempurnaan penulisan karya ilmiah ini. Demikian harapan penulis semoga skripsi ini memberikan manfaat kepada semua pembaca dan khususnya bagi penulis sendiri.

Banda Aceh, 10 Agustus 2020
Penulis,

Pajri Rezeki

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR	vi
DAFTAR LAMPIRAN	vii
ABSTRAK	viii
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat dan Kegunaan.....	6
E. Penjelasan Istilah	7
1. Promosi Perpustakaan.....	7
2. Media Iklan.....	8
3. Minat Kunjung.....	9
BAB II: LANDASAN TEORETIS	
A. Kajian Pustaka.....	9
B. Promosi Perpustakaan.....	11
1. Pengertian Promosi Perpustakaan.....	11
2. Tujuan promosi Perpustakaan.....	13
3. Bentuk-bentuk promosi Perpustakaan.....	14
C. Media Iklan.....	15
1. Pengertian media iklan.....	15
2. Media promosi perpustakaan dalam bentuk tercetak.....	16
3. Media promosi perpustakaan dalam bentuk elektronik.....	19
4. Hambatan dalam promosi perpustakaan.....	22

D. Minat Kunjung.....	24
1. Pengertian minat kunjung.....	24
2. Tujuan Berkunjung.....	29
E. Promosi Perpustakaan dan Minat Kunjung Pemustaka.....	29
BAB III : METODE PENELITIAN	
A. Rancangan penelitian.....	32
B. Lokasi, Waktu Penelitian dan jenis data.....	33
C. Hipotesis.....	33
D. Populasi dan Sampel.....	34
E. Validitas dan Reliabilitas.....	37
F. Teknik Pengumpulan Data.....	41
G. Teknik Analisis Data	44
BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Perpustakaan	47
B. Hasil Penelitian.....	49
C. Analisis Hasil Angket Penelitian.....	61
BAB V : PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	63
B. Saran-Saran.....	63
DAFTAR PUSTAKA	65
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENULIS	

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Tabel Penolong Uji Validitas.....	38
Tabel 3.2 Tabel Penolong Uji Reliabilitas.....	41
Tabel 3.3 Skala penilaian jawaban angkaet.....	43
Tabel 3.4 Interpretasi Nilai t.....	46
Tabel 4.1 Uji Validitas Variabel X (Promosi Melalui Media Iklan).....	50
Tabel 4.2 Uji Validitas Variabel Y (Minat Kunjung Pemustaka).....	51
Tabel 4.3 Pengujian reabilitas.....	52
Tabel 4.4 Hasil anaslis Angket Variiabel X (Promosi Melalui Media Iklan) dan Variabel Y (Minat Kunjung) Tenggara.....	53
Tabel 4.5 Analisis Regresi Linear Sederhana.....	58
Tabel 4.6 Anova.....	60



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	31
Gambar 4.1 Bagan Struktur Dinas perpustakaan dan Kearsipan Kabupaten Aceh Tenggara.....	49



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Surat keputusan dekan Fakultas Adab dan Hmaniora UIN Ar-Raniry Banda Aceh tentang pengangkatan pembimbing skripsi mahasiswa
- Lampiran 2. Surat izin penelitian ilmiah mahasiswa dari pimpinan Fakultas Adab dan Humaniora UIN Ar-Raniry Banda Aceh
- Lampiran 3. Surat keterangan konfirmasi izin penelitian dari Dinas Perpustakaan Daerah Kabupaten Aceh Tenggara
- Lampiran 4. Surat keterangan bahwasanya sudah melakukan penelitian dari Perpustakaan Daerah Kabupaten Aceh Tenggara
- Lampiran 5. Kuisioner
- Lampiran 6. Lampiran Foto Penelitian
- Lampiran 7. Hasil Perhitungan Uji Validitas
- Lampiran 8. Hasil Perhitungan Uji Reliabilitas
- Lampiran 9. Tabulasi Data Mentah Hasil Penelitian
- Lampiran 10. Tabel Distribusi Nilai r
- Lampiran 11. Daftar Riwayat Hidup Penulis.

ABSTRAK

Skripsi ini berjudul “ Pengaruh promosi melalui media iklan terhadap minat kunjung di Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kabupaten Aceh Tenggara.” Tujuan dari penelitian ini ialah untuk mengetahui apakah promosi melalui media iklan di perpustakaan memiliki pengaruh terhadap minat kunjung di Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kabupaten Aceh Tenggara. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan korelasi. Teknik pengumpulan data menggunakan koesioner kepada 94 sampel dari 1607 populasi. Berdasarkan dari hasil penelitian yang sudah dilakukan, maka hasil koefisien korelasi sebesar 0.398, bermakna promosi melalui media iklan mempunyai hubungan yang rendah terhadap minat kunjung di Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kabupaten Aceh Tenggara. Persamaan regresi menyebutkan hasil sebesar 81,553 dan nilai thitung sebesar 4,161, mengatakan bahwasanya koefisien determinasi (R^2) sebesar 0.158. Yang berarti Terdapat korelasi yang positif antar *dua variabel X dengan variabel Y*. menyatakan bahwasanya promosi melalui media iklan berpengaruh sebesar 15% terhadap minat kunjung di Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kabupaten Aceh Tenggara, sedangkan sisanya sebesar 85% yang mempengaruhi dari faktor-faktor yang lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Demikian juga melalui hasil yang di dapat melalui uji regresi linier yang peneliti lakukan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara promosi melalui media iklan berpengaruh terhadap minat kunjung di Perpustakaan Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kabupaten Aceh Tenggara dari hasil pengujian yang dicapai yaitu $F_{hitung} 17,312 > F_{tabel} 3,94$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan kata lain terdapat pengaruh antara promosi melalui media iklan terhadap minat kunjung di Perpustakaan Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kabupaten Aceh Tenggara.

Kata Kunci : promosi melalui media iklan, minat kunjung di perpustakaan



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Promosi perpustakaan merupakan unsur yang perlu dilakukan dalam menjalankan perpustakaan, akan tetapi tidak terlalu di perhatikan oleh individu yang bekerja di dalamnya yaitu di sebut sebagai penggerak suatu organisasi adapun dalam konteks penjelasan ini yaitu pustakawan atau staf yang ada di perpustakaan, karena sumber daya manusia akan menentukan kualitas dari promosi perpustakaan itu sendiri. Dalam sebuah perpustakaan pustakawan adalah sebagai manusia yang berperan penting dalam berjalanya roda organisasi, dan harus memberikan ide, tenaga dalam proses promosi jasa layanan yang di sediakan oleh perpustakaan, dengan bekerja secara profesional dalam mendukung dan berjalanya usaha promosi perpustakaan.

Promosi dalam perpustakaan merupakan kegiatan atau tempat bertukarnya informasi antar perpustakaan dengan calon pemakai, dengan tujuan memberikan informasi-informasi yang sudah di sediakan oleh instansi yang bersangkutan dan juga mengajak pemakai untuk menggunakan layanan-layanan yang sudah di sediakan di perpustakaan. Akan tetapi promosi di dalam dunia perdagangan yaitu usaha dalam peningkatan angka pembelian dan pengguna barang yang akan di pasarkan.¹

¹ Badollahi Mustafa, *Promosi Jasa Perpustakaan*, (Jakarta: Universitas Terbuka, 1996). Hlm 20.

Dengan terciptanya kegiatan promosi, diharapkan pengguna perpustakaan akan semakin meningkat dan masyarakat akan menjadi pengguna tetap dan taat dengan aturan yang sudah di terapkan dalam perpustakaan. Karena pengguna perpustakaan terlahir dari latar belakang yang berbeda dari latar belakang budaya dan pendidikan yang tidak sama. Tentunya jenis promosi yang di gunakan oleh perpustakaan tentunya harus berbeda.² Karena dasarnya jenis-jenis perpustakaan pada umumnya ada berbagai macam jenis dari perpustakaan dan bisa di manfaatkan untuk menambah dan menentukan jenis promosi yang cocok untuk dipakai setiap perpustakaan dan dapat menambah pengetahuan dalam melakukan promosi.

Dalam melakukan kegiatan promosi di perpustakaan hal yang perlu di perhatikan dan dilakukan yaitu meningkatkan layanan yang di sediakan oleh perpustakaan, karena layanan perpustakaan menjadi acuan bagi pengguna dalam penggunaan informasi di perpustakaan oleh karena itu meningkatkan layanan teramat penting di lakukan, karena di indonesia pengguna perpustakaan masih tergolong rendah dan masih sering diabaikan keberadaannya oleh masyarakat luas. Adapun promosi perpustakaan juga mempunyai arti yaitu mengenalkan ide atau jasa yang di sediakan di perpustakaan.

Pungsi dari promosi perpustakaan di bagi menjadi 4 bagian, ialah :

1. Meningkatkan minat pengguna
2. Memberikan kesan

² Badollahi Mustafa, *Promosi jasa perpustakaan...*,Hlm, 23.

3. Menubuhkan minat kunjung

4. Mendapatkan tanggapan.³

Dalam melaksanakan promosi perpustakaan, pustakawan harus mengerti dan faham siapa sasaran yang akan menjadi target dalam promosi perpustakaan dan harus mengetahui siapa itu pengguna yang akan di lakukan pengenalan layanan, fasilitas dan jasa yang sudah di sediakan di perpustakaan untuk pengguna, sasaran perpustakaan umum adalah masyarakat luas, baik itu dari kalangan akademik dan non akademik.

Melakukan kegiatan promosi perpustakaan memerlukan beberapa teknik/cara dalam melakukan promosi. Menurut Singgih Widodo, dalam promosi perpustakaan memiliki beberapa teknik promosi yang sudah lumrah di gunakan oleh instansi perpustakaan dalam melakukan kegiatan promosi seperti promosi melalui spanduk, poster, selebaran perpustakaan, program khusus perpustakaan. Promosi melalui media iklan terdiri oleh dua bentuk antara lain :

1. Bentuk tercetak

Promosi dalam media tercetak contohnya seperti promosi melalui surat kabar, majalah, bulletin, brosur, poster, spanduk, atau memanfaatkan papan pengumuman yang ada, dsb.

2. Bentuk elektronik

³Badollahi, *Promosi Jasa Perpustakaan* (Jakarta: Universita Terbuka, 1996 Hlm 20.

Promosi dalam bentuk elektronik dan di muat dalam bentuk media massa contoh seperti TV, Radio FM, atau multi media lainya seperti media internet, dsb.⁴

Minat bisa di artikan sebagai kemauan dari diri sendiri untuk melakukan suatu kegiatan atau kegiatan yang di laksanakan dengan senang melakukan terhadap suatu objek, orang, yang berkaitan dengan dirinya oleh karena itu minat adalah suatu kegiatan yang di lakukan sebagai suatu yang sadar. Minat juga dapat di artikan yaitu aspek psikologis seseorang untuk menaruh perhatian yang tinggi terhadap kegiatan tertentu dan mendorong yang bersangkutan untuk menaruh perhatian yang tinggi terhadap program-program yang mendorong dalam melakukan kegiatan tersebut.⁵

Pada umumnya, keinginan berkunjung pemustaka akan meningkat apabila ada rasa nyaman dan senang terhadap pelayanan yang di berikan oleh perpustakaan baik dari segi tempat, koleksi, sarana dan prasarana yang di sediakan. Karena hal tersebut sangat berpengaruh terhadap strategi dari pustakawan dalam usaha untuk mengenalkan berbagai pelayanan di perpustakaan itu sendiri dan minat kunjungan dapat di artikan sebagai suatu keinginan yang ada dalam diri individu sendiri untuk mendatangi suatu tempat tertentu.⁶ Karena lemahnya minat kunjungan di perpustakaan, maka kegiatan dari promosi dai perpustakaan tidak

⁴Singgih Widodo, *Panduan Pelatihan Informasi, Dokumentasi dan Perpustakaan: Perencanaan Perpustakaan dan Pusat Informasi*. (Yogyakarta: UPT Perpustakaan Universitas Gadjah Mada.2004 Hlm 8.

⁵ www.depdiknas.go.id/Jurnal/45/sutjipto.html.

⁶Yusuf, Pawit M dan Yaya Suhendar. *Pedoman Penyelenggaraan Perpustakaan Sekolah*. (Jakarta:Kencana, 2010). Hal 14.

berjalan dengan optimal. Oleh karena itu pustakawan perlu mempelajari dan memahami bagaimana pengaruh promosi yang telah di laksanakan tersebut. Karena promosi perpustakaan harus di jalankan dan diterapkan agar meningkatnya jumlah pengunjung dari sebelumnya dan tugas ini di lakukan oleh pustakawan dalam peningkatan minat kunjungan di perpustakaan.

Perpustakaan umum merupakan perpustakaan yang memiliki peran yang sangat penting, karena melayani semua lapisan masrakat luas tanpa membedakan latar belakang sosial, latar belakang agama, pendidikan, usia, dsb.⁷ Perpustakaan dan Kearsipan Daerah Kabupaten Aceh Tenggara tergolong memadai dan tempat yang dapat tergolong strategis yaitu di daerah perkotaan dan berdekatan dengan berbagai instansi pemerintahan di Kabupaten Aceh Tenggara, Perpustakaan dan Kearsipan Daerah Kabupaten Aceh Tenggara melakukan kegiatan promosi melalui media iklan baik melalui media cetak seperti spanduk, baliho, brosur, dan promosi melalalui media massa dalam bentuk elektronik, seperti internet, radio juga sudah dilakukan. Kegiatan ini sudah di lakukan dan langsung di koordinasi oleh staf dan pustakawan.

Berdasarkan observasi awal penulis kepada pustakawan, promosi sudah di lakukan oleh perpustakaan, dengan tujuan yaitu untuk mengajak masyarakat supaya berkunjung dan menjadi pengunjung tetap di perpustakaan, dengan tujuan agar meningkatnya minat kunjung masyarakat ke perpustakaan. akan tetapi

⁷ Supriyanto, dkk. *Aksentuasi Perpustakaan dan Pustakawan*, (Jakarta: IPI, 2006), Hlm 145.

penulis melihat data kunjungan di perpustakaan pengunjung perpustakaan masih tergolong kurang.⁸

Oleh karena itu hal ini tentu tidak sesuai dengan indikator keberhasilan dalam pelaksanaan promosi melalui berbagai media yang sudah dilakukan oleh perpustakaan. Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian berjudul “Pengaruh promosi melalui media iklan terhadap minat kunjung di Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kabupaten Aceh Tenggara”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pembahasan latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah di penelitian ini ialah apakah promosi melalui media iklan mempunyai pengaruh terhadap minat kunjung di Perpustakaan Dinas dan Kearsipan Kabupaten Aceh Tenggara.?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah promosi melalui media iklan di perpustakaan memiliki pengaruh terhadap minat kunjung di Perpustakaan Dinas dan Kearsipan Kabupaten Aceh Tenggara.

D. Manfaat dan Kegunaan

Berdasarkan ruang lingkup dan permasalahan yang diteliti, penelitian ini diharapkan mempunyai manfaat sebagai berikut.

- a. Manfaat teoritis

⁸ Wawancara Dengan Pustakawan Pada Tgl 04 February 2020.

Bisa di pergunakan dan dapat bermanfaat untuk suatu karya ilmiah serta menjadi sumber yang bisa dipelajari mengenai permasalahan dalam promosi melalui media iklan dalam meningkatkan minat kunjung di perpustakaan. Serta sebagai penambah wawasan kajian ilmu perpustakaan, khususnya tentang promosi melalui media iklan dalam meningkatkan minat kunjung di perpustakaan Dinas dan Kaersipan Kabupaten Aceh Tenggara.

b. Manfaat Praktis

1. Dapat memberikan manfaat untuk peneliti lainya dalam pengembangan dalam permasalahan mengenai promosi melalui media iklan untuk meningkatkan minat kunjungan di perpustakaan.
2. Hasil dari penelitian ini juga dapat di jadikan pembelajaran bagi pustakawan mengenai promosi di Perpustakaan Dinas dan Kearsipan Kabupaten Aceh Tenggara dalam promosi melalui media iklan.

E. Penjelasan Istilah

Untuk memudahkan pembaca dalam mengetahui isi dari penelitian ini, penulis akan menjelaskan beberapa istilah yang berkaitan dengan penelitian ini. Adapun istilah tersebut antara lain:

1. Pengaruh Promosi

Pengaruh merupakan kekuatan yang ada atau yang timbul dari sesuatu, seperti seseorang, benda yang berbentuk watak, kepercayaan, atau perbuatan seseorang.⁹ Dalam hal ini pengaruh lebih condong kedalam sesuatu yang dapat membawa perubahan pada diri sesorang atau lebih tepatnya kepada

⁹ Departemen Pendidikan dan Kebudayaan Nasional, Kamus Besar Bahasa Indonesia, Jakarta: Balai Pustaka, 1996, h. 747.

pengunjung dalam target dari kegiatan promosi yang dilakukan suatu kegiatan pertukaran informasi antara organisasi atau lembaga dengan konsumen dengan tujuan memberikan informasi mengenai produk atau jasa yang di sediakan oleh suatu organisasi dengan cara mengajak calon konsumen untuk menggunakan jasa yang di tawarkan.¹⁰

Dari penjelasan yang sudah di paparkan di atas penulis menarik kesimpulan, kegiatan promosi yang di lakukan dan melambangkan suatu kegiatan atau tindakan untuk melakukan promosi dan memaparkan ide atau layanan dapat berupa koleksi yang ada dalam konteks ilmu perpustakaan dan kegiatan ini tentunya sangat perlu di perhatikan oleh pustakawan dengan sekreatif mungkin. Guna dan fungsi dari kegiatan ini dilakukan di perpustakaan itu sendiri adalah untuk pemberitahuan kepada pengguna, supaya memanfaatkan segala fasilitas, koleksi bahan pustaka dan pelayanan lainnya yang ada di perpustakaan Dinas dan Kearsipan Kabupaten Aceh Tenggara.

2. Promosi melalau media iklan

Media iklan merupakan media promosi dalam bentuk penyajian mengenai ide, sebuah produk atau pelayanan yang di tawarkan dengan cara menggunakan jasa pengiklan dengan cara membayar jasa yang kita gunakan. Iklan dapat di laksanakan melalui berbagai cara. Strategi melalui media cetak dan melalui media elektronik.¹¹ Menurut Lasa Hs ada berbagai macam cara dalam melaksanakan promosi untuk mempromosikan informasi yang ingin di

¹⁰ Lasa HS, *Kamus Kepustakawanan Indonesia*, (Yogyakarta: Pustaka Book Publisher, 2009), Hlm. 290.

¹¹ Badollahi Mustafa, *Promosi Jasa Perpustakaan*, (Jakarta: Universitas Terbuka, 2007), Hlm. 29,30.

publikasi ke masyarakat ramai seperti melalui spanduk, penyebaran brosur dan *homepage* atau membuat akun media sosial dan juga promosi melalui media lainya yang tentunya agar meningkatkan minat kunjung di perpustakaan.¹²

Promosi melalui media iklan yang di tujukan dalam tulisan ini ialah pemanfaatan dari berbagai sarana-sarana promosi yang sangat luas dan mudah untuk dilakukan dan dapat menjangkau banyak masyarakat dalam melakukan promosi. Melalui berbagai sarana yang sudah ada, contoh melalui sarana media tercetak dan melalui sarana media internet atau media massa karena media massa atau internet saat ini sudah menjadi media yang sedang di gandrungi saat ini oleh semua kalangan hampir setiap orang sudah memakainya dan memilkinya dan media ini juga sangat mudah dan cepat dalam mengakses informasi yang ada dari semua kalangan pemustaka. Dan pustakawan dapat malakukan kegiatan promosi juga akan lebih mudah dan efesien.

3. Minat Kunjung

Minat merupakan ialah suatu keingan dan ketertarikan rasa suka terhadap sesuatu hal atau aktifitas tidak adanya rasa keterpakasaan dari seseorang dan tanpa di perintahkan oleh orang lain. Kemauan untuk berkunjung merupakan ialah penerimaan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu yang ada di luar diri, semakin kuat hubungan tersebut, maka semakin ada rasa keteriktan terhadap hal itu.¹³

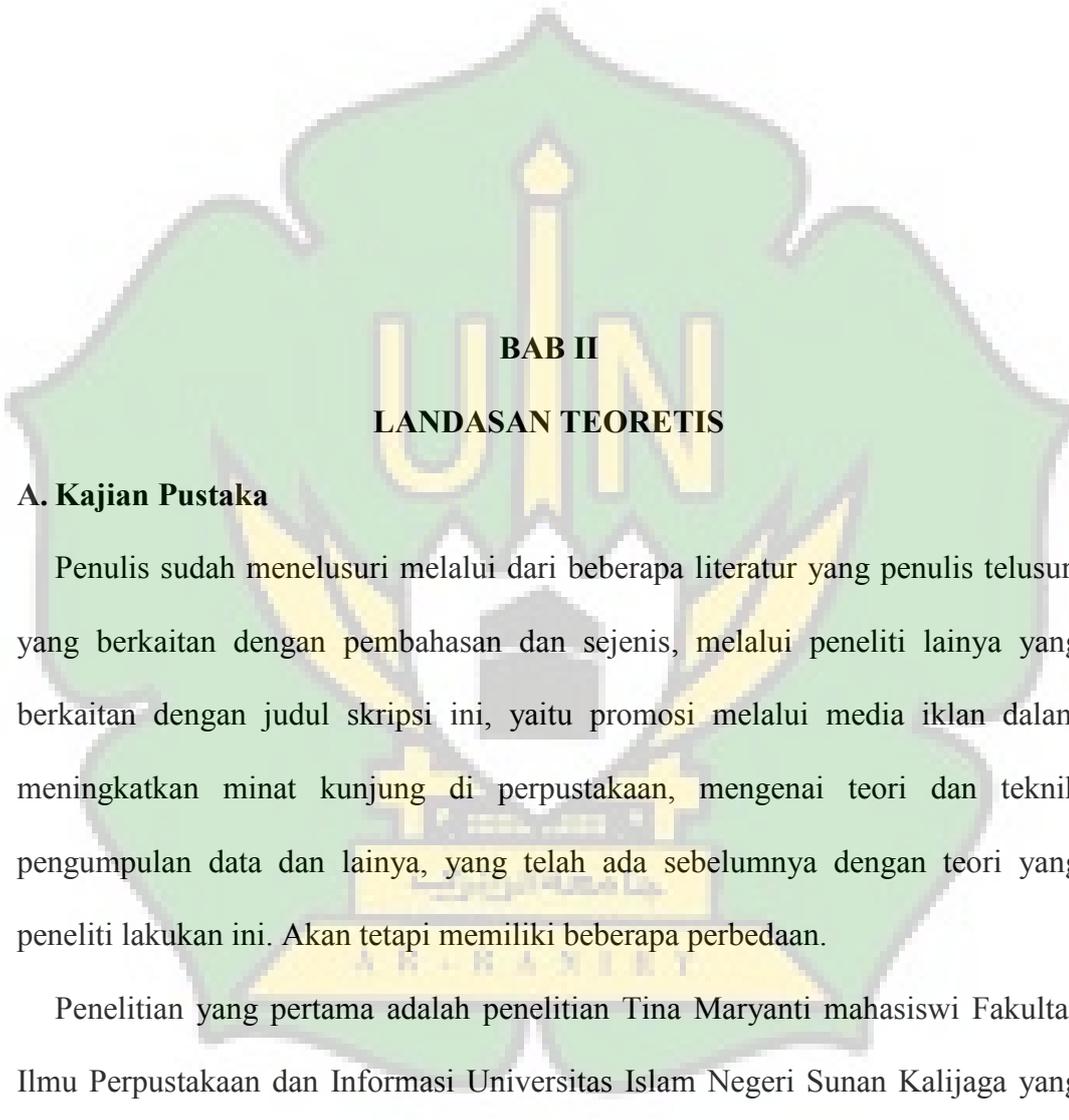
¹² Lasa HS, *Manajemen Perpustakaan*. (Yogyakarta: Gama Media.2005), Hlm, 238-241.

¹³ Slameto, *Belajar dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya*, (Jakarta: Rineka Cipta), Hlm. 180.

Menurut Lasa Hs minat kunjung ke perpustakaan merupakan kegiatan mengunjungi atau memasuki perpustakaan untuk melakukan akses informasi dan kegiatan lainnya yang ada di perpustakaan dan di sediakan oleh perpustakaan dalam melakukan kegiatan lainnya yang tercatat secara manual atau secara elektronik.¹⁴

Melalui penjelasan di atas, penulis menarik kesimpulan bahwa minat kunjung ialah keinginan seseorang untuk datang ke perpustakaan dalam menggunakan dan memanfaatkan pelayanan yang sudah di disediakan oleh pustakawan di perpustakaan. Dalam penelitian ini, penulis memfokuskan kepada jumlah pengunjung di Perpustakaan dan Kearsipan Kabupaten Aceh Tenggara.

¹⁴ Lasa Hs, *Kamus Kepustakawanan Indonesia*, (Yogyakarta: Pustaka Book Publisher, 2009), Hlm.183.



BAB II

LANDASAN TEORETIS

A. Kajian Pustaka

Penulis sudah menelusuri melalui dari beberapa literatur yang penulis telusuri yang berkaitan dengan pembahasan dan sejenis, melalui peneliti lain yang berkaitan dengan judul skripsi ini, yaitu promosi melalui media iklan dalam meningkatkan minat kunjung di perpustakaan, mengenai teori dan teknik pengumpulan data dan lainya, yang telah ada sebelumnya dengan teori yang peneliti lakukan ini. Akan tetapi memiliki beberapa perbedaan.

Penelitian yang pertama adalah penelitian Tina Maryanti mahasiswi Fakultas Ilmu Perpustakaan dan Informasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga yang berjudul “Pengaruh promosi terhadap minat baca di badan Perpustakaan Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta”. Dalam skripsi ini menjelaskan tentang Media promosi yang sering diketahui oleh masyarakat pemakai dalam upaya untuk meningkatkan minat baca di Badan Perpustakaan Daerah Provinsi Daerah

Istimewa Yogyakarta. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dokumentasi, wawancara, observasi, dan kuesioner. Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara promosi terhadap minat baca masyarakat di Badan Perpustakaan Daerah Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta.¹⁵

Kedua penelitian yang dilakukan Desi Purnama Sari mahasiswi Fakultas Adab dan Humaniora Universitas UIN Syarif Hidayatullah tahun 2017. Dengan judul “Pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi minat baca anak dipergustakaan *Reading in fun* Jakarta Selatan.” Dalam skripsi ini menjelaskan tentang pengaruh promosi melalui media sosial terhadap minat baca di perpustakaan *Reading in fun* Jakarta Selatan. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu melalui observasi, wawancara, dokumentasi, Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwasanya Perpustakaan *Reading is Fun* Jakarta Selatan, menggunakan instagram dan facebook sebagai sarana untuk mempromosikan perpustakaan dan pentingnya minat baca anak sejak usia dini. Beberapa fitur-fitur media sosial sudah dimanfaatkan secara maksimal, tetapi admin media sosial perpustakaan belum menggunakan seluruh fitur media sosial

¹⁵Tina Maryanti, *Pengaruh Promosi Terhadap Minat Baca di Badan Perpustakaan Daerah Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta, skripsi.* (Yogyakarta:UIN Sunan Kali Jaga.2009). Diakses pada Tgl 22 Agustus 2020.

tersebut sesuai dengan hasil best practice para ahli sehingga ada beberapa yang belum dimanfaatkan.¹⁶

Penelitian ke tiga yang di lakukan oleh Humaidah mahasiswi Fakultas Adab dan Humaniora Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah yang berjudul “Pengaruh promosi perpustakaan melalui media sosial terhadap pemanfaatan perpustakaan di perpustakaan di perpustakaan kementerian Perindustrian RI” pada tahun 2017. Fokus penelitian ini ialah untuk mengetahui gambaran variabel pengaruh promosi perpustakaan melalui media sosial (PPMMS) terhadap pemanfaatan perpustakaan (PP) Teknik pengumpulan data melalui Kuisioer, observasi. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa nilai korelasi variabel promosi perpustakaan melalui media sosial terhadap pemanfaatan perpustakaan sebesar 0,712. Hal ini menunjukkan bahwa hubungan antara variabel tersebut memiliki nilai internal sebesar 0,5-0,75. Artinya mempunyai hubungan yang kuat antar variabel, dengan demikian dapat dikatakan promosi peprustakaan melalui media sosial terhadap pemanfaatan peprustakaan di Perpustakaan Kementerian Perindustrian RI sangat berpengaruh dan mempunyai hubungan yang kuat.¹⁷

Dari ketiga penelitian yang sudah di lakukan di atas menunjukkan bahwa penelitian ini memiliki beberapa kesamaan penelitian yang sudah ada sebelumnya yang melakukan peneltiian seperti ini, akan tapi memiliki sejumlah perbedaan,

¹⁶ Desi Purnama Sari, *Pemanfaatan Media Sosial Sbagai Sarana Promosi Minat Baca Anak di Perpustakaan Reading Is Fun Jakarta Selatan*, Skripsi. (Jakarta:UIN Syarif Hidayatullah. 2017) Diakses pada tanggal 18 Agustus 2020.

¹⁷ Humaidah, *Pengaruh promosi perpustakaan melalui media sosial terhadap pemanfaatan perpustakaan di perpustakaan di perpustakaan kementerian Perindustrian RI*, Skripsi. (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah.2017), Diakses pada Tgl 15 Agustus 2020.

seperti tempat penelitian, dari segi tujuan penelitian, populasi, dan sampel. Dan fokus penelitian ini ialah bagaimana pengaruh promosi melalui media iklan baik dari media cetak dan media massa/elektronik di Perpustakaan Dinas dan Kearsipan Kabupaten Aceh Tenggara dan bagaimana pengaruhnya kepada pemustaka, sehingga dapat meningkatkan minat berkunjung di perpustakaan.

B. Promosi Perpustakaan

1. Promosi Perpustakaan

Promosi perpustakaan merupakan perkumpulan dalam bertukarnya informasi antar satu instansi dengan konsumen atau sering di sebut pemustadangan tujuan untuk mnyampaikan dan memberi pengertian mengenai informasi dan tentang koleksi yang tersedia di perpustakaan dan jasa-jasa yang sudah ada di perpustakaan perpustakaan. Kegiatan promosi dalam suatu perpustakaan sangat di perlukan, karena kegiatan tersebut sangat membantu dalam mengenalkan perpustakaan kepada seluruh lapisan masyarakat menggunakan berbagai media promosi yang bisa di manfaatkan seperti memasang spanduk membagikan selebaran, membuat website di internet, dan membuat akun media sosial perpustakaan.¹⁸

Menurut Iasa Hs dalam Kamus kepustakawanan Indonesia promosi merupakan pertukaran informasi antar organisasi/lembaga dan konsumen dengan tujuan utama memberi informasi tentang produk atau jasa yang tersedia dalam organisasi dan membujuk calon konsumen untuk bereaksi terhadap

¹⁸ Badollahi Mustafa, *Promosi Jasa Perpustakaan...*, hlm. 72.

produk atau jasa tersebut”.¹⁹ Cronin juga mengemukakan tentang promosi perpustakaan ialah suatu pengungkapan ataupun refleksi corak manajemen yang khas atau filsafat dari penyajian, objeknya untuk meningkatkan dan menembus pelayanan dari seluruh aktivitas yang di lakukan di perpustakaan. Oleh sebab itu promosi sebetulnya tidak hanya sekedar kegiatan membagi brosur, memasang spanduk, memakai jasa radio, dan promosi media lainnya. Promosi yang terbilang berhasil selayaknya memiliki dampak yang berkesenambungan dan menggalakkan kemajuan suatu perpustakaan. Artinya harus mempunyai kemajuan dalam pendayaguna perpustakaan.²⁰

Melalui pengertian di atas kita dapat menyimpulkan bahwa promosi perpustakaan ialah suatu aktivitas hubungan antara pustakawan dengan pengguna perpustakaan yang sudah ada ataupun pemustaka yang belum menjadi pengguna agar mereka mengerti dan tahu akan koleksi-koleksi, maupun fasilitas, layanan yang sudah tersedia dan promosi perpustakaan juga ialah suatu kegiatan yang penting di lakukan dengan upaya untuk mengenalkan dari seluruh aktifitas yang sudah ada di perpustakaan supaya dapat diketahui oleh masyarakat umum. Karena kegunaan promosi yang dilakukan perpustakaan merupakan kegiatan untuk memberikan informasi mengenai perpustakaan. Dengan promosi diharapkan para calon pengguna perpustakaan dapat mengenal perpustakaan dan menjadi penggunanya.

2. Tujuan dari Promosi Perpustakaan

¹⁹ Lasa Hs, *Kamus Kepustakawanan Indonesia* (Yogyakarta: Pustaka Book Publisher, 2009), Hlm. 290.

²⁰ Badollahi Mustafa, *Promosi Jasa Perpustakaan...*, Hlm. 5.

Kegiatan dalam promosi perpustakaan sekurang-kurangnya memiliki setidaknya empat tujuan, yaitu:

- a. Untuk menarik perhatian
- b. Menciptakan kesan
- c. Membangkitkan minat
- d. Memproleh tanggapan.²¹

Weinstock juga mengemukakan tujuan dari promosi perpustakaan ialah memberitahu kepada seluruh masyarakat tentang perpustakaan merupakan pusat informasi dan pengenalan berbagai pelayanannya dan jasa yang ada di perpustakaan dan mengajak calon pemakai perpustakaan untuk menjadi pengguna perpustakaan dan menggunakan pelayanan-pelayanan yang telah ada.²²

Dari berbagai pendapat yang dipaparkan oleh para ahli di atas menunjukkan bahwa mereka mempunyai cara yang berbeda-beda dalam menyatakan tujuan dan manfaat promosi perpustakaan. Meskipun demikian penulis menarik kesimpulan bahwa tujuan promosi adalah suatu usaha yang dilakukan oleh perpustakaan untuk mendorong pengguna agar berkunjung dan menggunakan perpustakaan, sehingga menarik perhatian pengguna untuk menggunakan koleksi dan jasa perpustakaan. Berkaitan dengan penjelasan di atas, promosi perpustakaan untuk setiap jenis perpustakaan sesungguhnya mempunyai sasaran yang berbeda menurut ruang lingkup masyarakat yang dilayani.

²¹ Badollahi Mustafa, *Promosi jasa perpustakaan* (Jakarta: Universitas Terbuka, 1996), Hlm 4.

²² Badollahi Mustafa, *Promosi Jasa Perpustakaan...*, Hlm. 20-21

3. Bentuk-bentuk Promosi Perpustakaan

Promosi di perpustakaan memiliki beberapa macam bentuk dalam melakukan promosi, Lasa Hs mengemukakan bahwa untuk mempromosikan informasi yang ada di perpustakaan antara lain dengan membuat leaflet, penyebaran brosur, map kemasan khusus, pertemuan ilmiah, pameran buku, kunjungan dan promosi melalui homepage atau website di internet. Homepage adalah halaman pertama dalam suatu sajian informasi. Adapun situs website sendiri adalah gabungan seluruh halaman website yang menyajikan suatu informasi utuh. Situs Web inilah yang sering digunakan oleh lembaga, perusahaan, produsen, yayasan, dan yang lainnya untuk kegiatan promosi produknya (barang atau jasa) kepada khalayak.²³ Oleh karena itu perpustakaan dapat juga memanfaatkan informasi yang ditawarkan dan bisa mengakses informasi mengenai perpustakaan. Mereka cukup meng “klik” melalui website dengan membuka homepage perpustakaan yang diinginkan.

C. Promosi melalui Media Iklan

1. Pengertian Media Iklan

Media Iklan merupakan alat ataupun media yang di gunakan dalam melakukan kegiatan promosi yang dapat berbentuk penyajian melalui ide, produk atau jasa yang di pakai oleh perpustakaan dengan cara mempromosikan melalui media yang sudah ada dengan cara memakai jasa dalam promosi melalui iklan tersebut. Iklan dapat di lakukan dapat melalui berbagai macam

²³ Lasa HS, *Manajemen Perpustakaan*. Yogyakarta: Gama Media.2005. Hlm,238-241.

bentuk, bisa melalui media cetak dan media elektronik.²⁴ Promosi perpustakaan dalam memanfaatkan media yang sudah ada akan menjadikan perpustakaan lebih mudah dalam melakukan pengenalan tentang perpustakaan guna untuk meningkatkan minat kunjung pemustaka.

Karena target dari promosi yang di lakukan harus tercapai kepada mereka, dan pesan yang ingin di sampaikan tersampaikan dalam melaksanakan dan dapat di ketahui dari semua kalangan. Memanfaatkan media merupakan teknik yang sering dilakukan oleh semua kalangan dalam melakukan promosi produk dalam melakukan pemasaran dan tentunya harus di lakukan oleh perpustakaan seperti memanfaatkan berbagai media baik media cetak atau media massa atau internet.

2. Media promosi perpustakaan dalam bentuk tercetak.

Media cetak merupakan media yang di tampilkan dalam cetakan baik berbentuk kertas dan berbentuk bahan cetakan lainnya, dengan tujuan mengutamakan pesan-pesan dengan sejumlah kata dan foto.

a. Brosur

Brosur adalah suatu bentuk media promosi yang sering di gunakan dalam kegiatan promosi, karena bahan yang di gunakan memakai kertas cetakan dan memuat di dalamnya tentang informasi mengenai suatu barang atau layanan yang di tawarkan untuk pengguna.²⁵ Promosi melalui media brosur ini tergolong mudah dan tidak memerlukan terlalu banyak biaya yang cukup

²⁴ Badollahi Mustafa, *Promosi Jasa Perpustakaan...*, Hlm. 29,30.

²⁵ Badollahi Mustafa, *Promosi Jasa Perpustakaan...*, Hlm.72.

besar, karena dalam pembuatan sangat mudah dan tentunya tidak akan merepotkan bagi pustakawan dan informasi yang di muat di dalam brosur yaitu mengenai informasi yang ada di perpustakaan yang bisa ditampilkan untuk pengguna, mengenai kegiatan, koleksi perpustakaan dan fasilitas yang dimiliki.

b. Spanduk

Spanduk merupakan media promosi memakai kain khusus yang kerap digunakan dalam percetakan spanduk dan jenis promosi ini juga sangat efisien dan mudah karena hanya perlu mendesain kreatif mungkin dalam melakukannya yang bisa berisi tulisan, slogan dari perpustakaan, atau berita yang perlu diketahui oleh umum tentang perpustakaan karena spanduk yang berbentuk besar dan dapat memuat informasi yang banyak dan bisa bertulisan besar. Spanduk dibentangkan di tempat strategis yang mudah dilihat dan dibaca. Tulisan spanduk berupa kalimat-kalimat singkat agar orang yang membaca secara sepintas sudah dapat memahami isinya.

c. Poster

Poster adalah salah satu media promosi yang biasanya didesain grafis yang didalamnya terdapat gambar dan kata-kata pada kertas yang bisa berukuran besar A3 atau ukuran A2 yang berisi tulisan atau gambar informasi untuk umum tentang suatu hal yang disajikan secara menarik. Dasar ide pembuatan poster adalah menyampaikan pesan kepada masyarakat pengguna dengan cara mudah dan murah dan dirancang untuk sekilas dan bisa segera dimengerti dan menarik perhatian atau mencuri

pandangan orang yang lewat di depan poster tersebut, sekaligus memberi pesan atau informasi secara ringkas.²⁶

d. Leaflet

Selebaran yang dicetak pada selebaran kertas dan terdiri dari beberapa sisi. Masing-masing dari dua sisi dihiasi dengan desain yang menarik agar para pembaca tertarik untuk membaca. Leaflet dapat berisi informasi mengenai koleksi-koleksi, sarana dan prasarana, layanan yang di sediakan di perpustakaan, leaflet berfungsi sebagai pencipta citra sekaligus memberikan informasi.²⁷

e. Pembatas buku (bookmark)

Pembatas buku adalah suatu benda yang digunakan untuk memberi tanda pembatas pada halaman-halaman sebuah buku. Pembatas buku atau yang dikenal sebagai bookmark dapat digunakan sebagai media promosi di perpustakaan. Pembuatan pembatas buku berlogo perpustakaan akan mempengaruhi citra dan sosok perpustakaan di hati pengguna kepada pengunjung berpotensi maka akan meningkatkan ingatan pengguna kepada perpustakaan yang akan mendorong mereka berkunjung ke perpustakaan.²⁸

f. Buku panduan perpustakaan

²⁶ Badollahi Mustafa, *Promosi Jasa Perpustakaan...*, Hlm. 80.

²⁷ Darmono, *Perpustakaan Sekolah Pendekatan Aspek Manajemen dan Tata Kerja* (Jakarta: Grasindo, 2007), Hlm. 211.

²⁸ Badollahi Mustafa, *Promosi Jasa Perpustakaan* (Jakarta: Universitas Terbuka, 1996), Hlm. 97.

Buku panduan perpustakaan ialah sebuah buku yang di terbitkan oleh perpustakaan yang memuat informasi yang ada di perpustakaan seperti visi misi, sejarah, tentang layanan perpustakaan, mengenai koleksi, lokasi, struktur perpustakaan dan lainnya yang menyangkut dengan perpustakaan.²⁹

g. Buletin

Menurut Salim buletin merupakan bacaan yang di terbitkan untuk mengangkat perkembangan suatu topik atau aspek tertentu yang berkaitan dengan perpustakaan.³⁰ Buletin juga di terbitkan secara teratur dengan memuat desain berupa foto perpustakaan dan desain-desain lainnya yang bersifat dan berkaitan dengan bidang tertentu yang ingin di sampaikan dalam mengenalkan perpustakaan kepada khalayak ramai.

Dari beberapa media yang di gunakan dalam promosi perpustakaan dalam media cetak yang cukup efektif dalam promosi ialah spanduk, karena mempunyai bentuk yang besar dan bisa di tempelkan di tempat umum atau jalan raya dan seluruh masyarakat yang melintasi jalan tersebut akan mengetahui informasi yang ada di perpustakaan, karena berukuran besar dan dapat memuat banyak informasi mengenai perpustakaan di dalamnya dan dapat menyampaikan pesan kepada pengguna perpustakaan. Selain itu poster dan brosur dan yang lainnya juga merupakan sarana promosi yang cukup efektif karena jenis media yang dipakainya juga sering di gunakan di

²⁹ Ibid., Hlm, 100.

³⁰ Salim, Peter, Yenny Salim. *Kamus Bahasa Indonesia Kontemporer*, (Jakarta: Modern English Press. 1991). Hlm. 233.

perpustakaan dalam kegiatan promosi selain dapat memuat informasi yang cukup banyak dan cukup hemat dalam biaya pencetakan.

3. Media Promosi Perpustakaan Dalam Bentuk Elektronik

Selain menggunakan media cetak dalam promosi perpustakaan dapat juga dengan menggunakan jasa melalui media massa juga sangat efektif dengan berbentuk informasi yang di muat dalam berita melalui media tertentu atau media elektronik karena media ini juga sudah sangat dekat dengan masyarakat dan mempunyai jaringan jaringan untuk mencapai ke masyarakat menjadi lebih cepat dengan menyajikan berita atau promosi yang menarik dapat melalui radio, televisi dan sebagainya.³¹ Dapat melalui jejaring sosial yang sudah sangat banyak yang memakai dan jejaring sosial ini juga bisa digunakan dalam promosi perpustakaan menggunakan seperti : website, instagram, facebook, dan media sosial lainnya.

a. Media Televisi

Media televisi saat ini menjadi media yang selalu menjadi tontonan masyarakat saat ini dalam pengiklanan karena sasaran yang akan di capai sangat luas dan penyebaran informasinya sangat cepat, karena bentuk medianya yang audio visual. Karena media ini sudah di gunakan setiap rumah dan di setiap tempat karena televisi sudah menjadi kebutuhan bagi pemirsa yang menontonnya.

b. Internet

³¹ *Ibid.*, Hlm.29.

Media internet merupakan media yang sudah menjadi kebutuhan bagi setiap penggunanya selain menggunakannya tidak susah dan dapat melalui smartfhone dan juga melalui media elektronik lainya seperti komputer dengan menggunakan media ini dapat membuat berupa website informasi dari perpustakaan dan dapat di akses melalui internet oleh pemustaka tanpa harus datang ke peprustakaan.

c. Radio

Radio adalah media komunikasi yang bisa di dengar oleh banyak masyarakat, perpustakaan kabupaten biasanya sering menggunakan media ini Karena media radio menggunakan pemasaran melalui audio suara tanpa menggunakan gambar maka bentuk atau isi iklannya di titik beratkan pada informasi-informasi insidental, misalnya program-program diperpustakaan dan lainya.³²

d. Website

Kegiatan dari Perpustakaan dapat dituangkan dalam sebuah halaman website di internet. Dengan portal website tersebut segala kebutuhan untuk berintraksi antara pengguna dan pustakawan dilaksanakan. Dengan catatan website yang di gunakan di buat dengan sekreatif mungkin agar dapat meningkatkan pemustaka untuk mengakses informasinya. Pustakawan menempatkan pesan promosi perpustakaan, jasa dan layanan, koleksi atau informasi penting lainya yang di adakan untuk dapat di nikmati oleh siapa

³² <http://www.pemustaka.com/peningkatan-minat-baca-dan-promosi-perpustakaansebagai-cara-untuk-mendekatkan-masyarakat-pada-perpustakaan.html>, diakses pada Tgl 11 Januari 2020 Pkl 10.39 WIB.

saja di mana saja di internet, karena keefektifannya dalam menyebarkan informasi tidak diragukan lagi.³³

e. Instagram

Instagram merupakan media atau sebuah aplikasi dari palystore Instagram juga merupakan media sosial yang sangat di gandrungi oleh anak-anak muda jaman sekarang maka aplikasi ini dapat di gunakan oleh perpustakaan dengan membuat akun yang beratasnamakan instansi dari perpustakaan dan dari instagram pengikut akun perpustakaan bisa mengetahui informasi-informasi yang di miliknya. Dapat di unggah melalui akun resmi perpustakaan tersebut dengan menggunakan Foto atau video yang dibagikan nantinya akan terpampang di feed pengguna lain yang menjadi *Follower* perpustakaan.³⁴ Aplikasi ini dapat memungkinkan perpustakaan dalam melakukan promosi melalui pengunggahan foto perpustakaan, kegiatan perpustakaan, koleksi, dan fasilitas yang di miliki perpustakaan.

f. Facebook

Facebook menawarkan untuk pengguna account bisa menampilkan gambar dan juga tulisan dan lainnya bisa mengirim *messenger* dan lain sebagainya³⁵ Facebook berfungsi dapat memasarkan barang atau jasa dari perpustakaan dengan menggunakan akun yang di kelola oleh pustakawan

³³ Rizal Saiful Haq, et al, *Pengantar Manajemen Perpustakaan Madrasah...*, Hlm 181.

³⁴ Michelle Wifalin, *Efektivitas Instagram Common Grounds, Jurnal E-Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Kristen Petra Surabaya*, pp. 2

³⁵ Nurudin, *Media Sosial Baru dan Munculnya Revolusi Proses Komunikasi*. (Yogyakarta: Buku Litera.2012. Hlm 68.

tentunya ini sangat efektif. Aplikasi Facebook juga hampir sama dengan instagram pemanfaatan promosi melalui facebook ini juga dapat di manfaatkan untuk mempromosikan perpustakaan, dengan mengunggah foto kegiatan yang ada di perpustakaan, fasilitas yang dimiliki dan di tambahkan dengan pesan promosi untuk mengajak pemustaka untuk berkunjung ke perpustakaan.

4. Hambatan dalam Promosi Perpustakaan

Hambatan dalam melakukan promosi perpustakaan biasanya disebabkan dari berbagai macam seperti pustakawan yang kurang mampu dalam menjalankan promosi di perpustakaan dan kurang proaktif dalam penyebaran informasi dan rendahnya keterampilan pustakawan dalam promosi, pustakawan kurang luas dalam penyebaran informasi tentang perpustakaan, misalnya brosur perpustakaan yang hanya diletakkan di meja informasi, iklan di televisi yang kurang persuasif, pengumuman mengenai perpustakaan yang hanya beredar di kalangan pustakawan, bukan kepada masyarakat luas. Di samping itu juga rendahnya komunikator dalam penyampaian pesan ke pada pengguna karena persaaan rendah diri pustakawan sehingga menimbulkan perasaan tidak percaya diri.³⁶

Qalyubi mengemukakan bahwa kendala-kendala yang ditemui oleh Putakawan dalam melakukan promosi di perpustakaan, ialah :

1. Kendala dari dalam (internal)

³⁶ Laksmi. *Tinjauan Kultural Terhadap Kepustakawanan: Inspirasi Dari Sebuah Karya Umberto Eco*. (Jakarta: Sagung Seto, 2006.) Hlm 162-163.

- a. Pengetahuan pustakawan kurang mampu dalam teknik pemasaran masih rendah
- b. Pandangan tradisional terhadap perpustakaan yang melihat perpustakaan hanya sebagai sebuah gudang buku
- c. Gedung/fasilitas perpustakaan tidak memadai
- d. Pembelian koleksi-koleksi bahan pusaka dan membuka layanan baru kurang memadai
- e. Apresiasi pustakawan terhadap pengguna perpustakaan lemah.³⁷

2. Kendala dari luar (eksternal)

- a. Komitmen dari pimpinan dalam mendukung terhadap eksistensi perpustakaan masih sangat kurang
- b. Pengguna perpustakaan hanya bersifat sementara, kecuali yang terdapat pada jenis perpustakaan khusus dan perpustakaan umum.
- c. Manajemen organisasi lemah
- d. Budaya baca masyarakat dengan memanfaatkan perpustakaan sangat lemah
- e. Staf pengajar di madrasah/sekolah jarang memberi tugas kepada siswa yang dapat memaksa mereka menggunakan perpustakaan.

D. Minat kunjung

1. Pengertian Minat Kunjung

Minat kunjung ialah kecenderungan jiwa yang mendorong seseorang mengunjungi dan memanfaatkan perpustakaan, minat kunjung ditunjukkan

³⁷ Qalyubi dkk, *Dasar Ilmu Perpustakaan dan Informasi*. (Yogyakarta: IAIN SUKA, 2007), Hlm, 263-264

dengan keinginan yang kuat untuk datang dan memanfaatkan fasilitas yang disediakan terutama membaca koleksi perpustakaan, minat kunjung sangat erat kaitannya dengan minat baca dan keterampilan membaca.³⁸

Masyarakat merupakan tujuan utama penyelenggaraan perpustakaan. Oleh karena itu masyarakat menjadi salah satu kunci berhasilnya suatu perpustakaan. Agar menjadikan mereka yaitu “segmen pasar” karena kemajuan perpustakaan adalah tanggung jawab bagi pustakawan dalam meningkatkan layanan dan promosi perpustakaan. Tentu tugas tersebut tidak mudah, sebab masyarakat baru mau ke perpustakaan jika mereka:

- a. Tahu arti dan manfaatnya
- b. Kebutuhan informasi di perrusakaan
- c. Tertarik dengan perpustakaan
- d. Merasa senang ketika di perpustakaan
- e. Pelayanan yang baik.³⁹

Untuk sampai di kondisi seperti ini, maka perpustakaan harus melakukan berbagai upaya, seperti melakukan pemasyarakatan, publikasi, promosi, pendekatan, dan melayani keinginan dan kebutuhan pemustaka. Jika hal tersebut telah dapat dilakukan dengan baik dan masyarakat benar-benar memperoleh nilai tambah atas keberadaan perpustakaan, maka pada saat itu pengunjung dan pemustaka merupakan salah satu potensi dan keberhasilan dalam suatu promosi perpustakaan. Terdapat beberapa pengaruh dan

³⁸ Darmono. *Manajemen dan Tata Kerja Perpustakaan Sekolah*. (Jakarta: Grasindo. 2001).Hlm 182.

³⁹ Sutarno. *Perpustakaan dan Masyarakat*. (Jakarta: Yayasan Obor Indonesia. 2006). Hlm 30.

tantangannya dalam mencapai keberhasilan dalam pelaksanaan meningkatkan minat kunjung di perpustakaan itu meliputi:

a. Jarak/ celah antara perpustakaan dan masyarakat

Perpustakaan dan masyarakat menurut teoritis seharusnya ada hubungan yang erat. Karena di antara keduanya saling membutuhkan dan saling melengkapi. Maksudnya bahwa keberadaan perpustakaan adalah dalam rangka menyediakan informasi dan memenuhi kebutuhan pemustakanya. Pada dasarnya masyarakatlah yang menghendaki dibentuknya perpustakaan. Artinya penyelenggaraan perpustakaan, dengan maksud dan tujuan untuk melayani seluruh lapisan masyarakat. Dengan visi, misi, strategi, dan perumusan tugas pokok fungsi sebagai salah satu pusat informasi dan pusat sumber belajar belum menyentuh kebutuhan masyarakat.⁴⁰ Sebaliknya masyarakat mungkin saja belum memahami dan blum menyadari apa arti dan kegunaan perpustakaan.

Maka dari pada itu harus terciptanya “jembatan” yang menghubungkan dan menghilangkan jarak tersebut, sehingga timbul suatu sinergi dan kesamaan pandangan dan kepentingan antar keduanya. Jembatan tersebut ialah seperti pengertian, pemahaman, persamaan persepsi, pemaknaan dengan masyarakat tentang pentingnya perpustakaan sebagai pusat informasi, sumber belajar, tempat menghimpun, memelihara dan

⁴⁰ Sutarno. *Perpustakaan dan Masyarakat....*, Hlm 35.

melestarikan khasanah budaya bangsa yang sarat dengan nilai-nilai filosofis, historis, dokumentatif, ilmiah, informatif, rekreatif, dan konstruktif.⁴¹

b. Keterbatasan akses informasi dan komunikasi

Informasi dan bentuk komunikasi antara perpustakaan dan masyarakat merupakan sesuatu yang penting. Karena tanpa adanya informasi dan komunikasi tersebut tidak akan pernah ada keterkaitan. Oleh karena itu di antara kedua belah pihak perlu dibangun atau dijalin hubungan yang baik, yakni hubungan saling membutuhkan, saling menginginkan, dan saling isi mengisi. Pada satu sisi perpustakaan menghendaki bahwa perpustakaan dimanfaatkan oleh masyarakat, dengan berbagai layanan dan fasilitasnya.

Sementara pada sisi yang lain masyarakat membutuhkan informasi dan ilmu pengetahuan yang ada di perpustakaan untuk menambah pengetahuan, wawasan, pengalaman dan keterampilan. Guna dapat mengembangkan informasi dan komunikasi tersebut semestinya dibuka “jalur” komunikasi yang diperlukan, misalnya upaya pemasyarakatan/ sosialisasi, melalui media cetak dan elektronik, mengadakan berbagai aktivitas yang melibatkan masyarakat.⁴²

c. Respon dan perhatian masyarakat yang relatif rendah

Respon dan perhatian masyarakat kepada perpustakaan yang relatif kurang bisa disebabkan karena beberapa factor, seperti ketidak tahuan atau kekurang tahuan masyarakat terhadap tentang di mana letak/lokasi dari perpustakaan, apa kegunaan perpustakaan, siapa saja yang dapat dan boleh

⁴¹ Sutarno. *Perpustakaan dan Masyarakat...*, Hlm 36.

⁴² Sutarno. *Perpustakaan dan Masyarakat...*, Hlm 37.

ke perpustakaan, apa saja persyaratan ke perpustakaan dan untuk menjadi anggota, bahan pustaka apa saja yang ada di perpustakaan, apakah untuk menjadi anggota harus membayar, dan lain sebagainya. Faktor-faktor tersebut yang menjadikan masyarakat kurang merespon dan memperhatikan perpustakaan.⁴³

d. Persepsi masyarakat tentang perpustakaan yang kurang tepat

Masyarakat juga terdiri dari atas banyak sekali kelompok, strata sosial, tingkat pendidikan, etnis, suku, kebudayaan, agama, dan kepercayaan, adat istiadat dan masih banyak lagi. Oleh karena itu sikap, pandangan, cara berpikir, dan wawasan, dan persepsi terhadap sesuatu juga berbeda. Seperti disebutkan di atas bahwa keterbatasan akses informasi, komunikasi, dan respon terhadap perpustakaan tidak sama, maka akibatnya persepsi terhadap perpustakaan sering tidak sama.

Sebagai contoh, perpustakaan hanya untuk kalangan tertentu, masuk perpustakaan harus membayar, dan petugas layanan kurang ramah/supel dalam melayani pengunjung. Seperti ini harus dihilangkan, dan diciptakan/dikembangkan citra dan persepsi yang benar dan lengkap mengenai perpustakaan dan semua anggota masyarakat.⁴⁴ Agar mencapai pada tahap seperti itu, perpustakaan harus menggunakan berbagai macam cara dalam melakukan promosi yang tepat dan kreatif dalam melakukan kegiatan tersebut. Seperti melaksanakan kegiatan mempublikasikan ke masyarakat,

⁴³ Sutarno. *Perpustakaan dan Masyarakat...*, Hlm 38.

⁴⁴ Sutarno. *Perpustakaan dan Masyarakat...*, Hlm 39.

melakukan pendekatan dan memberikan pelayanan yang baik bagi mereka dan kebutuhan informasi.

Apabila masalah tersebut sudah dilaksanakan dan kegiatan berjalan dengan teratur juga pemustaka sudah mendapatkan poin dalam keberadaan suatu perpustakaan. Kemudian pemustaka ataupun pengguna suatu perpustakaan akan dapat meningkat. Kaitanya yaitu pemustaka memerlukan peningkatan pelayanan, menambahkan koleksi, pembaharuan juga meningkatkan koleksi-koleksi bahan pustaka. Situasi seperti itu juga dapat meningkatkan pengaruh minat kunjung di perpustakaan agar menjadi besar dan berkembang.⁴⁵

2. Tujuan Berkunjung

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

- a. Berkunjung untuk tujuan kesenangan. Dalam artian masyarakat datang memanfaatkan koleksi perpustakaan yang disenangi seperti, membaca novel, surat kabar, komik dan lain-lain.
- b. Berkunjung untuk tujuan memperoleh sesuatu yang baru (ilmu pengetahuan).

⁴⁵ Wiji Suwarno, *Psikologi Perpustakaan* (Jakarta: Sagung Seto, 2009), hlm. 111-112.

- c. Berkunjung untuk menyelesaikan tugas atau pekerjaan. Dalam artian seseorang datang berkunjung ke perpustakaan untuk menggunakan sarana dan prasarana yang sudah ada dalam mengerjakan pekerjaan atau tanggung jawab lainnya.⁴⁶

E. Promosi Perpustakaan dan Minat Kunjungan pemustaka

Salah satu hal yang harus diperhatikan oleh pengelola perpustakaan dalam meningkatkan minat kunjung pemustaka adalah meningkatkan kegiatan promosi perpustakaan yang lebih luas guna mempromosikan serta memasarkan jasa perpustakaan, perpustakaan tidak cukup hanya membangun infrastruktur dan fasilitas-fasilitas jasa informasi, lalu kemudian mengharapkan pemustaka untuk berkunjung dan memenuhi perpustakaan. Akan tetapi masyarakat harus selalu diingatkan secara terus menerus dan seefektif mungkin akan manfaat serta peran dan apa saja yang dapat diperoleh dan dilakukan di dalam perpustakaan untuk merangsang minat kunjung pemustaka.

Adapun Sulistyono menyebutkan metode yang lazim dilakukan oleh pustakawan untuk mempromosikan atau memamerkan jasa dan layanan perpustakaan yaitu dengan menggunakan media promosi seperti media cetak dan media elektronik. Metode tersebut dianggap sebagai cara yang tepat untuk mempromosikan jasa layanan perpustakaan karena mampu menyentuh seluruh lapisan masyarakat.⁴⁷

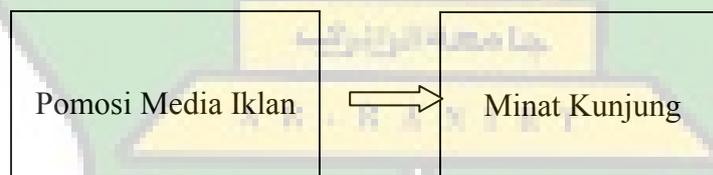
Perpustakaan yang baik tentunya adalah perpustakaan yang banyak dikunjungi oleh pemustaka, pada dasarnya minat kunjung pemustaka bisa menerima dan

⁴⁶ Darmono. 2001. *Manajemen dan Tata Kerja Perpustakaan Sekolah*. (Jakarta: Gramedia Widiaswara.2001). Hlm 183.

⁴⁷ Sulistyono Basuki.. *Pengantar Ilmu Perpustakaan*. (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama. 1993). Hlm. 286.

merasa nyaman dan rasa ketertarikan untuk mengunjunginya kembali itulah yang di sebut dengan promosi yang sukses dan terrealisasi. Karena tujuan promosi oleh perpustakaan ialah untuk meningkatkan minat kunjung pemustaka dapat terlaksana, pada saat melakukan kegiatan publisitas perpustakaan sangat penting melakukan suatu target dan yang sudah di rencanakan suapaya melakukan pelaksanaanya startegi yang sudah di siapkan dapat mengenai sasaran serta kerjasama antara perpustakaan dengan media, baik melalui media cetak maupun media massa/eletronik juga dapat membantu dalam promosi peprustakaan.

Berdasarkan uraian di atas, terdapat keterkaitan antara promosi perpustakaan melalui media iklan terhadap minat kunjung pemustaka.Semakin menarik dan semakin banyak media iklan yang di pakai di perpustakaan, makin tinggi pula minat kunjung pemustaka ke perpustakaan. Berdasarkan uraian variabel yang telah dibahas diatas, selanjutnya penulis menggambarkannya dalam kerangka berpikir.



Gambar 2.1
Kerangka Berpikir
Promosi melalui media iklan (X) dan Minat Kunjung (Y)



BAB III METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, pendekatan penelitian kuantitatif yang paling penuh, dalam artian memenuhi semua persyaratan untuk menguji hubungan sebab-akibat. Hubungan antara variabel bisa berbentuk hubungan korelasional, saling hubungan atau hubungan sebab-akibat. Hubungan korelasional menunjukkan saling hubungan antara dua variabel atau lebih.⁴⁸

⁴⁸Nana Syaodih Sukmadinata, *Metode Penelitian Pendidikan*. (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010), Hlm. 194-195

Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan ialah pengaruh promosi melalui media iklan dengan minat kunjung di Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kabupaten Aceh Tenggara. Proses penelitian bersifat deduktif, di mana untuk menjawab rumusan masalah digunakan konsep atau teori sehingga dapat dirumuskan hipotesis. Hipotesis tersebut selanjutnya diuji melalui pengumpulan data lapangan. Untuk mengumpulkan data digunakan instrumen penelitian. Data yang telah terkumpul selanjutnya dianalisis secara kuantitatif dengan menggunakan statistik deskriptif atau inferensial sehingga dapat disimpulkan hipotesis yang dirumuskan terbukti atau tidak. Penelitian kuantitatif pada umumnya dilakukan pada sampel yang diambil secara random, sehingga kesimpulan hasil penelitian dapat digeneralisasikan pada populasi di mana sampel tersebut diambil.⁴⁹

B. Lokasi, Waktu Penelitian, dan Jenis Data

Lokasi penelitian ini dilaksanakan di Perpustakaan Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kabupaten Aceh Tenggara beralamat di Jln. Ahmad Yani, Aceh Tenggara. Adapun waktu penelitian terhitung sejak observasi awal perancangan penelitian dimulai November 2019 sampai Maret 2020. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer adalah data yang

⁴⁹Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D* (Bandung: Alfabeta, 2014), Hlm. 8

dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan.⁵⁰ Data primer dapat berupa opini subyek (orang) secara individu maupun kelompok, hasil observasi terhadap suatu benda (fisik), kejadian atau kegiatan, dan hasil pengujian.⁵¹

C. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap masalah yang bersifat praduga karena masih harus dibuktikan kebenarannya. Hipotesis adalah jawaban sementara yang menyatakan adanya hubungan di antara variabel-variabel yang diteliti.⁵²

Berdasarkan judul penelitian ini terlihat bahwa penelitian ini memiliki dua variabel yaitu promosi melalui media iklan dan minat kunjung. Penulis tetapkan promosi melalui media iklan sebagai variabel independen (X) dan minat kunjung pemustaka sebagai variabel dependen (Y). Dua jenis variabel tersebut menentukan hipotesis yang peneliti gunakan yaitu hipotesis nol (H_0) Hipotesis alternatif (H_a), adapun yang menjadi hipotesis dalam penelitian ini adalah :

- a. H_a : Terdapat pengaruh promosi melalui media iklan terhadap minat kunjung di Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kabupaten Aceh Tenggara.

⁵⁰ Syofian Siregar, *Statistik Deskriptif Untuk Penelitian*. (Jakarta : Raja Gafindo Persada, 2010), Hlm. 128

⁵¹ Etta Mamang Sangadji, Sopiha, *Metodologi Penelitian*. (Yogyakarta: Andi, 2010), Hlm. 171.

⁵² Patricia Farrugia, Research question, hypotheses and objectives, diakses dari: <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC291219/>, pada tanggal: 13 Januari 2020

- b. H_0 : Tidak terdapat pengaruh promosi melalui media iklan terhadap minat kunjung di Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kabupaten Aceh Tenggara.

Hipotesis riset tersebut dapat dirumuskan dalam bentuk hipotesis statistiknya, yaitu:

$H_a : p \neq 0$ (terdapat pengaruh)

$H_0 : p = 0$ (tidak berpengaruh)

Hipotesis di atas diambil dengan alasan karena promosi dan Minat kunjung pemustaka itu bisa bersifat positif atau negatif, tergantung pada kinerja pustakawan.

D. Populasi dan Sampel

Populasi adalah gabungan orang yang memiliki karakteristik serupa yang menjadi pusat perhatian peneliti, karena di pandang sebagai objek penelitian.⁵³ Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan.⁵⁴ Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.⁵⁵ Dengan demikian sampel

⁵³ Ferdinand Augusty, *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen*, (Semarang: Universitas Diponegoro, 2006), Hlm. 18.

⁵⁴ Sujarweni, V dan Poly Endrayanto, *Statistika untuk Penelitian*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012), Hlm. 13

⁵⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Afabeta, 2011), Hlm. 81.

adalah sebagian dari populasi yang karakteristik nya hendak di selidiki, dan bisa mewakili keseluruhan populasinya sehingga jumlah nya lebih sedikit dari populasi. Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini seluruh pengunjung di Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kabupaten Aceh Tenggara sebanyak 1.607 orang.

Untuk mempermudah penulis dalam mengumpulkan data, maka diambil sebagian populasi untuk dijadikan sampel, hal ini dilakukan untuk mempermudah dalam pengolahan data dan untuk hasil pengujian yang lebih baik. Penarikan sampel dengan menghitung ukuran sampel yang dilakukan dengan menggunakan teknik Slovin. Menurut Sugiyono penelitian ini menggunakan rumus Slovin karena dalam penarikan sampel, jumlahnya harus representatif agar hasil penelitian dapat digeneralisasikan dan perhitungannya pun tidak memerlukan tabel jumlah sampel, namun dapat dilakukan dengan rumus dan perhitungan sederhana.⁵⁶ Rumus Slovin untuk menentukan sampel adalah sebagai berikut:

$$n = N / (N \cdot e^2) + 1$$

Keterangan :

n = Ukuran sampel/jumlah responden

N = Ukuran populasi

E = Presentase kelonggaran ketelitian kesalahan pengambilan sampel yang masih bisa ditolerir; e=0,05

⁵⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D...*, Hlm 81.

Dalam rumus Slovin ada ketentuan sebagai berikut:

Nilai $e = 0,05$ (5%) untuk populasi dalam jumlah besar

Nilai $e = 0,1$ (10%) untuk populasi dalam jumlah kecil.

Jadi rentang sampel yang dapat diambil dari teknik Slovin ialah 10 % dari populasi penelitian. Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 1.607 pengunjung, sehingga presentase kelonggaran yang digunakan adalah 10% dan hasil perhitungan dapat dibulatkan untuk mencapai kesesuaian. Maka untuk mengetahui sampel penelitian, dengan perhitungan sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 n &= N/(N.e^2)+1 \\
 &= 1607 / (1607 \times 0.1^2)+1 \\
 &= 1607 / (1607 \times 0.01) +1 \\
 &= 1607 / 16,07 + 1 \\
 &= 1607 / 17,07 \\
 &= 94,14 \text{ karena angka dibelakang koma adalah 1, maka dibulatkan} \\
 &\text{menjadi 94.}
 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan diatas sampel yang mejadi responden dalam penelitian ini di sesuaikan menjadi sebanyak 94 orang, hal ini dilakukan untuk mempermudah dalam pengolahan data dan untuk hasil pengujian yang lebih baik. Sampel yang diambil berdasarkan teknik probability sampling, simple random sampling, dimana peneliti memberikan peluang yang sama bagi setiap pemustaka

untuk dipilih menjadi sampel yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu sendiri.⁵⁷

E. Validitas dan Reliabilitas

1. Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang hendak diukur.⁵⁸ Uji validitas ini dilakukan kepada 20 pemustaka yang bukan diambil dari sampel. Adapun pengujian validitas pada penelitian ini dilakukan secara statistik dengan menggunakan program Statistic product And Solution System (SPSS) versi 17.0.

Langkah-langkah yang peneliti lakukan untuk mengukur validitas adalah dengan mengedarkan angket kepada 20 pemustaka yang tidak termasuk kedalam sampel penelitian, kemudian menunggu angket sampai selesai diisi, setelah diambil semua selanjutnya peneliti melakukan pengujian validitas dengan menghitung korelasi antar data pada masing-masing pernyataan dengan skor total. Kemudian hasil dari angket tersebut peneliti masukkan kedalam tabel untuk menghitung nilai koefisien. Berikut tabel pembantu uji validitas untuk perhitungan data sebanyak 20 pemustaka :

Tabel 3.1 Tabel Penolong Uji Validitas

Sampel	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	

⁵⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D.*, Hlm. 85

⁵⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D.*, Hlm. 211

1															
2															
$\Sigma=20$															

Dari hasil hitungan tersebut di atas, peneliti kemudian masukkan ke dalam rumus korelasi produk momen dengan menggunakan bantuan program SPSS versi 17.0.

$$\text{Rumus : } r_{xy} = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[(\sum X^2) - (\sum X)^2/n][(\sum Y^2) - (\sum Y)^2/n]}}$$

Keterangan:

Σ = Jumlah

r = Korelasi

n = Banyaknya sampel

X = Variabel bebas

Y = Variabel terikat

$\sum XY$ = Hasil perkalian antara variabel bebas dengan skore variabel terikat

$\sum X^2$ = Hasil perkalian kuadrat dari hasil nilai skore variabel bebas

$\sum Y^2$ = Hasil perkalian kuadrat dari hasil nilai skore variabel terikat.

Berlandaskan metode penelitian di atas, maka kriteria dalam menentukan validitas suatu kuesioner adalah sebagai berikut:

Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka pertanyaan dinyatakan valid.

Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka pertanyaan dinyatakan tidak valid.

2. Reliabilitas

Reliabilitas adalah ketetapan memperoleh jawaban yang relatif sama dari pengukuran gejala yang tidak berubah. Suatu alat ukur dapat dikatakan reliabel apabila diperoleh hasil yang tetap sama dari pengukuran gejala yang tidak berubah yang dilakukan pada waktu yang berbeda.⁵⁹ Berikut uji reliabilitas dengan rumus *Alpha-Cronbach*:

$$\alpha = \left| \frac{k}{k-1} \right| \left| \frac{\sum \alpha^2 t}{\alpha^2 t} \right|$$

Keterangan :

α = koefisien alpha cronchbach

K = butir pertanyaan yang valid

$\sum \alpha^2$ = Jumlah varians butir pertanyaan yang valid

$\alpha^2 t$ = Variant total.⁶⁰

⁵⁹ Husein Umar, *Metode Riset Komunikasi Organisasi...*, Hlm. 97

⁶⁰ Azwar, *Reliabilitas dan Validitas* (Yogyakarta: Pustaka Belajar Offset, 2000), Hlm.95.

Uji reliabilitas peneliti menggunakan rumus Alpha Cronbach dengan bantuan program SPSS versi 17.0. Standar untuk nilai alpha (α) $>0,70$ artinya reliabilitas sudah mencukupi, sementara jika alpha (α) $0,80$, maka akan menunjukkan seluruh item variabel dan seluruh tes konsisten secara internal karena memiliki reliabilitas yang kuat.

F. Teknik Pengumpulan Data

Data artinya informasi yang didapat melalui pengukuran-pengukuran tertentu, untuk digunakan sebagai landasan dalam menyusun argumentasi logis menjadi fakta. Sedangkan fakta itu sendiri adalah kenyataan yang telah diuji kebenarannya secara empirik, antara lain melalui analisis data.⁶¹

Pengumpulan data adalah suatu proses pengadaan data primer untuk keperluan penelitian. Pengumpulan data adalah langkah yang amat penting dalam metode ilmiah, karena pada umumnya data yang dikumpulkan digunakan untuk menguji hipotesa yang sudah dirumuskan. Dalam penelitian ini, pengumpulan data akan dilakukan langsung oleh peneliti dalam situasi yang sesungguhnya. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Teknik pengumpulan data kuantitatif dapat dilakukan melalui pengedaran angket dan dokumentasi.

1. Angket (*Quisioner*)

Angket merupakan suatu cara pengumpulan data dengan memberikan atau menyebarkan daftar pertanyaan atau pernyataan kepada responden dengan

⁶¹Abdurrahmat Fathoni, *Metodologi Penelitian Dan Teknik Penyusunan Skripsi*, (Jakarta. Rineka Cipta, 2006), hlm. 104.

harapan memberikan respon atas daftar pertanyaan tersebut.⁶² Dalam penelitian ini angket yang digunakan adalah angket tertutup. Angket tertutup yaitu angket yang disajikan dalam bentuk tulisan baik pernyataan maupun pertanyaan untuk diisi oleh responden agar nantinya untuk memilih suatu jawaban yang sesuai dengan pengetahuan diri dan yang di alami dengan cara memberikan tanda(√).

Angket disebarakan kepada pengunjung di Perpustakaan dan Kearsipan Kabupaten Aceh Tenggara. Angket disebarakan kepada responden yang terpilih berjumlah 94 orang. Jumlah pertanyaan di dalam angket sebanyak 18 pertanyaan dimana nomor 1 sampai nomor 9 penulis golongkan sebagai variabel X (Promosi Perpustakaan), sementara dari nomor 10 sampai nomor 18 penulis golongkan sebagai variabel Y (minat kunjung) dan penyusunan angket tersebut mengikuti langkah-langkah sebagai berikut:

1. Menyusun daftar pertanyaan/pernyataan
2. Merumuskan item-item pertanyaan dan alternative jawaban. Angket yang digunakan merupakan angket tertutup dengan empat alternative jawaban yaitu:

SS = Sangat setuju TS = Tidak setuju

S = Setuju STS = Sangat tidak setuju

Tabel 3.3 Skala Penilaian Jawaban Angket

Alternative Jawaban	Bobot Nilai
Sangat Setuju	4

⁶² Husein Umar, *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis...*, Hlm. 49.

Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

2. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan suatu teknik pengumpulan data melalui menghimpun dan menganalisis dokumen-dokumen, baik dokumen tertulis, gambar maupun elektronik. Dokumen-dokumen yang dihimpun dipilih yang sesuai dengan tujuan dan fokus masalah.⁶³ Dengan metode ini peneliti mencari dan mengumpulkan data-data yang berkaitan dengan penelitian skripsi ini.

G. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil penyebaran angket, dokumentasi perpustakaan, dan bahan-bahan lain, sehingga dapat mudah dipahami, dan temuannya dapat di informasikan kepada orang lain.⁶⁴ Untuk menghitung korelasi antar variabel penelitian, maka digunakan rumus korelasi product moment, yaitu:

$$\text{Rumus : } r_{xy} = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[(\sum X^2) - (\sum X)^2/n][(\sum Y^2) - (\sum Y)^2/n]}}$$

⁶³ Nana Syaodih Sukmadinata, *Metode Penelitian Pendidikan*. (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2010), Hlm. 216-217.

⁶⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D..*, Hlm. 334.

Keterangan:

Σ = Jumlah

R = Korelasi

n = Banyaknya sampel

X = Variabel bebas

Y = Variabel terikat

ΣXY = Hasil perkalian antara variabel bebas dengan skor variabel terikat

ΣX^2 = Hasil perkalian kuadrat dari hasil nilai skor variabel bebas

ΣY^2 = Hasil perkalian kuadrat dari hasil nilai skor variabel terikat.

Dari hasil yang diperoleh dengan rumus di atas, dapat diketahui tingkat pengaruh variabel X dan variabel Y . Pada hakikatnya nilai r dapat bervariasi dari -1 hingga $+1$, atau secara matematis dapat ditulis menjadi $-1 \leq r \leq +1$. Hasil dari perhitungan akan memberikan tiga alternatif, yaitu:

1. Bila $r = 0$ atau mendekati 0 , maka korelasi antar kedua variabel sangat lemah atau tidak terdapat hubungan antara variabel X terhadap variabel Y .
2. Bila $r = +1$ atau mendekati $+1$, maka korelasi antar kedua variabel adalah kuat dan searah, dikatakan positif.
3. Bila $r = -1$ atau mendekati -1 , maka korelasi antar kedua variabel adalah kuat dan berlawanan arah, dikatakan negatif.

Berdasarkan metode penelitian yang penulis gunakan yaitu metode kuantitatif, maka hasil data penelitian ini nanti merupakan data kuantitatif. Dengan itu data

kuantitatif akan dianalisis menggunakan analisis Regresi Linear Sederhana merupakan jenis analisis yang digunakan untuk mengukur keterkaitan dua variable yang secara teoritis dibenarkan. Untuk menghitung regresi linier sederhana, diperlukan minimal delapan langkah. Rumus untuk menghitung regresi linier sederhana :

$$Y = a + bx + e$$

Keterangan :

Y = Variabel dependen (minat kunjung)

X = Variabel independen (jam buka pelayanan)

a = Konstanta (nilai Y apabila X = 0)

b = Koefisien regresi

e = residual atau error.⁶⁵

Kriteria yang peneliti gunakan adalah apabila $t_{hitung} \geq t_{tabel}$, maka H_0 diterima. Nilai diinterpretasikan sesuai dengan table berikut :

3.4 Interpretasi Nilai t

Besarnya nilai t	interpretasi
0,00 – 0,199	Sangat rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat ⁶⁶

⁶⁵ Sugiyono, *Statistik Untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2013), Hlm. 261

⁶⁶ Sugiyono, *Statistik Untuk Penelitian..*, Hlm.231.



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Dinas Perpustakaan Kab. Aceh Tenggara

1. Sejarah

Sejarah singkat Dinas Perpustakaan Daerah Kabupaten Aceh Tenggara di bentuk berdasarkan surat keputusan bupati Aceh Tenggara nomor 20 tahun 2000 tentang tata organisasi perangkat daerah Kabupaten Aceh Tenggara, tugas pokok seksi perpustakaan adalah membuat program kerja dan pembinaan perpustakaan yang ada di kabupaten Aceh Tenggara.

2. Visi dan Misi Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kabupaten Aceh Tenggara.

Visi :

Terwujudnya perpustakaan berdayaguna yang aktif dan masyarakat gemar membaca.

Misi :

- a. Mewujudkan organisasi yang efisien, tata laksana yang efektif dan SDM yang profesional.
- b. Mewujudkan pengembangan dan pembudayaan gemar minat baca dan gemar membaca.
- c. Mewujudkan tata kelola pelayanan perpustakaan daerah dengan baik.
- d. Mewujudkan tata kelola di bidang perpustakaan di Kabupaten Aceh Tenggara dengan baik.
- e. Mewujudkan pengelolaan dan perlindungan arsip yang baik.

3. Promosi yang sudah dilakukan

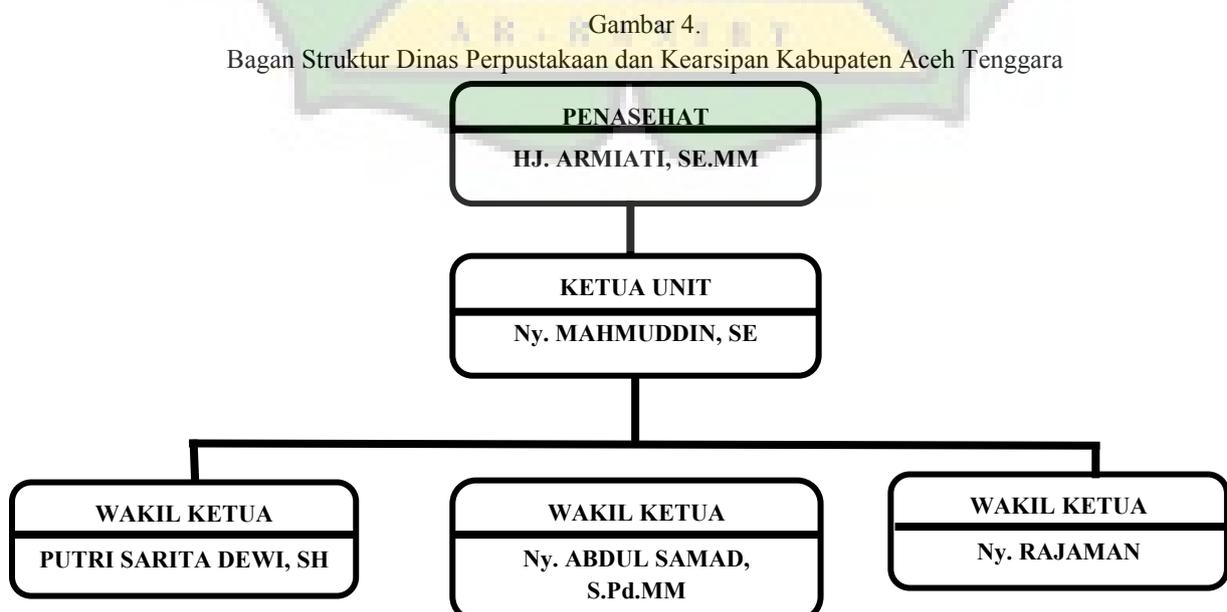
Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Daerah Kabupaten Aceh Tenggara telah mengadakan promosi, di bawah ini ialah bentuk-bentuk promosi yang telah dilakukan :

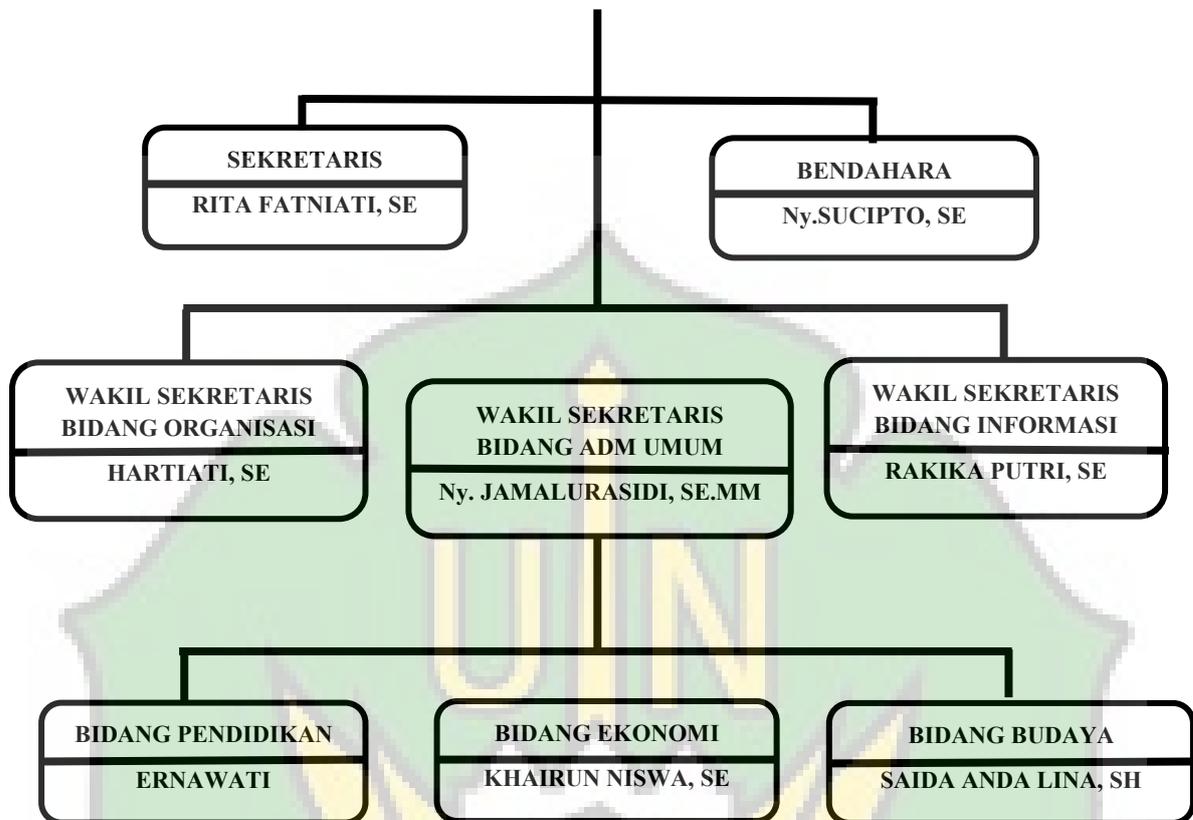
- a. Promosi melalui media brosur yang sudah di pakai dan di manfaatkan oleh Perpustakaan promosi ini masih berjalan karena promosi ini dianggap mudah dan praktis di lakukan di peprustakaan.

- b. Promosi melalui spanduk media ini juga pernah dilakukan oleh perpustakaan dan media ini sering di tempel dan di pajang di depan perpustakaan, agar masyarakat dapat membaca dan mengetahui informasi yang ada di perpustakaan.
- c. Media radio jenis ini juga sudah pernah dilakukan melalui radio daerah kabupaten Aceh Tenggara akan tetapi jenis media ini sudah jarang dilakukan.
- d. Melalui selebaran juga sudah dilakukan dan kegiatan ini biasanya dimuat dan dibagikan kepada pemustaka dan pada masyarakat Kabupaten Aceh Tenggara.

4. Struktur Perpustakaan dan Arsip Daerah Kabupaten Aceh Tenggara

Struktur organisasi merupakan hal yang harus ada di setiap instansi dan tentunya harus di isi dengan orang-orang yang sesuai dengan disiplin ilmu. Perpustakaan memiliki struktur dalam melakukan pekerjaan dalam menjalankan roda organisasi yaitu di Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Daerah Kabupaten Aceh Tenggara ada dibawah ini :





B. HASIL PENELITIAN

1. Hasil Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk menguji sejauh mana alat pengukur dapat mengukur apa yang ingin diukur. Dalam hal ini penulis menggunakan kuesioner yang terdiri dari 9 pernyataan tentang promosi melalui media iklan dan 9 pernyataan minat kunjung masyarakat sehingga jumlah keseluruhan pernyataan yang diuji validitasnya sebanyak 18 pernyataan. Pengujian validitas instrument pada penelitian ini yaitu dengan menggunakan uji korelasi product

moment antara skor tiap-tiap item pernyataan. Analisa data dalam kajian ini menggunakan aplikasi program SPSS versi 23 Item dinyatakan valid apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$. Hasil pengujian dapat dilihat dari tabel di bawah ini.

Tabel 4.1
Uji Validitas Variabel X (Promosi Melalui Media Iklan)

NO	R _{hitung}	R _{tabel}	Ket
1	.296	.017	Valid
2	.305	.017	Valid
3	.265	.017	Valid
4	.504	.017	Valid
5	.374	.017	Valid
6	.383	.017	Valid
7	.493	.017	Valid
8	.279	.017	Valid
9	.413	.017	Valid

Tabel 4.2
Uji Validitas Variabel Y (Minat Kunjung Pemustaka)

NO	R _{hitung}	R _{tabel}	Ket
10	.397	.017	Valid
11	.307	.017	Valid
12	.435	.017	Valid
13	.321	.017	Valid
14	.437	.017	Valid
15	.442	.017	Valid

16	.434	.017	Valid
17	.540	.017	Valid
18	.443	.017	Valid

Berdasarkan dari hasil uji validitas yang terdapat pada tabel di atas menunjukkan bahwa semua item pernyataan dinyatakan valid, karena $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan menggunakan r_{tabel} pada taraf signifikansi 5% yaitu 0,017.

2. Uji Reliabilitas

Setelah butir pernyataan dinyatakan valid, maka uji selanjutnya adalah uji reliabilitas. Reliabilitas merupakan konsistensi di mana suatu instrumen menghasilkan hasil skor yang sama. Reabilitas dari suatu instrumen biasanya dinyatakan sebagai suatu koefisien korelasi. Metode pengujian reliabilitas dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach* dengan bantuan SPSS versi 23.

Tabel 4.3. Pengujian Reabilitas

No	Variabel	Alfa Cronback	Jumlah Pernyataan	rtabel	Keterangan
1	X	.619	9	.017	Reliabel
2	Y	.657	9	.017	Reliabel

Dari hasil uji reliabilitas yang terdapat pada tabel di atas dapat dilihat bahwa variabel X memperoleh nilai sebesar 0,619 dan variabel Y sebesar 0,657. Hal ini menunjukkan bahwa pernyataan tersebut dapat dikatakan reliabel, atau terpercaya sebagai alat pengumpul data dalam penelitian, karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan menggunakan t_{tabel} pada taraf signifikansi 5 % yaitu 0,017.

3. Pengujian Regresi Linear Sederhana

Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan angket mengenai promosi melalui media iklan terhadap minat kunjung di Perpustakaan Dinas dan Kearsipan Kabupaten Aceh Tenggara. Angket dibagikan kepada 94 pemustaka dalam bentuk pernyataan dengan pengukuran menggunakan *skala likert*. Tujuan dari pengujian regresi adalah mengetahui bagaimana menghitung suatu perkiraan atau persamaan regresi yang akan menjelaskan pengaruh hubungan antar dua variabel. Setelah variabel X dan Y sudah valid dan reliabel, maka dapat dibentuk persamaan regresi linear sederhana yaitu $:Y=a+bX$.

Setelah variabel X dan Y sudah valid dan reliabel, maka dapat dibentuk persamaan regresi linear sederhana yaitu $Y=a+bX$.

Dimana :

Y = Variabel dependen (nilai yang diprediksi)

a = Konstanta (nilai Y apabila X=0)

b = Koefisien regresi (nilai peningkatan atau penurunan)

X = Variabel independent

Model	Variables		Method
	Entered	Removed	
1	STY ⁰		Enter

a. Dependent Variable: STX

b. All requested variables entered.

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.398 ^a	.158	.149	2.170

a. Predictors: (Constant), STY

Berdasarkan hasil analisis data, maka diperoleh nilai kolerasi antara promosi melalui media iklan terhadap minat kunjung 0,398 berdasarkan tabel interpretasi angka indek kolerasi *Product Moment* bahwa nilai rxy 0,398 terletak pada rentang nilai r 0,40-0,599, maka dapat disimpulkan tingkat pengaruh antara variabel promosi melalui media iklan (X) terhadap minat kunjung (Y) adalah *rendah*.

Tabel 4.5 Analisis Regresi Linear Sederhana

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	11.773	1.488		7.913	.000
STY	.308	.074	.398	4.161	.000

a. Dependent Variable: STX

a. Persamaan regresi linear sederhana

$$Y=a+bX$$

$$Y=11,773+0.308X$$

b. Mencari nilai kolerasi antara variabel X dan Y

Correlations

		STX	STY
STX	Pearson Correlation	1	.398**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	94	94
STY	Pearson Correlation	.398**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	94	94

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

c. Interpretasi hasil penelitian

Berdasarkan persamaan regresi di atas, dapat diinterpretasikan bahwa jika promosi melalui media iklan diukur dengan instrumen yang dikembangkan dalam penelitian ini, maka setiap perubahan promosi melalui

media iklan akan berubah sebesar 0,398 satuan pada arah yang sama. Misalkan pada variabel X (promosi melalui media iklan) memiliki skor 20, maka persamaan regresi ditulis $Y=11,773+0.308 (20)$. Semakin tinggi promosi melalui media iklan terhadap minat kunjung di Perpustakaan Dinas dan Kearsipan Kabupaten Aceh Tenggara.

4. Pembuktian Hipotesis

Berdasarkan hasil analisis data angket, diperoleh nilai korelasi antara promosi melalui media iklan (X) terhadap minat kunjung pemustaka (Y) sebesar 0,398. Penulis menentukan hipotesis dengan berpedoman pada ketentuan dibawah ini:

H_0 = Tidak terdapat pengaruh promosi melalui media iklan terhadap minat kunjung di Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kabupaten Aceh Tenggara.

H_a = Terdapat pengaruh promosi melalui media iklan terhadap minat kunjung di Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kabupaten Aceh Tenggara.

Rumusan hipotesis statistik :

$H_0 : \rho \neq 0$ (tidak terdapat pengaruh)

$H_a : \rho = 0$ (terdapat pengaruh)

Selanjutnya kedua hipotesis di atas akan diuji dengan membandingkan nilai thitung dengan nilai ttabel yang dapat dilihat pada tabel nilai “t” *Product Moment* dengan menghitung nilai df terlebih dahulu yaitu $df= N-nr = 94-2=92$. Dari tabel nilai “t” *product moment* diperoleh bahwa df sebesar 92 pada taraf signifikan 5%

diperoleh t_{tabel} 1.66. Ternyata t_{hitung} sebesar 4,161 jauh lebih besar nilainya daripada t_{tabel} . Karena $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka *hipotesis alternatif* diterima sedangkan *hipotesis nol* ditolak. Berarti terdapat pengaruh antara variabel promosi melalui media iklan (X) dan minat kunjung (Y).

Tabel 4.6 ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	81.553	1	81.553	17.312	.000 ^b
	Residual	433.383	92	4.711		
	Total	514.936	93			

a. Dependent Variable: STX

b. Predictors: (Constant), STY

Pada tabel nilai “F”, diperoleh hasil bahwa df sebesar 92 dengan taraf signifikan 5% diperoleh F_{tabel} sebesar 3,94 sedangkan F_{hitung} besarnya 17,312 lebih besar dari pada F_{tabel} . Karena $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka *hipotesis alternatif* diterima dan *hipotesis nol* ditolak. Kesimpulannya bahwa terdapat pengaruh antara variabel X (promosi melalui media iklan) terhadap variabel Y (minat kunjung).

5. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Melalui hasil analisis data dapat diketahui hubungan antara variabel independent (promosi melalui media iklan) dengan variabel dependent (minat kunjung) mempunyai regresi sebesar 81,553 dan koefisien determinasi (R^2) sebesar 0.158. Selanjutnya apabila dilihat korelasi (r) yang diperoleh sebesar 0.398 ternyata terletak antara 0,20 – 0,399 yang pada tabel interpretasi menyatakan bahwa korelasi tersebut tergolong rendah. Jadi sebesar 15% pengaruh promosi melalui media iklan terhadap minat kunjung di Perpustakaan

Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kabupaten Aceh Tenggara. Sedangkan sisanya sebesar 85% dipengaruhi melalui faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

6. Analisis Hasil Penelitian

Pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarkan angket mengenai pengaruh promosi melalui media iklan di perpustakaan terhadap minat kunjung Perpustakaan Dinas dan Kearsipan Kabupaten Aceh Tenggara yang berjumlah 94 Angket yang dibagikan berbentuk pernyataan dengan skala pengukuran menggunakan *Skala Likert*.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dipaparkan sebelumnya, hasil koefisien korelasi menunjukkan sebesar 0.398 bahwa promosi melalui media iklan mempunyai hubungan yang *rendah* terhadap minat kunjung di Perpustakaan Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kabupaten Aceh Tenggara. Pengujian regresi menunjukkan hasil sebesar 81,553 dan nilai thitung sebesar 4,161 menyatakan bahwa terdapat korelasi yang positif antara variabel X dengan variabel Y. Promosi melalui media iklan berpengaruh sebesar 15% terhadap minat kunjung, sedangkan sisanya sebesar 85% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain.

Demikian pula dengan hasil yang di peroleh melalui uji regresi linier yang penulis lakukan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara promosi melalui media iklan berpengaruh terhadap minat kunjung di Perpustakaan Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kabupaten Aceh Tenggara dari hasil pengujian yang dicapai yaitu $F_{hitung} 17,312 \geq F_{tabel} 3,94$, maka H_0 ditolak dan H_a

diterima. Dengan kata lain terdapat pengaruh antara promosi melalui media iklan terhadap minat kunjung di Perpustakaan Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kabupaten Aceh Tenggara.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dipaparkan sebelumnya, hasil koefisien korelasi menunjukkan sebesar 0.398 bahwa promosi melalui media iklan mempunyai hubungan yang *rendah* terhadap minat kunjung di Perpustakaan Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kabupaten Aceh Tenggara. Pengujian regresi menunjukkan hasil sebesar 81,553 dan koefisien determinasi (R^2) sebesar 0.158. menunjukkan bahwa terdapat korelasi yang positif antara variabel X dengan variabel Y. Hasil pengujian hipotesis dan hasil yang dicapai yaitu $F_{hitung} 17,312 \geq F_{tabel} 3,94$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara promosi melalui media iklan terhadap minat kunjung di Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kabupaten Aceh Tenggara dan promosi melalui media iklan berpengaruh sebesar 15% terhadap minat kunjung, sedangkan sisanya sebesar 85% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

B. Saran

Agar hasil kajian ini dapat terealisasikan, oleh karena itu peneliti memberikan beberapa saran, yaitu sebagai berikut:

1. Diharapkan kepada Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kabupaten Aceh Tenggara untuk dapat mempertahankan kegiatan promosi yang sudah

dijalankan saat ini dan mengadakan perbaikan kearah yang lebih memotivasi pengguna untuk memanfaatkan perpustakaan.

2. Agar Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kabupaten Aceh Tenggara dapat meningkatkan dan menambah jenis media yang di gunakan dalam promosi dan promosi dapat tersampaikan lebih luas, kepada seluruh masyarakat terkhusus masyarakat Kabupaten Aceh Tenggara.Guna untuk meningkatkan minat kunjung di Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kabupaten Aceh Tenggara.



DAFTAR PUSTAKA

- Azwar, *Reliabilitas dan Validitas*, Yogyakarta: Pustaka Belajar Offset, 2000.
- Abdurrahmat Fathoni, *Metodologi Penelitian Dan Teknik Penyusunan Skripsi*, Jakarta. Rineka Cipta, 2006.
- Badollahi Mustafa, *Promosi Jasa Perpustakaan*, (Jakarta: Universitas Terbuka, 1996).
- Darmono, *Perpustakaan Sekolah Pendekatan Aspek Manajemen dan Tata Kerja*, Jakarta: Grasindo, 2007.
- Darmono. *Manajemen dan Tata Kerja Perpustakaan Sekolah*. Jakarta: Grasindo. 2001.
- Desi Purnama Sari, *Pemanfaatan Media Sosial Sbagai Sarana Promosi Minat Baca Anak di Perpustakaan Reading Is Fun Jakarta Selatan*, Skripsi. (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah. 2017).
- Etta Mamang Sangadji, Sopiah, *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Andi, 2010.
- Ferdinand Augusty, *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen*, Semarang: Universitas Diponegoro, 2006.
- Fransisca Rahayuningsih, *Mengukur Kepuasan Pemustaka Menggunakan Metode Lib QUAL+TM* Yogyakarta : Graha Ilmu, 2015.
- Humaidah, *Pengaruh promosi perpustakaan melalui media sosial terhadap pemanfaatan perpustakaan di perpustakaan di perpustakaan kementerian Perindustrian RI*, Skripsi. (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah. 2017), Diakses pada Tgl 15 Agustus 2020.
- <http://www.pemustaka.com/peningkatan-minat-baca-dan-promosi-perpustakaan-sebagai-cara-untuk-mendekatkan-masyarakat-pada-perpustakaan.html>, diakses pada tgl 11 Januari 2020 pk1 10.39 WIB.
- Ibid.,
- Laksmi. *Tinjauan Kultural Terhadap Kepustakawanan: Inspirasi Dari Sebuah Karya Umberto Eco*. Jakarta: Sagung Seto, 2006.
- Lasa HS, *Kamus Kepustakawanan Indonesia*, Yogyakarta: Pustaka Book Publisher, 2009.

- Lasa HS, *Manajemen Perpustakaan*. Yogyakarta: Gama Media.2005.
- Michelle Wifalin, *Efektivitas Instagram Common Grounds*, Jurnal E-Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Kristen Petra Surabaya, pp. 2
- Nurudin, *Media Sosial Baru dan Munculnya Revolusi Proses Komunikasi*. Yogyakarta: Buku Litera. 2012.
- Nana Syaodih Sukmadinata, *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010.
- Patricia Farrugia, Research question, hypotheses and objectives, diakses dari: <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC291219/>, pada tanggal: 13 Januari 2020.
- Qalyubi dkk, *Dasar Ilmu Perpustakaan dan Informasi*. Yogyakarta: IAIN SUKA, 2007. Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2007 .
- Salim,Peter, Yenny Salim. *Kamus Bahasa indonesia kontemporer*, Jakarta: Modern English Press. 1991.
- Sutarno. *Perpustakaan dan Masyarakat*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia. 2006.
- Sulistyo Basuki.. *Pengantar Ilmu Perpustakaan*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama. 1993.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*, Bandung: Alfabeta, 2014.
- Syofian Siregar, *Statistik Deskriptif Untuk Penelitian*. Jakarta : Raja Gafindo Persada, 2010.
- Sujarweni, V dan Poly Endrayanto, *Statistika untuk Penelitian*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012.
- Singgih Widodo, *Panduan Pelatihan Informasi, Dokumentasi dan Perpustakaan: Perencanaan Perpustakaan dan Pusat Informasi*. Yogyakarta: UPT Perpustakaan Universitas Gadjah Mada.2004.
- Supriyanto, dkk. *Aksentuasi Perpustakaan dan Pustakawan*, Jakarta: IPI, 2006.

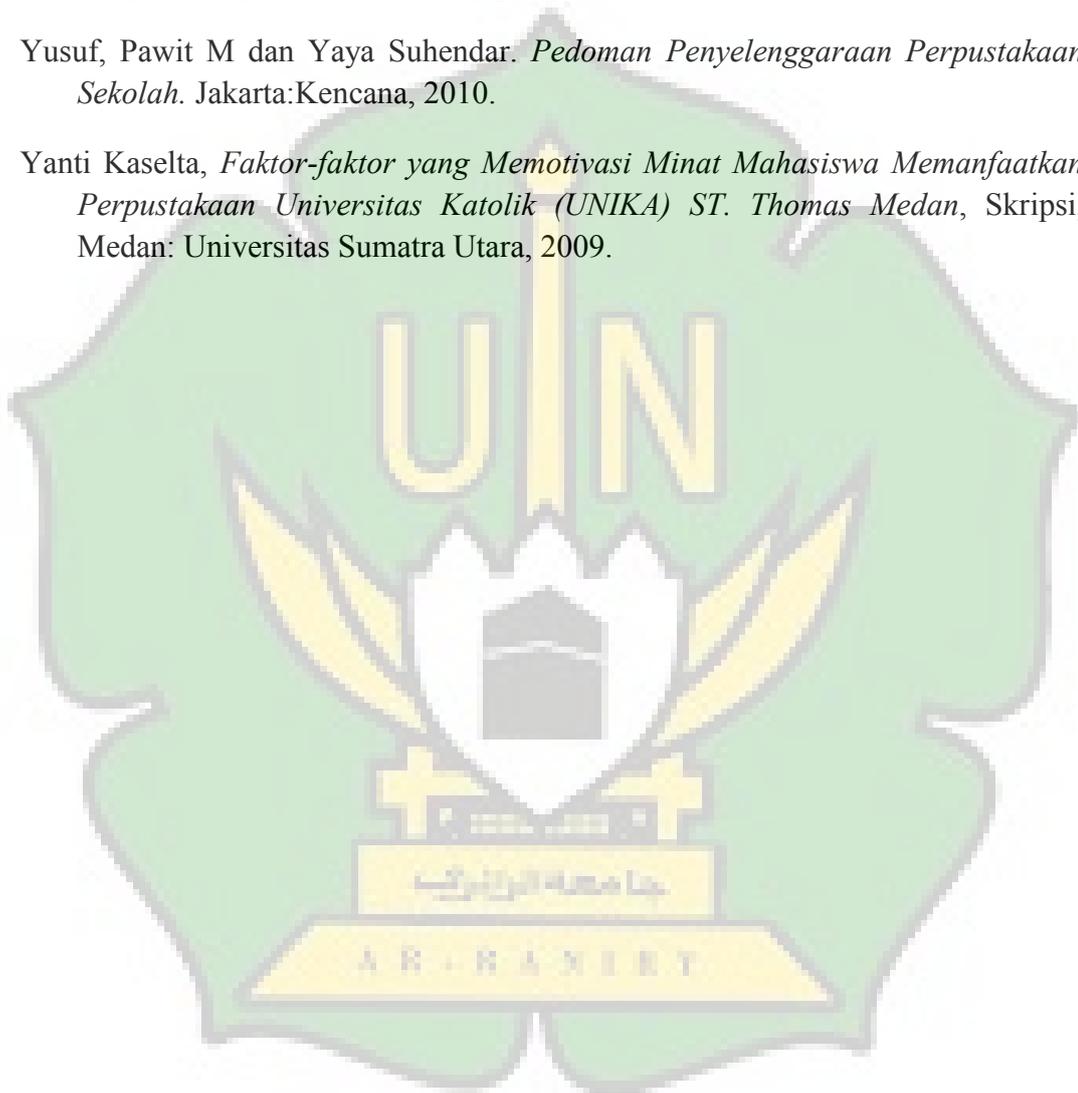
Tina Maryanti, *Pengaruh Promosi Terhadap Minat Baca di Badan Perpustakaan Daerah Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta*, skripsi. Yogyakarta: UIN Sunan Kali Jaga. 2009. Diakses pada Tgl 15 Agustus 2020.

Wiji Suwarno, *Psikologi Perpustakaan*, Jakarta: Sagung Seto, 2009.

www.depdiknas.go.id/Jurnal/45/sutjipto.html.

Yusuf, Pawit M dan Yaya Suhendar. *Pedoman Penyelenggaraan Perpustakaan Sekolah*. Jakarta: Kencana, 2010.

Yanti Kaselta, *Faktor-faktor yang Memotivasi Minat Mahasiswa Memanfaatkan Perpustakaan Universitas Katolik (UNIKA) ST. Thomas Medan*, Skripsi, Medan: Universitas Sumatra Utara, 2009.





SURAT KEPUTUSAN
DEKAN FAKULTAS ADAB DAN HUMANIORA UIN AR-RANIRY
Nomor: 2178/Un.08/FAH/KP.004/12/2019
TENTANG

PENGANGKATAN PEMBIMBING SKRIPSI
BAGI 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 ujian skripsi mahasiswa pada Fakultas Adab dan Humaniora UIN Ar-Raniry di pandang perlu menunjuk pembimbing skripsi 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.
- 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 74 Tahun 2012 tentang Perubahan Atas Peraturan Pemerintah Nomor 23 Tahun 2005 tentang Pengelolaan Keuangan Badan Layanan Umum;
4. Peraturan Pemerintah Nomor 4 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi;
5. 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;
6. Peraturan Menteri Agama Nomor 12 Tahun 2014, tentang Organisasi dan Tata Kerja UIN Ar-Raniry Banda Aceh;
7. 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;

MEMUTUSKAN :

Menetapkan : Surat Keputusan Dekan Fakultas Adab dan Humaniora UIN Ar-Raniry tentang pengangkatan pembimbing skripsi bagi mahasiswa Fakultas Adab dan Humaniora UIN Ar-Raniry.

Pertama : Menunjuk saudara :

1. Drs. Syukrinur, M.LIS (Pembimbing Pertama)
 2. Drs. Saifuddin A. Rasyid, M.LIS (Pembimbing Kedua)
- Untuk membimbing skripsi mahasiswa

Nama : Pajri Rezeki
NIM : 150503119
Prodi : S1 Ilmu Perpustakaan
Judul : Pengaruh Promosi Melalui Media Iklan terhadap Minat Kunjung di Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kabupaten Aceh Tenggara

Kedua : Surat Keputusan ini mulai berlaku sejak tanggal ditetapkan, dengan ketentuan bahwa segala sesuatu akan diubah dan diperbaiki kembali sebagaimana mestinya apabila terdapat kekeliruan dalam surat keputusan ini.

Ditetapkan di : Banda Aceh
Pada Tanggal : 31 Desember 2019 M
05 Jumadil Awal 1441 H

Tembusan:

1. Rektor UIN Ar-Raniry;
2. Dekan Fakultas Adab dan Humaniora UIN Ar-Raniry;
3. Ketua Prodi S1 Ilmu Perpustakaan Fakultas Adab dan Humaniora UIN Ar-Raniry;
4. Yang bersangkutan untuk dimaklumi dan dilaksanakan.
5. Arsip

Dekan,

Fauzi P



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

Jl. Syeikh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh
Telp 0651-7552921 Situs: adab.ar-raniry.ac.id

Nomor : B-150/Un.08/FAH.I/PP.00.9/03/2020
Lamp :
Hal : Rekomendasi Izin Penelitian

04 Maret 2020

Yth.

.....
di-
Tempat

Assalamu'alaikum.Wr.Wb.

Dengan hormat, Pimpinan Fakultas Adab dan Humaniora UIN Ar-Raniry Darussalam Banda Aceh dengan ini menerangkan:

Nama : Pajri Rezeki
Nim/Prodi : 150503119 / S1-IP
Alamat : Alue Naga

Benar saudara tersebut Mahasiswa Fakultas Adab dan Humaniora UIN Ar-Raniry bermaksud akan mengadakan Penelitian Ilmiah dalam rangka penulisan Skripsi yang berjudul "**Pengaruh Promosi Melalui Media Iklan terhadap Minat Kunjung di Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kabupaten Aceh Tenggara**". Untuk terlaksananya penelitian tersebut kami mohon sudi kiranya Bapak/Ibu memberikan bantuan berupa data secukupnya kepada Mahasiswa tersebut.

Atas kerjasama dan partisipasi kami sampaikan ucapan terimakasih.

Wassalam,
Wakil Dekan Bid. Akademik dan
Kelembagaan

↑ Abdul Manan



PEMERINTAH KABUPATEN ACEH TENGGARA
DINAS PERPUSTAKAAN

JL.Jend Ahmad Yani Telp/Fax(0629)227886

E-mail : Disperpus.agara@gmail.com kutacane(24651)

Nomor : 041/43/2020
Lampiran : -
Prihal : **Izin Penelitian**

Kutacane, 04 Maret 2020
Kepada Yth.
**Wakil Dekan Bidang Akademik
dan kelembagaan**
di
Banda Aceh

1. Sehubungan dengan surat dari Fakultas Adab dan Humaniora Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh Nomor: B-150/Un.08/FAH.I/PP.00.9/03/2020 tanggal 4 Maret 2020, Perihal Rekomendasi Izin Penelitian. Dengan Data Peneliti:
Nama : Pajri Rezeki
Nim/Prodi : 150503119/S1-IP
Alamat : Alue naga
2. Kami memberikan izi untuk mengadakan Penelitian Ilmiah dalam rangka penulisan skripsi yang berjudul “ Pengaruh Promosi Melalui Media Iklan Terhadap Minat Kunjung di Dinas Perpustakaan Kabupaten Aceh Tenggara”.
3. Demikian kami sampaikan, atas kerjasama yang baik di ucapkan terima kasih.



D. Minat Kunjung (variabel Y)

NO	PERNYATAAN	PILIHAN			
		SS	S	KS	STS
1	Saya mengunjungi Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kabupaten Aceh Tenggara, karena saya melihat promosi menggunakan media spanduk yang ada di perpustakaan.				
2	Saya tertarik ke Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kabupaten Aceh Tenggara melakukan promosi melalui radio FM, sehingga saya tertarik ke perpustakaan.				
3	Saya datang ke Perpustakaan Dinas dan Kearsipan Kabupaten Aceh Tenggara, karena melihat media brosur yang di tempelkan di mading perpustakaan.				
4	Saya tertarik berkunjung ke Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kabupaten Aceh Tenggara, karena melihat melalui media Televisi yaitu TV Agara.				
5	Saya mau mengunjungi Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kabupaten Aceh Tenggara karena melalui media selebaran yang dibagi di perpustakaan.				
6	Saya datang ke Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kabupaten Aceh Tenggara, karena perpustakaan membagikan Pembatas buku (bookmark) .				
7	Saya senang ke Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kabupaten Aceh Tenggara karena melalui media instagram resmi Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kabupaten Aceh Tenggara.				
8	Saya datang ke Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kabupaten Aceh Tenggara karena saya membaca buletin yang diterbitkan oleh Dinas perpustakaan dan Kearsipan Kabupaten Aceh Tenggara.				
9	Saya datang ke Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kabupaten Aceh Tenggara karena tertarik melihat dan mengetahui melalui website resmi perpustakaan.				

Dokumentasi Penelitian





Hasil analisis Angket Variabel X (Promosi Melalui Media Iklan) dan Variabel Y (Minat Kunjung) di Perpustakaan Dinas dan Kearsipan Kabupaten Aceh Tenggara.

Sampel	X	Y	XY	X ²	Y ²
1.	19	23	437	361	529
2.	18	20	360	324	400
3.	19	22	418	361	484
4.	16	21	336	256	441
5.	18	19	342	324	361
6.	14	18	252	196	324
7.	15	21	315	225	441
8.	19	17	323	361	289
9.	19	17	323	361	289
10.	15	18	270	225	324
11.	15	21	315	225	441
12.	20	18	360	400	324
13.	17	18	306	289	324
14.	16	18	288	256	324
15.	16	18	288	256	324
16.	14	16	224	196	256
17.	19	17	323	361	289
18.	16	18	288	256	324
19.	16	25	400	256	625

20.	16	23	368	256	529
21.	16	17	272	256	289
22.	16	15	240	256	225
23.	17	18	306	289	324
24.	16	12	192	256	144
25.	14	14	196	196	196
26.	17	18	306	289	324
27.	19	18	342	361	324
28.	13	20	260	169	400
29.	16	20	320	256	400
30.	17	19	323	289	361
31.	15	19	285	225	361
32.	15	17	255	225	289
33.	19	17	323	361	289
34.	20	19	380	400	361
35.	18	18	324	324	324
36.	16	19	304	256	361
37.	17	18	306	289	324
38.	19	20	380	361	400
39.	18	19	342	324	361
40.	20	20	400	400	400
41.	18	20	360	324	400
42.	20	24	480	400	576
43.	17	20	340	289	400

44.	17	20	340	289	400
45.	19	20	380	361	400
46.	18	19	342	324	361
47.	18	20	360	324	400
48.	19	21	399	361	441
49.	17	17	289	289	289
50.	18	17	306	324	289
51.	18	20	360	324	400
52.	17	19	323	289	361
53.	17	20	340	289	400
54.	16	20	320	256	400
55.	21	23	483	441	529
56.	20	22	440	400	484
57.	20	23	460	400	529
58.	19	23	437	361	529
59.	20	17	340	400	289
60.	19	18	342	361	324
61.	15	14	210	225	196
62.	16	19	304	256	361
63.	14	17	238	196	289
64.	17	24	408	289	576
65.	18	16	288	324	256
66.	19	15	285	361	225
67.	18	22	396	324	484

68.	17	18	306	289	324
69.	19	17	323	361	289
70.	21	18	378	441	324
71.	16	25	400	256	625
72.	17	25	425	289	625
73.	19	23	437	361	529
74.	17	19	323	289	361
75.	20	18	360	400	324
76.	21	22	462	441	484
77.	18	26	468	324	676
78.	18	23	414	324	529
79.	18	25	450	324	625
80.	19	21	399	361	441
81.	21	23	483	441	529
82.	19	17	323	361	289
83.	22	21	462	484	441
84.	17	19	323	289	361
85.	21	20	420	441	400
86.	17	25	425	289	625
87.	18	22	396	324	484
88.	16	23	368	256	529
89.	21	26	546	441	676
90.	19	18	342	361	324
91.	22	21	462	484	441

92.	22	23	506	484	529
93.	17	23	391	289	529
94.	30	30	900	900	900
N=94	$\Sigma X=1682$	$\Sigma Y=1866$	$\Sigma XY=33654$	$\Sigma X^2=30612$	$\Sigma Y^2=37900$



Titik Persentase Distribusi t (df = 1 - 40)

df	Pr 0.25 0.50	0.10 0.20	0.05 0.10	0.025 0.050	0.01 0.02	0.005 0.010	0.001 0.002
1	1.00000	3.07768	6.31375	12.70620	31.82052	63.65674	318.30884
2	0.81650	1.88562	2.91999	4.30265	6.96456	9.92484	22.32712
3	0.76489	1.63774	2.35336	3.18245	4.54070	5.84091	10.21453
4	0.74070	1.53321	2.13185	2.77645	3.74695	4.60409	7.17318
5	0.72669	1.47588	2.01505	2.57058	3.36493	4.03214	5.89343
6	0.71756	1.43976	1.94318	2.44691	3.14267	3.70743	5.20763
7	0.71114	1.41492	1.89458	2.36462	2.99795	3.49948	4.78529
8	0.70639	1.39682	1.85955	2.30600	2.89646	3.35539	4.50079
9	0.70272	1.38303	1.83311	2.26216	2.82144	3.24984	4.29681
10	0.69981	1.37218	1.81246	2.22814	2.76377	3.16927	4.14370
11	0.69745	1.36343	1.79588	2.20099	2.71808	3.10581	4.02470
12	0.69548	1.35622	1.78229	2.17881	2.68100	3.05454	3.92963
13	0.69383	1.35017	1.77093	2.16037	2.65031	3.01228	3.85198
14	0.69242	1.34503	1.76131	2.14479	2.62449	2.97684	3.78739
15	0.69120	1.34061	1.75305	2.13145	2.60248	2.94671	3.73283
16	0.69013	1.33676	1.74588	2.11991	2.58349	2.92078	3.68615
17	0.68920	1.33338	1.73961	2.10982	2.56693	2.89823	3.64577
18	0.68836	1.33039	1.73406	2.10092	2.55238	2.87844	3.61048
19	0.68762	1.32773	1.72913	2.09302	2.53948	2.86093	3.57940
20	0.68695	1.32534	1.72472	2.08596	2.52798	2.84534	3.55181
21	0.68635	1.32319	1.72074	2.07961	2.51765	2.83136	3.52715
22	0.68581	1.32124	1.71714	2.07387	2.50832	2.81876	3.50499
23	0.68531	1.31946	1.71387	2.06866	2.49987	2.80734	3.48496
24	0.68485	1.31784	1.71088	2.06390	2.49216	2.79694	3.46678
25	0.68443	1.31635	1.70814	2.05954	2.48511	2.78744	3.45019
26	0.68404	1.31497	1.70562	2.05553	2.47863	2.77871	3.43500
27	0.68368	1.31370	1.70329	2.05183	2.47266	2.77068	3.42103
28	0.68335	1.31253	1.70113	2.04841	2.46714	2.76326	3.40816
29	0.68304	1.31143	1.69913	2.04523	2.46202	2.75639	3.39624
30	0.68276	1.31042	1.69726	2.04227	2.45726	2.75000	3.38518
31	0.68249	1.30946	1.69552	2.03951	2.45282	2.74404	3.37490
32	0.68223	1.30857	1.69389	2.03693	2.44868	2.73848	3.36531
33	0.68200	1.30774	1.69236	2.03452	2.44479	2.73328	3.35634
34	0.68177	1.30695	1.69092	2.03224	2.44115	2.72839	3.34793
35	0.68156	1.30621	1.68957	2.03011	2.43772	2.72381	3.34005
36	0.68137	1.30551	1.68830	2.02809	2.43449	2.71948	3.33262
37	0.68118	1.30485	1.68709	2.02619	2.43145	2.71541	3.32563
38	0.68100	1.30423	1.68595	2.02439	2.42857	2.71156	3.31903
39	0.68083	1.30364	1.68488	2.02269	2.42584	2.70791	3.31279
40	0.68067	1.30308	1.68385	2.02108	2.42326	2.70446	3.30688

Titik Persentase Distribusi t (df = 41 - 80)

df	Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
		0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
41		0.68052	1.30254	1.68288	2.01954	2.42080	2.70118	3.30127
42		0.68038	1.30204	1.68195	2.01808	2.41847	2.69807	3.29595
43		0.68024	1.30155	1.68107	2.01669	2.41625	2.69510	3.29089
44		0.68011	1.30109	1.68023	2.01537	2.41413	2.69228	3.28607
45		0.67998	1.30065	1.67943	2.01410	2.41212	2.68959	3.28148
46		0.67986	1.30023	1.67866	2.01290	2.41019	2.68701	3.27710
47		0.67975	1.29982	1.67793	2.01174	2.40835	2.68456	3.27291
48		0.67964	1.29944	1.67722	2.01063	2.40658	2.68220	3.26891
49		0.67953	1.29907	1.67655	2.00958	2.40489	2.67995	3.26508
50		0.67943	1.29871	1.67591	2.00856	2.40327	2.67779	3.26141
51		0.67933	1.29837	1.67528	2.00758	2.40172	2.67572	3.25789
52		0.67924	1.29805	1.67469	2.00665	2.40022	2.67373	3.25451
53		0.67915	1.29773	1.67412	2.00575	2.39879	2.67182	3.25127
54		0.67906	1.29743	1.67356	2.00488	2.39741	2.66998	3.24815
55		0.67898	1.29713	1.67303	2.00404	2.39608	2.66822	3.24515
56		0.67890	1.29685	1.67252	2.00324	2.39480	2.66651	3.24226
57		0.67882	1.29658	1.67203	2.00247	2.39357	2.66487	3.23948
58		0.67874	1.29632	1.67155	2.00172	2.39238	2.66329	3.23680
59		0.67867	1.29607	1.67109	2.00100	2.39123	2.66176	3.23421
60		0.67860	1.29582	1.67065	2.00030	2.39012	2.66028	3.23171
61		0.67853	1.29558	1.67022	1.99962	2.38905	2.65886	3.22930
62		0.67847	1.29536	1.66980	1.99897	2.38801	2.65748	3.22696
63		0.67840	1.29513	1.66940	1.99834	2.38701	2.65615	3.22471
64		0.67834	1.29492	1.66901	1.99773	2.38604	2.65485	3.22253
65		0.67828	1.29471	1.66864	1.99714	2.38510	2.65360	3.22041
66		0.67823	1.29451	1.66827	1.99656	2.38419	2.65239	3.21837
67		0.67817	1.29432	1.66792	1.99601	2.38330	2.65122	3.21639
68		0.67811	1.29413	1.66757	1.99547	2.38245	2.65008	3.21446
69		0.67806	1.29394	1.66724	1.99495	2.38161	2.64898	3.21260
70		0.67801	1.29376	1.66691	1.99444	2.38081	2.64790	3.21079
71		0.67796	1.29359	1.66660	1.99394	2.38002	2.64686	3.20903
72		0.67791	1.29342	1.66629	1.99346	2.37926	2.64585	3.20733
73		0.67787	1.29326	1.66600	1.99300	2.37852	2.64487	3.20567
74		0.67782	1.29310	1.66571	1.99254	2.37780	2.64391	3.20406
75		0.67778	1.29294	1.66543	1.99210	2.37710	2.64298	3.20249
76		0.67773	1.29279	1.66515	1.99167	2.37642	2.64208	3.20096
77		0.67769	1.29264	1.66488	1.99125	2.37576	2.64120	3.19948
78		0.67765	1.29250	1.66462	1.99085	2.37511	2.64034	3.19804
79		0.67761	1.29236	1.66437	1.99045	2.37448	2.63950	3.19663
80		0.67757	1.29222	1.66412	1.99006	2.37387	2.63869	3.19526

Titik Persentase Distribusi t (df = 81 -120)

df	Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
		0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
81		0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82		0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83		0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84		0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85		0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86		0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87		0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88		0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89		0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90		0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91		0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92		0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93		0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94		0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95		0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96		0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97		0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98		0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99		0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100		0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374
101		0.67693	1.28999	1.66008	1.98373	2.36384	2.62539	3.17289
102		0.67690	1.28991	1.65993	1.98350	2.36346	2.62489	3.17206
103		0.67688	1.28982	1.65978	1.98326	2.36310	2.62441	3.17125
104		0.67686	1.28974	1.65964	1.98304	2.36274	2.62393	3.17045
105		0.67683	1.28967	1.65950	1.98282	2.36239	2.62347	3.16967
106		0.67681	1.28959	1.65936	1.98260	2.36204	2.62301	3.16890
107		0.67679	1.28951	1.65922	1.98238	2.36170	2.62256	3.16815
108		0.67677	1.28944	1.65909	1.98217	2.36137	2.62212	3.16741
109		0.67675	1.28937	1.65895	1.98197	2.36105	2.62169	3.16669
110		0.67673	1.28930	1.65882	1.98177	2.36073	2.62126	3.16598
111		0.67671	1.28922	1.65870	1.98157	2.36041	2.62085	3.16528
112		0.67669	1.28916	1.65857	1.98137	2.36010	2.62044	3.16460
113		0.67667	1.28909	1.65845	1.98118	2.35980	2.62004	3.16392
114		0.67665	1.28902	1.65833	1.98099	2.35950	2.61964	3.16326
115		0.67663	1.28896	1.65821	1.98081	2.35921	2.61926	3.16262
116		0.67661	1.28889	1.65810	1.98063	2.35892	2.61888	3.16198
117		0.67659	1.28883	1.65798	1.98045	2.35864	2.61850	3.16135
118		0.67657	1.28877	1.65787	1.98027	2.35837	2.61814	3.16074
119		0.67656	1.28871	1.65776	1.98010	2.35809	2.61778	3.16013
120		0.67654	1.28865	1.65765	1.97993	2.35782	2.61742	3.15954

Titik Persentase Distribusi t (df = 121 -160)

df	Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
		0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
121		0.67652	1.28859	1.65754	1.97976	2.35756	2.61707	3.15895
122		0.67651	1.28853	1.65744	1.97960	2.35730	2.61673	3.15838
123		0.67649	1.28847	1.65734	1.97944	2.35705	2.61639	3.15781
124		0.67647	1.28842	1.65723	1.97928	2.35680	2.61606	3.15726
125		0.67646	1.28836	1.65714	1.97912	2.35655	2.61573	3.15671
126		0.67644	1.28831	1.65704	1.97897	2.35631	2.61541	3.15617
127		0.67643	1.28825	1.65694	1.97882	2.35607	2.61510	3.15565
128		0.67641	1.28820	1.65685	1.97867	2.35583	2.61478	3.15512
129		0.67640	1.28815	1.65675	1.97852	2.35560	2.61448	3.15461
130		0.67638	1.28810	1.65666	1.97838	2.35537	2.61418	3.15411
131		0.67637	1.28805	1.65657	1.97824	2.35515	2.61388	3.15361
132		0.67635	1.28800	1.65648	1.97810	2.35493	2.61359	3.15312
133		0.67634	1.28795	1.65639	1.97796	2.35471	2.61330	3.15264
134		0.67633	1.28790	1.65630	1.97783	2.35450	2.61302	3.15217
135		0.67631	1.28785	1.65622	1.97769	2.35429	2.61274	3.15170
136		0.67630	1.28781	1.65613	1.97756	2.35408	2.61246	3.15124
137		0.67628	1.28776	1.65605	1.97743	2.35387	2.61219	3.15079
138		0.67627	1.28772	1.65597	1.97730	2.35367	2.61193	3.15034
139		0.67626	1.28767	1.65589	1.97718	2.35347	2.61166	3.14990
140		0.67625	1.28763	1.65581	1.97705	2.35328	2.61140	3.14947
141		0.67623	1.28758	1.65573	1.97693	2.35309	2.61115	3.14904
142		0.67622	1.28754	1.65566	1.97681	2.35289	2.61090	3.14862
143		0.67621	1.28750	1.65558	1.97669	2.35271	2.61065	3.14820
144		0.67620	1.28746	1.65550	1.97658	2.35252	2.61040	3.14779
145		0.67619	1.28742	1.65543	1.97646	2.35234	2.61016	3.14739
146		0.67617	1.28738	1.65536	1.97635	2.35216	2.60992	3.14699
147		0.67616	1.28734	1.65529	1.97623	2.35198	2.60969	3.14660
148		0.67615	1.28730	1.65521	1.97612	2.35181	2.60946	3.14621
149		0.67614	1.28726	1.65514	1.97601	2.35163	2.60923	3.14583
150		0.67613	1.28722	1.65508	1.97591	2.35146	2.60900	3.14545
151		0.67612	1.28718	1.65501	1.97580	2.35130	2.60878	3.14508
152		0.67611	1.28715	1.65494	1.97569	2.35113	2.60856	3.14471
153		0.67610	1.28711	1.65487	1.97559	2.35097	2.60834	3.14435
154		0.67609	1.28707	1.65481	1.97549	2.35081	2.60813	3.14400
155		0.67608	1.28704	1.65474	1.97539	2.35065	2.60792	3.14364
156		0.67607	1.28700	1.65468	1.97529	2.35049	2.60771	3.14330
157		0.67606	1.28697	1.65462	1.97519	2.35033	2.60751	3.14295
158		0.67605	1.28693	1.65455	1.97509	2.35018	2.60730	3.14261
159		0.67604	1.28690	1.65449	1.97500	2.35003	2.60710	3.14228
160		0.67603	1.28687	1.65443	1.97490	2.34988	2.60691	3.14195

Titik Persentase Distribusi t (df = 161 -200)

df \ Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
161	0.67602	1.28683	1.65437	1.97481	2.34973	2.60671	3.14162
162	0.67601	1.28680	1.65431	1.97472	2.34959	2.60652	3.14130
163	0.67600	1.28677	1.65426	1.97462	2.34944	2.60633	3.14098
164	0.67599	1.28673	1.65420	1.97453	2.34930	2.60614	3.14067
165	0.67598	1.28670	1.65414	1.97445	2.34916	2.60595	3.14036
166	0.67597	1.28667	1.65408	1.97436	2.34902	2.60577	3.14005
167	0.67596	1.28664	1.65403	1.97427	2.34888	2.60559	3.13975
168	0.67595	1.28661	1.65397	1.97419	2.34875	2.60541	3.13945
169	0.67594	1.28658	1.65392	1.97410	2.34862	2.60523	3.13915
170	0.67594	1.28655	1.65387	1.97402	2.34848	2.60506	3.13886
171	0.67593	1.28652	1.65381	1.97393	2.34835	2.60489	3.13857
172	0.67592	1.28649	1.65376	1.97385	2.34822	2.60471	3.13829
173	0.67591	1.28646	1.65371	1.97377	2.34810	2.60455	3.13801
174	0.67590	1.28644	1.65366	1.97369	2.34797	2.60438	3.13773
175	0.67589	1.28641	1.65361	1.97361	2.34784	2.60421	3.13745
176	0.67589	1.28638	1.65356	1.97353	2.34772	2.60405	3.13718
177	0.67588	1.28635	1.65351	1.97346	2.34760	2.60389	3.13691
178	0.67587	1.28633	1.65346	1.97338	2.34748	2.60373	3.13665
179	0.67586	1.28630	1.65341	1.97331	2.34736	2.60357	3.13638
180	0.67586	1.28627	1.65336	1.97323	2.34724	2.60342	3.13612
181	0.67585	1.28625	1.65332	1.97316	2.34713	2.60326	3.13587
182	0.67584	1.28622	1.65327	1.97308	2.34701	2.60311	3.13561
183	0.67583	1.28619	1.65322	1.97301	2.34690	2.60296	3.13536
184	0.67583	1.28617	1.65318	1.97294	2.34678	2.60281	3.13511
185	0.67582	1.28614	1.65313	1.97287	2.34667	2.60267	3.13487
186	0.67581	1.28612	1.65309	1.97280	2.34656	2.60252	3.13463
187	0.67580	1.28610	1.65304	1.97273	2.34645	2.60238	3.13438
188	0.67580	1.28607	1.65300	1.97266	2.34635	2.60223	3.13415
189	0.67579	1.28605	1.65296	1.97260	2.34624	2.60209	3.13391
190	0.67578	1.28602	1.65291	1.97253	2.34613	2.60195	3.13368
191	0.67578	1.28600	1.65287	1.97246	2.34603	2.60181	3.13345
192	0.67577	1.28598	1.65283	1.97240	2.34593	2.60168	3.13322
193	0.67576	1.28595	1.65279	1.97233	2.34582	2.60154	3.13299
194	0.67576	1.28593	1.65275	1.97227	2.34572	2.60141	3.13277
195	0.67575	1.28591	1.65271	1.97220	2.34562	2.60128	3.13255
196	0.67574	1.28589	1.65267	1.97214	2.34552	2.60115	3.13233
197	0.67574	1.28586	1.65263	1.97208	2.34543	2.60102	3.13212
198	0.67573	1.28584	1.65259	1.97202	2.34533	2.60089	3.13190
199	0.67572	1.28582	1.65255	1.97196	2.34523	2.60076	3.13169
200	0.67572	1.28580	1.65251	1.97190	2.34514	2.60063	3.13148

Catatan: Probabilita yang lebih kecil yang ditunjukkan pada judul tiap kolom adalah luas daerah dalam satu ujung, sedangkan probabilitas yang lebih besar adalah luas daerah dalam kedua ujung

Tabel r untuk df = 1 - 50

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
1	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999	1.0000
2	0.9000	0.9500	0.9800	0.9900	0.9990
3	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587	0.9911
4	0.7293	0.8114	0.8822	0.9172	0.9741
5	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745	0.9509
6	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343	0.9249
7	0.5822	0.6664	0.7498	0.7977	0.8983
8	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646	0.8721
9	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348	0.8470
10	0.4973	0.5760	0.6581	0.7079	0.8233
11	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835	0.8010
12	0.4575	0.5324	0.6120	0.6614	0.7800
13	0.4409	0.5140	0.5923	0.6411	0.7604
14	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226	0.7419
15	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055	0.7247
16	0.4000	0.4683	0.5425	0.5897	0.7084
17	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751	0.6932
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614	0.6788
19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487	0.6652
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368	0.6524
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256	0.6402
22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151	0.6287
23	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052	0.6178
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958	0.6074
25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869	0.5974
26	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785	0.5880
27	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705	0.5790
28	0.3061	0.3610	0.4226	0.4629	0.5703
29	0.3009	0.3550	0.4158	0.4556	0.5620
30	0.2960	0.3494	0.4093	0.4487	0.5541
31	0.2913	0.3440	0.4032	0.4421	0.5465
32	0.2869	0.3388	0.3972	0.4357	0.5392
33	0.2826	0.3338	0.3916	0.4296	0.5322
34	0.2785	0.3291	0.3862	0.4238	0.5254
35	0.2746	0.3246	0.3810	0.4182	0.5189
36	0.2709	0.3202	0.3760	0.4128	0.5126
37	0.2673	0.3160	0.3712	0.4076	0.5066
38	0.2638	0.3120	0.3665	0.4026	0.5007
39	0.2605	0.3081	0.3621	0.3978	0.4950
40	0.2573	0.3044	0.3578	0.3932	0.4896
41	0.2542	0.3008	0.3536	0.3887	0.4843

Tabel r untuk df = 51 - 100

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.4210
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110
60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341

Tabel r untuk df = 101 - 150

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
101	0.1630	0.1937	0.2290	0.2528	0.3196
102	0.1622	0.1927	0.2279	0.2515	0.3181
103	0.1614	0.1918	0.2268	0.2504	0.3166
104	0.1606	0.1909	0.2257	0.2492	0.3152
105	0.1599	0.1900	0.2247	0.2480	0.3137
106	0.1591	0.1891	0.2236	0.2469	0.3123
107	0.1584	0.1882	0.2226	0.2458	0.3109
108	0.1576	0.1874	0.2216	0.2446	0.3095
109	0.1569	0.1865	0.2206	0.2436	0.3082
110	0.1562	0.1857	0.2196	0.2425	0.3068
111	0.1555	0.1848	0.2186	0.2414	0.3055
112	0.1548	0.1840	0.2177	0.2403	0.3042
113	0.1541	0.1832	0.2167	0.2393	0.3029
114	0.1535	0.1824	0.2158	0.2383	0.3016
115	0.1528	0.1816	0.2149	0.2373	0.3004
116	0.1522	0.1809	0.2139	0.2363	0.2991
117	0.1515	0.1801	0.2131	0.2353	0.2979
118	0.1509	0.1793	0.2122	0.2343	0.2967
119	0.1502	0.1786	0.2113	0.2333	0.2955
120	0.1496	0.1779	0.2104	0.2324	0.2943
121	0.1490	0.1771	0.2096	0.2315	0.2931
122	0.1484	0.1764	0.2087	0.2305	0.2920
123	0.1478	0.1757	0.2079	0.2296	0.2908
124	0.1472	0.1750	0.2071	0.2287	0.2897
125	0.1466	0.1743	0.2062	0.2278	0.2886
126	0.1460	0.1736	0.2054	0.2269	0.2875
127	0.1455	0.1729	0.2046	0.2260	0.2864
128	0.1449	0.1723	0.2039	0.2252	0.2853
129	0.1443	0.1716	0.2031	0.2243	0.2843
130	0.1438	0.1710	0.2023	0.2235	0.2832
131	0.1432	0.1703	0.2015	0.2226	0.2822
132	0.1427	0.1697	0.2008	0.2218	0.2811
133	0.1422	0.1690	0.2001	0.2210	0.2801
134	0.1416	0.1684	0.1993	0.2202	0.2791
135	0.1411	0.1678	0.1986	0.2194	0.2781
136	0.1406	0.1672	0.1979	0.2186	0.2771
137	0.1401	0.1666	0.1972	0.2178	0.2761
138	0.1396	0.1660	0.1965	0.2170	0.2752
139	0.1391	0.1654	0.1958	0.2163	0.2742
140	0.1386	0.1648	0.1951	0.2155	0.2733
141	0.1381	0.1642	0.1944	0.2148	0.2723
142	0.1376	0.1637	0.1937	0.2140	0.2714

Tabel r untuk df = 151 - 200

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
151	0.1335	0.1587	0.1879	0.2077	0.2635
152	0.1330	0.1582	0.1873	0.2070	0.2626
153	0.1326	0.1577	0.1867	0.2063	0.2618
154	0.1322	0.1572	0.1861	0.2057	0.2610
155	0.1318	0.1567	0.1855	0.2050	0.2602
156	0.1313	0.1562	0.1849	0.2044	0.2593
157	0.1309	0.1557	0.1844	0.2037	0.2585
158	0.1305	0.1552	0.1838	0.2031	0.2578
159	0.1301	0.1547	0.1832	0.2025	0.2570
160	0.1297	0.1543	0.1826	0.2019	0.2562
161	0.1293	0.1538	0.1821	0.2012	0.2554
162	0.1289	0.1533	0.1815	0.2006	0.2546
163	0.1285	0.1528	0.1810	0.2000	0.2539
164	0.1281	0.1524	0.1804	0.1994	0.2531
165	0.1277	0.1519	0.1799	0.1988	0.2524
166	0.1273	0.1515	0.1794	0.1982	0.2517
167	0.1270	0.1510	0.1788	0.1976	0.2509
168	0.1266	0.1506	0.1783	0.1971	0.2502
169	0.1262	0.1501	0.1778	0.1965	0.2495
170	0.1258	0.1497	0.1773	0.1959	0.2488
171	0.1255	0.1493	0.1768	0.1954	0.2481
172	0.1251	0.1488	0.1762	0.1948	0.2473
173	0.1247	0.1484	0.1757	0.1942	0.2467
174	0.1244	0.1480	0.1752	0.1937	0.2460
175	0.1240	0.1476	0.1747	0.1932	0.2453
176	0.1237	0.1471	0.1743	0.1926	0.2446
177	0.1233	0.1467	0.1738	0.1921	0.2439
178	0.1230	0.1463	0.1733	0.1915	0.2433
179	0.1226	0.1459	0.1728	0.1910	0.2426
180	0.1223	0.1455	0.1723	0.1905	0.2419
181	0.1220	0.1451	0.1719	0.1900	0.2413
182	0.1216	0.1447	0.1714	0.1895	0.2406
183	0.1213	0.1443	0.1709	0.1890	0.2400
184	0.1210	0.1439	0.1705	0.1884	0.2394
185	0.1207	0.1435	0.1700	0.1879	0.2387
186	0.1203	0.1432	0.1696	0.1874	0.2381
187	0.1200	0.1428	0.1691	0.1869	0.2375
188	0.1197	0.1424	0.1687	0.1865	0.2369
189	0.1194	0.1420	0.1682	0.1860	0.2363
190	0.1191	0.1417	0.1678	0.1855	0.2357
191	0.1188	0.1413	0.1674	0.1850	0.2351