

**EVALUASI STRATEGI PROMOSI PERPUSTAKAAN
PADA DINAS KEARSIPAN DAN PERPUSTAKAAN
KABUPATEN LANGKAT SUMATERA UTARA
BERDASARKAN KONSEP *ATTENTION,*
INTEREST, DESIRE, ACTION (AIDA)**

SKRIPSI

Diajukan Oleh :

**NURUL AZMI
NIM. 170503021**

Mahasiswa Fakultas Adab dan Humaniora
Prodi Ilmu Perpustakaan



**FAKULTAS ADAB DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
DARUSSALAM – BANDA ACEH
2022 M / 1443 H**

**EVALUASI STRATEGI PROMOSI PERPUSTAKAAN PADA DINAS
KEARSIPAN DAN PERPUSTAKAAN KABUPATEN LANGKAT
SUMATERA UTARA BERDASARKAN KONSEP
ATTENTION, INTEREST, DESIRE, ACTION
(AIDA)**

SKRIPSI

**Diajukan Kepada Fakultas Adab dan Humaniora UIN Ar-Raniry
Darussalam Banda Aceh Sebagai Salah Satu Beban Studi
Program Studi Ilmu Perpustakaan**

Diajukan Oleh :

**NURUL AZMI
NIM. 170503021**

Mahasiswa Fakultas Adab dan Humaniora
Program Studi Ilmu Perpustakaan

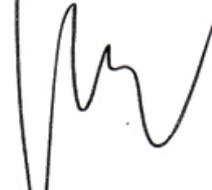
Disetujui Oleh :

Pembimbing I



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

Pembimbing II



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

**EVALUASI STRATEGI PROMOSI PERPUSTAKAAN PADA DINAS
KEARSIPAN DAN PERPUSTAKAAN KABUPATEN LANGKAT
SUMATERA UTARA BERDASARKAN KONSEP
ATTENTION, INTEREST, DESIRE, ACTION
(AIDA)**

SKRIPSI

Telah Diuji Oleh Panitia Sidang Munaqasyah Skripsi
Fakultas Adab dan Humaniora UIN Ar-Raniry Banda Aceh dan
Dinyatakan Lulus Serta Diterima Sebagai Tugas Akhir Penyelesaian
Program Strata Satu (S1) Ilmu Perpustakaan

Pada Hari/Tanggal : Jum'at, 01 Juli 2022
2 Dzulhijjah 1443 H

di Darussalam – Banda Aceh

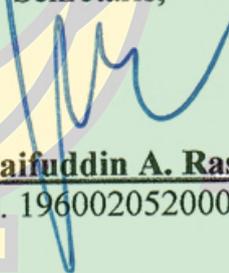
Panitia Sidang Munaqasyah Skripsi

Ketua,



Drs. Sykrinur, M.LIS.
NIP. 196801252000031002

Sekretaris,



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

Penguji I,



Suraiya, S.Ag., M.Pd.
NIP. 197511022003122002

Penguji II,

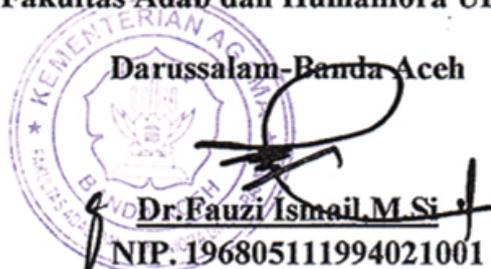


Cut Putroe Yuliana, M.IP.
NIP. 198507072019032017

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 : Nurul Azmi

NIM : 170503021

Program Studi : Ilmu Perpustakaan

Judul Skripsi : Evaluasi Strategi Promosi Perpustakaan Pada Dinas Kearsipan dan Perpustakaan Kabupaten Langkat Sumatera Utara Berdasarkan Konsep *Attention, Interest, Desire, Action* (AIDA)

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

Banda Aceh, 01 Juli 2022

Yang menyatakan,



Nurul Azmi
170503021

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Syukur Alhamdulillah penulis ucapkan atas rahmat Allah SWT yang sangat berlimbah sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian dan penulisan skripsi yang berjudul **“Evaluasi Strategi Promosi Perpustakaan pada Dinas Kearsipan dan Perpustakaan Kabupaten Langkat Sumatera Utara Berdasarkan Konsep *Attention, Interest, Desire, Action* (AIDA)”**. Shalawat dan salam tidak lupa pula disanjungkan kepada baginda Muhammad SAW yang membawa cahaya penerang bagi seluruh umat muslim di dunia. Skripsi ini disusun sebagai salah satu tugas yang harus penulis selesaikan guna memenuhi dan melengkapi syarat untuk memperoleh gelar Strata Satu (S1) pada Program Studi Ilmu Perpustakaan Fakultas Adab dan Humaniora Universitas Negeri Islam Ar-Raniry Banda Aceh.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan terwujud tanpa bantuan dari berbagai pihak yang telah memberikan arahan selama proses penulisan maupun pengumpulan data-data yang dibutuhkan. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada :

1. Bapak Dr. Fauzi, M.Si selaku Dekan Fakultas Adab dan Humaniora UIN Ar-Raniry Banda Aceh, para Wakil Dekan dan seluruh jajarannya yang telah membantu kelancaran skripsi ini.

2. Ibu Nurhayati Ali Hasan, M.LIS selaku Ketua Program studi Ilmu Perpustakaan sekaligus Penasehat Akademik dan Bapak Mukhtaruddin, M.LIS selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Perpustakaan serta seluruh dosen dan staf fakultas adab dan humaniora uin ar-raniry yang telah mendidik dan membantu penulis selama ini.
3. Bapak Drs. Syukrinur, M.LIS selaku pembimbing pertama dan Bapak Drs. Saifuddin A. Rasyid, M.LIS selaku pembimbing kedua yang telah membimbing dan memberikan arahan selama penulisan skripsi ini dari awal hingga selesai.
4. Ibu Syafiatun S.E selaku Kepala Bidang Perpustakaan pada Dinas Kearsipan dan Perpustakaan Kabupaten Langkat beserta para staf pustakawan yang telah banyak membantu dan memberikan izin kepada penulis untuk mengadakan penelitian dalam rangka penulisan skripsi.
5. Kak Khairiah, S.IP dan sahabat terdekat Zikri, Siti, Sahara, Zura, Ica, Reza, Solin yang selalu mendukung penulis selama dan sampai tugas akhir ini selesai serta keluarga IP angkatan 2017 yang berjuang menuntaskan studi bersama-sama.
6. Terakhir untuk seluruh keluarga terutama orangtua tercinta Bapak Karlan dan Ibu Supiati yang telah banyak memberi bekal, baik moril maupun materil serta motivasi sehingga terselesaikannya studi penulis dengan ilmu yang bermanfaat.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dan kritikan yang bersifat membangun

dari semua pihak demi kesempurnaan dimasa yang akan datang. Akhir kalimat kepada Allah SWT jualah semua diserahkan, dengan harapan semoga skripsi ini bermanfaat, terutama bagi penulis pada khususnya dan juga pada pembaca pada umumnya. Terimakasih ats bantuan dari semua pihak semoga mendapatkan balasan yang setimpal dari-Nya. Amiin Yaa Rabbal “Alamin.

Banda Aceh, 01 Juli 2022
Penulis,

Nurul Azmi



DAFTAR ISI

LEMBARAN JUDUL	i
PENGESAHAN PEMBIMBING	ii
PERNYATAAN KEASLIAN	iii
PENGESAHAN SIDANG	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
ABSTRAK	xii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	5
E. Penjelasan Istilah.....	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI	
A. Kajian Pustaka.....	10
B. Promosi Perpustakaan	14
1. Pengertian Promosi.....	14
2. Manfaat dan Tujuan Promosi	16
a. Manfaat Promosi.....	16
b. Tujuan Promosi.....	18
3. Metode dan Media Promosi.....	20
a. Metode Promosi.....	20
b. Media Promosi.....	24
C. Strategi Promosi Perpustakaan.....	27
D. Evaluasi Strategi Promosi Perpustakaan.....	29
1. Pengertian Evaluasi.....	29
2. Metode Evaluasi.....	31
E. Promosi Perpustakaan dan Konsep AIDA	33
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Rancangan Penelitian	37
B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	38
C. Fokus Penelitian	39
D. Subjek dan Objek Penelitian	39
E. Teknik Pengumpulan Data	41
F. Teknik Analisis Data.....	43
G. Uji Kredibilitas Data	45

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	47
B. Hasil Penelitian	50
C. Pembahasan.....	69

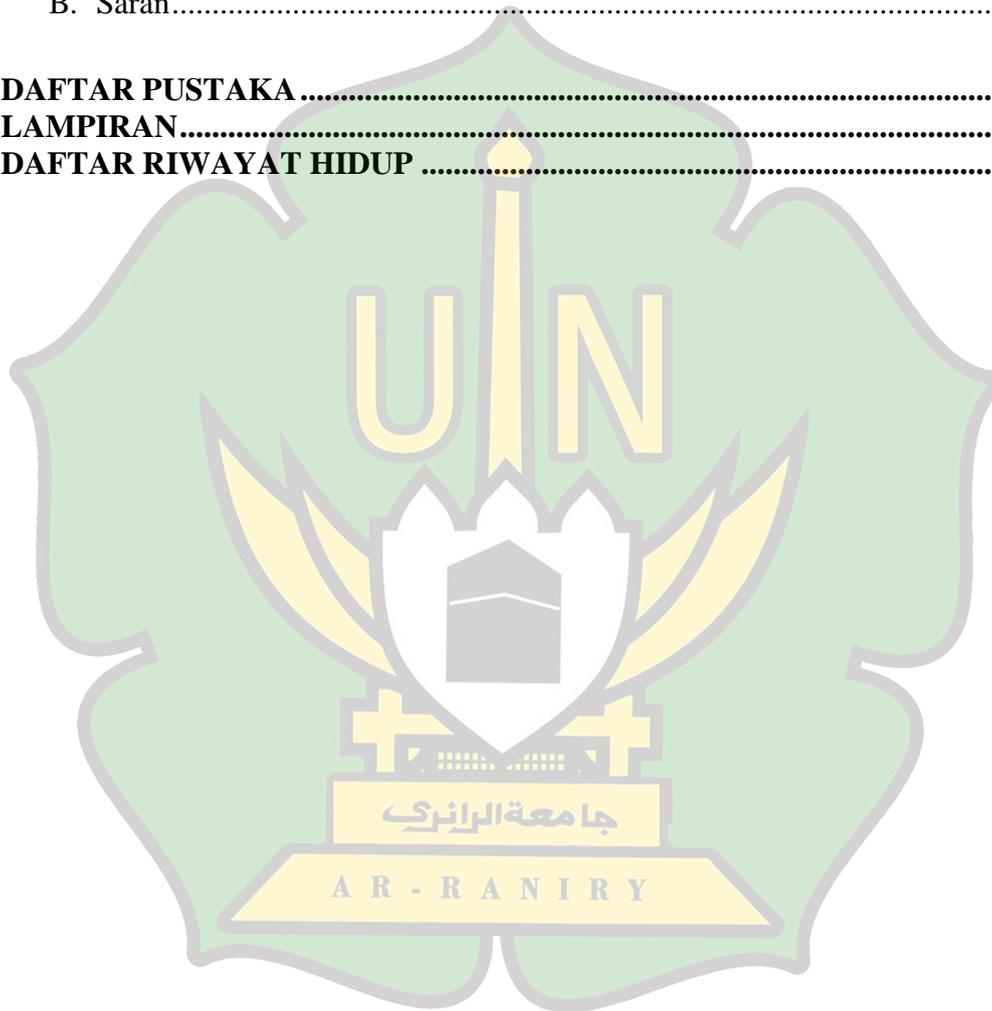
BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan.....	74
B. Saran.....	75

DAFTAR PUSTAKA.....	76
----------------------------	-----------

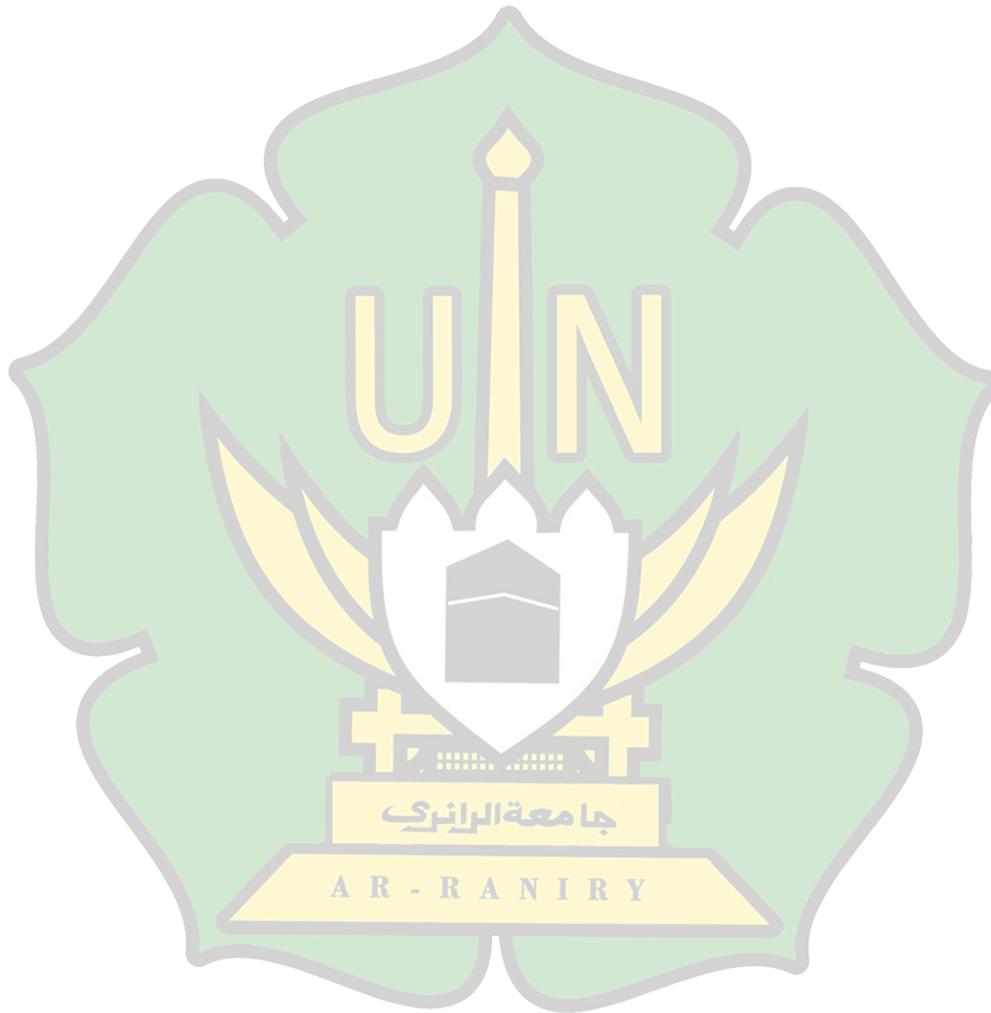
LAMPIRAN.....	80
----------------------	-----------

DAFTAR RIWAYAT HIDUP	91
-----------------------------------	-----------



DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Mobil Layanan Perpustakaan Keliling.....	57
Gambar 4.2 Gelas Mug Perpustakaan.....	60



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Surat Keputusan Pembimbing Skripsi
- Lampiran 2 : Surat Izin Melakukan Penelitian dari Dekan Fakultas Adab dan Humaniora
- Lampiran 3 : Surat Izin Melakukan Penelitian dari Sekretariat Daerah Kabupaten Langkat
- Lampiran 4 : Surat Keterangan Telah Melakukan Penelitian dari Dinas Kearsipan dan Perpustakaan Kabupaten Langkat
- Lampiran 6 : Pedoman Wawancara
- Lampiran 7 : Pedoman Observasi
- Lampiran 8 : Photo Dokumentasi Penelitian
- Lampiran 9 : Daftar Riwayat Hidup



ABSTRAK

Skripsi ini berjudul “Evaluasi Strategi Promosi Perpustakaan pada Dinas Kearsipan dan Perpustakaan Kabupaten Langkat Sumatera Utara Berdasarkan Konsep *Attention, Interest, Desire, Action* (AIDA)”. Permasalahan penelitian ini adalah rendahnya jumlah kunjungan masyarakat ke Perpustakaan Umum Kabupaten Langkat. Padahal upaya promosi telah dilakukan oleh pihak perpustakaan melalui kegiatan layanan perpustakaan keliling dan pembagian hadiah berupa mug perpustakaan serta melalui media cetak berupa brosur dan *standing x banner*. Penelitian ini berusaha menjawab pertanyaan bagaimana respon pemustaka terhadap strategi promosi perpustakaan pada Dinas Kearsipan dan Perpustakaan Kabupaten Langkat berdasarkan konsep AIDA yang bertujuan untuk mengetahui respon pemustaka terhadap strategi promosi perpustakaan pada Dinas Kearsipan dan Perpustakaan Kabupaten Langkat berdasarkan konsep AIDA. Untuk menjawab pertanyaan tersebut peneliti menggunakan metode kualitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Evaluasi dilakukan melalui konsep AIDA (*Attention, Interest, Desire, Action*), dalam konsep ini terdapat empat tahapan untuk mengetahui respon pemustaka terhadap strategi promosi perpustakaan yaitu tahap *attention* (mendapatkan perhatian), *interest* (memunculkan ketertarikan), *desire* (menimbulkan keinginan), dan *action* (menghasilkan tindakan). Hasil penelitian di Perpustakaan Umum Kabupaten Langkat menunjukkan bahwa respon pemustaka terhadap promosi kegiatan layanan perpustakaan keliling dan pembagian hadiah berupa gelas mug perpustakaan lebih dominan pada tahap *attention* dan *interest* yang penerapannya melalui visualisasi dan informasi singkat yang terdapat pada media promosi tersebut. Hanya beberapa pemustaka yang mencapai tahap *desire* dan *action*.

Kata Kunci : Evaluasi Strategi Promosi, AIDA, Perpustakaan Umum Kabupaten Langkat

جامعة الرانيري
A R - R A N I R Y

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada Pada hakekatnya perpustakaan merupakan suatu wadah untuk memelihara peradaban manusia berupa hasil budaya atau pikiran manusia yang terekam dalam beragam bentuk media. Peran perpustakaan sebagai tempat pengumpulan, penyimpanan serta pelestarian hasil kekayaan intelektual suatu bangsa bertujuan agar nantinya perpustakaan dapat memberikan informasi tentang suatu ilmu pengetahuan bagi kehidupan masyarakat yang akan datang. Peran perpustakaan yang tidak kalah penting yaitu sebagai wahana pembelajaran sepanjang hayat, yang menjalankan fungsinya sebagai lembaga yang bersifat edukatif, informatif, riset, dan rekreatif bagi masyarakat pengguna.

Peran perpustakaan sebagai pendidikan non formal bagi masyarakat, dimana mereka dapat belajar secara mandiri dengan melakukan pembelajaran sendiri melalui bahan pustaka yang diminati sehingga dapat melakukan penelitian, menggali, serta memanfaatkan sumber informasi dan ilmu pengetahuan yang tersedia di perpustakaan. Kesadaran akan pentingnya keberadaan perpustakaan di lingkungan masyarakat menjadi alasan pemerintah daerah menyelenggarakan dan mengembangkan perpustakaan umum berdasarkan ciri khas daerah masing-masing sebagai pusat penelitian dan rujukan terkait kekayaan budaya daerah di wilayah tersebut.

Terselenggaranya perpustakaan umum daerah berguna untuk mendukung pelestarian hasil budaya daerah masing-masing dan memfasilitasi terwujudnya

masyarakat pembelajar sepanjang hayat. Selain itu, perpustakaan umum daerah merupakan salah satu unsur penunjang Pemerintahan Daerah dalam mewujudkan masyarakat yang mandiri, cerdas dan literat. Pemerintah daerah berkewajiban untuk menggalakkan kegiatan gemar membaca di kalangan masyarakat dengan memanfaatkan perpustakaan. Kebiasaan baca masyarakat akan tumbuh apabila mereka mengetahui bahwa perpustakaan menyediakan beragam informasi berupa bahan bacaan yang dapat digunakan oleh semua kalangan masyarakat. Masyarakat tidak akan mengetahui keberadaan perpustakaan jika perpustakaan hanya pasif menunggu pemustaka yang datang dengan sendirinya untuk mencari informasi yang dibutuhkan. Perpustakaan perlu melakukan suatu upaya pengenalan perpustakaan yang dapat mencuri perhatian masyarakat agar mereka mau berkunjung dan memanfaatkan perpustakaan. Upaya tersebut dikenal dengan promosi perpustakaan.

Promosi senantiasa menjadi alat andalan bagi perpustakaan untuk memasarkan jasa layanan dan koleksinya sehingga tetap bertahan dalam persaingan yang semakin ketat karena banyaknya sumber informasi yang mudah diakses oleh masyarakat untuk memenuhi kebutuhan informasi mereka. Masyarakat menganggap promosi sebagai bentuk komunikasi yang dilakukan perpustakaan untuk memasarkan segala fasilitas perpustakaan serta memberikan informasi tentang keunggulan dan manfaat yang dapat diperoleh apabila mereka berkunjung dan memanfaatkan jasa perpustakaan.

Kegiatan promosi di dunia perpustakaan dapat dilakukan melalui pameran perpustakaan, bazar buku, perlombaan dan pembagian barang-barang gratis yang

sudah terbiasa dipergunakan sebagai media komunikasi dalam menyampaikan pesan-pesan terkait keberadaan jasa layanan dan produk perpustakaan. Hal tersebut jelas efektif karena merupakan media komunikasi yang mengandung faktor-faktor yang menunjang, diantaranya dapat menarik perhatian (*attention*) masyarakat, yaitu keramaian yang ditimbulkan dari kegiatan itu sendiri yang mengundang masyarakat untuk datang dan melihat kegiatan yang sedang berlangsung. Hal ini sesuai dengan konsep komunikasi dalam dunia pemasaran yang dikenal dengan konsep AIDA yang merupakan sinonim dari *attention* (perhatian), *interest* (ketertarikan), *desire* (keinginan), dan *action* (tindakan).¹ Dalam kegiatan promosi penggunaan konsep AIDA dapat membantu perpustakaan untuk mencapai tujuan yang diharapkan. Tahapan dari konsep AIDA menjelaskan bahwa untuk memperoleh *action* dari konsumen, maka yang harus dibangkitkan terlebih dahulu yaitu *attention*.

Apabila konsep tersebut diterapkan pada kegiatan promosi perpustakaan dalam menyampaikan pesan tertentu kepada pemustaka maupun calon pemustaka perlu didahului dengan sesuatu yang dapat menarik perhatian mereka seperti kegiatan pameran, bazar buku, perlombaan, atau pembagian barang-barang gratis. Keramaian yang ditimbulkan dari kegiatan tersebut dapat dimanfaatkan untuk memperkenalkan perpustakaan serta fasilitas yang dimiliki kepada pengunjung melalui pesan yang menarik dan relevan sebagai suatu usaha untuk mempertahankan ketertarikan pengunjung terhadap perpustakaan dengan kata-kata yang dapat menimbulkan hasrat untuk segera mengunjungi dan

¹ Ilham Prisgunanto, *Aplikasi Teori dalam Sistem komunikasi di Indonesia*, (Jakarta: Kencana, 2017), hlm. 137.

memanfaatkan perpustakaan. Pada tahap akhir dalam kegiatan komunikasi yaitu memastikan bahwa pesan yang disampaikan tersebut mampu meyakinkan pengunjung sehingga terjadi tindakan pemanfaatan perpustakaan.

Dari konsep tersebut, peneliti melakukan observasi awal pada Dinas Kearsipan dan Perpustakaan Kabupaten Langkat dan telah dikonfirmasi oleh Kepala Bidang Perpustakaan yang menyatakan bahwa Dinas Kearsipan dan Perpustakaan Kabupaten Langkat melakukan upaya promosi perpustakaan melalui kegiatan layanan perpustakaan keliling. Upaya promosi juga dilakukan dalam bentuk pemberian hadiah berupa mug perpustakaan, serta penggunaan media tercetak seperti brosur dan *standing x banner*. Namun dari hasil pengamatan peneliti pada Dinas Kearsipan dan Perpustakaan Kabupaten Langkat menunjukkan jumlah kunjungan masyarakat ke perpustakaan masih tergolong rendah, sedangkan upaya promosi perpustakaan sudah dilakukan oleh Perpustakaan Umum Kabupaten Langkat.

Upaya promosi yang telah dilakukan tersebut perlu adanya evaluasi untuk mengetahui bagaimana respon pemustaka terhadap promosi yang dilakukan oleh Dinas Kearsipan dan Perpustakaan Kabupaten Langkat. Adapun evaluasi terhadap strategi promosi perpustakaan pada Dinas Kearsipan dan Perpustakaan Kabupaten Langkat dilakukan melalui konsep AIDA. Konsep AIDA digunakan karena merupakan konsep dasar dari tingkat pengenalan khalayak terhadap promosi yang menggambarkan langkah-langkah yang dilalui calon pemustaka sebelum melakukan pemanfaatan produk atau jasa perpustakaan. Evaluasi strategi promosi perpustakaan pada Dinas Kearsipan dan Perpustakaan Kabupaten Langkat dengan

konsep AIDA dipilih sebab peneliti ingin mengetahui sejauhmana keberhasilan strategi promosi perpustakaan dilihat dari respon pemustaka berdasarkan tahapan *attention, interest, desire, dan action*.

Dilatarbelakangi maksud diatas, penulis tertarik mengkaji penelitian tentang **“Evaluasi Strategi Promosi Perpustakaan pada Dinas Kearsipan dan Perpustakaan Kabupaten Langkat Sumatera Utara berdasarkan Konsep *Attention, Interest, Desire, Action (AIDA)*”**.

B. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah yang muncul pada penelitian ini yaitu bagaimana respon pemustaka terhadap strategi promosi perpustakaan pada Dinas Kearsipan dan Perpustakaan Kabupaten Langkat berdasarkan konsep AIDA ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui respon pemustaka terhadap strategi promosi perpustakaan pada Dinas Kearsipan dan Perpustakaan Kabupaten Langkat berdasarkan konsep AIDA.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Manfaat teoritis

- a. Hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi kajian ilmu pengetahuan khususnya di bidang Ilmu Perpustakaan dan dapat memperkaya literatur terutama yang terkait dengan evaluasi strategi promosi perpustakaan berdasarkan konsep AIDA.

- b. Hasil penelitian ini dapat menjadi bahan rujukan / bacaan bagi penelitian selanjutnya yang memiliki topik terkait evaluasi strategi promosi perpustakaan berdasarkan konsep AIDA.

2. Manfaat praktis

Sebagai masukan bagi Dinas Kearsipan dan Perpustakaan Kabupaten Langkat dalam melakukan evaluasi terkait strategi promosi perpustakaan guna meningkatkan pemanfaatan perpustakaan secara maksimal oleh pemustaka.

E. Penjelasan Istilah

Guna menghindari salah tafsir serta pemahaman para pembaca serta fokus dalam penelitian, maka akan dijelaskan istilah-istilah dan batasan dalam penelitian ini. Adapun istilah yang dimaksud adalah :

1. Evaluasi Strategi Promosi

a. Evaluasi

Menurut Zainal Arifin evaluasi merupakan aktivitas ataupun proses yang sistematis serta berkelanjutan untuk menggambarkan ataupun menentukan kualitas (nilai serta makna/manfaat) dari suatu objek, berdasarkan pada pertimbangan (*judgment*) serta kriteria tertentu yang berguna untuk membuat keputusan.² Sedangkan menurut Suranto evaluasi diartikan sebagai proses yang menghasilkan informasi tentang sejauhmana keberhasilan suatu kegiatan yang

² Zainal Arifin, *Evaluasi Program : Teori dan Praktek dalam Konteks Pendidikan dan Nonpendidikan*, (Bandung : Remaja Rosdakarya, 2019), hlm. 3-4.

sudah dilaksanakan, informasi tersebut nantinya digunakan untuk perbaikan kegiatan tersebut.³

Evaluasi yang peneliti maksud dalam penelitian ini adalah proses untuk menilai keberhasilan strategi promosi perpustakaan pada Dinas Kearsipan dan Perpustakaan Kabupaten Langkat berdasarkan konsep AIDA.

b. Strategi Promosi Perpustakaan

Strategi promosi merupakan kata majemuk yang terdiri atas kata strategi dan promosi. Kata strategi diartikan sebagai perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Fungsinya sebagai penunjuk arah dan menunjukkan bagaimana taktik operasional guna mencapai suatu tujuan.⁴

Sedangkan promosi perpustakaan menurut Sujatna merupakan suatu alat yang dapat digunakan oleh perpustakaan untuk melakukan komunikasi dengan khalayak/ masyarakat dengan tujuan mempengaruhi, menarik minat, dan menginformasikan tentang produk dan jasa perpustakaan.⁵

Strategi promosi perpustakaan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah kegiatan promosi yang dilakukan untuk memperkenalkan perpustakaan kepada masyarakat pengguna serta membuat masyarakat tersebut melakukan tindakan pemanfaatan Perpustakaan Umum Kabupaten Langkat.

³ Suranto, *Perencanaan & Evaluasi Program Komunikasi*, (Yogyakarta: Pena Pressindo, 2019), hlm. 83.

⁴ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi : Teori dan Praktek*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2005), hlm. 32.

⁵ Sujatna, *Promosi Perpustakaan*, (Tangerang: Mahara Publishing, 2016), hlm. 13.

2. Konsep AIDA

Menurut Woodruf dalam Yusrin, konsep berarti suatu gagasan/ide yang relatif sempurna dan bermakna, suatu pengertian, gambaran mental dari objek, proses, pendapat (paham), rancangan yang telah dipikirkan.⁶ Istilah konsep digunakan dalam suatu perencanaan kegiatan yang akan dilaksanakan agar kegiatan tersebut dapat berjalan sistematis dan lancar. Singarimbun dan Effendi dalam Mudjia Rahardjo mengartikan konsep sebagai istilah dan definisi yang digunakan untuk menggambarkan secara abstrak suatu kejadian, keadaan, kelompok, atau individu tertentu.⁷

Ruth Stefanie berpendapat bahwa konsep AIDA (*Attention, Interest, Desire, Action*) merupakan konsep penyampaian pesan yang efektif karena dapat menimbulkan perhatian, ketertarikan, membangkitkan keinginan, dan menghasilkan tindakan seseorang setelah menerima pesan atau informasi yang disampaikan.⁸ Sedangkan Ilham Prisgunanto menyatakan bahwa yang dimaksud dengan *attention, interest, desire, dan action* (AIDA) merupakan ukuran keberhasilan suatu promosi sudah mencapai taraf mana dalam pemahaman manusia terhadap pesan yang ditujukan. AIDA diasumsikan sebagai salah satu

⁶ Yusrin Ahmad Tosepu, *Teori dan Konsep*, Tahun 2020. Diakses pada 30 Agustus 2022 dari situs : https://www.academia.edu/41455293/KONSEP_DAN_TEORI

⁷ Mudjio Rahardjo, *Antara Konsep, Proposisi, Teori, Variabel dan Hipotesis dalam Penelitian*, Tahun 2018. Diakses pada 30 Agustus 2022 dari situs : <http://repository.uin-malang.ac.id/2410/2/2410.pdf>

⁸ Ruth Stefanie, *Respon Pengunjung Terhadap Media Brosur Jatim Park 2*, *Jurnal E-Komunikasi*, Vol. 1, No. 3, (Surabaya: Universitas Kristen Petra, 2013), 312-313, Diakses pada 13 Juni 2021 dari situs : <http://publication.petra.ac.id/index.php/ilmu-komunikasi/article/view/1015/914>

konsep dasar dari ilmu komunikasi yang menjelaskan proses atau langkah-langkah keterpengaruhan khalayak terhadap suatu kegiatan promosi.⁹

Konsep AIDA yang dimaksud pada penelitian ini adalah suatu konsep yang akan digunakan sebagai pedoman evaluasi strategi promosi perpustakaan pada Dinas Kearsipan dan Perpustakaan Kabupaten Langkat dilihat berdasarkan tahapan *attention* / mendapatkan perhatian, *interest* / memunculkan ketertarikan, *deisre* / menimbulkan keinginan, dan *action* / membuat tindakan. Dengan demikian, dapat diketahui sejauhmana keberhasilan strategi promosi perpustakaan pada Dinas Kearsipan dan Perpustakaan Kabupaten Langkat dilihat dari respon pemustaka berdasarkan konsep AIDA.



⁹ Ilham Prisgunanto, *Aplikasi Teori*,...hlm. 134.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI

A. Kajian Pustaka

Berdasarkan hasil penelusuran terhadap sejumlah literatur yang pernah diteliti sebelumnya, terdapat beberapa penelitian yang sejenis dengan skripsi ini, namun terdapat perbedaan yang dilihat dari segi variabel, subjek penelitian, metode yang digunakan, fokus penelitian, tempat serta waktu penelitian. Beberapa penelitian tersebut antara lain :

Pertama, skripsi karya Almira mahasiswa Prodi Ilmu Perpustakaan dan Informasi Fakultas Ilmu Budaya Universitas Sumatera Utara tahun 2018 yang berjudul “Evaluasi Penerapan Strategi Promosi Perpustakaan pada Perpustakaan Universitas Medan Area”. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi promosi perpustakaan di Perpustakaan Medan Area. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi promosi di Perpustakaan Universitas Medan Area mencakup periklanan (*advertising*), *personal selling*, serta publisitas. Sedangkan promosi lewat *sales promotion* tidak dilaksanakan sebab tidak tercantum dalam perencanaan program kerja Perpustakaan Universitas Medan Area.¹⁰

Meskipun penelitian ini sama-sama membahas terkait evaluasi strategi promosi perpustakaan tetapi terdapat perbedaan antara penelitian milik Almira

¹⁰ Almira. *Evaluasi Penerapan Strategi Promosi Perpustakaan pada Perpustakaan Universitas Medan Area*. (Skripsi), Medan: Program Studi Ilmu Perpustakaan dan Informasi Fakultas Ilmu Budaya Universitas Sumatera Utara, 2018. <https://repositori.usu.ac.id/bitstream/handle/123456789/8479/140709048.pdf?sequence=1&isAllo wed=y>

dengan penelitian ini. Penelitian milik Almira bertujuan untuk mengetahui strategi promosi perpustakaan di Perpustakaan Universitas Medan Area yang dibatasi oleh ruang lingkup yang akan dibahas yaitu periklanan (*advertising*), *personal selling*, publisitas, dan *sales promotion*. Sedangkan penelitian ini bertujuan untuk mengetahui respon pemustaka terhadap strategi promosi perpustakaan pada Dinas Kearsipan dan Perpustakaan Kabupaten Langkat yang dibatasi oleh ruang lingkup yang akan dibahas yaitu strategi promosi perpustakaan melalui kegiatan layanan perpustakaan keliling dan pembagian hadiah berupa mug perpustakaan pada Perpustakaan Umum Kabupaten Langkat yang dilihat melalui tahapan AIDA.

Kedua, skripsi karya Beru Bahgie mahasiswa program studi Ilmu Perpustakaan Fakultas Adab dan Humaniora Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh tahun 2021, yang berjudul “Strategi Promosi Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Aceh dan Perpustakaan Abulyatama dalam Meningkatkan Minat Kunjung Pemustaka”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi promosi perpustakaan dan membandingkan strategi promosi perpustakaan dalam meningkatkan minat kunjung pemustaka. Penelitian ini menggunakan metode deskripsi komparasi dengan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Subjek penelitian terdiri dari kepala perpustakaan, pustakawan, serta beberapa pengunjung perpustakaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi promosi yang dilakukan oleh Perpustakaan Muhammadiyah Aceh meliputi pengenalan perpustakaan, pusrakling, pelatihan, layanan *E-Recources*, layanan unik seperti BI Corner, Aceh Corner, Pajak Corner, Muhammadiyah Corner, dan BKKN Corner,

serta melakukan promosi melalui website, spanduk, *banner*, *pamflet*, *sticker*, buku panduan perpustakaan, *instagram*, *facebook*, dan *youtube*. Sedangkan strategi promosi Perpustakaan Abulyatama mencakup pengenalan perpustakaan, pelatihan, membuat pojok baca, layanan BI Corner, Layanan *E-Recources*, serta promosi melalui *website*, *pamflet* dan *youtube*.¹¹

Persamaan antara penelitian Beru Bahgie dengan penelitian ini yaitu kedua skripsi membahas tentang strategi promosi perpustakaan. Perbedaannya terletak pada tujuan dan metode yang digunakan. Apabila penelitian milik Beru Bahgie bertujuan untuk mengetahui strategi promosi perpustakaan dan membandingkan strategi promosi perpustakaan dalam meningkatkan minat kunjung pemustaka dengan menggunakan metode deskripsi komparasi, sedangkan penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui respon pemustaka terhadap strategi promosi perpustakaan pada Dinas Kearsipan dan Perpustakaan Kabupaten Langkat ditinjau berdasarkan konsep AIDA dengan metode penelitian kualitatif melalui pendekatan deskriptif.

Ketiga, skripsi karya Robi Bunanjar mahasiswa Program Studi Ilmu Perpustakaan Fakultas Adab dan Humaniora UIN Raden Fatah Palembang tahun 2019 dengan judul penelitian “Persepsi Pemustaka Terhadap Promosi Perpustakaan di Dinas Kearsipan dan Perpustakaan Kota Palembang Ditinjau Dari Konsep AIDA (*Attention, Interest, Desire, Action*)”. Judul tersebut diangkat

¹¹ Beru Bahgie, *Strategi Promosi Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Aceh dan Perpustakaan Abulyatama dalam Meningkatkan Minat Kunjung Pemustaka*. (Skripsi), Banda Aceh: Program Studi Ilmu Perpustakaan Fakultas Adab dan Humaniora Universitas Islam Negeri Ar-raniry Banda Aceh, 2021.

berdasarkan permasalahan yang terjadi pada Dinas Kearsipan dan Perpustakaan Kota Palembang yang menunjukkan bahwa setiap tahun tingkat kunjungan perpustakaan menurun sehingga perlu dilakukan pengujian terhadap promosi yang telah dilakukan kepada pemustaka. Tujuan penelitian tersebut untuk mengetahui tingkat persepsi pemustaka terhadap promosi perpustakaan di Dinas Kearsipan dan Perpustakaan Kota Palembang ditinjau dari konsep AIDA dan apa kendala / hambatan dalam melaksanakan kegiatan promosi. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif. Responden penelitian sebanyak 96 orang yang ditentukan melalui rumus slovin dari jumlah populasi sebanyak 2.191 pemustaka yang berkunjung ke Perpustakaan Kota Palembang. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, dokumentasi, kuisioner, dan wawancara dengan teknik analisis data menggunakan rumus *mean* dan *grand mean*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi pemustaka terhadap promosi di Dinas Kearsipan dan Perpustakaan Kota Palembang sudah tergolong baik dengan hasil total nilai rata-rata 4,0 jika dikategorikan dengan skala likert maka termasuk kategori tinggi. Adapaun hambatan dari promosi yaitu keterbatasan waktu pelaksanaan promosi dan kurangnya minat baca masyarakat.¹²

Meskipun terdapat persamaan dengan menggunakan konsep AIDA tetapi penelitian milik Robi berbeda dengan penelitian ini. Perbedaan tersebut terletak pada metode penelitian yang digunakan untuk menjawab permasalahan yang timbul. Penelitian milik Robi menggunakan metode deskriptif kuantitatif untuk

¹² Robi Bunanjar, *Persepsi Pemustaka Terhadap Promosi di Dinas Kearsipan dan Perpustakaan Kota Palembang Ditinjau Dari Konsep AIDA (Attention, Interest, Desire, Action)*. (Skripsi), Palembang : Program Studi Ilmu Perpustakaan Fakultas Adab dan Humaniora UIN Raden Fatah, 2019. Diakses pada 01 September 2022 pada situs : <http://repository.radenfatah.ac.id/id/eprint/4890>

melihat kepuasan pengguna terhadap promosi yang telah dilakukan Dinas Kearsipan dan Perpustakaan Palembang ditinjau dari Konsep AIDA, sedangkan penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif untuk melihat sejauhmana keberhasilan strategi promosi pada Dinas Kearsipan dan Perpustakaan Umum Kabupaten Langkat dilihat dari respon pemustaka berdasarkan konsep AIDA.

B. Promosi Perpustakaan

1. Pengertian Promosi

Harahap mendefinisikan promosi sebagai suatu aktivitas menawarkan produk atau jasa yang bertujuan untuk menarik orang lain agar membeli, menggunakan atau hanya sekedar melirik produk atau jasa yang ditawarkan.¹³ Promosi merupakan bentuk komunikasi yang efektif sebagai usaha untuk menyampaikan pesan kepada masyarakat tentang keberadaan suatu produk atau jasa yang dimiliki perpustakaan. Dalam kegiatan promosi tersebut banyak melibatkan aktivitas komunikasi untuk menyebarkan informasi, mempengaruhi atau menarik konsumen untuk melihat lebih lanjut produk atau jasa yang ditawarkan atau meyakinkan konsumen untuk melakukan pembelian produk atau jasa yang ditawarkan.

Perpustakaan menjadikan promosi sebagai alat yang digunakan untuk melakukan komunikasi secara luas kepada masyarakat, dengan kata lain promosi merupakan usaha menginformasikan produk dan jasa perpustakaan

¹³ Abdul Hafiz Harahap, *Library POP : Strategi Promosi Perpustakaan*, (Medan: Badan Perpustakaan, Arsip dan Dokumentasi Provinsi Sumatera Utara, 2016), hlm. 13.

kepada masyarakat sekaligus mempengaruhi dan menarik minat masyarakat agar memanfaatkan produk dan jasa perpustakaan yang ditawarkan.¹⁴ Pentingnya komunikasi pada kegiatan promosi yang dilakukan perpustakaan kepada masyarakat dimaksudkan untuk menumbuhkan minat terhadap perpustakaan. Melalui komunikasi tersebut segala aktivitas perpustakaan yang berhubungan dengan koleksi, fasilitas, dan jasa layanan perpustakaan dapat diketahui dan dipahami oleh masyarakat pengguna.

Menurut Juli Handayani promosi merupakan kegiatan komunikasi efektif yang dilakukan perpustakaan dalam memasarkan fasilitas dan layanan perpustakaan yang bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan pengunjung tentang kegiatan perpustakaan dan mengajak pengunjung untuk memanfaatkan perpustakaan.¹⁵ Promosi perpustakaan dilakukan untuk membangun komunikasi yang efektif antara perpustakaan dengan masyarakat pengguna untuk memperkenalkan jasa layanan dan koleksi perpustakaan yang dapat menimbulkan kesadaran akan keberadaan perpustakaan, membangkitkan minat dan hasrat terhadap jasa layanan dan koleksi perpustakaan sampai kepada tindakan pemanfaatan jasa layanan dan koleksi yang ditawarkan.

Dari uraian diatas, disimpulkan bahwa promosi merupakan bentuk komunikasi yang efektif yang digunakan perpustakaan sebagai usaha menyampaikan pesan kepada publik terutama kelompok masyarakat sasaran

¹⁴ Sujatna, *Promosi Perpustakaan,...*, hlm. 34.

¹⁵ Juli Handayani, *Kegiatan Promosi Pada Perpustakaan*, (Makalah Pustakawan : Universitas Sumatera Utara, 2017), hlm. 2. Diakses pada 15 Oktober 2021 dari situs: <https://repositori.usu.ac.id/handle/123456789/6427>

mengenai keberadaan suatu jasa/produk perpustakaan dan mempengaruhi minat dan hasrat mereka sehingga mau melakukan tindakan pemanfaatan perpustakaan. Melalui komunikasi yang baik, diharapkan masyarakat dapat menerima dan memahami pesan promosi yang disampaikan sehingga menimbulkan kesadaran dan tindakan untuk memanfaatkan perpustakaan.

2. Manfaat dan Tujuan Promosi

a. Manfaat Promosi

Kegiatan promosi memiliki manfaat tersendiri bagi perpustakaan yang melakukannya. Salah satu manfaat promosi adalah membantu memperkenalkan suatu produk dengan mudah di lingkungan masyarakat.¹⁶ Sehubungan dengan pendapat tersebut, lebih jelas lagi terdapat beberapa manfaat promosi dalam menunjang kegiatan pemasaran perpustakaan antara lain :

- 1) Dapat membantu dalam memperkenalkan eksistensi perpustakaan kepada khalayak yang lebih luas.
- 2) Membantu menginformasikan visi, misi, tujuan, kegunaan/manfaat perpustakaan bagi khalayak.
- 3) Membantu memberitahu terkait isi perpustakaan, siapa yang menggunakan jasa layanan perpustakaan, kapan waktu layanan perpustakaan, dimana lokasi perpustakaan, mengapa harus ke perpustakaan, bagaimana menjadi pengguna perpustakaan.

¹⁶ Sungadi, Promosi Perpustakaan Dan Pemasaran Layanan Perpustakaan: Peran Profesional Perpustakaan, *Buletin Perpustakaan Universitas Islam Indonesia*, Vol. 2 No. 2 Tahun 2020. Diakses pada tanggal 14 September 2022 dari situs : <https://journal.uui.ac.id/Buletin-Perpustakaan/article/view/15187>

- 4) Membantu menginformasikan tentang koleksi baru yang sudah diolah dan siaga untuk dipinjamkan.
- 5) Membantu menginformasikan tentang kegiatan-kegiatan ekstra perpustakaan seperti seminar, pameran, ceramah, bedah buku dan sebagainya.¹⁷

Sedangkan menurut Sujatna promosi yang dilakukan perpustakaan memiliki beberapa manfaat antara lain:

- 1) Menarik perhatian masyarakat pengguna. Adanya promosi menjadi daya tarik perpustakaan guna menarik perhatian masyarakat terhadap produk dan jasa yang ditawarkan perpustakaan.
- 2) Menciptakan kesan. Promosi dapat menciptakan kesan masyarakat pengguna terhadap produk dan jasa perpustakaan dengan memberikan berbagai informasi yang menarik dan relevan tentang produk dan jasa perpustakaan;
- 3) Membangkitkan minat. Melalui promosi dapat menimbulkan perasaan bahwa masyarakat pengguna membutuhkan jasa layanan dan produk yang ditawarkan perpustakaan. Perasaan tersebut ditimbulkan apabila dalam melakukan promosi, perpustakaan dapat menunjukkan fakta-fakta yang menarik terkait keunggulan dari jasa layanan dan produk perpustakaan, meyakinkan kembali dan memberikan banyak alasan agar pengunjung merasa membutuhkan jasa layanan dan produk yang ditawarkan.

¹⁷ Hartono, *Manajemen Perpustakaan Sekolah : Menuju Perpustakaan Modern dan Profesional*, (Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2016), hlm. 209.

- 4) Memperoleh tanggapan dari masyarakat pengunjung. Promosi yang dilakukan perpustakaan diharapkan dapat memberikan tanggapan positif dari kelompok masyarakat bahwa mereka menyadari peran perpustakaan dalam mendukung program pembelajaran sepanjang hayat serta memiliki berbagai sumber informasi yang bermanfaat bagi kehidupan.¹⁸

b. Tujuan Promosi

Didunia pemasaran kegiatan promosi sebagai aktivitas menawarkan produk/jasa yang bertujuan menarik orang lain untuk membeli, menggunakan, atau sekedar melihat produk/jasa yang ditawarkan. Sedangkan kegiatan promosi di perpustakaan menurut Jarome dan Andrew dalam Hartono memiliki empat tujuan yaitu untuk menarik perhatian, menciptakan kesan, menimbulkan minat, dan mendapatkan tanggapan.¹⁹ Secara lebih jelas Sujatna memaparkan beberapa tujuan promosi perpustakaan diantara untuk :

- a. Memperkenalkan, mensosialisasikan, dan menawarkan produk atau layanan perpustakaan yang dapat menimbulkan rasa ketertarikan pemustaka.
- b. Membangun citra positif perpustakaan dan menciptakan kesan, yaitu dengan mencari cara agar pemustaka memiliki kesan yang baik terhadap produk dan jasa perpustakaan.

¹⁸ Sujatna, *Promosi Perpustakaan*,, hlm. 27 - 28.

¹⁹ Hartono, *Manajemen Perpustakaan Sekolah*,, hlm 208.

- c. Mendorong dan memotivasi pemanfaatan perpustakaan oleh pemustaka.
- d. Membangkitkan minat seseorang untuk mengetahui lebih dalam serta menggunakan, memanfaatkan produk dan jasa yang ditawarkan perpustakaan.
- e. Memperoleh tanggapan positif setelah promosi perpustakaan dilaksanakan.
- f. Meningkatkan pendayagunaan dan pemanfaatan perpustakaan terkait peningkatan budaya baca.²⁰

Sedangkan menurut Jain dalam Harahap promosi perpustakaan memiliki beberapa tujuan pokok, diantaranya :

- 1) Menarik dan mempertahankan pengguna potensial maupun aktual.
- 2) Meningkatkan kesadaran pengguna potensial akan produk atau jasa dan organisasi dengan keunikan dan keuntungan.
- 3) Memotivasi pengguna untuk menggunakan produk atau jasa.
- 4) Secara terus menerus memperkuat pesan dan pengguna.²¹

Berdasarkan pendapat ahli diatas, dapat diketahui bahwa tujuan promosi perpustakaan untuk menyadarkan masyarakat akan keberadaan perpustakaan, agar mereka mengenal lalu menggunakan jasa layanan dan koleksi perpustakaan. Adanya promosi dapat menarik minat masyarakat untuk mengunjungi dan memanfaatkan koleksi perpustakaan. Upaya promosi

²⁰ Sujatna, *Promosi Perpustakaan,*, hlm. 22.

²¹ Abdul Hafiz Harahap, *Library POP : Strategi Promosi Perpustakaan,*, hlm. 58.

yang dilakukan perpustakaan untuk memperkenalkan koleksi dan jasa layanan yang dimiliki kepada masyarakat dengan tujuan untuk memperoleh tanggapan positif tentang perpustakaan dan munculnya tindakan pendayagunaan dan pemanfaatan perpustakaan.

3. Metode dan Media Promosi

a. Metode Promosi

Metode promosi merupakan cara-cara yang digunakan untuk memasarkan perpustakaan kepada masyarakat. Pemasaran bidang promosi perlu dilakukan melihat masih banyak masyarakat yang belum mengetahui manfaat perpustakaan bagi kehidupannya. Metode promosi mencakup aktivitas periklanan (*advertising*), penjualan perseorangan (*personal selling*), promosi penjualan (*sales promotion*), hubungan masyarakat (humas atau *public relation*), informasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*), pemasaran langsung (*direct marketing*), dan publikasi pemasaran (*marketing publication*).²²

Sedangkan menurut Mustafa dalam Indereyeni menyatakan bahwa untuk melakukan kegiatan promosi perpustakaan dikenal beberapa metode yaitu publikasi, iklan, kontak perorangan, insentif, dan penciptaan suasana.²³

Berikut akan dijabarkan metode promosi yang biasa dilakukan oleh perpustakaan diantaranya :

²² Onny Fitriana Sitorus dan Novelina Utami, *Strategi Promosi Pemasaran*, (Jakarta : FKIP UHAMKA, 2017), hlm. 34.

²³ Indereyeni, *Strategi Promosi Perpustakaan*, 17 Juni 2020. Diakses pada tanggal 29 Oktober 2021 dari situs : <https://dispusip.pekanbaru.go.id/strategi-promosi-perpustakaan/>.

1) Publikasi

Salah satu alat promosi yang digunakan untuk memperkenalkan keberadaan perpustakaan serta menawarkan jasa dan produk yang dimiliki melalui berita di media penerbitan seperti majalah dan surat kabar ataupun melalui panggung, radio, dan televisi disebut dengan publisitas. Promosi perpustakaan melalui publisitas dapat meraih masyarakat pengguna yang cukup luas karena akan banyak dibaca, didengar dan dilihat orang.

Bentuk publisitas yang dapat dilakukan perpustakaan seperti *press release* dalam rangka pembukaan atau penutupan acara perlombaan, pameran, pelatihan yang diselenggarakan perpustakaan, ulasan atau tanggapan suatu masalah dengan melibatkan salah satu jasa perpustakaan, artikel ilmiah, perkenalan koleksi atau layanan baru, wawancara, bedah pustaka, dan program khusus untuk meningkatkan minat baca masyarakat.

Pelaksanaan promosi melalui publisitas harus memperhatikan beberapa hal penting yaitu menjalin hubungan yang baik dengan media massa, menentukan sasaran dan jangka waktu publisitas, menentukan ide serta media yang tepat, disampaikan dalam bentuk singkat, jelas, dan menarik.

2) Iklan

Iklan merupakan kegiatan penawaran suatu produk, jasa, atau ide kepada masyarakat yang dilakukan secara langsung, lisan, maupun penglihatan (berupa berita). Promosi melalui iklan memerlukan sejumlah biaya untuk membuatnya, berbeda dengan publisitas yang disiarkan tanpa

mengeluarkan biaya. Iklan dapat disampaikan melalui media cetak maupun elektronik. Pengiklanan melalui media cetak dapat dilakukan melalui brosur, surat kabar, majalah, poster, dan pamphlet, sedangkan melalui media elektronik dapat dilakukan melalui radio, televisi, dan internet. Perpustakaan harus menentukan dan memilih media yang dapat menjangkau masyarakat luas dengan biaya yang relatif murah.

Perpustakaan perlu merancang iklan yang efektif agar secara sekilas langsung menarik perhatian orang yang melihatnya sekaligus menyampaikan informasi atau pesan secara ringkas. Proses dalam membuat iklan perpustakaan yang efektif yaitu dengan memilih dan menentukan media iklan, memilih dan menentukan tema, menentukan struktur pesan, dan menentukan kerangka isi.

3) Kontak Perorangan

Kontak perorangan (pribadi) merupakan pelayanan yang diberikan secara langsung kepada pemustaka. Promosi dengan kontak pribadi memungkinkan pustakawan untuk menjalin komunikasi yang baik dengan pengguna serta dapat mengamati secara langsung kebutuhan, motif dan perilaku serta reaksi pengguna. Kontak pribadi sebagai salah satu metode promosi perpustakaan dapat dilakukan melalui kegiatan ceramah, peragaan atau demo, wawancara, diskusi, forum terbuka, atau sikap ramah pustakawan dalam memberikan layanan kepada pemustaka.

4) Insentif

Insentif merupakan pemberian sesuatu yang bernilai baik berbentuk uang, barang, ataupun sikap dengan maksud untuk memancing ataupun meningkatkan motivasi masyarakat dalam memanfaatkan perpustakaan secara maksimal. Insentif dapat diberikan sebagai bentuk penghargaan / hadiah kepada pengguna teraktif, memberikan jasa penelusuran gratis pada hari-hari tertentu, atau sebagai bentuk hadiah pada kegiatan lomba yang diselenggarakan oleh perpustakaan. Pada umumnya perpustakaan memberikan insentif berupa barang dengan mencantumkan logo, slogan, dan nama perpustakaan yang bertujuan untuk menambah ketertarikan dan hasrat ingin memiliki media promosi yang ditawarkan. Insentif berupa barang gratis tersebut dapat berupa gelas, tas, asbak rokok, kalender, mug, dan sebagainya.

5) Penciptaan Suasana

Sujatna dalam bukunya yang berjudul promosi perpustakaan mengungkapkan bahwa penciptaan suasana merupakan bentuk kepedulian masyarakat dalam menciptakan suasana yang kondusif sebagai peran serta mendukung penciptaan masyarakat belajar di perpustakaan.²⁴ Setiap orang memiliki tanggung jawab yang sama dalam mendukung program terciptanya masyarakat belajar. Pentingnya prilaku belajar bagi kehidupan bangsa menuntut semua orang untuk mendukung kesuksesan kegiatan

²⁴ Sujatna, *Promosi Perpustakaan, ...,* hlm. 76.

belajar, minimal dengan mendukung penciptaan suasana belajar di perpustakaan.

Berdasarkan pendapat diatas, diketahui bahwa dalam menentukan dan memilih metode promosi yang nantinya digunakan perpustakaan diperlukan informasi terkait ketersediaan media dan infrastruktur, kemampuan staf dalam mempromosikan perpustakaan, jangkauan media, karakter masyarakat sasaran, ketersediaan dana untuk melakukan promosi, dan isi pesan yang ingin disampaikan.

b. Media Promosi

Media sebagai alat atau sarana komunikasi yang membawa pesan penawaran terhadap suatu produk/jasa kepada khalayak. Menurut Harahap media promosi merupakan *transporter* atau pembawa pesan komunikasi yang terdiri dari media komunikasi pemasaran bersifat personal dan non-personal. Media komunikasi personal yaitu tenaga penganjur, tenaga ahli profesional, atau masyarakat umum. Sedangkan media komunikasi non-personal meliputi media massa ataupun peristiwa tertentu.²⁵

Alat promosi digunakan untuk menunjang usaha pemasaran yang dilakukan oleh perpustakaan diantaranya dengan mengadakan orientasi perpustakaan, buku panduan/buku petunjuk, papan iklan (baliho), logo, pameran buku, membentuk club pembaca dan asosiasi anggota, gethok tular (opinion leader), katalog digital, website perpustakaan, taman dalam

²⁵ Abdul Hafiz Harahap, *Library POP : Strategi Promosi Perpustakaan,.....*, hlm. 27

perpustakaan, pemutaran film, dan lain-lain.²⁶ Sedangkan Hartono membagi sarana promosi menjadi bentuk tercetak, bentuk kegiatan pameran, lomba, maupun wisata perpustakaan.²⁷ Berikut akan dijabarkan media promosi dalam bentuk tercetak antara lain sebagai berikut :

- 1) Brosur merupakan jenis media promosi berbentuk kertas cetakan yang berisi informasi suatu produk atau jasa yang nantinya ditawarkan kepada konsumen. Informasi pada brosur berisi petunjuk umum mengenai perpustakaan, informasi terkait koleksi, petunjuk-petunjuk tertentu, dan jasa layanan yang ada di perpustakaan.
- 2) Poster dianggap sebagai media promosi yang efektif, mudah, dan murah dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat melalui kertas dengan ukuran A- (*double folio*), A-2 (dua kali A-3).
- 3) *News letter*, yaitu media berisi informasi khusus yang diberikan kepada masyarakat secara rutin berbentuk berita atau artikel singkat yang ditulis menggunakan gaya tidak formal.
- 4) Pembatas buku merupakan media berbentuk kertas atau benda yang berguna untuk memberi tanda pembatas pada halaman buku. Pembatas buku dapat dibuat dari kertas karton yang diberi gambar, logo, atau kata-kata mutiara yang mengajak orang agar mau berkunjung ke perpustakaan.

²⁶ Sungadi, *Promosi Perpustakaan Dan Pemasaran Layanan Perpustakaan*,..., hlm. 138-139.

²⁷ Hartono, *Manajemen Perpustakaan Sekolah*,..., hlm. 209.

- 5) Buku panduan menjadi salah satu media promosi berupa buku kecil yang diterbitkan oleh perpustakaan yang berisi informasi mengenai perpustakaan, dimulai dari sejarah dan latar belakang berdirinya perpustakaan, visi dan misi serta tujuan perpustakaan tersebut didirikan.
- 6) Kalender perpustakaan juga dapat dijadikan sebagai alat untuk mempromosikan perpustakaan dengan memasukkan beberapa informasi penting tentang perpustakaan pada kalender perpustakaan berupa nama perpustakaan, alamat, logo, atau dengan menyisipkan kata-kata yang membuat orang mau datang ke perpustakaan.²⁸

Promosi perpustakaan yang dilakukan melalui media tercetak ataupun promosi dalam bentuk kegiatan pada dasarnya saling mendukung satu sama lain. Apalagi dalam pelaksanaan promosi melalui kegiatan diselenggarakan sekaligus dengan pelaksanaan promosi melalui media sehingga menimbulkan keberagaman bentuk media komunikasi yang digunakan dalam menyampaikan pesan kepada masyarakat. Keramaian yang tercipta pada saat kegiatan berlangsung menjadi daya tarik tersendiri bagi perpustakaan untuk menarik perhatian masyarakat agar mau mendatangi dan menyaksikan kegiatan tersebut.

Timbulnya keramaian pada kegiatan promosi perpustakaan menjadi arti bahwa perpustakaan sudah berhasil menarik perhatian pengunjung melalui kegiatan promosi tersebut. Langkah selanjutnya yaitu menjalin

²⁸ Hartono, *Manajemen Perpustakaan Sekolah, ...*, hlm. 209-210.

komunikasi secara langsung ataupun melalui media komunikasi untuk mempertahankan ketertarikan mereka dengan memberikan informasi yang menarik dan relevan tentang produk dan jasa layanan perpustakaan yang ditawarkan. Usaha mempertahankan ketertarikan harus didukung dengan menunjukkan keunggulan-keunggulan produk dan jasa layanan perpustakaan sehingga menimbulkan keyakinan pengunjung untuk memanfaatkan perpustakaan. Usaha terakhir adalah menyampaikan pesan yang dapat menggerakkan pengunjung untuk melakukan tindakan pemanfaatan perpustakaan misalnya dengan menawarkan jasa layanan perpustakaan secara gratis atau pemberian sesuatu yang bernilai dari pihak perpustakaan.

Melalui kegiatan promosi tersebut perpustakaan dapat memperkenalkan dan menginformasikan keberadaan perpustakaan, koleksi, jenis layanan, dan fasilitas yang dimiliki perpustakaan, diharapkan masyarakat mengetahui pelayanan apa saja yang bisa mereka peroleh dari perpustakaan serta manfaatnya bagi kehidupan mereka. Kegiatan promosi dilakukan untuk meningkatkan jumlah pemanfaatan jasa layanan dan koleksi perpustakaan dengan terlebih dahulu menimbulkan kesadaran masyarakat akan keberadaan perpustakaan beserta fasilitas, koleksi, dan layanan yang dimiliki.

C. Strategi Promosi Perpustakaan

Demi tercapainya tujuan suatu lembaga, masing-masing lembaga baik lembaga profit maupun lembaga jasa termasuk perpustakaan perlu mendesain strategi yang kuat dan mumpuni untuk menjamin keberhasilan mencapai tujuan

yang telah ditetapkan. Strategi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu lembaga dalam meraih target pasarnya. Kehadiran strategi sebagai rencana jangka panjang untuk mengantisipasi setiap perubahan kondisi persaingan pasar yang mungkin akan terjadi sehingga lembaga akan lebih siap dan tetap bertahan dari para pesaing yang memasarkan jasa layanan dan produk yang sejenis.

Salah satu pendapat terkait definisi strategi dikemukakan oleh Effendy yang menyatakan bahwa strategi merupakan suatu perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai tujuan tertentu. Fungsinya sebagai penunjuk arah dan menunjukkan bagaimana taktik operasional untuk mencapai suatu tujuan.²⁹ Sedangkan promosi merupakan bentuk komunikasi dalam menginformasikan dan memasarkan jasa layanan dan produk kepada kelompok masyarakat untuk menarik minat, dan mempengaruhi/membujuk mereka agar mau memanfaatkan produk dan jasa layanan yang ditawarkan.³⁰ Strategi promosi merupakan rangkaian kegiatan yang direncanakan atas penggunaan yang optimal elemen-elemen promosi agar konsumen tertarik untuk melakukan tindakan terhadap produk atau jasa yang ditawarkan.³¹

Sujatna dalam buku yang berjudul promosi perpustakaan mengemukakan tiga strategi promosi perpustakaan yaitu :

- 1) Melakukan komunikasi dengan pemustaka;
- 2) Menjalinkan kerjasama dengan pihak ketiga;

²⁹ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi*, ..., hlm. 32.

³⁰ Sujatna, *Promosi Perpustakaan*, ..., hlm. 13.

³¹ Onny Fitriana Sitorus dan Novelina Utami, *Strategi Promosi Pemasaran*, ..., hlm. 7

- 3) Menciptakan program promosi yang mencakup penetapan sasaran/prioritas, menentukan prosedur/tindakan, dan menyusun rencana kerja, kemudian menetapkan pendekatan yang akan digunakan yaitu melalui iklan, kontak pribadi, penciptaan suasana (*atmosphere*), publikasi, atau pemberian *reward*.³²

Dari definisi ahli tersebut, dapat dipahami bahwa strategi promosi adalah aktivitas atau kegiatan terencana yang dilakukan pustakawan untuk memasarkan produk dan jasa perpustakaan melalui saluran yang tepat untuk mencapai tujuan promosi yang telah ditetapkan. Menurut Amstrong dalam Qurthuby strategi promosi yang efektif dapat dilihat apabila pesan yang disampaikan mampu mendapatkan perhatian, mengantarkan pada ketertarikan sampai menimbulkan keinginan untuk memiliki atau menggunakan dan berakhir dengan keputusan untuk melakukan tindakan pemanfaatan.³³

D. Evaluasi Strategi Promosi Perpustakaan

1. Pengertian Evaluasi

Suranto mendefinisikan evaluasi sebagai proses memperoleh informasi dengan menggambarkan sejauhmana tingkat keberhasilan pelaksanaan program dengan meningkatkan kekuatan nalar dan tenaga kerja untuk memperbaiki pelaksanaan program dan mencari jawaban serta solusi atas permasalahan yang

³² Sujatna, *Promosi Perpustakaan, ...,* hlm. 97.

³³ Moch Qurthuby, "Pengaruh Strategi Pemasaran Dengan Konsep AIDA (Attention, Interest, Desire, Action) Terhadap Respon Nasabah Mengembang Pada Bank Syariah (Studi Pada Bank Syariah di Wilayah Cibadak-Sukabumi)." *EQUILIBRIUM: Jurnal Ekonomi Syariah*, Vol 7 Nomor 1, Tahun 2019, hlm.19.

muncul selama pelaksanaan program.³⁴ Tyler dalam Ambiyar dan Muharika mengemukakan bahwa evaluasi adalah proses yang menentukan sampai sejauh mana tujuan suatu program telah terlaksana.³⁵ Sedangkan menurut Suharsimi Arikunto evaluasi adalah kegiatan untuk mengumpulkan informasi tentang bekerjanya sesuatu, yang selanjutnya informasi tersebut digunakan untuk menentukan alternatif yang tepat dalam mengambil keputusan.³⁶

Dari pendapat ahli tersebut, dapat dipahami bahwa evaluasi merupakan suatu proses untuk mendapatkan informasi dalam menilai keberadaan suatu program serta strategi yang digunakan untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan. Informasi yang diperoleh dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan untuk memperbaiki atau tetap melanjutkan program tersebut.

Menurut Suranto, setiap kegiatan komunikasi perlu dievaluasi untuk mengetahui tingkat keberhasilan pelaksanaan kegiatan tersebut apakah sudah sesuai dengan tujuan yang diinginkan.³⁷ Demikian pula dalam bidang promosi perpustakaan, evaluasi sangat penting untuk mengetahui sejauhmana keberhasilan penyelenggaraan program promosi tersebut dalam penyampaian pesan kepada pemustaka melalui saluran/media yang digunakan.

³⁴ Suranto, *Perencanaan & Evaluasi...*, hlm. 83.

³⁵ Ambiyar dan Muharika D, *Metodologi Penelitian Evaluasi Program*, (Bandung : Alfabeta, 2019), hlm. 8.

³⁶ Suharsimi Arikunto, *Manajemen Penelitian*, (Jakarta : Rineka Cipta, 2010), hlm. 222.

³⁷ Suranto, *Perencanaan & Evaluasi...*, hlm. 91

2. Metode Evaluasi

Suranto dalam bukunya yang berjudul perencanaan dan evaluasi program komunikasi menyatakan bahwa metode evaluasi merupakan langkah-langkah evaluasi yang meliputi pendekatan evaluasi, tempat dan waktu evaluasi, subjek evaluasi, metode pengumpulan data, teknik analisis data, interpretasi hasil analisis data, dan mengembangkan kriteria keberhasilan.³⁸ Model evaluasi yang digunakan yaitu melalui konsep *Attention, Interest, Desire, Action* (AIDA) yang menjadi tolak ukur untuk melihat respon pemustaka terhadap strategi promosi perpustakaan. Sesuai dengan pendapat yang dikemukakan oleh Ilham Prisgunanto bahwa konsep AIDA memiliki empat unsur pokok tingkat pengenalan khalayak terhadap promosi yang terdiri dari *Attention, Interest, Desire* dan *Action*.³⁹ Agar lebih jelas lagi berikut akan diuraikan keempat unsur tersebut :

- 1) *Attention* (mendapatkan perhatian). Sebagai tahap awal dalam mempromosikan produk atau jasa, kegiatan promosi harus dapat menarik perhatian masyarakat sasaran baik pembaca, pendengar atau pemirsa melalui visualisasi yaitu warna, ukuran, tata letak, dan jenis huruf yang digunakan untuk menarik perhatian.
- 2) *Interest* (mempertahankan ketertarikan). Selanjutnya tahap *interest* pada promosi yaitu dengan menyampaikan kata-kata yang dapat menimbulkan perasaan ketertarikan yang lebih jauh sehingga kelompok sasaran

³⁸ Suranto, *Perencanaan & Evaluasi...*, hlm. 124

³⁹ Ilham Prisgunanto, *Aplikasi Teori dalam Sistem Komunikasi, ...*, hlm. 134.

berminat untuk membaca, melihat, dan mendengar dengan lebih seksama.

- 3) *Desire* (menumbuhkan keinginan). Tahap *desire* merupakan tahap dimana masyarakat sasaran sudah merasa tertarik dengan pesan yang disampaikan melalui suatu kegiatan promosi. Keinginan sasaran untuk memiliki, menggunakan atau memanfaatkan produk yang ditawarkan harus dibangkitkan dengan kalimat-kalimat tertentu.
- 4) *Action* (menghasilkan tindakan). Tahap menghasilkan tindakan pada promosi artinya masyarakat sasaran sudah melakukan tindakan pemanfaatan terhadap produk yang dipromosikan. Pada tahap ini pentingnya pemilihan kata perintah yang tepat dalam kegiatan promosi yang disaksikan atau didengarkan oleh sasaran.

Konsep AIDA memiliki keunggulan yaitu sebagai konsep dasar yang paling mudah untuk menentukan keberhasilan promosi dilihat melalui reaksi pemahaman pemustaka terhadap pesan promosi perpustakaan yang berawal dari tahap menimbulkan *attention* (perhatian), *interest* (ketertarikan), *desire* (keinginan), dan *action* (tindakan).⁴⁰ Dengan demikian, dapat dilihat sejauhmana keberhasilan strategi promosi perpustakaan yang digunakan untuk mencapai target atau tujuan perpustakaan

Selain konsep AIDA ada banyak model dan asumsi yang diberikan oleh ahli komunikasi untuk melihat sejauhmana keberhasilan suatu promosi dapat mempengaruhi masyarakat salah satunya adalah konsep pemasaran 4P. Konsep

⁴⁰ Ilham Prigunanto, *Aplikasi Teori dalam Sistem Komunikasi*, ..., hlm. 134

4P dikenal juga sebagai konsep bauran pemasaran (*marketing mix*) yang merupakan gambaran pandangan penjual tentang alat pemasaran yang tersedia untuk mempengaruhi pembeli.⁴¹ Artinya konsep 4P cenderung fokus pada kondisi internal perusahaan (penyedia jasa) tanpa mempertimbangkan reaksi konsumen yang menempatkan posisi konsumen sebagai objek yang pasif. Berbeda dengan konsep AIDA yang tidak hanya berfokus pada strategi promosi yang akan dijalankan tetapi juga mempertimbangkan respon konsumen terhadap suatu produk atau jasa yang ditawarkan.

E. Promosi Perpustakaan dan Konsep AIDA

Promosi dirancang untuk mendapatkan perhatian, menimbulkan ketertarikan, membangkitkan keinginan dan membuat tindakan.⁴² Hal ini menunjukkan bahwa hasil akhir dari promosi yang dilakukan perpustakaan adalah tindakan pendayagunaan perpustakaan oleh masyarakat yang menjadi sasaran promosinya. Untuk mencapai tujuan tersebut muncul suatu konsep strategi dari dunia pemasaran yang dikenal dengan konsep *Attention, Interest, Desire, Action* (AIDA). Konsep AIDA merupakan salah satu konsep untuk merancang kerangka dasar proses pemasaran atau tahapan yang harus dilalui untuk menciptakan pemasaran.⁴³

⁴¹ Abdul Hafiz Harahap, *Library POP : Strategi Promosi Perpustakaan,...*, hlm. 10

⁴² Diah Syafita Johar, dkk, "Pengaruh AIDA (Attention, Interest, Desire, Action) Terhadap Efektifitas Iklan Online (Survei pada Pembeli Di Toko Online Adorable Project)." *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol 26 No. 1 Tahun 2015, hlm. 2. Diakses pada tanggal 20 Oktober 2021 dari situs : <https://www.neliti.com/publications/86248/pengaruh-aida-attention-interest-desire-action-terhadap-efektifitas-iklan-online>

⁴³ Agus Octa, *Sales Funnel #2 : Konsep AIDA dalam Proses Penjualan*, July 2022. Diakses pada tanggal 15 September 2022 dari situs : <https://distribusipemasaran.com/>

Konsep AIDA digunakan untuk mencapai keberhasilan dalam proses penjualan jasa layanan dan produk dari lembaga profit maupun non-profit termasuk perpustakaan. Penerapan konsep AIDA pada kegiatan promosi perpustakaan memberikan arahan dalam merancang strategi untuk menarik minat masyarakat sehingga membuat mereka melakukan tindakan pemanfaatan jasa layanan dan koleksi yang ditawarkan oleh perpustakaan. Dalam merencanakan strategi promosi dengan konsep AIDA, ada empat tahapan yang harus diperhatikan saat akan merancang strategi promosi yang ingin digunakan. Berikut penjelasan mengenai strategi promosi perpustakaan menggunakan konsep AIDA :

1. *Attention*

Pada rancangan awal dalam melakukan promosi menggunakan konsep AIDA diimplementasikan dengan penggunaan visualisasi pada media promosi yang digunakan. Hal tersebut diterapkan lewat gambar yang menonjol, warna yang mencolok, tulisan yang menarik dan mudah diingat, dan mempunyai karakteristik tersendiri untuk menarik perhatian pemustaka.⁴⁴ Inilah tahap *attention* atau tahap *eyecatcher* dimana perpustakaan berusaha menarik perhatian sehingga pemustaka mau mendengar, membaca, dan melihat promosi yang dilakukan perpustakaan.

2. *Interest*

Tahap kedua yaitu *interest* merupakan tahap dimana perpustakaan harus mempertahankan ketertarikan pemustaka. Penerapan tahap *interest* pada

⁴⁴ Diva Thea Theodora Ismail, "Analisis Elemen AIDA Pada Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Perpustakaan di Dinas Arsip dan Perpustakaan Kabupaten Bandung." *Palimpsest : Journal of Information and Library Science*, Vol 12, No 1, Tahun 2021, hlm. 45. Diakses pada 15 September 2022 dari situs : <https://www.e-journal.unair.ac.id/palimpsest/article/view/25152>

promosi perpustakaan yaitu dengan menyampaikan pesan yang memunculkan ketertarikan pemustaka untuk mengetahui lebih jauh lagi tentang keberadaan dan manfaat perpustakaan bagi kehidupannya.⁴⁵ Cara yang dapat dilakukan untuk mempertahankan ketertarikan pemustaka terhadap promosi yang dilakukan perpustakaan yaitu dengan memberikan informasi yang relevan melalui kata-kata atau tulisan yang menarik. Selain itu, penggunaan media yang berbeda dalam menyampaikan informasi kepada pemustaka juga berpengaruh dalam mempertahankan ketertarikan pemustaka agar mereka tidak merasa bosan dengan penggunaan media yang sama untuk menyampaikan informasi.

3. *Desire*

Setelah pemustaka memiliki ketertarikan pada promosi yang dilakukan perpustakaan. Maka tahap selanjutnya yaitu memunculkan rasa keinginan untuk mengunjungi dan memanfaatkan jasa layanan dan koleksi yang ditawarkan. Implementasi tahap *desire* pada promosi perpustakaan dilakukan dengan menyampaikan informasi keunggulan dan fakta-fakta yang menarik yang dimiliki oleh perpustakaan.⁴⁶ Pada tahap ini pemustaka memiliki sejumlah pertanyaan dan keraguan untuk memanfaatkan perpustakaan sehingga penting bagi pustakawan untuk meyakinkan pemustaka bahwa perpustakaan adalah solusi yang tepat bagi permasalahan yang mereka hadapi.

⁴⁵ Moch Qurthuby, "Pengaruh Strategi Pemasaran Dengan Konsep AIDA (Attention, Interest, Desire, Action),...., hlm.21.

⁴⁶ Raisa Nathania, *AIDA: Definisi, Contoh Penerapan, Kelebihan dan Kekurangannya*, Maret 2022. Diakses pada tanggal 15 September 2022 dari situs : <https://glints.com/id/>

4. Action

Tahap akhir dari konsep AIDA pada promosi perpustakaan adalah tindakan atau *action*. Tindakan ini mengarah pada keputusan pemanfaatan perpustakaan serta jasa layanan dan koleksi yang ditawarkan pada kegiatan promosi yang dilakukan. Perpustakaan dapat memanfaatkan istilah *call to action* yaitu ajakan dengan mengarahkan pemustaka untuk melakukan tindakan pemanfaatan perpustakaan.⁴⁷



⁴⁷ Hilda Oktorida, *Apa itu AIDA ? Definisi, Rumusan, Konsep dan Contoh*, April 2021. Diakses pada tanggal 15 September 2022 dari situs : <https://marketingonline.id/aida/>

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif untuk memperoleh data deskriptif berupa kata-kata tertulis yang diperoleh dari hasil penelitian. Creswell dalam Juliansyah berpendapat bahwa penelitian kualitatif merupakan suatu metode yang digunakan untuk memahami suatu fenomena yang dialami oleh subjek penelitian seperti perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain sebagainya yang disajikan dalam bentuk deskripsi dan melakukan studi pada situasi yang alami.⁴⁸ Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif melalui pendekatan deskriptif sebab penulis berupaya untuk menyajikan data secara sistematis, faktual, dan akurat terkait peristiwa yang sebenarnya terjadi di lokasi penelitian. Peneliti bermaksud untuk menggali fakta tentang strategi promosi perpustakaan pada Dinas Kearsipan dan Perpustakaan Kabupaten Langkat.

Jenis penelitian ini adalah penelitian evaluatif. Suharsimi Arikunto mendefinisikan penelitian evaluatif sebagai suatu proses yang dilakukan dalam rangka menentukan kebijakan dengan mempertimbangkan nilai-nilai positif dan keuntungan program, serta proses dan teknik yang digunakan terlebih dahulu untuk melakukan penilaian.⁴⁹ Pada penelitian ini evaluasi dilakukan melalui konsep AIDA. Konsep AIDA dipilih sebagai model yang paling sesuai untuk

⁴⁸ Juliansyah Noor, *Metode Penelitian : Skripsi, Tesis, Disertasi dan Karya Ilmiah*, (Jakarta: Kencana, 2011), hlm. 34.

⁴⁹ Suharsimi Arikunto, *Manajemen Penelitian,*, hlm. 22.

melihat sejauhmana keberhasilan strategi promosi perpustakaan dilihat dari tahapan *attention, interest, desire, dan action*. Dari hasil evaluasi yang diperoleh, perpustakaan dapat melakukan perbaikan dan peningkatan pada program promosi dari segi strategi, media, dan pesan promosi untuk mendukung tercapainya tujuan promosi perpustakaan yang maksimal.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian dilaksanakan di Dinas Kearsipan dan Perpustakaan Kabupaten Langkat yang beralamatkan di Jalan T. Putra Aziz, Kwala Bingai, Kec. Stabat, Kabupaten Langkat, Sumatera Utara. Dinas Kearsipan dan Perpustakaan Kabupaten Langkat terdiri dari dua bidang dengan lokasi yang berbeda. Bidang Kearsipan beralamatkan di Jalan T. Putra Aziz, No. 3 Stabat sedangkan Perpustakaan Umum Kabupaten Langkat beralamat di kompleks Lemtabah (Komplek Taman T. Amir Hamzah), Kecamatan Stabat Kabupaten Langkat. Penelitian ini lebih ditekankan pada Perpustakaan Umum Kabupaten Langkat.

Penulis memilih lokasi penelitian di Perpustakaan Umum Kabupaten Langkat berdasarkan pada hasil pengamatan yang penulis lakukan pada saat observasi awal bahwa jumlah kunjungan masyarakat masih tergolong rendah padahal upaya promosi sudah dilakukan oleh Perpustakaan Umum Kabupaten Langkat untuk memperkenalkan perpustakaan dan menarik minat masyarakat agar mau mengunjungi dan memanfaatkan perpustakaan. Rentang waktu pelaksanaan penelitian terhitung selama 3 bulan yaitu pada tanggal 08 Desember 2021 sampai dengan 17 Februari 2022.

C. Fokus Penelitian

Pada penelitian kualitatif fokus penelitian disebut juga batasan masalah, yang berisi masalah pokok yang bersifat umum.⁵⁰ Berdasarkan pemaparan pada latar belakang masalah bahwa kegiatan promosi perpustakaan yang dilakukan oleh Dinas Kearsipan dan Perpustakaan Kabupaten Langkat dengan memanfaatkan brosur, *standing x banner*, kegiatan layanan perpustakaan keliling, dan pembagian hadiah berupa mug perpustakaan. Namun dalam penelitian ini, penulis memfokuskan untuk meneliti strategi promosi perpustakaan melalui kegiatan layanan perpustakaan keliling dan pembagian hadiah berupa mug perpustakaan yang akan dievaluasi dengan konsep AIDA. Hal ini dilakukan dengan pertimbangan waktu untuk melakukan penelitian serta luasnya cakupan strategi promosi perpustakaan pada Dinas Kearsipan dan Perpustakaan Kabupaten Langkat.

D. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek penelitian adalah sumber utama data penelitian, yaitu yang memiliki data mengenai variabel-variabel yang diteliti.⁵¹ Subjek penelitian dalam penelitian ini yaitu beberapa orang yang terlibat dan dapat memberikan informasi secara lengkap mengenai strategi promosi perpustakaan dan keadaan yang sebenarnya dari objek yang diteliti. Subjek penelitian yang ditentukan dalam penelitian ini adalah Ibu SP selaku Kepala Bidang Perpustakaan. Dari Kepala Bidang Perpustakaan peneliti memperoleh data tentang strategi promosi

⁵⁰ Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Afabeta, 2013), hlm. 32.

⁵¹ Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Belajar, 1998), hlm. 34-35.

perpustakaan dari aspek perencanaan dan pelaksanaan program promosi perpustakaan. Peneliti juga menggali informasi dari Ibu S selaku Kepala Seksi Bidang Pelayanan dan Pembinaan Perpustakaan yang bertugas sebagai penanggung jawab dari kegiatan promosi perpustakaan.

Peneliti juga menggali informasi dari pengunjung perpustakaan untuk mengetahui respon pemustaka terhadap strategi promosi yang dilakukan perpustakaan dalam upaya menarik minat kunjung pemustaka. Pengunjung perpustakaan yang dijadikan subjek dalam penelitian ini terdiri dari latar belakang pelajar, mahasiswa, dan masyarakat umum. Jumlah pengunjung yang ditetapkan sebagai subjek penelitian dilakukan selama kegiatan penelitian berlangsung. Peneliti menetapkan pengunjung dengan kriteria tertentu sebagai informan yaitu pengunjung yang telah mengetahui program promosi yang dilakukan oleh perpustakaan dan bersedia untuk diwawancarai oleh peneliti terkait strategi promosi perpustakaan. Selama penelitian berlangsung, peneliti mendapatkan empat orang pengunjung yang menjadi subjek penelitian. Peneliti memutuskan untuk tidak menambah jumlah subjek penelitian lagi setelah subjek pengunjung ke-4. Hal ini dilakukan atas pertimbangan bahwa data yang diperoleh sudah jenuh dan mencukupi untuk menjawab pertanyaan penelitian.

Objek penelitian merupakan sifat dari keadaan orang, individu, benda atau yang menjadi pusat perhatian dan sasaran dari penelitian.⁵² Objek dalam penelitian ini adalah strategi promosi perpustakaan pada Dinas Kearsipan dan Perpustakaan Kabupaten Langkat.

⁵²A. Mauri Yusuf, *Metode Penelitian : Kuantitatif, Kualitatif dan Penelitian Gabungan*, (Jakarta: Kencana, 2017), hlm. 368.

E. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian kualitatif, data akan diperoleh dari berbagai sumber, sehingga teknik pengumpulan data yang digunakan bermacam-macam (triangulasi), dan dilakukan secara terus menerus sampai datanya jenuh.⁵³ Penelitian ini menggunakan beberapa teknik pengumpulan data yaitu sebagai berikut :

1. Wawancara

Teknik ini digunakan untuk memperjelas permasalahan yang ada yaitu terkait strategi promosi perpustakaan pada Perpustakaan Umum Kabupaten Langkat. Wawancara dilakukan dengan beberapa informan yang terlibat dalam perencanaan dan pelaksanaan strategi promosi perpustakaan yaitu kepala bidang perpustakaan, dan kepala seksi pelayanan dan pembinaan perpustakaan. Jenis wawancara yang digunakan peneliti dengan informan berupa wawancara mendalam yang dilakukan dengan dialog bebas dan pedoman wawancara hanya berupa garis besar permasalahan yang akan ditanyakan.⁵⁴

Untuk melengkapi informasi dan data yang dibutuhkan, wawancara juga dilakukan dengan empat orang pengunjung perpustakaan yang telah mengetahui promosi perpustakaan yang dilakukan oleh Perpustakaan Umum Kabupaten Langkat. Jenis wawancara dalam penelitian ini adalah wawancara tidak terstruktur yang dilakukan dengan menggunakan pedoman wawancara

⁵³Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif.....*, hlm. 243.

⁵⁴Burhan Bungin, *Penelitian Kuantitatif : Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial lainnya*, (Jakarta: Kencana, 2007), hlm. 108.

(bahan pertanyaan) yang sudah dipersiapkan. Wawancara dilakukan secara perorangan agar mendapatkan informasi dan data yang akurat terkait strategi promosi perpustakaan pada Dinas Kearsipan dan Perpustakaan Kabupaten Langkat.

2. Observasi

Basrowi dan Suwandi dalam Ramadi menjelaskan bahwa observasi adalah cara-cara melakukan pencatatan secara sistematis mengenai tingkah laku dengan mengamati tingkah laku individu atau kelompok yang diteliti secara langsung.⁵⁵ Penelitian ini menggunakan teknik observasi untuk melihat dan mengamati secara langsung pada subjek penelitian yang berhubungan dengan kegiatan promosi perpustakaan.

Observasi dalam penelitian ini dilakukan pada aspek kondisi perpustakaan, media promosi yang digunakan, dan pelaksanaan kegiatan promosi. Observasi dilakukan di Perpustakaan Umum Kabupaten Langkat terhitung mulai tanggal 17 Januari sampai dengan 17 Februari 2022.

3. Dokumentasi

Teknik dokumentasi digunakan sebagai pelengkap dari penggunaan teknik wawancara dan observasi. Teknik dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data penelitian melalui sejumlah dokumen (informasi yang didokumentasikan) berupa dokumen tertulis maupun dokumen terekam.⁵⁶ Teknik dokumentasi yang mendukung keabsahan penelitian ini adalah

⁵⁵Rahmadi, *Pengantar Metodologi Penelitian*, (Banjarmasin: Antasari Press, 2011), hlm. 80.

⁵⁶Rahmadi, *Pengantar Metodologi.....*, hlm 85.

dokumen Rencana Kerja Anggaran bidang Perpustakaan dan dokumen perjanjian kerjasama pinjam pakai koleksi perpustakaan dengan Polres Kabupaten Langkat.

F. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah suatu proses mencari dan menyusun data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dokumentasi, dan bahan-bahan lain. Proses tersebut dilakukan secara sistematis dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.⁵⁷

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis sebelum di lapangan dimana peneliti melakukan observasi awal di Dinas Kearsipan dan Perpustakaan Kabupaten Langkat. Tahap selanjutnya yaitu :

1. Reduksi Data

Reduksi data merupakan proses merangkum, memilih hal-hal pokok, memfokuskan pada hal-hal penting, dan mencari tema serta polanya. Data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan.⁵⁸

⁵⁷Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif.....*, hlm. 244.

⁵⁸Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif.....*, hlm. 243

Reduksi data yang akan dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan mencatat lalu meringkas seluruh data dan informasi, kemudian memilih data yang dianggap penting sesuai fokus penelitian tentang strategi promosi perpustakaan pada Perpustakaan Umum Kabupaten Langkat. Data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang jelas, dan memudahkan peneliti untuk mengumpulkan data lain yang dibutuhkan.

2. Penyajian Data

Tahap penyajian dapat dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart*, dan sejenisnya. Miles dan Huberman dalam Sugiyono mengungkapkan bahwa penyajian data yang paling sering digunakan dalam penelitian kualitatif yaitu dengan menggunakan teks yang bersifat naratif. Penyajian data dilakukan untuk memudahkan memahami suatu fenomena yang terjadi, kemudian merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan pemahaman yang telah diperoleh dari fenomena tersebut.⁵⁹

Pada penelitian ini, penyajian data dilakukan dalam bentuk naratif dengan memaparkan gambaran umum terkait kesimpulan data yang diperoleh selama proses penelitian. Penyajian data dalam bentuk narasi atau kalimat dipilih agar informasi yang ingin disampaikan dapat dengan mudah dipahami.

3. Penarikan Kesimpulan / Verifikasi

⁵⁹Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif.....*, hlm. 249.

Langkah ini merupakan suatu upaya dalam mencari dan menemukan makna dari data yang diperoleh. Kesimpulan akhir penelitian kualitatif berisi hasil temuan penelitian yang biasa berupa deskripsi atau gambaran suatu objek yang sebelumnya masih belum jelas sehingga setelah diteliti menjadi jelas, dapat berupa hubungan kausal atau interaktif, hipotesis atau teori.⁶⁰ Kesimpulan dan verifikasi dalam penelitian ini berupa deskripsi atau gambaran mengenai strategi promosi perpustakaan pada Perpustakaan Umum Kabupaten Langkat.

G. Uji Kredibilitas Data

Uji Kredibilitas data dilakukan untuk menjamin keabsahan data hasil penelitian kualitatif yang dapat dilakukan dengan cara perpanjangan pengamatan, peningkatan ketekunan dalam penelitian, triangulasi, diskusi dengan teman sejawat, analisis kasus negative, dan *membercheck*.⁶¹ Uji kredibilitas data yang digunakan dalam penelitian ini dengan menggunakan teknik triangulasi sebagai pengecekan data dari berbagai sumber, dengan cara, dan waktu yang berbeda.⁶²

Penelitian ini menggunakan triangulasi sumber dan triangulasi teknik untuk memeriksa keabsahan data. Triangulasi sumber dipilih untuk menguji keabsahan data dengan cara mengecek data yang diperoleh dari berbagai sumber. Pada penelitian ini sumber data utama diperoleh melalui wawancara dengan

⁶⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif.....*, hlm. 253.

⁶¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R dan D*, (Bandung: Alfabeta, 2013), hlm. 270

⁶² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif.....*, hlm. 273.

kepala bidang perpustakaan, kepala seksi pembinaan dan pelayanan perpustakaan, serta dilengkapi oleh wawancara kepada pengunjung perpustakaan. Data yang diperoleh dari ketiga subjek penelitian kemudian dideskripsikan dan dikategorisasikan untuk dianalisis oleh peneliti selanjutnya akan menghasilkan suatu kesimpulan dari wawancara tersebut.

Sedangkan triangulasi teknik digunakan untuk menguji kredibilitas data dengan mengecek data melalui teknik pengumpulan data yang berbeda untuk memperoleh data dari sumber yang sama.⁶³ Peneliti menggunakan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi sehingga uji kredibilitas data dilakukan dengan mengecek data yang diperoleh dari data hasil wawancara dengan data hasil observasi, dan data hasil dokumentasi. Kemudian data dianalisa untuk mendapatkan satu kesimpulan.

⁶³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif.....*, hlm 274.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Sejarah Singkat Dinas Kearsipan dan Perpustakaan Kabupaten Langkat

Berdasarkan peraturan daerah nomor 22 tahun 2000 tanggal 22 Desember 2000 terbentuklah Kantor Perpustakaan Umum Kabupaten Langkat di jalan T. Amir Hamzah No. 1 Stabat. Kemudian di tahun 2006, Kantor Perpustakaan dan Kearsipan berubah menjadi Bagian Perpustakaan dan Kearsipan yang kantornya bergabung dengan Sekretariat. Pada tahun 2008, Bagian Perpustakaan dan Kearsipan berpindah alamat ke gedung eks. Dinas Perhubungan Kabupaten Langkat di jalan T. Putra Azis, No.3 Stabat dengan nama Kantor Perpustakaan, Arsip dan Dokumentasi.

Berdasarkan Peraturan Daerah Nomor 6 Tahun 2016 Tentang Pembentukan Perangkat Daerah Kabupaten Langkat, maka Kantor Perpustakaan, Arsip dan Dokumentasi Kabupaten Langkat berubah menjadi Dinas Kearsipan dan Perpustakaan Kabupaten Langkat. Dinas Kearsipan dan Perpustakaan Kabupaten Langkat merupakan Dinas Kabupaten / Kota Tipe B, yang menyelenggarakan urusan Pemerintah di bidang Kearsipan dan Perpustakaan.

Dari hasil observasi penulis diketahui bahwa Dinas Kearsipan dan Perpustakaan Kabupaten Langkat terdiri dari dua bangunan yaitu : Pertama, bangunan Sekretariat dan Kearsipan di Jalan T. Putra Azis, No. 3 Stabat. Kedua, bangunan Perpustakaan Umum di komplek Lemtabah (Komplek

Taman T. Amir Hamzah), Kecamatan Stabat Kabupaten Langkat. Bangunan Perpustakaan Umum Kabupaten Langkat merupakan sebuah gedung dengan luas 521.13 m² yang terdiri dari dua lantai dengan kondisi gedung dan ruangan permanen.

2. Visi, Misi dan Moto Perpustakaan Umum Kabupaten Langkat

Untuk mendukung visi dan misi Pemerintahan Kabupaten Langkat salah satunya misinya yaitu mewujudkan masyarakat yang religius, maju, dinamis sejahtera, dan mandiri maka Dinas Kearsipan dan Perpustakaan Kabupaten Langkat sebagai salah satu unit kerja yang berkedudukan sebagai unsur penunjang Pemerintahan Kabupaten dibidang Kearsipan dan Perpustakaan dalam melaksanakan tugasnya berpedoman pada visi dan misi yang telah ditetapkan yaitu :

a. Visi

Terwujudnya budaya baca dan tertib arsip untuk mencerdaskan masyarakat kabupaten langkat

b. Misi

- 1) Mewujudkan pelayanan di bidang perpustakaan dan kearsipan yang edukatif dan rekreatif.
- 2) Menumbuhkembangkan minat dan budaya baca dikalangan masyarakat
- 3) Menyelenggarakan pengolahan, perawatan serta pelestarian sistem tata kelola kearsipan.

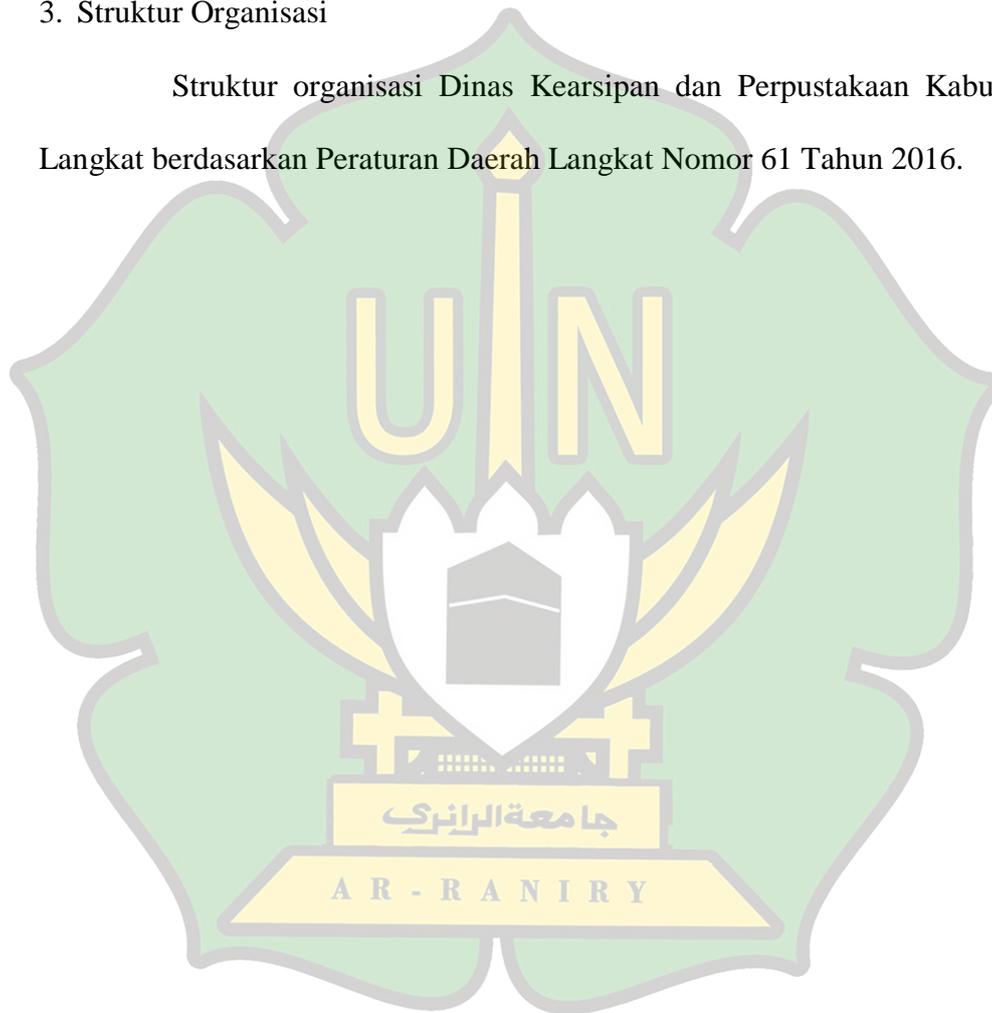
- 4) Meningkatkan kemampuan teknis petugas aparatur dibidang perpustakaan dan kearsipan.

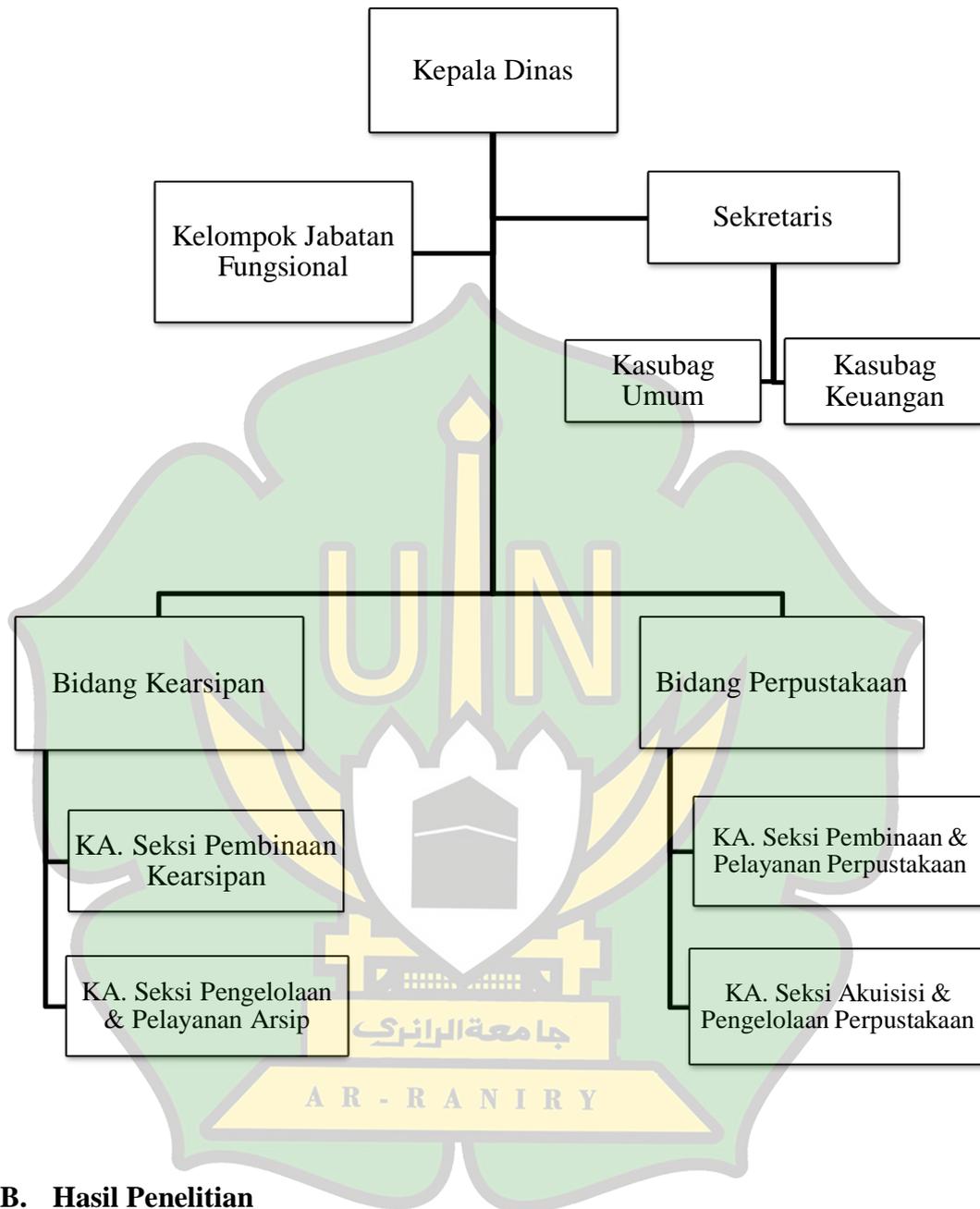
c. Moto

Perpustakaan sebagai wahana belajar sepanjang masa.

3. Struktur Organisasi

Struktur organisasi Dinas Kearsipan dan Perpustakaan Kabupaten Langkat berdasarkan Peraturan Daerah Langkat Nomor 61 Tahun 2016.





Hasil penelitian diperoleh berdasarkan pada hasil wawancara dan didukung oleh hasil observasi, dan hasil dokumentasi terkait strategi promosi perpustakaan yang digunakan untuk memperkenalkan keberadaan Perpustakaan Umum Kabupaten Langkat serta meningkatkan budaya dan minat baca di kalangan masyarakat kabupaten langkat melalui berbagai kegiatan promosi. Data

diperoleh dari hasil wawancara dengan Kepala Bidang Perpustakaan dan Kepala Seksi Pembinaan dan Pelayanan Perpustakaan, serta empat orang pengunjung perpustakaan. Kemudian data didukung dan dilengkapi oleh hasil observasi dan dokumentasi. Berikut akan dijelaskan hasil penelitian terkait strategi promosi perpustakaan yang dilakukan oleh Dinas Kearsipan dan Perpustakaan Kabupaten Langkat.

1. Evaluasi Strategi Promosi Perpustakaan pada Dinas Kearsipan dan Perpustakaan Kabupaten Langkat Berdasarkan Konsep AIDA

Penelitian ini dirancang untuk mengevaluasi strategi promosi perpustakaan pada Dinas Kearsipan dan Perpustakaan Umum Kabupaten Langkat berdasarkan konsep AIDA. Pada penelitian ini diperoleh informasi terkait sejauh mana keberhasilan strategi promosi perpustakaan dilihat dari respon pemustaka setelah mengetahui program promosi yang dilakukan oleh Perpustakaan Umum Kabupaten Langkat. Respon adalah reaksi pemahaman atas pesan yang diterima oleh pemustaka dari kegiatan promosi yang telah dilakukan perpustakaan.⁶⁴ Respon yang dimaksud yaitu reaksi yang terdiri dari tahap *attention*, *interest*, *desire*, dan *action* yang dilalui pemustaka setelah mengetahui program promosi yang dilakukan oleh perpustakaan.

Pada penelitian ini, peneliti melakukan wawancara dengan dua orang pustakawan yaitu Ibu SP selaku Kepala Dinas Perpustakaan Umum Kabupaten Langkat dan Ibu S selaku Kepala Seksi Pembinaan dan Pelayanan Perpustakaan. Wawancara juga dilakukan dengan empat orang pengunjung

⁶⁴Abdul Hafiz Harahap, *Library POP : Strategi Promosi Perpustakaan, ...,* hlm. 28.

perpustakaan untuk mengetahui respon pemustaka terhadap strategi promosi yang dilakukan oleh Perpustakaan Umum Kabupaten Langkat melalui kegiatan layanan perpustakaan keliling dan pembagian hadiah berupa mug perpustakaan.

1) *Attention* (Mendapat Perhatian)

Tahap *attention* merupakan salah satu tujuan awal dari kegiatan promosi yang dilakukan oleh perpustakaan. Pada tahap ini masyarakat akan dikenalkan dengan perpustakaan termasuk koleksi dan jasa layanan yang dimiliki. Kepala Bidang Perpustakaan Umum Kabupaten Langkat mengungkapkan hal yang serupa dengan pendapat tersebut yaitu sebagai berikut :

“Tujuan diadakannya promosi untuk memperkenalkan perpustakaan kepada masyarakat dan pemustaka, diharapkan dengan adanya promosi perpustakaan, masyarakat tau perpustakaan umum daerah yang ada di Kabupaten Langkat”.⁶⁵

Pernyataan tersebut kemudian didukung oleh Ibu S selaku Kasi Pembinaan dan Pelayanan Perpustakaan dari hasil wawancara beliau menuturkan :

“Secara umum tujuan promosi untuk memperkenalkan perpustakaan dari segi koleksi dan layanan perpustakaan, sehingga membuat

⁶⁵ Hasil wawancara dengan Ibu SP Kepala Bidang Perpustakaan Kabupaten Langkat pada tanggal 17 Januari 2022.

*masyarakat berminat mengunjungi perpustakaan untuk membaca koleksi dan menggunakan layanan yang ada”.*⁶⁶

Berdasarkan hasil analisis dokumen profil perpustakaan ditemukan bahwa tujuan promosi tersebut sejalan dengan tujuan umum perpustakaan yang tertulis pada visi dan misi perpustakaan. Dari hasil wawancara dan dokumentasi yang didapatkan peneliti, tujuan promosi perpustakaan yaitu untuk memperkenalkan dan menginformasikan keberadaan Perpustakaan Umum Kabupaten Langkat kepada masyarakat luas serta meningkatkan minat dan budaya baca melalui pemanfaatan koleksi dan layanan yang tersedia di Perpustakaan Umum Kabupaten Langkat.

Pada tahap *attention* ini, Kepala Bidang Perpustakaan merancang visualisasi atau tampilan pada media promosi yang digunakan sebagai alat bantu dalam mempromosikan Perpustakaan Umum Kabupaten Langkat kepada masyarakat pengguna. Berikut hasil wawancara dengan Ibu SP terkait visualisasi pada media promosi Perpustakaan Umum Kabupaten Langkat :

*“Secara visual juga kita pertimbangkan bagaimana tampilan media promosi perpustakaan supaya menarik untuk dilihat pemustaka”.*⁶⁷

Sebagai tahap awal dan tahapan yang paling penting dalam menentukan keberhasilan tahapan-tahapan berikutnya, tahap *attention* diawali dengan sesuatu yang dapat menarik perhatian masyarakat melalui kegiatan

⁶⁶Hasil wawancara dengan Ibu S Kepala Seksi Pembinaan dan Pelayanan Perpustakaan Umum Kabupaten Langkat pada tanggal 17 Januari 2022.

⁶⁷ Hasil wawancara dengan Ibu SP Kepala Bidang Perpustakaan Umum Kabupaten Langkat pada 17 Januari 2022

promosi yang dilakukan oleh perpustakaan. Perusahaan harus mampu menarik perhatian masyarakat dengan menciptakan inovasi yang kreatif untuk memperkuat karakter produk yang dipasarkan, sehingga produk terlihat menarik bagi masyarakat.⁶⁸

Untuk mengetahui sejauhmana keberhasilan tahap *attention* atau tahap mendapatkan perhatian pemustaka terhadap layanan perpustakaan keliling dan gelas mug perpustakaan, peneliti melakukan wawancara dengan salah satu pengunjung Perpustakaan Umum Kabupaten Langkat. Beliau menuturkan sebagai berikut :

“Secara tampilan menarik. Menariknya itu dibagian tulisan pada mobil perpustakaan keliling, seperti unik saja diisi dengan kata-kata motivasi seperti itu. Terus kalau sekilas warnanya kelihatan terang jadi daya tarik dari segi warnanya”.⁶⁹

Wawancara juga dilakukan dengan tiga pemustaka lainnya yang menyampaikan jawaban senada terkait layanan perpustakaan keliling. Hasil wawancara tersebut sebagai berikut :

“Kalau dari mobilnya yang saya tahu warna dan tulisan dimobilnya itu yang terlihat menarik”.⁷⁰

“Sekilas yang saya ingat yang membuat menarik itu warna dan tulisan-tulisannya”.⁷¹

⁶⁸ Moch Qurthuby, "Pengaruh Strategi Pemasaran Dengan Konsep AIDA (Attention, Interest, Desire, Action),...., hlm. 21.

⁶⁹ Hasil wawancara dengan Igna pemustaka Perpustakaan Umum Kabupaten Langkat pada 24 Januari 2022

⁷⁰ Hasil wawancara dengan Dian pemustaka Perpustakaan Umum Kabupaten Langkat pada tanggal 25 Januari 2022

*“Cukup menarik karena warnanya terang jadi pandangan kita otomatis melihat warna mobilnya”.*⁷²

Dari hasil wawancara dengan keempat pengunjung perpustakaan, diketahui bahwa promosi melalui kegiatan layanan perpustakaan keliling sudah mencapai tahap *attention*. Keempat pemustaka mengetahui kegiatan layanan perpustakaan keliling dan mengingat tampilan dan desain warna pada mobil perpustakaan keliling.

Promosi perpustakaan juga dilakukan melalui pembagian hadiah berupa mug perpustakaan kepada pengunjung yang sudah terdaftar menjadi anggota perpustakaan. Untuk mengetahui tahap menarik perhatian pemustaka terhadap mug perpustakaan tersebut, peneliti melakukan wawancara dengan pemustaka sebagai berikut :

*“Sekilas saya lihat dari tampilannya menarik karena mempunyai desain tersendiri dari perpustakaan kabupaten langkat, jadi bukan mug polos saja melainkan hadiah mug dengan desain khas perpustakaan Langkat”.*⁷³

“Kalau saya lihat cukup menarik dilihat dari bentuknya. Terus kalau menurut saya desainnya juga cukup unik. Kalau mug yang dibagi hanya polos saja pasti kurang menarik tapi karena ada

⁷¹ Hasil wawancara dengan Arnifatul pemustaka Perpustakaan Umum Kabupaten Langkat pada tanggal 27 Januari 2022

⁷² Hasil wawancara dengan Najwa pemustaka Perpustakaan Umum Kabupaten Langkat pada tanggal 27 Januari 2022

⁷³ Hasil wawancara dengan Igna pemustaka Perpustakaan Umum Kabupaten Langka pada tanggal 24 Januari 2022

*motif – motif seperti itu jadi lebih menarik dan kesannya berbeda”.*⁷⁴

*“Desainnya cukup unik dan menarik perhatian. Karena ada perbedaan dari gelas mug lain pada umumnya. Mungkin karena di desain khusus untuk hadiah makanya ada nama instansi dan gambar ikon kabupaten langkat”.*⁷⁵

*“Menurut saya tampilannya menarik. Bukan hanya warnanya saja tapi juga gambar yang ada di sekeliling mug juga menarik karena identik dengan kabupaten langkatnya”.*⁷⁶

Dari hasil wawancara terkait mug perpustakaan yang dibagikan kepada pemustaka tersebut diketahui bahwa keempat pemustaka menyatakan bahwa mug perpustakaan menarik perhatian mereka dari tampilan dan warna pada mug perpustakaan. Peneliti menyimpulkan bahwa mug perpustakaan yang digunakan sebagai media promosi perpustakaan mencapai tahap *attention*.

2) Interest (Menimbulkan Ketertarikan)

Tahap *interest* atau tahap menimbulkan ketertarikan pemustaka terhadap produk atau jasa yang ditawarkan perpustakaan melalui kegiatan promosi. Tahap *interest* dilakukan dengan memasukkan pesan atau kata-kata yang dapat menimbulkan ketertarikan masyarakat setelah melihat media

⁷⁴ Hasil wawancara dengan Dian pemustaka Perpustakaan Umum Kabupaten Langkat pada tanggal 25 Januari 2022

⁷⁵ Hasil wawancara dengan Arnifatul pemustaka Perpustakaan Umum Kabupaten Langkat pada tanggal 27 Januari 2022

⁷⁶ Hasil wawancara dengan Najwa pemustaka Perpustakaan Umum Kabupaten Langkat pada tanggal 27 Januari 2022

promosi perpustakaan sehingga muncul perasaan ingin tahu lebih jauh lagi tentang produk atau jasa yang dipromosikan.

Perpustakaan menggunakan media promosi yang berbeda untuk menyampaikan pesan promosi terkait perpustakaan kepada masyarakat, salah satunya melalui layanan perpustakaan keliling. Hasil wawancara dari Ibu SP selaku Kepala Bidang Perpustakaan menuturkan :

*“Dari program sosialisasi budaya baca dan literasi pendidikan, kegiatan promosinya dalam bentuk layanan perpustakaan keliling ke sekolah-sekolah”.*⁷⁷

Lebih lanjut Ibu SP menuturkan terkait pesan singkat yang terdapat pada mobil layanan perpustakaan keliling dan gelas mug perpustakaan sebagai berikut :

*“Untuk design mug perpustakaan ada tulisan Literasi Untuk Masyarakat itu salah satu inisiatif dari Dinas, ditambah Logo dan Monumen Tengku Amir Hamzah sebagai identitas Kabupaten Langkat maka sudah pasti dicantumkan. Kalau mobil layanan perpustakaan keliling sudah standart dari Perpustakaan Nasional jadi tampilannya sudah tidak ada kita ubah. Dari awal pembelian dan datang sudah seperti itu. Tinggal lagi bagaimana kita menawarkan jasa layanan yang kita bawa kepada pengunjung”.*⁷⁸

Kegiatan promosi melalui layanan perpustakaan keliling dilakukan untuk meningkatkan minat pemustaka yang berkunjung ke perpustakaan dan

⁷⁷ Hasil wawancara dengan Ibu SP Kepala Bidang Perpustakaan Umum Kabupaten Langkat pada tanggal 17 Januari 2022

⁷⁸ Hasil wawancara dengan Ibu SP Kepala Bidang Perpustakaan Umum Kabupaten Langkat pada 17 Januari 2022

memperkenalkan Perpustakaan Umum Kabupaten Langkat kepada masyarakat luas dengan menggunakan mobil layanan perpustakaan keliling. Berikut ini dokumentasi kegiatan layanan perpustakaan keliling yang dilakukan oleh Perpustakaan Umum Kabupaten Langkat.



Gambar 4.1. Mobil Layanan Perpustakaan Keliling DKPUS Langkat

Pada tahap *interest*, peneliti melakukan wawancara dengan keempat pengunjung Perpustakaan Umum Kabupaten Langkat. Hasil wawancara terkait tahap *interest* pada promosi layanan perpustakaan keliling adalah sebagai berikut :

“Saya penasaran dengan buku-buku apa saja yang dibawa yang bisa saya baca”.⁷⁹

“... saya tertarik dengan layanan perpustakaan keliling tersebut karena kita tidak perlu repot-repot datang ke perpustakaan umum untuk membaca buku disana”.⁸⁰

⁷⁹ Hasil wawancara dengan Igna pemustaka Perpustakaan Umum Kabupaten Langkat pada 24 Januari 2022

*“Saya merasa tertarik sehingga saya datangilah untuk melihat buku yang dibawa karena dari informasinya sepertinya ada banyak pilihan buku yang bisa dibaca, sehingga kita tidak perlu datang lagi ke perpustakaan harusnya begitu”.*⁸¹

*“Saya merasa tertarik dengan kedatangan perpustakaan keliling di sekolah walaupun hanya melihat-lihat buku yang ada di rak mobil”.*⁸²

Dari hasil wawancara dengan keempat pengunjung terkait tahap mempertahankan ketertarikan pada layanan perpustakaan keliling diperoleh hasil bahwa keempat pemustaka merasa senang dengan kehadiran layanan perpustakaan keliling dan tertarik untuk mengetahui lebih jauh koleksi yang dibawa oleh layanan perpustakaan keliling tersebut. Dapat dikatakan bahwa layanan perpustakaan keliling mencapai tahap *interest*. Implementasi tahap *interest* pada promosi perpustakaan dapat membuat calon pemustaka dan pemustaka merasa senang dengan promosi yang dilakukan oleh perpustakaan.⁸³

Upaya promosi melalui cinderamata atau hadiah dilakukan dengan memberikan gelas mug perpustakaan kepada pemustaka yang mengunjungi

⁸⁰ Hasil wawancara dengan Dian pemustaka Perpustakaan Umum Kabupaten Langkat pada 25 Januari 2022

⁸¹ Hasil wawancara dengan Arnifatul pemustaka Perpustakaan Umum Kabupaten Langkat pada 27 Januari 2022

⁸² Hasil wawancara dengan Dian pemustaka Perpustakaan Umum Kabupaten Langkat pada 27 Januari 2022

⁸³ Ieka Mintarsih, “Tingkat Pemahaman Pemanfaatan Perpustakaan Melalui Brosur Dan Website (Studi Kasus Di Upt Perpustakaan Poltekkes Kemenkes Semarang).” *Jurnal Ilmu Perpustakaan*, Vol. 1, No. 1, hlm. 11, Oktober 2017. diakses pada tanggal 16 September 2022 dari situs : <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jip/article/view/790/765>

perpustakaan dan sudah menjadi anggota perpustakaan. Ibu S selaku Kasi Pembinaan dan Pelayanan Perpustakaan menyatakan sebagai berikut :

“Kegiatan pemberian cinderamata untuk pemustaka sebagai upaya untuk menarik minat masyarakat agar berkunjung ke perpustakaan, kita disini memberikan gelas mug”.⁸⁴

Mug perpustakaan dibagikan kepada pengunjung perpustakaan yang sudah menjadi anggota Perpustakaan Umum Kabupaten Langkat. Pembagian mug perpustakaan dilaksanakan sejak Januari 2021 dengan jumlah mug yang akan dibagikan sebanyak 400 buah. Mug perpustakaan dibagikan pada jam buka layanan perpustakaan dengan ketentuan masing-masing pengunjung hanya mendapatkan 1 buah mug saja. Pengunjung yang ingin mendapatkan mug perpustakaan akan diarahkan oleh petugas untuk mencatat nama dan nomor anggota perpustakaan pada dokumen laporan penerima mug perpustakaan yang telah disediakan. Berikut ini dokumentasi foto mug perpustakaan milik Dinas Kearsipan dan Perpustakaan Kabupaten Langkat.



Gambar 4.2. Gelas Mug Perpustakaan Umum Kabupaten Langkat

⁸⁴ Hasil wawancara dengan Ibu S Kasi Pembinaan dan Pelayanan Perpustakaan Umum Kabupaten Langkat pada tanggal 17 Januari 2022

Berdasarkan hasil observasi, peneliti melihat beberapa kali petugas menawarkan mug perpustakaan kepada pengunjung yang datang ke perpustakaan dan terkadang beberapa pengunjung ada yang menanyakan langsung terkait mug perpustakaan kepada petugas. Bagi pengunjung yang belum memiliki kartu tanda anggota, petugas akan mengarahkan pengunjung untuk mendaftarkan diri sebagai anggota perpustakaan terlebih dahulu. Selama pengamatan berlangsung terlihat antusias pengunjung yang ingin mendapatkan mug perpustakaan. Beberapa pengunjung yang belum terdaftar sebagai anggota terlihat mendaftarkan diri menjadi anggota perpustakaan.

Hadiah berupa mug yang dibagikan oleh Perpustakaan Umum Kabupaten Langkat juga memiliki kesan tersendiri bagi pemustaka. Selain bentuknya yang menarik, mug perpustakaan juga memuat informasi tentang perpustakaan diantaranya motto, nama perpustakaan, logo dan slogan Pemerintah Kabupaten Langkat serta monumen Tengku Amir Hamzah yang merupakan ikon Kabupaten Langkat. Terkait informasi pada mug perpustakaan yang digunakan untuk mempertahankan ketertarikan pemustaka, peneliti melakukan wawancara dengan pemustaka Igna menyatakan sebagai berikut :

*“Kalau saya sendiri merasa tertarik karena ini pertama kali perpustakaan memberikan hadiah kepada penggunanya dan saya mendapat penawaran langsung dari petugas untuk mendapatkan hadiahnya”.*⁸⁵

⁸⁵ Hasil wawancara dengan Igna pemustaka Perpustakaan Umum Kabupaten Langkat pada 24 Januari 2022

“Saya tertarik karena hadiah yang dibagikan bisa dimanfaatkan untuk sehari-hari. Ini juga pertama kali ada pembagian hadiah seperti ini”.⁸⁶

“Saya tertarik karena hadiah yang dibagikan itu benda yang bisa dimanfaatkan. Tapi sayangnya saya belum mendapatkan hadiah tersebut karena tidak ada penawaran dari petugas kepada saya”.⁸⁷

“Setau saya ini pertama kali perpustakaan membagikan hadiah seperti ini kepada anggota perpustakaan yang datang ya, jadi pengunjung masih antusias sama hadiahnya sekaligus timbul rasa penasaran”.⁸⁸

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa penggunaan mug perpustakaan sebagai media promosi telah mencapai tahap menimbulkan ketertarikan / *interest*. Keempat pemustaka mengatakan bahwa mereka tertarik dengan mug perpustakaan tersebut sehingga mereka memiliki ketertarikan untuk mengetahui lebih jauh tentang promosi yang dilakukan Perpustakaan Umum Kabupaten Langkat. Upaya promosi dapat dilakukan melalui pemberian fasilitas atau hadiah-hadiah yang menarik kepada pemustaka yang sudah menjadi anggota perpustakaan.⁸⁹

3) Desire (Menimbulkan Keinginan)

⁸⁶ Hasil wawancara dengan Dian pemustaka Perpustakaan Umum Kabupaten Langkat pada 25 Januari 2022

⁸⁷ Hasil wawancara dengan Arnifatul pemustaka Perpustakaan Umum Kabupaten Langkat pada 27 Januari 2022

⁸⁸ Hasil wawancara dengan Najwa pemustaka Perpustakaan Umum Kabupaten Langkat pada 27 Januari 2022

⁸⁹ Hartono, *Manajemen Perpustakaan Sekolah,*, hlm 213.

Tahap selanjutnya yaitu menimbulkan keinginan pemustaka untuk melakukan pemanfaatan perpustakaan melalui kegiatan promosi yang dilakukan. Pada tahap ini, perpustakaan harus mampu menggerakkan masyarakat sasaran dengan menggunakan kalimat-kalimat yang membangkitkan keinginan pemustaka untuk berkunjung ke perpustakaan dan memanfaatkan koleksi dan jasa layanan perpustakaan. Sesuai hasil wawancara dengan Kepala Seksi Pembinaan dan Pelayanan Perpustakaan yang menyatakan bahwa :

*“Melakukan komunikasi yang arahnya mengajak masyarakat untuk datang ke perpustakaan, karena kita punya koleksi dan layanan yang bisa mereka manfaatkan, sehingga kita memberitahukan kepada mereka bahwa perpustakaan itu punya koleksi, punya layanan dan fasilitas yang mereka bisa gunakan jika mereka datang kesini”.*⁹⁰

Terkait pernyataan tersebut, peneliti mewawancarai pemustaka untuk mendapatkan informasi keberhasilan strategi promosi perpustakaan pada tahap *desire*. Berikut hasil wawancara dengan pemustaka setelah melihat layanan perpustakaan keliling : **A R - R A N I R Y**

*“Setelah mendapatkan informasi dan arahan dari petugas perpustakaan, saya lalu ke perpustakaan untuk mencari buku, selain itu juga karena faktor kebutuhan sendiri”.*⁹¹

“...buku yang dibawa kurang lengkap menurut saya. Ada buku yang saya butuhkan tapi tidak tersedia, jadi kurang tertarik juga untuk

⁹⁰ Hasil wawancara dengan Ibu S Kepala Seksi Pembinaan dan Pelayanan Perpustakaan pada 17 Januari 2022

⁹¹ Hasil wawancara dengan Igna pemustaka Perpustakaan Umum Kabupaten Langkat pada 24 Januari 2022

*datang ke perpustakaan, kalau untuk melihat-lihat saja masih okelah”.*⁹²

*“...banyak buku anak-anak dan saya tidak menemukan buku yang saya inginkan. Petugas bilang kalau buku-buku umum tidak banyak dibawa jadi diarahkanlah kesini untuk mencari bukunya”.*⁹³

*“Karena buku-bukunya yang dibawa seperti komik itu saya langsung baca ditempat saja sekali habis baca langsung kembalikan, saya tidak ada keinginan untuk berkunjung ke perpustakaan”.*⁹⁴

Berdasarkan hasil wawancara tersebut diketahui bahwa dua dari empat pemustaka yaitu Igna dan Arnifatul mengatakan bahwa layanan perpustakaan keliling memunculkan keinginan untuk mengunjungi perpustakaan. Sedangkan dua pemustaka yaitu Dian dan Najwa mengatakan bahwa koleksi dan informasi yang disampaikan petugas pada layanan perpustakaan keliling tidak menimbulkan keinginan untuk mengunjungi perpustakaan. Selain karena koleksi yang dibawa pada layanan perpustakaan keliling peran petugas juga penting untuk menimbulkan keinginan pemustaka agar mengunjungi perpustakaan untuk mendapatkan koleksi yang diminati oleh pemustaka. Keinginan sasaran untuk memiliki, memakai, menikmati atau melakukan sesuatu harus dibangkitkan dengan kalimat-kalimat tertentu.⁹⁵

⁹² Hasil wawancara dengan Dian pemustaka Perpustakaan Umum Kabupaten Langkat pada 25 Januari 2022

⁹³ Hasil wawancara dengan Arnifatul pemustaka Perpustakaan Umum Kabupaten Langkat pada 27 Januari 2022

⁹⁴ Hasil wawancara dengan Najwa pemustaka Perpustakaan Umum Kabupaten Langkat pada 27 Januari 2022

⁹⁵ Diva Thea Theodora Ismail, “Analisis Elemen AIDA,....., hlm. 41. Diakses pada 16 September 2022 dari situs : <https://www.e-journal.unair.ac.id/palimpsest/article/view/25152>

Tahap menimbulkan keinginan selanjutnya dilihat melalui kegiatan pemberian hadiah berupa mug perpustakaan sebagai media yang dapat menarik pemustaka untuk berkunjung dan menggunakan jasa layanan yang ditawarkan Perpustakaan Umum Kabupaten Langkat. Berikut hasil wawancara dengan pemustaka terkait tahap menimbulkan keinginan pemustaka melalui pembagian mug perpustakaan kepada anggota perpustakaan yang sedang berkunjung. Hasil wawancara dengan Igna sebagai berikut :

“Kebetulan karena saya mendapat penawaran langsung dari petugas untuk mendapatkan hadiah tersebut, jadi saya menerima penawaran tersebut”.⁹⁶

“Keinginan tersebutlah yang mendorong saya untuk mendaftar sebagai anggota perpustakaan”.⁹⁷

“Kalau saya pribadi menunggu penawaran dari petugas saja karena yang terpenting bagi saya adalah saya bisa mendapatkan buku yang saya inginkan”.⁹⁸

“Adanya mug perpustakaan ini cukup memotivasi saya untuk mendaftar menjadi anggota perpustakaan”.⁹⁹

Dari hasil kutipan wawancara diatas diketahui bahwa media promosi mug perpustakaan memunculkan keinginan pemustaka untuk memanfaatkan

⁹⁶ Hasil wawancara dengan Igna pemustaka Perpustakaan Umum Kabupaten Langkat pada 24 Januari 2022

⁹⁷ Hasil wawancara dengan Dian pemustaka Perpustakaan Umum Kabupaten Langkat pada 25 Januari 2022

⁹⁸ Hasil wawancara dengan Arnifatul pemustaka Perpustakaan Umum Kabupaten Langkat pada 27 Januari 2022

⁹⁹ Hasil wawancara dengan Najwa pemustaka Perpustakaan Umum Kabupaten Langkat pada 27 Januari 2022

perpustakaan dengan mendaftarkan diri sebagai anggota perpustakaan. Tiga dari empat orang pemustaka yaitu Dian dan Najwa menyatakan bahwa mereka memiliki keinginan terhadap mug perpustakaan sehingga melakukan pendaftaran sebagai anggota perpustakaan, sedangkan satu orang pemustaka mendapatkan penawaran langsung dari pustakawan untuk mendapatkan hadiah mug perpustakaan. Berdasarkan kutipan wawancara tersebut, peneliti mengambil kesimpulan bahwa mug perpustakaan telah mencapai tahap *desire*.

4) *Action* (Menghasilkan Tindakan)

Tahap *action* atau menghasilkan tindakan merupakan tahap akhir dari respon pengunjung terhadap promosi perpustakaan ditandai dengan munculnya tindakan pemanfaatan perpustakaan oleh pemustaka disebabkan oleh kegiatan promosi yang dilakukan Perpustakaan Umum Kabupaten Langkat. Kepala Bidang Perpustakaan Umum Kabupaten Langkat mengupayakan agar promosi perpustakaan dapat menggerakkan keinginan pemustaka untuk berkunjung ke perpustakaan. Beliau menuturkan :

“ini adalah kali pertama bagi perpustakaan umum kabupaten langkat membagikan cinderamata kepada pemustaka dan diusahakan agar terus berlanjut kedepannya. Saat ini melalui pembagian mug perpustakaan ini yang kita manfaatkan untuk memotivasi agar masyarakat mau datang ke perpustakaan”.¹⁰⁰

Pada tahap *action* atau tindakan pemanfaatan perpustakaan oleh pemustaka dapat berupa kunjungan perpustakaan atau penggunaan jasa layanan

¹⁰⁰ Hasil wawancara dengan Ibu SP Kepala Bidang Perpustakaan Umum Kabupaten Langkat pada tanggal 17 Januari 2022

dan koleksi yang tersedia di perpustakaan. Berikut ini hasil wawancara dengan Igna setelah mengetahui promosi kegiatan layanan perpustakaan keliling :

“saya datang ke perpustakaan setelah diarahkan sama petugas perpustakaan keliling untuk datang langsung ke perpustakaan karena saya ingin mencari buku tentang itu tadi”.¹⁰¹

“Saya datang atas dasar kemauan sendiri terkadang juga diajak sama teman. Apalagi kalau jam pulang sekolahnya lebih cepat, saya singgah kemari untuk sekedar membaca buku dan mengerjakan tugas disini”.¹⁰²

“Bisa dibilang seperti itu karena waktu saya mengunjungi perpustakaan keliling saya kurang puas sama koleksi yang dibawa yang menurut saya kurang banyak buku-buku yang dibawa apalagi untuk buku umum. Jadi saya datang langsung ke perpustakaan yang lebih banyak pilihan bukunya”.¹⁰³

“Saya datang ke perpustakaan karena kemauan saya sendiri kadang juga ngajak temen pergi bareng kesini”.¹⁰⁴

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, diketahui bahwa layanan perpustakaan keliling yang dilakukan telah berhasil membuat dua orang pemustaka yaitu Igna dan Arnifatul melakukan tindakan berupa kunjungan ke perpustakaan untuk mencari koleksi yang dibutuhkan, sedangkan dua orang

¹⁰¹ Hasil wawancara dengan Igna pemustaka Perpustakaan Umum Kabupaten Langkat pada 24 Januari 2022

¹⁰² Hasil wawancara dengan Dian pemustaka Perpustakaan Umum Kabupaten Langkat pada 25 Januari 2022

¹⁰³ Hasil wawancara dengan Arnifatul pemustaka Perpustakaan Umum Kabupaten Langkat pada 27 Januari 2022

¹⁰⁴ Hasil wawancara dengan Dian pemustaka Perpustakaan Umum Kabupaten Langkat pada 27 Januari 2022

pemustaka mengatakan bahwa layanan perpustakaan keliling tidak membuat mereka memanfaatkan perpustakaan. Masing-masing informan memiliki alasan yang berbeda ketika memutuskan untuk berkunjung ke perpustakaan. Alasan tersebut didasari oleh kebutuhan bukan berdasarkan promosi melalui layanan perpustakaan keliling.

Kemudian peneliti juga melakukan wawancara untuk mengetahui tahap *action* melalui pembagian mug perpustakaan pada pemustaka yang berkunjung ke perpustakaan. Hasil wawancara yang dilakukan peneliti dengan 4 orang pengunjung perpustakaan adalah sebagai berikut :

“Kebetulan saat saya berkunjung lagi ada pembagian hadiah mug dari perpustakaan dan saya mendapatkan mug tersebut karena tawaran dari petugas, bukan saya yang meminta”.¹⁰⁵

“Hari ini saya berkunjung sekaligus mendaftar menjadi anggota perpustakaan”.¹⁰⁶

“Tentu bukan karena hal itu, saya saja baru tahu kalau ada hadiah yang dibagikan untuk pengunjung perpustakaan setelah saya datang ke perpustakaan”.¹⁰⁷

“Dari situ saya memutuskan untuk mendaftar menjadi anggota perpustakaan. Menurut saya yang terpenting bukan cuma tentang hadiahnya tapi dengan menjadi anggota perpustakaan saya bisa

¹⁰⁵ Hasil wawancara dengan Igna pemustaka Perpustakaan Umum Kabupaten Langkat pada 24 Januari 2022

¹⁰⁶ Hasil wawancara dengan Dian pemustaka Perpustakaan Umum Kabupaten Langkat pada 25 Januari 2022

¹⁰⁷ Hasil wawancara dengan Arnifatul pemustaka Perpustakaan Umum Kabupaten Langkat pada 27 Januari 2022

*menggunakan layanan yang sebelumnya tidak bisa saya gunakan seperti meminjam buku perpustakaan”.*¹⁰⁸

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, dapat disimpulkan bahwa pemberian mug perpustakaan berhasil membuat dua orang pemustaka yaitu Najwa dan Dian melakukan tindakan pemanfaatan perpustakaan dengan mendaftarkan diri sebagai anggota perpustakaan yang menjadi syarat untuk mendapatkan mug perpustakaan. Sedangkan dua pemustaka lainnya yaitu Igna dan Arnifatul mengatakan bahwa promosi melalui pembagian mug perpustakaan tidak membuat mereka melakukan tindakan pemanfaatan perpustakaan sebab keduanya telah menjadi anggota perpustakaan dan tindakan untuk mengunjungi perpustakaan berdasarkan pada kebutuhan masing-masing. Promosi belum sepenuhnya melakukan bagiannya sampai pemasar telah mencapai suatu tujuan mereka dengan mendorong target audiens atau konsumen untuk melakukan tindakan pembelian, dalam hal ini merupakan strategi untuk waktu yang lama.¹⁰⁹

C. Pembahasan

Kegiatan promosi yang dilakukan Perpustakaan Umum Kabupaten Langkat dapat berjalan sesuai dengan program yang telah disusun. Kegiatan promosi perpustakaan bertujuan untuk memaksimalkan pemanfaatan perpustakaan

¹⁰⁸ Hasil wawancara dengan Najwa pemustaka Perpustakaan Umum Kabupaten Langkat pada 27 Januari 2022

¹⁰⁹ R.R Poetra dan N. Christantywati, “Model AIDA : Pola Penggunaan Media Sosial dalam Meningkatkan Kepuasan Penjualan di Toko Onlien Goldies Hijab”. *Jurnal Komunikasi Profesional*, Vol 15. No. 1, Juni 2017. Diakses pada tanggal 17 September 2022 dari situs : <https://ejournal.unitomo.ac.id/index.php/jkp/article/view/170>

dari segi fasilitas, koleksi, dan jasa layanan perpustakaan oleh pengguna sebagaimana yang dikemukakan oleh Juli Handayani bahwa promosi perpustakaan bertujuan untuk memperkenalkan koleksi dan jasa layanan perpustakaan agar masyarakat mengetahui dan memanfaatkan koleksi dan layanan tersebut.¹¹⁰

Promosi yang dilakukan oleh Perpustakaan Umum Kabupaten Langkat terdiri dari bentuk tercetak dan bentuk kegiatan. Promosi dalam bentuk tercetak dilakukan melalui brosur dan *standing x banner*. Sedangkan promosi dalam bentuk kegiatan dilakukan melalui kegiatan perpustakaan keliling dan pembagian mug perpustakaan. Sebagaimana telah dipaparkan pada hasil penelitian terkait respon pemustaka terhadap strategi promosi perpustakaan yang dilakukan oleh Perpustakaan Umum Kabupaten Langkat tersebut, peneliti mendapatkan bahwa strategi promosi yang dilakukan melalui kegiatan perpustakaan keliling dan pembagian mug perpustakaan dalam konsep AIDA telah mencapai tahap *action* atau menghasilkan tindakan. Secara lebih rinci akan dijelaskan sebagai berikut :

1. Attention (Menarik Perhatian)

Tahap *attention* diimplementasikan pada promosi Perpustakaan Umum Kabupaten Langkat dengan menggunakan visualisasi (tampilan dan desain warna) yang menarik pada mobil layanan perpustakaan keliling dan mug perpustakaan untuk menarik perhatian masyarakat sasaran. Dari hasil wawancara pada tahap *attention* atau tahap menarik perhatian dapat

¹¹⁰ Juli Handayani, Kegiatan Promosi Pada Perpustakaan,....., hlm. 3. Diakses pada 19 April 2022 dari situs : <https://repositori.usu.ac.id/handle/123456789/6427>

disimpulkan bahwa promosi yang dilakukan oleh Perpustakaan Umum Kabupaten Langkat sudah menarik perhatian pemustaka. Dapat dilihat dari keempat pemustaka memperhatikan adanya layanan perpustakaan keliling dan mug perpustakaan karena visualisasi yang terdapat pada masing-masing promosi perpustakaan tersebut. Upaya mempromosikan produk atau jasa seorang pemasar harus dapat membuat suatu pernyataan yang mencuri perhatian orang, membuat kata atau gambar yang bisa menarik perhatian hingga orang berhenti dan memperhatikan isi pesan berikutnya.¹¹¹

2. *Interest* (Menimbulkan Ketertarikan)

Tahap *interest* diimplementasikan pada promosi perpustakaan melalui informasi singkat yang terdapat pada layanan perpustakaan keliling dan mug perpustakaan yang dapat menimbulkan ketertarikan masyarakat sasaran yang melihat. Dari hasil wawancara pada tahap *interest* atau tahap mempertahankan ketertarikan dapat disimpulkan bahwa keempat pemustaka merasa senang dengan adanya promosi perpustakaan melalui layanan perpustakaan keliling dan mug perpustakaan. Mereka tertarik untuk mengetahui lebih jauh tentang promosi perpustakaan tersebut. Informasi singkat yang terdapat pada perpustakaan keliling membuat masyarakat sasaran tertarik untuk mengetahui koleksi yang dibawa oleh layanan perpustakaan. Sedangkan promosi melalui mug perpustakaan membuat pemustaka mencari informasi lebih jauh tentang hadiah promosi berupa mug perpustakaan tersebut. Ketertarikan berarti pesan

¹¹¹ Diva Thea Theodora Ismail, "Analisis Elemen AIDA,...", hlm. 41. Diakses pada 16 September 2022 dari situs : <https://www.e-journal.unair.ac.id/palimpsest/article/view/25152>

yang disampaikan menimbulkan perasaan ingin tahu, ingin mengamati, dan ingin mendengar serta melihat lebih seksama.¹¹²

3. *Desire* (Menimbulkan Keinginan)

Tahap *desire* pada promosi perpustakaan berkaitan dengan munculnya keinginan masyarakat sasaran untuk mencoba, mendapatkan, dan menikmati produk yang ditawarkan perpustakaan. Upaya yang dilakukan Perpustakaan Kabupaten Langkat untuk menimbulkan keinginan pemustaka dengan melakukan komunikasi yang bersifat mengajak pemustaka untuk mengunjungi perpustakaan.

Dari hasil wawancara pada tahap *desire* / menimbulkan keinginan, dua dari empat orang pemustaka memiliki keinginan untuk datang ke perpustakaan setelah melihat layanan perpustakaan keliling, sedangkan dua orang lainnya mengatakan bahwa koleksi dan informasi yang disampaikan petugas pada layanan perpustakaan keliling tidak menimbulkan keinginan untuk mengunjungi perpustakaan.

Sedangkan promosi melalui mug perpustakaan berhasil membuat dua dari empat orang pemustaka memiliki keinginan untuk mendaftarkan diri menjadi anggota perpustakaan, satu orang pemustaka mendapatkan penawaran langsung dari pustakawan, dan satu orang lainnya tidak memiliki keinginan untuk mendapatkan hadiah gelas mug perpustakaan. Calon konsumen / konsumen berkeinginan terhadap merek atau sebuah produk setelah

¹¹² Robi Bunanjar, Persepsi Pemustaka Terhadap Promosi ,....., hlm. 45. Diakses pada 17 September 2022 pada situs : <http://repository.radenfatah.ac.id/id/eprint/4890>

mendapatkan informasi tentang merek atau informasi tambahan mengenai produk tersebut.¹¹³

4. Action (Menghasilkan Tindakan)

Tahap *action* merupakan tahap akhir dari proses promosi yang dilalui oleh masyarakat sasaran setelah mengetahui kegiatan promosi yang dilakukan oleh perpustakaan. Pada tahap *action* masyarakat sasaran sudah memutuskan untuk melakukan tindakan pemanfaatan perpustakaan karena terpengaruh oleh promosi yang dilakukan. Pada tahap ini Perpustakaan Umum Kabupaten Langkat berusaha mempromosikan perpustakaan melalui hadiah yang akan dibagikan kepada anggota perpustakaan yang berkunjung juga kepada pemustaka yang bersedia mendaftarkan diri sebagai anggota perpustakaan. Berdasarkan hasil wawancara diketahui bahwa dua dari empat pemustaka melakukan tindakan berupa kunjungan ke perpustakaan karena layanan perpustakaan keliling. Sedangkan promosi melalui mug perpustakaan berhasil membuat dua dari empat orang pemustaka melakukan tindakan berupa pendaftaran diri sebagai anggota perpustakaan. Keputusan yang telah dibuat pada tahapan sebelumnya akan menghasilkan tindakan masyarakat untuk mewujudkan keinginannya dengan menggunakan produk yang ditawarkan.¹¹⁴

¹¹³ Endang Naryono, "AIDA Analysis (Attention, Interest, Desire, Action) Toward Advertising Effectiveness As A Basic Online Shop Marketing Strategy In Sukabumi City". *Jurnal Ekonomedia STIE PASIM*, Vol. 07, No.01, Januari-Juni 2018, hlm. 28. Diakses pada 17 September 2022 dari situs : <http://www.stiepasim.ac.id/>

¹¹⁴ Moch Qurthuby, "Pengaruh Strategi Pemasaran Dengan Konsep AIDA (Attention, Interest, Desire, Action),..., hlm.22.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Sesuai dengan tujuan penelitian yaitu untuk melihat respon pemustaka terhadap strategi promosi perpustakaan pada Dinas Kearsipan dan Perpustakaan Kabupaten Langkat berdasarkan konsep AIDA, maka dapat disimpulkan respon pemustaka terhadap promosi perpustakaan melalui kegiatan layanan perpustakaan keliling dan pemberian hadiah (*souvenir*) berupa gelas mug perpustakaan lebih dominan pada tahap mendapatkan perhatian (*attention*) dan tahap mempertahankan ketertarikan (*interest*) yang penerapannya menggunakan visualisasi dan informasi singkat yang terdapat pada media promosi sehingga membuat keempat pemustaka merasa tertarik dan ingin mengetahui lebih jauh promosi yang dilakukan oleh Perpustakaan Umum Kabupaten Langkat.

Sedangkan pada tahap *desire* atau tahap menimbulkan keinginan dan tahap *action* atau tahap menghasilkan tindakan perlu diperbaiki lagi yaitu dalam melakukan komunikasi dengan masyarakat sasaran promosi dan kepada pemustaka agar mau berkunjung dan memanfaatkan Perpustakaan Umum Kabupaten Langkat. Berdasarkan hasil wawancara dengan keempat pemustaka diketahui bahwa pustakawan yang bertugas melaksanakan kegiatan promosi kurang menjalin komunikasi dengan pemustaka yang berkunjung ke perpustakaan maupun dengan masyarakat yang menjadi sasaran kegiatan promosi sehingga menyebabkan kurangnya minat masyarakat untuk datang dan memanfaatkan perpustakaan.

B. Saran

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti dan simpulan di atas, maka peneliti memberikan saran kepada Perpustakaan Umum Kabupaten Langkat untuk :

1. Meningkatkan upaya promosi perpustakaan terutama dalam melakukan komunikasi dan penawaran terhadap produk dan jasa perpustakaan kepada masyarakat dan pemustaka yang berkunjung ke Perpustakaan Umum Kabupaten Langkat. Mengingat bahwa masih ada pemustaka yang tidak mencapai tahap *desire* sebaiknya pustakawan lebih aktif lagi melakukan komunikasi yang bertujuan mengajak masyarakat sasaran dan pemustaka untuk melakukan tindakan pemanfaatan perpustakaan.
2. Promosi perpustakaan melalui kegiatan layanan perpustakaan keliling perlu ditingkatkan lagi dengan menyesuaikan koleksi yang dibawa dengan target sasaran yang dituju agar masyarakat lebih tertarik berkunjung ke perpustakaan. Selain itu pelaksanaan promosi melalui layanan perpustakaan keliling sebaiknya juga digunakan sebagai media untuk mempromosikan mug perpustakaan sekaligus membagikan brosur perpustakaan kepada masyarakat sasaran.

DAFTAR PUSTAKA

- A. Mauri Yusuf. *Metode Penelitian : Kuantitatif, Kualitatif dan Penelitian Gabungan*, Jakarta: Kencana. 2017.
- Abdul Manan, dkk. *Pedoman Penulisan Skripsi Fakultas Adab dan Humaniora*, Banda Aceh : Fakultas Adab dan Humaniora UIN Ar-Raniry Banda Aceh. 2021.
- Abdul Hafiz Harahap. *Library POP : Strategi Promosi Perpustakaan*. Medan: Badan Perpustakaan, Arsip dan Dokumentasi Provinsi Sumatera Utara. 2016.
- Agus Octa, *Sales Funnel #2 : Konsep AIDA dalam Proses Penjualan*, July 2022. Diakses pada tanggal 15 September 2022 dari situs : <https://distribusipemasaran.com/>
- Almira. *Evaluasi Penerapan Strategi Promosi Perpustakaan pada Perpustakaan Universitas Medan Area*. (Skripsi). Medan: Program Studi Ilmu Perpustakaan dan Informasi Fakultas Ilmu Budaya Universitas Sumatera Utara. 2018. Diakses dari situs : <https://repositori.usu.ac.id/bitstream/handle/123456789/8479/140709048.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Ambiyar dan Muharika D. *Metodologi Penelitian Evaluasi Program*. (Bandung : Alfabeta, 2019).
- Beru Bahgie. *Strategi Promosi Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Aceh dan Perpustakaan Abulyatama dalam Meningkatkan Minat Kunjungan Pemustaka*. (Skripsi). Banda Aceh: Program Studi Ilmu Perpustakaan Fakultas Adab dan Humaniora Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh. 2021.
- Burhan Bungin. *Penelitian Kualitatif : Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta : Kencana : 2007.
- Diah Syafita Johar. "Pengaruh Aida (Attention, Interest, Desire, Action) Terhadap Efektifitas Iklan Online (Survei pada Pembeli Di Toko Online Adorable Project)." *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol 26 No. 1 Tahun 2015. Diakses pada tanggal 20 Oktober 2021 dari situs : <https://www.neliti.com/publications/86248/pengaruh-aida-attention-interest-desire-action-terhadap-efektifitas-iklan-online>
- Diva Thea Theodora Ismail. "Analisis Elemen AIDA Pada Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Perpustakaan di Dinas Arsip dan Perpustakaan Kabupaten Bandung." *Palimpsest : Journal of Information*

and Library Science, Vol 12, No 1, Tahun 2021, hlm. 45. Diakses pada 15 September 2022 dari situs : <https://www.e-journal.unair.ac.id/palimpsest/article/view/25152>

Endang Naryon. "AIDA Analysis (Attention, Interest, Desire, Action) Toward Adversiting Effectiveness As A Basic Online Shop Marketing Strategy In Sukabumi City". *Jurnal Ekonomedia STIE PASIM*, Vol. 07, No.01, Januari-Juni 2018, hlm. 28. Diakses pada 17 September 2022 dari situs : <http://www.stiepasim.ac.id/>

Hartono. *Manajemen Perpustakaan Sekolah : Menuju Perpustakaan Modern dan Profesional*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media. 2016.

Hilda Oktarida, Apa itu AIDA ? Definisi, Rumusan, Konsep dan Contoh, April 2021. Diakses pada tanggal 15 September 2022 dari situs : <https://marketingonline.id/aida/>

Ieka Mintarsih. "Tingkat Pemahaman Pemanfaatan Perpustakaan Melalui Brosur Dan Website (Studi Kasus Di Upt Perpustakaan Poltekkes Kemenkes Semarang)." *Jurnal Ilmu Perpustakaan*, Vol. 1, No. 1, hlm. 11, Oktober 2017. diakses pada tanggal 16 September 2022 dari situs : <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jip/article/view/790/765>

Ilham Prisgunanto. *Aplikasi Teori dalam Sistem komunikasi di Indonesia*. Jakarta: Kencana. 2017.

Indereyeni. *Strategi Promosi Perpustakaan*. 17 Juni 2020. Diakses pada tanggal 29 Oktober 2021 dari situs : <https://dispusip.pekanbaru.go.id/strategi-promosi-perpustakaan/>

Juliansyah Noor. *Metode Penelitian : Skripsi, Tesis, Disertasi dan Karya Ilmiah*. Jakarta: Kencana. 2011.

Juli Handayani. *Kegiatan Promosi Pada Perpustakaan*. Makalah Pustakawan : Universitas Sumatera Utara. 2017. Diakses pada 15 Oktober 2021 dari situs: <https://repositori.usu.ac.id/handle/123456789/6427>

Moch Qurthuby. "Pengaruh Strategi Pemasaran Dengan Konsep AIDA (Attention, Interest, Desire, Action) Terhadap Respon Nasabah Mengembang Pada Bank Syariah (Studi Pada Bank Syariah di Wilayah Cibadak-Sukabumi)." *EQUILIBRIUM: Jurnal Ekonomi Syariah*. Vol 7 Nomor 1. Tahun 2019.

Mudjio Rahardjo. *Antara Konsep, Proposisi, Teori, Variabel dan Hipotesis dalam Penelitian*. Tahun 2018. Diakses pada 30 Agustus 2022 dari situs : <http://repository.uin-malang.ac.id/2410/2/2410.pdf>

Onny Fitriana Sitorus dan Novelina Utami. *Strategi Promosi Pemasaran*. (Jakarta : FKIP UHAMKA, 2017).

- Onong Uchjana Effendy. *Ilmu Komunikasi : Teori dan Praktek* . Bandung: Remaja Rosdakarya. 2005.
- R.R Poetra dan N. Christantywati. “Model AIDA : Pola Penggunaan Media Sosial dalam Meningkatkan Kepuasan Penjualan di Toko Onlien Goldies Hijab”. *Jurnal Komunikasi Profesional*, Vol 15. No. 1, Juni 2017. Diakses pada tanggal 17 September 2022 dari situs : [tts://ejournal.unitomo.ac.id/index.php/jkp/article/view/170](https://ejournal.unitomo.ac.id/index.php/jkp/article/view/170)
- Rahmadi. *Pengantar Metodologi Penelitian*. Banjarmasin: Antasari Press. 2011.
- Raisa Nathania. AIDA: Definisi, Contoh Penerapan, Kelebihan dan Kekurangannya, Maret 2022. Diakses pada tanggal 15 September 2022 dari situs : <https://glints.com/id/>
- Robi Bunanjar. *Persepsi Pemustaka Terhadap Promosi di Dinas Kearsipan dan Perpustakaan Kota Palembang Ditinjau Dari Konsep AIDA (Attention, Interest, Desire, Action)*. (Skripsi), Palembang : Program Studi Ilmu Perpustakaan Fakultas Adab dan Humaniora UIN Raden Fatah, 2019. Diakses tanggal 01 September 2022 pada situs : <http://repository.radenfatah.ac.id/id/eprint/4306>
- Ruth Stefanie. Respon Pengunjung Terhadap Media Brosur Jatim Park 2. *Jurnal E-Komunikasi*, Vol. 1, No. 3. Surabaya: Universitas Kristen Petra, 2013. Diakses tanggal 13 Juni 2021 pada situs : <http://publication.petra.ac.id/index.php/ilmu-komunikasi/article/view/1015/914>.
- Saifuddin Azwar. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Belajar. 1998.
- Sugiyono. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta. 2013.
- _____. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R dan D*. Bandung: Alfabeta. 2013.
- Sungadi. Promosi Perpustakaan Dan Pemasaran Layanan Perpustakaan: Peran Profesional Perpustakaan. *Buletin Perpustakaan Universitas Islam Indonesia*, Vol. 2 No. 2 Tahun 2020. Diakses pada tanggal 14 September 2022 dari situs : <https://journal.uii.ac.id/Buletin-Perpustakaan/article/view/15187>
- Suharsimi Arikunto. *Manajemen Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta. 2010.
- Sujatna. *Promosi Perpustakaan*. Tangerang: Mahara Publishing. 2016.
- Suranto. *Perencanaan & Evaluasi Program Komunikasi*. Yogyakarta: Pena Pressindo. 2019.

Yusrin Ahmad Tosepu. *Teori dan Konsep*. 2020. Diakses pada 30 Agustus 2022 dari situs : https://www.academia.edu/41455293/KONSEP_DAN_TEORI

Zainal Arifin. *Evaluasi Program : Teori dan Praktek dalam Konteks Pendidikan dan Nonpendidikan*. Bandung : Remaja Rosdakarya. 2019.



LAMPIRAN



SURAT KEPUTUSAN
DEKAN FAKULTAS ADAB DAN HUMANIORA UIN AR-RANIRY
 Nomor: 574/Un.08/FAH/KP.004/05/2021
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 Banda Aceh 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 Banda Aceh tentang pengangkatan pembimbing skripsi bagi mahasiswa Fakultas Adab dan Humaniora UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

- Pertama : Menunjuk saudara :
1. Drs. Syukrinur, M.LIS (Pembimbing Pertama)
 2. Drs. Saifuddin A. Rasyid, M.LIS (Pembimbing Kedua)

Untuk membimbing skripsi mahasiswa

Nama : Nurul Azmi

NIM : 170503021

Prodi : Ilmu Perpustakaan

Judul : Evaluasi Strategi Promosi Perpustakaan pada Dinas Kearsipan dan Perpustakaan Kabupaten Langkat Sumatera Utara Berdasarkan Konsep *Attention, Interest, Desire, Action* (AIDA)

- 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.

Tembusan:

1. Rektor UIN Ar-Raniry;
2. Dekan Fakultas Adab dan Humaniora UIN Ar-Raniry;
3. Ketua Prodi Ilmu Perpustakaan Fakultas Adab dan Humaniora UIN Ar-Raniry;
4. Sub Bagian Administrasi Umum dan Kepegawaian Fakultas
5. Yang bersangkutan untuk dimaklumi dan dilaksanakan.
6. Arsip

Ditetapkan di : Banda Aceh

Pada Tanggal : 11 Juni 2021 M

21 Ramadan 1442 H





**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
FAKULTAS ADAB DAN HUMANIORA**

Jl. Syekh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh
Telepon : 0651- 7557321, Email : uin@ar-raniry.ac.id

Nomor : 2127/Un.08/FAH.I/PP.00.9/11/2021
Lamp : -
Hal : **Penelitian Ilmiah Mahasiswa**

Kepada Yth,

1. Bapak Bupati Langkat
2. Kepala Bagian Tata Pemerintahan Kabupaten Langkat
3. Kepala Dinas Kearsipan dan Perpustakaan Kabupaten Langkat

Assalamu 'alaikum Wr.Wb.

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

Nama/NIM : **NURUL AZMI / 170503021**
Semester/Jurusan : IX / Ilmu Perpustakaan
Alamat sekarang : Lorong Langsat, Gampong Lamugop, Kecamatan Syiah Kuala-Banda Aceh

Saudara yang tersebut namanya diatas benar mahasiswa Fakultas Adab dan Humaniora bermaksud melakukan penelitian ilmiah di lembaga yang Bapak pimpin dalam rangka penulisan Skripsi dengan judul **Evaluasi Strategi Promosi Perpustakaan pada Dinas Kearsipan dan Perpustakaan Kabupaten Langkat Sumatera Utara Berdasarkan Konsep Attention, Interest, Desire, Action (AIDA)**

Demikian surat ini kami sampaikan atas perhatian dan kerjasama yang baik, kami mengucapkan terimakasih.

Banda Aceh, 30 November 2021
an. Dekan
Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kelembagaan,



Berlaku sampai : 30 Maret 2022

Dr. Phil. Abdul Manan, S.Ag.,M.Sc., M.A.

AR - RANIRY



**PEMERINTAH KABUPATEN LANGKAT
SEKRETARIAT DAERAH KABUPATEN LANGKAT**

Jalan T. Amir Hamzah No. 1 Stabat Kode Pos 20814
Telepon : (061) 8910202 Fax (061) 8910803 Email : sekretariat@langkat.go.id
Website : langkatkab.go.id

Stabat, 08-12-2021

Nomor : 423-4-2490 /Perm/2021
Sifat : Biasa.
Lampiran : - . -
Perihal : Izin Pengumpulan Data

Kepada Yth :
Sdr. Dekan Fakultas Adab dan Humaniora
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
di-
Tempat

Sehubungan dengan surat Saudara Nomor :
2127/Un.08/FAH.I/PP.00.9/11/2021 Tanggal 30 November 2021 perihal Izin
Pengumpulan Data.

Berkenaan dengan hal tersebut diatas, bahwa pada prinsipnya pihak kami
tidak menaruh keberatan dan mengizinkan mahasiswa Saudara untuk
melaksanakan Pengumpulan Data Pada :

NO	Nama	NPM	Waktu	Lokasi
1.	Nurul Azmi	170503021	17 Januari s/d 17 Februari 2022	-Dinas Kearsipan dan Perpustakaan

Mengingat situasi dan kondisi pandemik Virus Covid-19 Maka selama
pelaksanaan Pengumpulan Data agar mematuhi protokol kesehatan dan
memenuhi ketentuan- ketentuan yang berlaku di kantor tersebut.

Demikian disampaikan untuk dimaklumi dan urusan selanjutnya.

An. **BUPATI LANGKAT**
SEKRETARIS DAERAH KABUPATEN

AR-RANIRY

mdw
dr. H. INDRA SALAHUDIN, M.Kes, MM
PEMBINA UTAMA MADYA
NIP. 19620706 199011 1 001

Tembusan :

1. Bupati Langkat (sebagai laporan)
2. Dinas Kearsipan dan Perpustakaan.



**PEMERINTAH KABUPATEN LANGKAT
DINAS KEARSIPAN DAN PERPUSTAKAAN**

Jl. T. Putra Aziz No. 3 Telp. (061) 8912316

Stabat

Stabat, // Maret 2022

Nomor : 423.4-226 /DKPUS/2022 Kepada Yth
Sifat : Biasa Dekan Fakultas Adab dan Humaniora
Lampiran : - Universitas Islam Negeri Ar-Raniry
Perihal : **Pengumpulan Data** di -
Tempat

Berdasarkan surat Saudara Nomor : 2127/UN.08/FAH.1/PP.00.9/11/2021 tanggal 30 November 2021 dan surat Sekretaris Daerah Kabupaten Langkat Nomor : 423.4-290/Pem/2021 tanggal 08 Desember 2021 perihal Pengumpulan Data

Berkenaan dengan hal tersebut diatas, dengan ini kami sampaikan bahwa.

Nama : Nurul Azmi
NPM : 170503021

Adapun yang bersangkutan telah melakukan pengumpulan data terkait penyusunan skripsi berjudul "Evaluasi Strategi Promosi Perpustakaan pada Dinas Kearsipan dan Perpustakaan Kabupaten Langkat Sumatera Utara Berdasarkan Konsep Attention, Interest, Desire, Action (AIDA)" pada Dinas Kearsipan dan Perpustakaan Kabupaten Langkat yang di mulai tanggal 17 Januari s.d 17 Februari 2022.

Demikian disampaikan, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Pt. Kepala DINAS KEARSIPAN DAN
PERPUSTAKAAN KABUPATEN LANGKAT


FAHMA SHARI, S.STP, M.AP
NIP. 19920204 201206 1 002

PUSTAKAWAN

PEDOMAN WAWANCARA
EVALUASI STRATEGI PROMOSI PERPUSTAKAAN PADA DINAS
KEARSIPAN DAN PERPUSTAKAAN KABUPATEN LANGKAT SUMATERA
UTARA BERDASARKAN KONSEP *ATTENTION, INTEREST, DESIRE, ACTION*
(AIDA)

I. Jadwal Wawancara

1. Hari / Tanggal :
2. Waktu :
3. Tempat :

II. Identitas Responden

1. Nama :
2. Jabatan :

III. Pertanyaan Wawancara**a. Attention**

1. Bagaimana proses perencanaan kegiatan promosi yang dilakukan Perpustakaan Umum Kabupaten Langkat agar dapat menarik perhatian atau simpatik pemustaka agar mau mengunjungi dan menggunakan jasa layanan atau koleksi yang dimiliki perpustakaan ?
2. Apa saja kegiatan promosi yang dilakukan Perpustakaan Umum Kabupaten Langkat untuk menarik perhatian pemustaka ?
3. Tujuan apa yang ingin dicapai melalui kegiatan promosi yang dilakukan Perpustakaan Umum Kabupaten Langkat ?

b. Interest

4. Upaya apa yang dilakukan pustakawan untuk mempertahankan ketertarikan pemustaka terhadap promosi yang dilakukan oleh perpustakaan ?

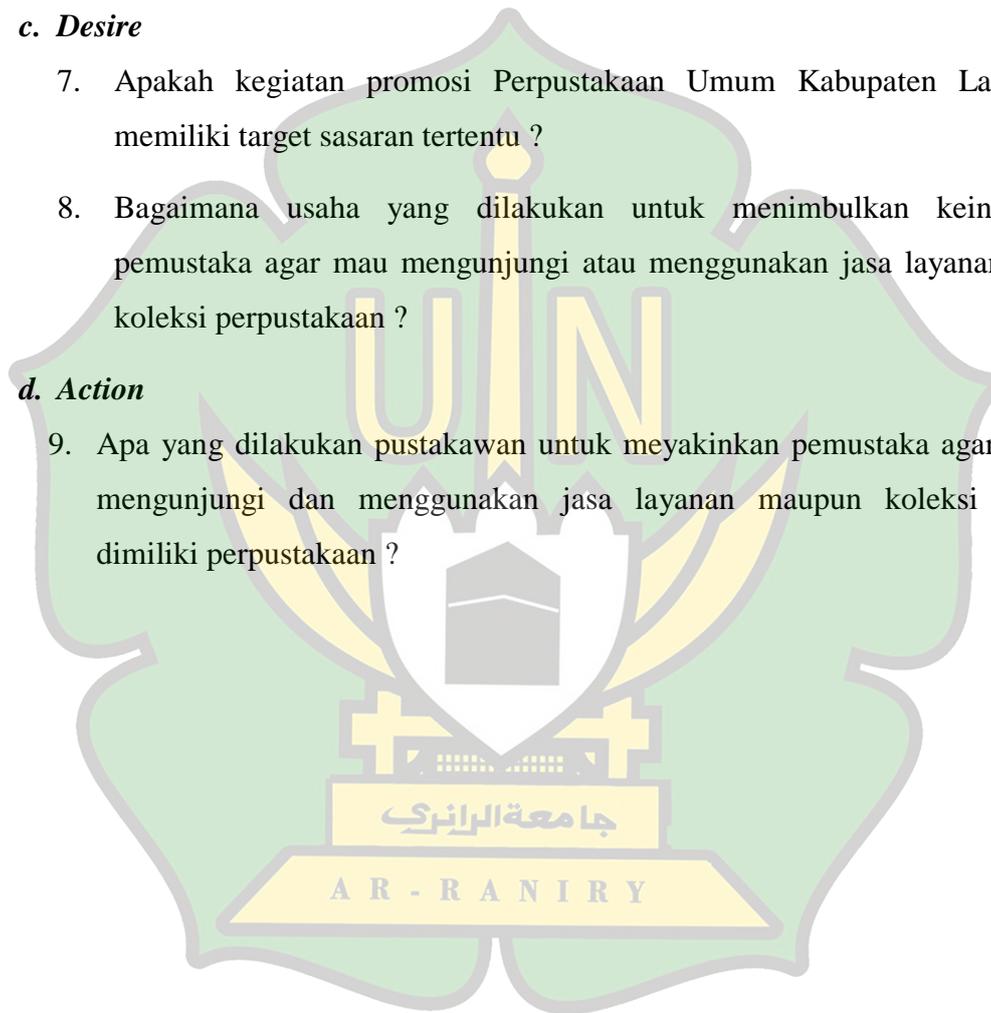
5. Dalam upaya promosi, media apa yang digunakan oleh Perpustakaan Umum Kabupaten Langkat agar pemustaka tertarik datang dan memanfaatkan perpustakaan ?
6. Apakah kegiatan promosi Perpustakaan Umum Kabupaten Langkat memiliki target sasaran tertentu ?

c. Desire

7. Apakah kegiatan promosi Perpustakaan Umum Kabupaten Langkat memiliki target sasaran tertentu ?
8. Bagaimana usaha yang dilakukan untuk menimbulkan keinginan pemustaka agar mau mengunjungi atau menggunakan jasa layanan dan koleksi perpustakaan ?

d. Action

9. Apa yang dilakukan pustakawan untuk meyakinkan pemustaka agar mau mengunjungi dan menggunakan jasa layanan maupun koleksi yang dimiliki perpustakaan ?



PEMUSTAKA

PEDOMAN WAWANCARA
EVALUASI STRATEGI PROMOSI PERPUSTAKAAN PADA DINAS
KEARSIPAN DAN PERPUSTAKAAN KABUPATEN LANGKAT SUMATERA
UTARA BERDASARKAN KONSEP *ATTENTION, INTEREST, DESIRE, ACTION*
(AIDA)

I. Jadwal Wawancara

1. Hari / Tanggal :
2. Waktu :
3. Tempat :

II. Identitas Responden

1. Nama :
2. Jabatan :

III. Pertanyaan Wawancara**a. *Attention***

1. Apakah promosi melalui kegiatan layanan perpustakaan keliling menarik perhatian anda ?
2. Apakah gelas mug perpustakaan yang dibagikan kepada pemustaka menarik perhatian anda ?

b. *Interest*

3. Apakah anda tertarik dengan kegiatan layanan perpustakaan keliling yang dilakukan oleh Perpustakaan Umum Kabuaptan Langkat ?
4. Apakah anda tertarik dengan gelas mug perpustakaan yang dibagikan tersebut ?

c. *Desire*

5. Setelah melihat kegiatan layanan perpustakaan keliling, apakah muncul keinginan anda untuk datang ke perpustakaan ?

6. Setelah melihat gelas mug perpustakaan, apakah anda memiliki keinginan untuk mendapatkan gelas mug tersebut ?

d. Action

7. Apakah kegiatan layanan perpustakaan keliling yang membuat anda datang ke perpustakaan ?
8. Apakah anda datang ke perpustakaan karena adanya promosi melalui gelas mug perpustakaan ?



PEDOMAN OBSERVASI

EVALUASI STRATEGI PROMOSI PERPUSTAKAAN PADA DINAS KEARSIPAN DAN PERPUSTAKAAN KABUPATEN LANGKAT SUMATERA UTARA BERDASARKAN KONSEP *ATTENTION, INTEREST, DESIRE, ACTION* (AIDA)

No	Tanggal	Aspek yang Diobservasi	Ya	Tidak	Ket.
1		Kondisi Perpustakaan			
		1. Lokasi Perpustakaan			
		2. Kondisi Fisik			
		3. Fasilitas			
		4. Layanan Perpustakaan			
2		Media Promosi			
		1. Ketersediaan media promosi bentuk tercetak			
		2. Adanya promosi dalam bentuk kegiatan			
		3. Visualisasi / tampilan media promosi			
		4. Lokasi / penempatan media promosi			
		5. Target sasaran promosi			
		6. Pesan promosi			
		7. Komunikasi yang dilakukan pustakawan			



Wawancara dengan Kabid. Perpustakaan Umum Kab. Langkat



Wawancara dengan Kasi Pembinaan dan Pelayanan Perpustakaan



Wawancara dengan Pemustaka (Igna Syazrilla Adris)



Wawancara dengan Pemustaka (Dian)



Wawancara dengan Pemustaka (Arnifatul)

جامعة الرانري



Wawancara dengan Pemustaka (Najwa Airin)

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

1. Nama Lengkap : Nurul Azmi
2. Tempat/Tanggal Lahir : Dogang, 08 Oktober 1999
3. Jenis Kelamin : Perempuan
4. Agama : Islam
5. Kebangsaan : Indonesia
6. Status Perkawinan : Belum Kawin
7. Pekerjaan : Mahasiswa
8. Alamat : Jln. Tgk. Lamgugop Lorong Langsung
9. Nama Orangtua/Wali
 - a. Ayah : Karlan
 - b. Ibu : Supiati
 - c. Pekerjaan : PNS
 - d. Alamat : Langkat – Sumatera Utara
10. Daftar Riwayat Pendidikan
 - a. SD : SDN 054946 Sangga Lima
 - b. SLTP : MTs Tarbiyah Waladiah Pulau Banyak
 - c. SLTA : MAN 2 Langkat
 - d. Perguruan Tinggi : UIN Ar-Raniry Banda Aceh - Darussalam

Demikian daftar riwayat ini penulis perbuat dengan sebenarnya agar dapat dipergunakan seperlunya.

Banda Aceh, 01 Juli 2022
Penulis

Nurul Azmi