

**EFEKTIVITAS STRATEGI PROMOSI  
PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS ATMA JAYA  
YOGYAKARTA**

**Artikel Ilmiah**

**Diajukan kepada  
Fakultas Teknologi Informasi  
untuk memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Perpustakaan**



**Oleh :**

**CATHARINA ESMI TRININGSIH**

**NIM: 742014802**

**PROGRAM STUDI ILMU PERPUSTAKAAN  
FAKULTAS TEKNOLOGI INFORMASI  
UNIVERSITAS KRISTEN SATYA WACANA  
SALATIGA  
OKTOBER 2016**

**EFEKTIVITAS STRATEGI PROMOSI  
PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS ATMA JAYA  
YOGYAKARTA**

Oleh  
CATHARINA ESMI TRININGSIH  
NIM. 742014802

ARTIKEL ILMIAH

Diajukan kepada Program Studi Ilmu Perpustakaan guna memenuhi sebagian dari  
persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Perpustakaan

Disetujui oleh,



(Elizabeth Sri Lestari, S.Pd., M.LIS.)

Pembimbing I

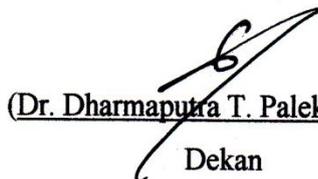


(Anton Hermawan, S.E., M.M.)

Pembimbing II

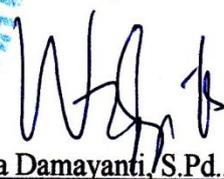


Diketahui oleh,



(Dr. Dharmaputra T. Palekahelu, M.Pd.)

Dekan



(Widya Damayanti, S.Pd., M.Sc.)

Ketua Program Studi

**FAKULTAS TEKNOLOGI INFORMASI  
UNIVERSITAS KRISTEN SATYA WACANA  
SALATIGA**

**2016**

## LEMBAR PENGESAHAN

Judul Artikel : EFEKTIVITAS STRATEGI PROMOSI  
PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS ATMA JAYA  
YOGYAKARTA

Nama Mahasiswa : Catharina Esmi Triningsih

NIM : 742014802

Program Studi : Ilmu Perpustakaan

Fakultas : Teknologi Informasi

Menyetujui,



(Elizabeth Sri Lestari, S.Pd., M.LIS.)

Pembimbing I



(Anton Hermawan, S.E., M.M.)

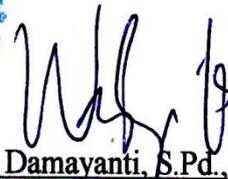
Pembimbing II



Mengesahkan,

(Dr. Dharmaputra T. Palekahelu, M.Pd.)

Dekan



(Widya Damayanti, S.Pd., M.Sc.)

Ketua Program Studi

Dinyatakan lulus tanggal: 9 September 2016

Reviewer:

Tintien Koerniawati, M.I.Kom.





FAKULTAS TEKNOLOGI INFORMASI  
UNIVERSITAS KRISTEN SATYA WACANA  
Jalan Diponegoro 52 – 60  
Phone. (0298) 321212 (Hunting)  
Fax. (0298) 321433  
E-mail: [fti@uksw.edu](mailto:fti@uksw.edu)  
Salatiga 50711 – INDONESIA



## LEMBAR PERSETUJUAN PUBLISH JURNAL

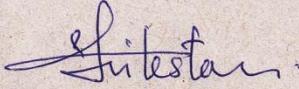
Dengan mempertimbangkan isi dari jurnal mahasiswa :

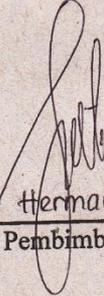
Nama Mahasiswa : Catharina Esmi Triningsih  
NIM : 742014802

Maka jurnal ini dinyatakan :

LAYAK TERBIT / TIDAK LAYAK TERBIT

Menyetujui,

  
Elizabeth Sri Lestari  
Pembimbing 1

  
Anton Hermawan, S.E., M.M.  
Pembimbing 2



Tintien Koerniawati, M.I.Kom.  
Reviewer

# EFEKTIVITAS STRATEGI PROMOSI PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

<sup>1)</sup> Catharina Esmi Triningsih <sup>2)</sup>Elizabeth Sri Lestari <sup>3)</sup>Anton Hermawan  
Program Studi Ilmu Perpustakaan  
Fakultas Teknologi Informasi  
Universitas Kristen Satya Wacana  
Jl. Diponegoro 52-60, Salatiga 50711, Indonesia  
Email: <sup>1)</sup> 742014802@student.uksw.edu <sup>2)</sup> elizabeth@staff.uksw.edu  
<sup>3)</sup> anton.hermawan@staff.uksw.edu

## *Abstract*

*Library promotion is one the library activities to market the library facilities and functions. The purpose of this study to explain how much influences the forms of promotion that has been done on the level of utilization of the library. The type which is used for the research is a descriptive study using a quantitative approach. The populations which are taken of this research are students, lectures, staff, and external users. The results showed that 9 form of promotion that routinely held every year were positive effect on utilization rates in library of Atma Jaya Yogyakarta University. From this research, it can be concluded the form of promotion that has the highest percentage is a library tour, with a score of 3.97 and the lowest one is WIPA magazine, with a score of 3.43.*

**Keywords:** *Effectiveness, Strategies, Promotion Library*

## **Abstrak**

Promosi perpustakaan merupakan salah satu kegiatan perpustakaan untuk memperkenalkan manfaat dan peran perpustakaan kepada pengguna. Tujuan penelitian ini adalah untuk menjelaskan seberapa besar pengaruh bentuk-bentuk promosi yang telah dilakukan terhadap tingkat pemanfaatan perpustakaan. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Adapun populasi yang diambil dalam penelitian ini adalah mahasiswa, dosen, karyawan, dan pengguna luar. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa 9 bentuk promosi yang rutin dilaksanakan setiap tahun berpengaruh positif terhadap tingkat pemanfaatan Perpustakaan Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Dari hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa bentuk promosi yang memiliki persentase tertinggi adalah *library tour*, dengan skor 3,97 dan terendah pada majalah WIPA, dengan skor 3,43.

**Kata Kunci:** *Efektivitas, Strategi, Promosi Perpustakaan*

---

<sup>1</sup> Mahasiswa Fakultas Teknologi Informasi Program Studi Ilmu Perpustakaan Universitas Kristen Satya Wacana

<sup>2</sup> Staf Pengajar Fakultas Teknologi Informasi Universitas Kristen Satya Wacana

<sup>3</sup> Staf Pengajar Fakultas Teknologi Informasi Universitas Kristen Satya Wacana

## 1. Pendahuluan

Pepustakaan merupakan salah satu tempat yang menjadi pusat informasi, sumber ilmu pengetahuan, penelitian, pengembangan ilmu pengetahuan, dan rekreasi. Oleh karena itu keberadaan perpustakaan ditengah-tengah masyarakat dirasakan sangat penting. Perpustakaan perguruan tinggi merupakan salah satu jenis perpustakaan yang ada di lembaga pendidikan tinggi dan dimanfaatkan khususnya oleh civitas akademika. Sebagai unsur penunjang pendidikan, perpustakaan perguruan tinggi berperan serta dalam melaksanakan tercapainya visi dan misi perguruan tinggi. Dalam pelaksanaan kegiatannya, perpustakaan tidak hanya pasif menunggu penggunanya untuk datang ke perpustakaan mencari informasi. Perpustakaan harus bisa meyakinkan kepada pengguna bahwa perpustakaan sangat penting dalam menunjang kegiatan belajar mengajar. Untuk itu perlu dilaksanakan promosi perpustakaan agar pengguna merasa tertarik untuk memanfaatkan perpustakaan.

Promosi adalah salah satu strategi bauran pemasaran yang memegang peranan penting bagi kelangsungan layanan perpustakaan. Pemasaran mencakup kegiatan analisa perencanaan pelaksanaan dan pengendalian program-program yang telah dirancang secara cermat yang dibuat untuk menciptakan tukar-menukar sesuatu secara sukarela untuk mencapai sasaran sesuai dengan tujuan organisasi [1]. Sedangkan promosi merupakan kegiatan komunikasi antara organisasi dan konsumen dengan tujuan utama memperkenalkan produk atau jasa yang disediakan oleh organisasi dengan saluran distribusi. Kegiatan promosi mempunyai tujuan membujuk konsumen untuk bereaksi terhadap produk atau jasa tersebut. Kegiatan promosi sangat penting dilakukan agar konsumen mengetahui layanan yang disediakan dan manfaat yang akan diperoleh.

Dalam mempromosikan perpustakaan dibutuhkan media yang digunakan untuk mengkomunikasikan atau menyampaikan pesan. Beberapa bentuk atau media promosi yang setiap tahunnya digunakan oleh Perpustakaan Universitas Atma Jaya Yogyakarta yaitu brosur, buku pedoman, *display* koleksi terbaru, pameran perpustakaan, *web* perpustakaan, *library tour*, pelatihan literasi informasi bagi mahasiswa dan dosen, penerbitan majalah WIPA, dan bedah buku. Kegiatan promosi tersebut berdampak positif pada perpustakaan, yaitu dari data yang diperoleh tahun 2013-2015 Perpustakaan Universitas Atma Jaya Yogyakarta berturut-turut telah mencapai target jumlah pengunjung yaitu minimal 200 orang per hari.

Promosi yang telah dilakukan oleh Perpustakaan Universitas Atma Jaya Yogyakarta telah mencapai hasil yang diharapkan, namun dari berbagai bentuk promosi yang pernah dilakukan Perpustakaan Universitas Atma Jaya Yogyakarta tersebut belum diketahui berapa tingkat efektivitasnya. Bentuk promosi dengan tingkat efektivitas tinggi akan dipertahankan dan yang masih kurang dapat lebih ditingkatkan.

Efektivitas adalah keaktifan, daya guna, adanya kesesuaian dalam suatu kegiatan orang yang melaksanakan tugas dengan sasaran yang dituju.

Pengertian efektivitas tersebut menunjukkan sampai seberapa jauh tercapainya suatu tujuan yang telah ditentukan. Hasil yang semakin mendekati sasaran memiliki tingkat efektivitas yang semakin tinggi. Media promosi dapat dikatakan efektif apabila hasil yang didapat sesuai dengan tujuan organisasi yang ingin dicapai. Tujuan media promosi perpustakaan yaitu untuk menstimulasi terjadinya kesadaran (*awareness*), ketertarikan (*interest*), dan berakhir dengan tindakan pemanfaatan (*using*) yang dilakukan oleh pengguna terhadap produk atau jasa yang disediakan. Efektif atau tidaknya media promosi dapat diketahui dengan mengukur tingkat efektivitasnya yaitu pengukuran keberhasilan dalam pencapaian tujuan-tujuan yang ditentukan.

Tujuan Penelitian ini untuk mengetahui penerapan strategi yang digunakan dalam mempromosikan perpustakaan dan tingkat efektivitas dari bentuk-bentuk promosi yang dilakukan oleh perpustakaan Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Adapun manfaat yang diharapkan adalah pertama, diharapkan dapat meningkatkan dan mengembangkan daya pikir serta pengetahuan dengan melakukan penelitian langsung agar memahami tentang strategi promosi yang dilakukan perpustakaan Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Kedua, diharapkan dapat dijadikan masukan dan bahan pertimbangan bagi perpustakaan untuk menentukan kebijakan strategi promosi yang akan datang. Ketiga, diharapkan dapat dijadikan bahan acuan bagi peneliti lain yang mengambil topik tentang efektivitas bentuk-bentuk promosi perpustakaan dan memberi wawasan bagi pengembangan penelitian bidang Ilmu Informasi dan Perpustakaan. Penelitian ini akan mengukur tingkat efektivitas dari bentuk-bentuk promosi yang secara rutin dilaksanakan setiap tahunnya oleh perpustakaan Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Respondennya adalah pengguna perpustakaan yaitu dosen, mahasiswa, karyawan Universitas Atma Jaya Yogyakarta dan pengguna dari luar.

## **2. Tinjauan Pustaka**

Penelitian Sonia Mustinda bertujuan untuk mengetahui cara dan sarana promosi yang dilakukan perpustakaan serta kendala yang dihadapi dalam melaksanakan kegiatan promosi tersebut [2]. Hasil penelitian menyatakan bahwa cara promosi yang memiliki persentase tertinggi adalah kontak perorangan dan bimbingan pengguna, sebanyak 43%, sarana promosi memiliki persentase tertinggi adalah brosur, sebanyak 61%. Kendala yang dihadapi perpustakaan adalah kendala dari dalam perpustakaan salah satunya kebijakan yang ada sering menghambat pelaksanaan kegiatan promosi.

Penelitian Tessa Simahate bertujuan untuk mengetahui 1) Proses komunikasi persuasif yang dilakukan oleh pustakawan; 2) Efektivitas komunikasi pemasaran yang dilaksanakan oleh perpustakaan; 3) Tingkat kepuasan pengguna perpustakaan terhadap layanan perpustakaan; 4) Efektivitas komunikasi persuasif dan komunikasi pemasaran terhadap

kepuasan pengguna perpustakaan [3]. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa komunikasi persuasif pustakawan dan komunikasi pemasaran perpustakaan UNIMED berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna perpustakaan UNIMED.

Penelitian Nova Afriani dan Yunaldi bertujuan untuk (1) mendeskripsikan pelaksanaan promosi yang ada di Perpustakaan Umum Kota Solok; (2) mendeskripsikan kendala yang di hadapi dalam melakukan promosi Perpustakaan Umum Kota Solok serta usaha mengatasi kendala yang dihadapi oleh perpustakaan umum kota solok [4]. Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi yang telah dilakukan belum memberikan hasil yang optimal. Hal ini terlihat dari data statistik pengguna perpustakaan tahun 2011 dimana angka penurunan pengguna lebih mendominasi dibandingkan angka kenaikan jumlah pengguna yang datang ke Perpustakaan Umum Kota Solok.

Selain 3 penelitian di atas, penelitian M. Rizal Pahlefi bertujuan untuk menjelaskan strategi promosi yang digunakan oleh Perpustakaan Universitas Jambi [5]. Hasilnya diketahui bahwa strategi promosi yang digunakan oleh Perpustakaan Universitas Jambi belum optimal. Untuk itu, pustakawan perlu menentukan strategi yang tepat seperti menentukan kebutuhan penggunanya melalui analisa SWOT *Strength* (kekuatan), *Weakness* (kelemahan), *Opportunities* (peluang dan kesempatan), *Threats* (ancaman dan tantangan).

Hubungan penelitian sebelumnya dengan penelitian ini adalah membahas mengenai promosi. Perbedaannya adalah penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat efektivitas dari bentuk-bentuk promosi yang dilakukan oleh perpustakaan Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Efektivitas (*effectivity*) adalah melakukan pekerjaan yang benar/*doing the right things*. Agar efektif dan efisien dalam mengkomunikasikan informasi, jasa, dan fasilitas perpustakaan kiranya perlu memperhatikan; 1) keterbukaan/*openness*; 2) empati/*emphaty*; 3) dukungan/*suportivity*; 4) sikap positif dan; 5) kesetaraan. Kelima indikator tersebut digunakan sebagai gambaran seberapa efektif pelaksanaan suatu program untuk mencapai sasaran yang telah ditentukan oleh perpustakaan [6].

Strategi adalah kiat untuk mencapai tujuan. Strategi biasanya mengacu pada rencana yang menyeluruh atau berjangka panjang yang mencakup serangkaian gerakan yang langsung diarahkan untuk mencapai tujuan yang menyeluruh. Strategi diimplementasikan melalui mekanisme spesifik, teknik-teknik, atau alat-alat untuk mengarahkan sumber daya organisasi mencapai tujuan strategisnya. Ini merupakan gambaran dasar yang menentukan apakah tujuan strategis bisa dicapai secara efektif [7].

Secara umum, strategi adalah teknik atau cara untuk mendapatkan keberhasilan dalam pencapaian tujuan (*to achieve goals*). Strategi merupakan sekumpulan cara secara keseluruhan yang berkaitan dengan pelaksanaan gagasan, sebuah perencanaan dalam kurun waktu tertentu. Strategi adalah rencana aksi global yang menggambarkan alokasi sumber daya dan aktivitas lainnya dalam menghadapi lingkungan dan menolong organisasi mencapai tujuan tertingginya.

Promosi menurut Kamus Kepustakawanan Indonesia adalah pertukaran informasi antar organisasi/lembaga dan konsumen dengan tujuan utama memberi informasi tentang produk atau jasa yang tersedia dalam organisasi dan membujuk calon konsumen untuk bereaksi terhadap produk atau jasa tersebut. Promosi bertujuan untuk: 1) menarik perhatian; 2) menciptakan kesan; 3) membangkitkan minat; 4) memperoleh tanggapan; 5) mempengaruhi untuk menerima ide, konsep, atau barang yang dipromosikan.

Promosi perpustakaan merupakan aktivitas memperkenalkan perpustakaan dari segi fasilitas, koleksi, jenis layanan, dan manfaat yang dapat diperoleh oleh setiap pengguna perpustakaan secara lebih terperinci. Sebanyak dan sebagus apapun koleksi yang dimiliki perpustakaan, jika tidak dikenalkan ke seluruh lapisan civitas akademika maka akan selamanya menjadi sesuatu yang asing bagi pengguna. Oleh karena itu perpustakaan perlu memperkenalkan diri dengan segala aktivitasnya kepada pengguna melalui *promotion of library*.

Promosi bertujuan memberikan dorongan, arahan atau pengertian pada masyarakat tentang perpustakaan dengan fasilitas-fasilitas yang dimilikinya. Kegiatan ini bertujuan merubah sikap dan pandangan masyarakat dalam memahami, menyenangi serta memanfaatkan perpustakaan. Promosi perpustakaan merupakan satu langkah praktis yang dapat dilakukan perpustakaan untuk meningkatkan pemanfaatan perpustakaan, yang pada akhirnya akan meningkatkan pula citra dan apresiasi masyarakat terhadap perpustakaan. Untuk itu promosi perpustakaan perlu dilakukan agar seluruh aktivitas yang berhubungan dengan jasa perpustakaan dapat diketahui dan dipahami oleh masyarakat.

Sarana promosi dibagi menjadi beberapa bentuk, antara lain: bentuk tercetak, bentuk kegiatan perpustakaan dan bentuk elektronik. Beberapa sarana promosi bentuk tercetak yaitu brosur, poster, pamflet, spanduk, majalah internal, dan buku pedoman perpustakaan. Promosi dalam bentuk kegiatan perpustakaan antara lain pameran perpustakaan, bazar, *library tour*, bedah buku, program magang, dan pelatihan literasi informasi. Sedangkan dalam bentuk elektronik yaitu televisi, radio, internet, pemutaran film, dan pangkalan data.

### **3. Metode Penelitian**

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif tipe deskriptif dengan metode survei. Penelitian deskriptif merupakan penelitian yang berusaha mendeskripsikan suatu gejala, peristiwa dan kejadian yang terjadi pada saat sekarang dimana peneliti berusaha memotret peristiwa dan kejadian yang menjadi pusat perhatian untuk kemudian digambarkan sebagaimana adanya. Penelitian deskriptif bertujuan untuk mengetahui mengapa suatu situasi atau kondisi tercipta atau apa yang mempengaruhinya. Sedangkan yang dimaksud dengan pendekatan kuantitatif adalah pendekatan yang digunakan dalam penelitian dengan cara mengukur indikator-indikator variabel

penelitian sehingga diperoleh gambaran diantara variabel-variabel tersebut [8].

Penelitian deskriptif yang dilakukan ini dapat diartikan sebagai proses pemecahan masalah yang diselidiki dengan menggambarkan keadaan promosi Perpustakaan Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Setelah mendapatkan hasil analisa efektivitas, berikutnya akan dilihat apakah bentuk-bentuk promosi tersebut efektif atau tidak terhadap peningkatan jumlah pengguna Perpustakaan Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Populasi yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah seluruh anggota Perpustakaan Universitas Atma Jaya Yogyakarta pada tahun 2015 yang berjumlah 12.699 orang. Adapun metode pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling*. Teknik ini mencakup orang-orang yang diseleksi atas dasar kriteria-kriteria tertentu yang dibuat oleh peneliti berdasarkan tujuan penelitian. Kriterianya adalah sebagai berikut:

- a. Pengguna Perpustakaan Universitas Atma Jaya Yogyakarta, baik itu dosen, mahasiswa, karyawan, maupun pengguna dari luar.
- b. Pengguna Perpustakaan Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang masih aktif di Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan:

1) Kuesioner, ditujukan untuk mengumpulkan data tentang seberapa besar pengaruh promosi yang dilakukan oleh Perpustakaan Universitas Atma Jaya Yogyakarta terhadap minat pengguna untuk memanfaatkan perpustakaan. Kuesioner berbentuk pertanyaan berstruktur yaitu pertanyaan yang dibatasi dalam memberikan jawaban terhadap beberapa alternatif jawaban. Skala yang digunakan adalah skala Likert. Pengukuran dilakukan dengan memberikan pertanyaan kepada responden. Responden akan menjawab satu dari 5 (lima) pilihan jawaban yang masing-masing memiliki nilai berbeda. Kuesioner ini diberikan kepada pengguna perpustakaan yang masih aktif, yaitu mereka yang masih tercatat sebagai anggota Perpustakaan Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

2) Studi pustaka, yaitu cara mengumpulkan data yang diperoleh dari buku-buku literatur dan sumber lain yang berhubungan dan mendukung penelitian ini. Studi pustaka ini merupakan teknik pengumpulan data yang digunakan untuk mendapatkan informasi tentang teori dan konsep yang erat hubungannya dengan permasalahan yang diteliti. Selain itu studi pustaka juga bermanfaat sebagai landasan teori untuk memperkuat analisa data dalam penelitian. Teori dan konsep dalam penelitian ini terkait dengan pengertian strategi, efektivitas, dan bentuk-bentuk promosi yang biasa dilakukan oleh perpustakaan guna menarik minat pengguna dalam memanfaatkan perpustakaan.

3) Observasi, memungkinkan peneliti mengamati lebih dekat gejala yang diteliti. Dalam hal ini peneliti semata-mata hanyalah sebagai pengamat, yaitu mengamati tentang bentuk-bentuk promosi yang dilaksanakan oleh Perpustakaan Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Observasi dilakukan untuk memudahkan pengumpulan kuesioner yang akan

dibagikan kepada para responden dan untuk mendapatkan data yang sesuai dengan topik penelitian.

4) Metode dokumentasi adalah mengumpulkan dokumen dan data yang diperlukan dalam permasalahan penelitian kemudian ditelaah secara intens sehingga dapat mendukung dan menambah kepercayaan dan pembuktian suatu kejadian. Dokumentasi digunakan untuk mendapatkan informasi atau data yang berkaitan dengan penelitian. Dalam penelitian ini dokumentasi digunakan untuk mendapatkan gambaran bentuk-bentuk promosi yang dilakukan oleh Perpustakaan Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

5) Wawancara (*interview*) yaitu proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan informan atau orang yang diwawancarai [9]. Dalam melakukan wawancara, peneliti tidak menyiapkan pertanyaan-pertanyaan dalam bentuk tertulis. Responden yang diwawancarai adalah mereka yang sekaligus mengisi kuesioner penelitian, dan pertanyaan yang diajukan berdasarkan pernyataan-pernyataan dari kuesioner yaitu tentang 9 bentuk promosi Perpustakaan Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

#### 4. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Pada bagian ini akan dijelaskan mengenai data yang didapat dari hasil penelitian, data tersebut terdiri dari data karakteristik responden dan data hasil pengisian jawaban responden pada kuesioner yang telah diisi.

- **Karakteristik Responden**

Responden dalam penelitian berjumlah 102 orang yang berasal dari berbagai usia, tingkat pendidikan dan jenis pekerjaan. Berdasarkan usia, sebagian besar responden berusia antara 18 sampai dengan 30 tahun yaitu sebanyak 99 responden (97,6%) sedangkan sisanya sebanyak 1 responden berusia antara 41 sampai dengan 50 tahun (0,98%) dan 2 responden berusia lebih dari 50 tahun (1,96%). Dari unsur pendidikan, sebagian besar responden adalah sarjana sebanyak 88 responden (86,28%), akademi sebanyak 4 responden (3,92%), pascasarjana sebanyak 3 responden (2,94%) dan 7 responden berpendidikan lain-lain (6,86%). Berdasarkan profesi, sebagian besar responden adalah mahasiswa yaitu sebanyak 91 responden (89,22%), sedangkan sisanya sebanyak 2 responden berprofesi sebagai dosen (1,96%), sebanyak 2 responden berprofesi sebagai karyawan (1,96%) dan 7 responden berprofesi lain-lain (6,86%).

- **Analisa Efektivitas Strategi Promosi**

Tingkat keefektifan media promosi Perpustakaan Universitas Atma Jaya Yogyakarta diukur berdasarkan kategori keefektifan dengan pengelompokan sebagai berikut : [10]

**Tabel 1. Karakteristik Skor Efektivitas Media Promosi**

Tingkat Efektivitas	Rentang Skor
Sangat Tidak Efektif (STE)	1,000 – 1,800
Tidak Efektif (TE)	1,801 – 2,600
Cukup Efektif (CE)	2,601 – 3,400
Efektif (E)	3,401 – 4,200
Sangat Efektif (SE)	4,201 – 5,000

Berdasarkan hasil perhitungan dan kategorisasi efektivitas media promosi, berikut ini adalah hasil analisa efektivitas strategi promosi dengan menggunakan 9 media yang diteliti :

**a. Efektivitas Promosi dengan Media Brosur**

Berikut ini adalah tabel distribusi frekuensi yang menjelaskan persepsi responden terhadap keefektifan penggunaan media brosur sebagai media promosi Perpustakaan Universitas Atma Jaya Yogyakarta:

**Tabel 2. Efektivitas Media Brosur**

Tingkat Efektivitas	Jumlah	Persentase	Skor	Efektivitas
Sangat Tidak Efektif (STE)	0	0.00	3,65	Efektif
Tidak Efektif (TE)	6	5.88		
Cukup Efektif (CE)	14	13.73		
Efektif (E)	65	63.73		
Sangat Efektif (SE)	17	16.67		
Jumlah	102	100.00		

Tabel 2 menunjukkan bahwa mayoritas responden menyatakan strategi promosi dengan media brosur adalah efektif, yaitu sebanyak 65 responden (63,73%), sedangkan sisanya sebanyak 17 responden menyatakan sangat efektif (16,67%), sebanyak 14 responden menyatakan cukup efektif (13,73%) dan sebanyak 6 responden menyatakan tidak efektif (5,88%). Secara keseluruhan perhitungan rata-rata skor persepsi responden terhadap efektivitas brosur adalah 3,65 sehingga dapat disimpulkan penggunaan brosur dalam strategi promosi Perpustakaan Universitas Atma Jaya Yogyakarta adalah efektif.

**b. Efektivitas Buku Pedoman Perpustakaan**

Tingkat keefektifan buku pedoman perpustakaan sebagai media promosi Perpustakaan Universitas Atma Jaya Yogyakarta dapat dilihat pada tabel distribusi frekuensi berikut:

**Tabel 3. Efektivitas Media Buku Pedoman Perpustakaan**

Tingkat Efektivitas	Jumlah	Persentase	Skor	Efektivitas
Sangat Tidak Efektif (STS)	1	0.98	3,82	Efektif
Tidak Efektif (TE)	4	3.92		
Cukup Efektif (CE)	11	10.78		
Efektif (E)	57	55.88		
Sangat Efektif (SE)	29	28.43		
Jumlah	102	100.00		

Pada tabel 3 menjelaskan bahwa sebagian besar responden menyatakan strategi promosi dengan media Buku Pedoman Perpustakaan adalah efektif, yaitu sebanyak 57 responden (55,88%), sedangkan sisanya sebanyak 29 responden menyatakan sangat efektif (28,43%), sebanyak 11 responden menyatakan cukup efektif (10,78%), sebanyak 4 responden menyatakan tidak efektif (3,92%) dan sebanyak 1 responden menyatakan sangat tidak setuju (0,98%). Berdasarkan perhitungan rata-rata keseluruhan skor persepsi responden terhadap efektivitas Buku Pedoman Perpustakaan adalah 3,82 sehingga dapat disimpulkan penggunaan Buku Pedoman Perpustakaan dalam strategi promosi Perpustakaan Universitas Atma Jaya Yogyakarta adalah efektif.

**c. Efektivitas *Display* Koleksi Terbaru**

Dari hasil pengisian kuesioner, berikut adalah tabel distribusi frekuensi yang menjelaskan persepsi responden terhadap keefektifan penggunaan media *display* koleksi terbaru sebagai media promosi Perpustakaan Universitas Atma Jaya Yogyakarta:

**Tabel 4. Efektivitas Media *Display* Koleksi Terbaru**

Tingkat Efektivitas	Jumlah	Persentase	Skor	Efektivitas
Sangat Tidak Efektif (STS)	0	0.00	3,60	Efektif
Tidak Efektif (TE)	6	5.88		
Cukup Efektif (CE)	17	16.67		
Efektif (E)	63	61.76		
Sangat Efektif (SE)	16	15.69		
Jumlah	102	100.00		

Berdasarkan tabel 4, sebagian besar responden menyatakan bahwa strategi promosi dengan media *display* koleksi terbaru adalah efektif, yaitu sebanyak 63 responden (61,76%), sedangkan sisanya sebanyak 16 responden menyatakan sangat efektif (15,69%), sebanyak 17 responden menyatakan cukup efektif (16,67%) dan sebanyak 6 responden menyatakan tidak efektif (5,88%). Perhitungan rata-rata keseluruhan skor persepsi responden terhadap efektivitas *display* koleksi terbaru adalah 3,60 sehingga dapat disimpulkan penggunaan *display* koleksi terbaru dalam strategi promosi Perpustakaan Universitas Atma Jaya Yogyakarta adalah efektif.

**d. Efektivitas Pameran Perpustakaan**

Tingkat efektivitas pameran perpustakaan sebagai media promosi Perpustakaan Universitas Atma Jaya Yogyakarta dapat dilihat dalam tabel distribusi frekuensi berikut:

**Tabel 5. Efektivitas Media Pameran Perpustakaan**

Tingkat Efektivitas	Jumlah	Persentase	Skor	Efektivitas
Sangat Tidak Efektif (STS)	0	0.00	3,83	Efektif
Tidak Efektif (TE)	3	2.94		
Cukup Efektif (CE)	14	13.73		
Efektif (E)	58	56.86		
Sangat Efektif (SE)	27	26.47		
Jumlah	102	100.00		

Dalam tabel 5, responden yang menyatakan bahwa strategi promosi dengan media pameran perpustakaan efektif yaitu sebanyak 58 responden (56,86%), sedangkan sisanya sebanyak 27 responden menyatakan sangat efektif (26,47%), sebanyak 14 responden menyatakan cukup efektif (13,73%) dan sebanyak 3 responden menyatakan tidak efektif (2,94%). Berdasarkan perhitungan rata-rata keseluruhan skor persepsi responden terhadap efektivitas pameran perpustakaan adalah 3,83 sehingga dapat disimpulkan penggunaan pameran perpustakaan dalam strategi promosi Perpustakaan Universitas Atma Jaya Yogyakarta adalah efektif.

**e. Efektivitas Web Perpustakaan**

Persepsi responden terhadap keefektifan penggunaan media *web* perpustakaan sebagai media promosi Perpustakaan Universitas Atma Jaya Yogyakarta disebutkan dalam tabel distribusi frekuensi berikut:

**Tabel 6. Efektivitas Media Web Perpustakaan**

Tingkat Efektivitas	Jumlah	Persentase	Skor	Efektivitas
Sangat Tidak Efektif (STS)	1	0.98	3,69	Efektif
Tidak Efektif (TE)	6	5.88		
Cukup Efektif (CE)	29	28.43		
Efektif (E)	51	50.00		
Sangat Efektif (SE)	15	14.71		
Jumlah	102	100.00		

Tabel 6 menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan strategi promosi dengan media *web* perpustakaan adalah efektif, yaitu sebanyak 51 responden (50,00%), sedangkan sisanya sebanyak 15 responden menyatakan sangat efektif (14,71%), sebanyak 29 responden menyatakan cukup efektif (28,43%), sebanyak 6 responden menyatakan tidak efektif (5,88%) dan sebanyak 1 responden menyatakan sangat tidak efektif (0,98%). Perhitungan rata-rata keseluruhan skor persepsi responden terhadap efektivitas *web* perpustakaan adalah 3,69 sehingga dapat disimpulkan penggunaan *web* perpustakaan dalam strategi promosi Perpustakaan Universitas Atma Jaya Yogyakarta adalah efektif.

**f. Efektivitas Library Tour**

Dari hasil pengisian kuesioner, berikut adalah tabel distribusi frekuensi yang menjelaskan persepsi responden terhadap keefektifan penggunaan media *library tour* sebagai media promosi Perpustakaan Universitas Atma Jaya Yogyakarta:

**Tabel 7. Efektivitas Media Library Tour**

Tingkat Efektivitas	Jumlah	Persentase	Skor	Efektivitas
Sangat Tidak Efektif (STS)	1	0.98	3,97	Efektif
Tidak Efektif (TE)	1	0.98		
Cukup Efektif (CE)	10	9.80		
Efektif (E)	54	52.94		
Sangat Efektif (SE)	36	35.29		
Jumlah	102	100.00		

Berdasarkan tabel 7, sebagian besar responden menyatakan bahwa strategi promosi dengan media *library tour* adalah efektif, yaitu sebanyak 54 responden (52,94%), sedangkan sisanya sebanyak 36 responden menyatakan sangat efektif (35,29%), sebanyak 10 responden menyatakan cukup efektif (9,80%), sebanyak 1 responden menyatakan tidak efektif (0,98%) dan sebanyak 1 responden menyatakan sangat tidak efektif (0,98%). Perhitungan rata-rata

keseluruhan skor persepsi responden terhadap efektivitas *library tour* adalah 3,97 sehingga dapat disimpulkan penggunaan *library tour* dalam strategi promosi Perpustakaan Universitas Atma Jaya Yogyakarta adalah efektif.

**g. Efektivitas Pelatihan Literasi**

Sesuai dengan hasil pengisian kuesioner, berikut adalah tabel distribusi frekuensi yang menjelaskan persepsi responden terhadap keefektifan penggunaan media pelatihan literasi sebagai media promosi Perpustakaan Universitas Atma Jaya Yogyakarta:

**Tabel 8. Efektivitas Media Pelatihan Literasi**

Tingkat Efektivitas	Jumlah	Persentase	Skor	Efektivitas
Sangat Tidak Efektif (STS)	0	0.00	3,92	Efektif
Tidak Efektif (TE)	2	1.96		
Cukup Efektif (CE)	11	10.78		
Efektif (E)	60	58.82		
Sangat Efektif (SE)	29	28.43		
Jumlah	102	100.00		

Pada tabel 8 menunjukkan bahwa mayoritas responden menyatakan strategi promosi dengan media pelatihan literasi adalah efektif, yaitu sebanyak 60 responden (58,82%), sedangkan sisanya sebanyak 29 responden menyatakan sangat efektif (28,43%), sebanyak 11 responden menyatakan cukup efektif (10,78%) dan sebanyak 2 responden menyatakan tidak efektif (1,96%). Menurut perhitungan rata-rata keseluruhan skor persepsi responden terhadap efektivitas pelatihan literasi adalah 3,92 sehingga dapat disimpulkan bahwa strategi promosi ini adalah efektif.

**h. Efektivitas Penerbitan Majalah WIPA**

Persepsi responden terhadap keefektifan penggunaan media majalah WIPA sebagai media promosi Perpustakaan Universitas Atma Jaya Yogyakarta dapat dilihat dalam tabel distribusi frekuensi berikut:

**Tabel 9. Efektivitas Media Majalah WIPA**

Tingkat Efektivitas	Jumlah	Persentase	Skor	Efektivitas
Sangat Tidak Efektif (STS)	1	0.98	3,43	Efektif
Tidak Efektif (TE)	13	12.75		
Cukup Efektif (CE)	31	30.39		
Efektif (E)	51	50.00		
Sangat Efektif (SE)	6	5.88		
Jumlah	102	100.00		

Berdasarkan tabel 9, sebagian besar responden menyatakan bahwa strategi promosi dengan media majalah WIPA adalah efektif, yaitu sebanyak 51 responden (50,00%), sedangkan sisanya sebanyak 6 responden menyatakan sangat efektif (5,88%), sebanyak 31 responden menyatakan cukup efektif (30,39%), sebanyak 13 responden menyatakan tidak efektif (12,75%) dan sebanyak 1 responden (0,98) menyatakan sangat tidak efektif. Dari perhitungan rata-rata keseluruhan skor persepsi responden terhadap efektivitas majalah WIPA adalah 3,43 sehingga dapat disimpulkan penggunaan majalah WIPA dalam strategi promosi Perpustakaan Universitas Atma Jaya Yogyakarta adalah efektif.

**i. Efektivitas Bedah Buku**

Persepsi responden terhadap keefektifan penggunaan bedah buku sebagai media promosi Perpustakaan Universitas Atma Jaya Yogyakarta dapat dilihat dalam tabel distribusi frekuensi berikut:

**Tabel 10. Efektivitas Media Bedah Buku**

Tingkat Efektivitas	Jumlah	Persentase	Skor	Efektivitas
Sangat Tidak Efektif (STS)	1	0.98	3,79	Efektif
Tidak Efektif (TE)	2	1.96		
Cukup Efektif (CE)	23	22.55		
Efektif (E)	50	49.02		
Sangat Efektif (SE)	26	25.49		
Jumlah	102	100.00		

Tabel 10 menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan strategi promosi dengan media bedah buku adalah efektif, yaitu sebanyak 51 responden (50,00%), sedangkan sisanya sebanyak 6 responden menyatakan sangat efektif (5,88%), sebanyak 31 responden menyatakan cukup efektif (30,39%), sebanyak 13 responden menyatakan tidak efektif (12,75%) dan sebanyak 1 responden (0,98) menyatakan sangat tidak efektif. Perhitungan rata-rata keseluruhan skor persepsi responden terhadap efektivitas bedah buku adalah 3,79 sehingga dapat disimpulkan penggunaan bedah buku dalam strategi promosi Perpustakaan Universitas Atma Jaya Yogyakarta adalah efektif.

- **Pembahasan Hasil Penelitian**

Hasil keseluruhan dari angket yang dibagikan menunjukkan hasil pengukuran tingkat efektivitas bentuk-bentuk promosi yang dilaksanakan oleh Perpustakaan Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Diurutkan dari tingkat efektivitas paling tinggi sampai paling rendah:

**Tabel 11. Urutan Tingkat Efektivitas**

Urutan	Bentuk Promosi	Skor	Efektivitas
1	<i>Library Tour</i>	3,97	Efektif
2	Pelatihan Literasi	3,92	Efektif
3	Pameran perpustakaan	3,83	Efektif
4	Buku pedoman perpustakaan	3,82	Efektif
5	Bedah Buku	3,79	Efektif
6	<i>Web Perpustakaan</i>	3,69	Efektif
7	Brosur	3,65	Efektif
8	<i>Display Koleksi Terbaru</i>	3,60	Efektif
9	Penerbitan Majalah WIPA	3,43	Efektif

## 5. Kesimpulan

Hasil pengukuran efektivitas bentuk-bentuk promosi pada Perpustakaan Universitas Atma Jaya Yogyakarta menunjukkan bahwa efektivitas media promosi dinilai efektif terbukti dengan jumlah pengguna yang datang dan memanfaatkan fasilitas layanan yang ditawarkan perpustakaan. Tingkat efektivitas tertinggi ada pada bentuk promosi *Library Tour* dengan nilai 3,97 dan terendah pada penerbitan majalah WIPA yaitu sebesar 3,43.

Hasil pengukuran efektivitas bentuk-bentuk promosi perpustakaan secara menyeluruh dijelaskan sebagai berikut: promosi menggunakan *library tour* dinilai paling efektif dengan tingkat efektivitas sebesar 3,97. Dengan kegiatan ini para pengguna aktif (mahasiswa baru khususnya) menjadi tahu dan paham akan segala sesuatu terkait Perpustakaan Universitas Atma Jaya Yogyakarta. **Pelatihan Literasi** dinilai efektif sebagai media promosi Perpustakaan Universitas Atma Jaya Yogyakarta dengan tingkat efektivitas sebesar 3,92. Dengan adanya kegiatan ini informasi terkait sistem penelusuran untuk keperluan pencarian data-data semakin mudah. **Pameran Perpustakaan** dinilai efektif dengan tingkat efektivitas sebesar 3,83. Dengan menggelar pameran secara rutin para pengunjung disuguhkan pilihan dan hal-hal baru yang ada di perpustakaan. Promosi menggunakan **Buku Pedoman Perpustakaan** dinilai efektif dengan tingkat efektivitas sebesar 3,82. Media tersebut mampu memuat informasi tentang perpustakaan secara menyeluruh. **Bedah Buku** dinilai efektif dengan tingkat efektivitas sebesar 3,79. Dengan kegiatan ini para pengguna semakin dimudahkan untuk memahami isi dan kualitas dari suatu buku terbitan baru yang ada. **Web perpustakaan** dinilai efektif dengan tingkat efektivitas sebesar 3,69. Dengan *web* perpustakaan pengunjung semakin mudah untuk mendapatkan informasi yang

dibutuhkan seperti jenis layanan, jam buka perpustakaan, fasilitas yang ada, dan berbagai kegiatan yang diselenggarakan. **Brosur** dinilai efektif dengan tingkat efektivitas sebesar 3,65. Media promosi tersebut mampu memberikan informasi dan pesan secara singkat tetapi jelas dengan fitur yang menarik bagi pengguna perpustakaan. **Display koleksi terbaru** dinilai efektif dengan tingkat efektivitas sebesar 3,60. Dengan cara *display* koleksi terbaru ini para pengunjung menjadi tahu dan tertarik untuk melihat koleksi buku/majalah/jurnal terbaru yang ada. **Majalah WIPA** dinilai efektif dengan tingkat efektivitas sebesar 3,43. Dengan media ini para pengguna diajak untuk berpartisipasi menuliskan karya mereka agar terpublikasikan.

## 6. Saran

Dari hasil penelitian yang diperoleh, 9 bentuk promosi yang rutin dilaksanakan tersebut berdasarkan penghitungan tingkat efektivitas sudah efektif dalam menarik minat pengguna untuk memanfaatkan perpustakaan, sehingga perlu dipertahankan, dikembangkan dan ditingkatkan menjadi sangat efektif. *Library tour* memiliki tingkat efektivitas paling tinggi artinya dapat dimanfaatkan sebagai alat promosi andalan. Untuk pengembangannya perlu ditambahkan kegiatan yang menarik seperti demo literasi, demo proses pencarian di rak dalam bentuk tayangan visual atau praktik langsung. Dalam *web* perpustakaan sebaiknya ditambah fasilitas-fasilitas yang semakin memudahkan pengguna perpustakaan dalam memanfaatkan jasa perpustakaan seperti layanan mandiri, layanan unggah mandiri, dan layanan deteksi plagiasi seperti 'turnitin'. Bentuk promosi majalah WIPA mempunyai tingkat efektivitas terendah sehingga perlu ditingkatkan misalnya dengan penerbitan secara *online* sehingga jangkauan pembacanya lebih luas.

Bagi penelitian selanjutnya diharapkan mampu memperluas indikator variabel-variabel secara lebih mendalam dari setiap bentuk media promosi, sehingga dimungkinkan mempertahankan, mengembangkan dan meningkatkan dengan menggunakan strategi baru berbasis teknologi informasi. Tidak menutup kemungkinan untuk menambah atau mencari alternatif bentuk penelitian tentang promosi perpustakaan yang sesuai dengan perkembangan teknologi informasi yang menjawab keinginan pengguna secara menyeluruh, khususnya civitas akademika Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

## 7. Daftar Pustaka

- [1] Mustafa, Badollahi. 2012. *Materi Pokok Promosi Jasa Perpustakaan*. Tangerang Selatan: Universitas Terbuka.
- [2] Mustinda, Sonia. 2010. *Promosi Yang Dilakukan Di Perpustakaan Kementerian Pendidikan Nasional RI*. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah.
- [3] Simahate, Tessa. 2015. *Efektivitas Komunikasi Persuasif Pustakawan dan Komunikasi Pemasaran Perpustakaan Unimed terhadap Kepuasan Pengguna*. *Jurnal Pendidikan Ilmu-Ilmu Sosial* 7 (1): 107-118.

- [4] Afriani, Nova dan Yunaldi, 2012. *Peranan Promosi Perpustakaan Terhadap Kunjungan Pemustaka di Perpustakaan Umum Kota Solok*. Jurnal Ilmu Perpustakaan dan Informasi Vol. 1 No.1, 9-16.
- [5] Pahlefi, M. Rizal. 2013. *Strategi Promosi Perpustakaan Perguruan Tinggi (Studi Kasus pada Perpustakaan Universitas Jambi)*. Yogyakarta: Program Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga.
- [6] Lasa HS. 2009. *Kamus Kepustakawanan Indonesia*. Yogyakarta: Pustaka Book Publisher.
- [7] Safaria, Triantoro. 2004. *Kepemimpinan*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- [8] Kriyantono, Rachmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Predana Media Group.
- [9] Bungin, Burhan. 2007. *Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Kencana.
- [10] Durianto, Darmadi, Sugiarto, Anton W.W., Hendrawan S. 2003. *Invasi Pasar dengan Iklan yang Efektif*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.