

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perpustakaan perguruan tinggi merupakan unit pelaksana yang melaksanakan tri dharma perguruan tinggi dengan banyak cara untuk memberikan sumber informasi kepada lembaga induk khususnya, serta mahasiswa tentu juga perlu melakukan perubahan promosi dari media cetak ke sosial di lingkungan akademik. Diera serba teknologi ini, perilaku pencarian informasi yang dilakukan mahasiswa juga menjadi berbeda. Untuk beberapa orang yang telah terlatih menggunakan teknologi biasanya sudah lincah untuk mengeksplor perpustakaan yang telah menggunakan teknologi didalamnya dan lebih mudah memahami bagaimana teknologi bekerja di perpustakaan. Hanya saja, tidak semua mahasiswa memiliki skill yang sama dalam melakukan pencarian dan memiliki latar belakang yang aktif dengan teknologi.

Dalam penelitian Ahwan (2022) yang berjudul Karakteristik Mahasiswa Pasacasarjana Dalam Mencari Informasi Di Perpustakaan Perguruan Tinggi dijelaskan bahwa ada banyak hal yang melatarbelakangi mahasiswa untuk memanfaatkan layanan perpustakaan dan bagaimana mereka mencari informasi di perpustakaan, mulai dari latar belakang ekonomi, daerah, hingga jabatan. Perbedaan latar belakang tersebut juga mempengaruhi bagaimana mereka ketika datang ke perpustakaan. Mahasiswa dengan latar belakang ekonomi rendah dan tinggal di pedesaan

cenderung enggan bertanya kepada pustakawan dan memilih buku yang mereka cari sendiri. Mahasiswa dengan latar belakang ekonomi tinggi dan dari perkotaan cenderung menyuruh pustakawan ataupun temannya untuk membantu mencari informasi.

Hal ini tentu akan membuat pandangan tentang perpustakaan juga berbeda. Dari penelitian yang dilakukan oleh Nurislaminingsih & Partini (2016) bahwa ada beberapa peneruh yang mempengaruhi persepsi pemustaka terhadap perpustakaan di Perpustakaan Kota Yogyakarta yakni dari latar belakang pemustaka itu sendiri. Keluarga, teman dan guru atau pendidik sangat mempengaruhi pemustaka dalam melihat bagaimana perpustakaan. Dalam lingkup teman sepermainan, pemustaka akan melihat perpustakaan selain tempat belajar adalah sebagai tempat bermain bersama teman hingga tempat untuk cuci mata. Dalam lingkup keluarga, perpustakaan adalah tempat untuk membaca dan meminjam buku hingga tempat untuk mengisi waktu luang. Dan untuk pendidik, perpustakaan biasanya dipandang sebagai tempat untuk menyediakan jawaban untuk tugas yang diberikan. Persepsi pada kenyataannya adalah proses kognitif yang dialami setiap orang ketika berusaha memahami informasi yang diterimanya (Wijaya, 2020). Dan dari proses ini, akan ada beberapa faktor yang mempengaruhinya, menurut Handayana dalam Komariah *et al* (2009) seperti sikap yang dipengaruhi oleh nilai yang dianut seseorang, motif keinginan atau kebutuhan seseorang, perhatian

seseorang yang dipengaruhi latar belakang, pengalaman dan harapan (Wijaya, 2020).

Dari penelitian diatas, belum tentu persepsi yang dimiliki oleh pemustaka perguruan tinggi juga memiliki pandangan yang sama. Ditambah dengan perbedaan yang mencolok tentang bagaimana perpustakaan mempromosikan dirinya, tentu hal ini juga akan mempengaruhi bagaimana perpustakaan itu dipandang. Maka dari itu, perpustakaan perguruan tinggi juga memerlukan kegiatan promosi untuk membantu mahasiswa yang enggan bertanya kepada pustakawan tetap bisa masuk ke perpustakaan dan memanfaatkan layanannya.

Menurut temuan dari penelitian yang dilakukan oleh DeCoster dan Naatus (2017), perpustakaan akademik mulai beralih ke media sosial untuk melakukan promosi, hal ini dilakukan oleh Perpustakaan Universitas Saint Peter, dimulai dari Facebook dan berlanjut ke Instagram. Penelitian tersebut dilakukan bersama mahasiswa yang mengambil jurusan program studi Digital and Social Media Marketing. Hasil penelitian tersebut menjabarkan bahwa ada manfaat yang signifikan bagi perpustakaan akademik, Suharso & Pramesti (2020) dengan menggunakan sosial media ditemukan bahwa perpustakaan akademik dapat menjalin hubungan kolaboratif dengan departemen akademik, meningkatkan kualitas dan frekuensi posting media sosial (Instagram), meningkatkan keterlibatan mahasiswa dengan perpustakaan , dan mengurangi tekanan pada pustakawan profesional. Sedangkan di Indonesia beberapa perpustakaan

masih menggunakan media lain dibandingkan dengan menggunakan Instagram atau media sosial lainnya. Metode promosi tradisional masih digunakan, termasuk pembuatan pamflet, baliho, dan materi serupa lainnya. Menurut temuan kajian yang dilakukan Sudiar, Mafar, dan Rosman, demikianlah halnya bahwa perpustakaan masih menggunakan metode promosi lama. (Adilla et al., 2023) .

Hanya saja pada kenyataannya, tidak semua perpustakaan mampu untuk memaksimalkan penggunaan media sosial sebagai alat promosi perpustakaan. Ini dikarenakan akun media sosial milik perpustakaan yang masih sepi pengikut, total like dan kolom komentar yang masih kosong terhadap konten yang telah dibuat (Nurhayati, 2022). Ditambah masih banyak orang yang belum memiliki pandangan yang positif tentang perpustakaan. Masih banyak yang menganggap bahwa perpustakaan hanyalah tempat untuk menyimpan buku-buku lama digedung tua menurut Mustofa (2019) dalam (Risdiyanto & Ganggi, 2023). Maka dari itu, diperlukan branding untuk menepis stigma perpustakaan lama sebagai bangunan untuk menyimpan buku lama dan meramaikan media sosial perpustakaan.

Brand atau dalam bahasa Indonesia disebut dengan citra, tidak hanya sebagai sebuah gambaran dari sesuatu tetapi merupakan nilai dari sebuah tujuan dan usaha yang telah dilakukan. Sedangkan branding atau pencitraan adalah kegiatan menciptakan citra tertentu yang positif, bukan negatif (Amalia, 2015, p. 15) (Tantawi & Zahra, 2020). *Branding*

perpustakaan dapat membangun citra perpustakaan yang akan berpengaruh pada psikis atau emosional pelanggan seperti rasa ketertarikan, kenyamanan, dan kepercayaan terhadap perpustakaan (Risdiyanto & Ganggi, 2023). Maka dari itu penting perpustakaan untuk membangun branding yang tepat agar perpustakaan menjadi tempat yang sesuai dengan karakteristik mahasiswa.

Di era digital ini, media sosial yang paling digunakan oleh mahasiswa salah satunya adalah Instagram. Promosi perpustakaan menggunakan instagram sudah menjadi tren, hal ini diperkuat dengan adanya penelitian di Inggris yang dilakukan oleh Taylor & Francis Group dalam Nasihuddin (2016) yang menyatakan bahwa lebih dari 70% dari perpustakaan menggunakan media sosial; 60% perpustakaan telah memiliki media sosial lebih dari tiga tahun; dan 30% pustakawan telah memposting informasi yang terkait dengan layanan perpustakaan setiap hari (Mustofa, 2018). Selain itu, fitur yang ada di Instagram dapat membantu perpustakaan untuk melakukan branding seperti mengunggah foto, video, hingga dapat melakukan kegiatan livestreaming.

Pemanfaatan media sosial ini sebagai media promosi juga berdampak pada media cetak seperti brosur, selebaran dll atau biasa disebut flyer. Karena perkembangan teknologi, kita dapat membuat flyer tanpa perlu mencetaknya dan bisa membagikannya di sosial media versi digital dari flyer biasa disebut *electronic* flyer atau disingkat e-flyer. E-Flyer adalah alat pemasaran yang digunakan dengan cara menyampaikan

promosi ke customer melalui media digital, seperti email, Instagram, Facebook, hingga website (R-Putra, 2022). Dalam pembuatan e-flyer ini, informasi yang dimuat biasanya berupa layanan dan hasil kreatifitas dari suatu perpustakaan. Maka dari itu, penggunaan e-flyer ini akan sangat membantu pustakawan dalam melakukan kegiatan promosi (Haq, et. al., 2006) dalam (Mulyawan, 2019).

Penggunaan e-flyer ini sudah banyak digunakan di masyarakat. Mulai dari lingkup universitas hingga rumah sakit. Universitas Bina Sarana Informasi Bogor adalah salah satu universitas yang sudah pernah melakukan pelatihan tips membuat e-flyer dan konten digital secara daring menggunakan zoom. Sofian Wirahadi selaku Staf Marketing dan Komunikasi Universitas BSI, menjadi narasumber mengajak para mahasiswa untuk yang mengikuti untuk mengupayakan digital branding sebagai konten kreator dan beliau juga menambahkan bahwa :

“Flyer model digital dapat menjangkau audiens yang lebih luas. Proses pembuatannya pun bisa lebih cepat dan menghemat biaya operasional,”

Selain itu, dalam penelitian Rosyadi et al., (2024) juga menunjukkan bahwa e-flyer telah membantu tenaga farmasi untuk menyampaikan bagaimana cara penggunaan obat insulin, dan hampir semua tenaga farmasi belajar menggunakan aplikasi bernama canva untuk membuat e-flyer karena dirasa lebih mudah untuk mengedukasi pasien lewat media sosial. Tentu hal ini juga mengisyaratkan bahwa penggunaan

e-flyer ini akan sangat mempermudah seseorang atau instansi untuk melakukan promosi lewat media sosial.

E-flyer sendiri memiliki beberapa perbedaan terutama dengan brosur dan juga poster. Perbedaan paling mencolok dapat dilihat dari jenis ukuran. Untuk brosur biasanya menggunakan kertas A4, poster menggunakan kertas A3 sedangkan e-flyer biasanya menggunakan kertas A5 atau menyesuaikan jenis media yang akan digunakan. Dari segi promosi, biasanya brosur menggunakan informasi yang lengkap dan detail, poster berfokus untuk memberikan informasi sedangkan e-flyer biasanya hanya fokus pada inti promosi saja.

Dari perbedaan tersebut, e-flyer lebih banyak digunakan karena informasi yang disebutkan didalamnya termasuk mudah dicerna dan to the poin. Ditambah dengan dibagikan lewat media sosial menjadikannya lebih mudah untuk menjangkau target market yang akan dituju. Dan sebagai pusat informasi, tentu perpustakaan perlu melakukan hal yang sama agar sigma perpustakaan sebagai tempat untuk menyimpan buku-buku tua mulai menghilang.

Branding menggunakan media sosial juga telah dilakukan oleh Perpustakaan UIN SATU Tulungagung. Perpustakaan UIN SATU Tulungagung menjadi salah satu perpustakaan yang melakukan kegiatan branding di media sosial, mulai dari facebook, tiktok, youtube dan juga instagram, selain itu juga menggunakan e-flyer ini sebagai media promosinya. Namun, Perpustakaan UIN Sayyid Ali Rahmatullah

Tulungagung lebih aktif melakukan kegiatan promosinya di instagram karena mahasiswa lebih banyak yang menggunakan instagram, hal ini dapat dilihat dari jumlah followers tiap sosmed yang dimiliki oleh Perpustakaan UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung. Jumlah followers Perpustakaan UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung di facebook mencapai 3000 orang, di tiktok hanya 178 orang, di youtube mencapai 7.400 orang sedangkan di instagram memiliki followers tertinggi yakni 11.200 orang.

Branding yang dilakukan Perpustakaan UIN SATU Tulungagung untuk mempromosikan dirinya cukup banyak mulai dari melakukan perubahan dari segi desain tiap tahunnya. Hal ini terlihat dari postingan pada 25 Maret 2021 Perpustakaan UIN SATU Tulungagung mulai menggunakan warna – warna tertentu untuk pembuatan desainnya, ditambah mulai banyak jenis konten e-flyer yang dibuat mulai dari layanan, cara peminjaman, buku –buku digital, tanya pustakawan dsb. Dari banyaknya jenis konten yang dibuat hal ini tentu akan mempermudah mahasiswa untuk datang ke perpustakaan secara langsung. Tentu hal ini juga akan mempengaruhi persepsi pemustaka

Karena banyaknya followers yang ada di Instagram itu cukup tinggi, ditambah desain e-flyer terus diupdate tentu hal ini akan membuat pandangan pemustaka sedikit berbeda, maka dari itu peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana persepsi mahasiswanya sebagai pemustaka.

B. Fokus Masalah

Untuk memudahkan penulisan terkait Persepsi Pemustaka Terhadap Penerapan *E-Flyer* Dalam Strategi *Branding* Pada Promosi Perpustakaan UIN SATU Tulungagung maka peneliti akan menguraikan :

- a. Bagaimana persepsi mahasiswa terkait desain e-flyer yang dibuat oleh Perpustakaan UIN SATU Tulungagung ?
- b. Bagaimana persepsi mahasiswa terkait branding yang dimiliki oleh Perpustakaan UIN SATU Tulungagung ?

C. Tujuan Penelitian Penelitian

Tujuan dari penulisan terkait penelitian ini adalah untuk mengetahui :

- a. Mengetahui lebih lanjut terkait bagaimana persepsi mahasiswa terkait desain e-flyer yang dibuat oleh Perpustakaan UIN SATU Tulungagung
- b. Mengetahui lebih lanjut terkait bagaimana persepsi mahasiswa terkait branding yang dimiliki oleh Perpustakaan UIN SATU Tulungagung

D. Metodologi Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian dengan judul yang telah diungkapkan diatas merupakan penelitian dengan penelitian deskriptif dan pendekatan kualitatif. Metode deskriptif adalah metode yang digunakan untuk mendeskripsikan suatu peristiwa atau kejadian atau gejala yang terjadi,

dilanjutkan dengan penggambaran peristiwa atau kejadian atau gejala yang sebagaimana adanya. Tujuan dari metode deskriptif ini adalah untuk memberikan gambaran yang rinci tentang situasi yang diteliti saat ini.

2. Pendekatan Penelitian

Pendekatan melalui metode kualitatif adalah metode penelitian yang dilandaskan pada filsafat postpositivisme. Metode ini diaplikasikan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah. Metode ini menempatkan sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara tiranggulasi, hasil analisis data akan bersifat induktif dan hasil penelitian yang telah dilakukan akan lebih menekankan makna daripada generalisasi.

3. Tempat dan Waktu Penelitian

Tempat atau lokasi penelitian dilakukan di Perpustakaan Pusat UIN SATU Tulungagung yang bertempat di Jl. Mayor Surjadi Timur 46 Plosokandang, Kedungwaru, Tulungagung Jawa Timur, 66221. Penelitian ini berlangsung 1 bulan lebih yakni mulai tanggal 18 Desember 2023 hingga 31 Januari 2024.

4. Kriteria Informan

Penelitian ini menggunakan *Self-Selection Sampling* sebagai cara untuk menentukan informan. *Self-selection sampling* (Firmansyah & Dede, 2022) adalah seseorang atau kelompok yang mau menjadi bagian dari penelitian atas kemauan diri sendiri. Teknik ini termasuk

non-probability sampling yang dimana pengambilan sampelnya tidak dilakukan secara keseluruhan. Dari teknik ini, narasumber yang dipilih adalah peneliti bertanya secara random kepada mahasiswa yang tetap datang ke perpustakaan meski libur semester, ditemukan ada 8 orang partisipan yang suka rela untuk menjadi informan yakni, 3 orang dari semester 5 dan 5 orang dari semester 8. Dan untuk memperdalam bagaimana e-flyer itu dibuat, peneliti juga mewawancarai pengelola e-flyer Perpustakaan UIN SATU Tulungagung.

5. Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, ada beberapa teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data penelitian, yakni :

a. Observasi

Menurut Ardiansyah et al., (2023) observasi merupakan teknik pengumpulan data yang melibatkan pengamatan langsung terhadap partisipan dan konteks yang terlibat dalam fenomena penelitian.

Observasi adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara melakukan pengamatan kemudian melakukan pencatatan secara sistematis terhadap objek yang diteliti. Di dalam penelitian ini menggunakan observasi tidak terstruktur karena sampel informan diambil secara acak.

b. Wawancara (Interview)

Menurut Ardiansyah et al., (2023) wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang melibatkan interaksi langsung antara peneliti dan partisipan penelitian.

Penelitian ini menggunakan wawancara tidak terstruktur, yang mana wawancara ini dilakukan tidak menggunakan pedoman wawancara yang tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengambilan datanya. Pedoman wawancara yang digunakan hanya garis garis besar yang terkait dengan permasalahan yang ditanyakan.

c. Dokumentasi

Penelitian ini menggunakan dokumentasi untuk menyimpan dan mempelajari peristiwa yang terjadi selama wawancara. Dokumentasi melibatkan pengumpulan data dari dokumen, arsip, atau bahan tertulis lainnya yang berkaitan dengan fenomena penelitian (Ardiansyah et al., 2023).

6. Teknik Analisis Data

Penelitian ini juga menggunakan teknik analisis data ini kurang lebih sama dengan teknik analisa kualitatif yang lain yakni menggunakan model Miles dan Huberman yakni sebagai berikut :

a. Reduksi Data

Reduksi data adalah proses memilih, memusatkan perhatian, menyederhanakan, meringkas dan mentransformaasikandata mentah. Setelah melakukan pengambilan data, peneliti perlu melakukan

perangkuman terhadap hasil penelitian dan hal penting lain untuk dicari tema dan polanya.

b. Penyajian Data

Miles dan Huberman menampilkan data yang sudah direduksi ke dalam suatu bentuk untuk membantu menarik kesimpulan. Miles dan Huberman juga membatasi suatu penyajian sebagai sekumpulan informasi tersusun yang memberikan penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Dengan melakukan penyajian data tentu akan memudahkan peneliti dalam memahami penelitian yang telah dilakukan. Penyajian data ini dapat berupa tabel, grafik, matrik, *network* dan *chart*.

c. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi

Menarik dan verifikasi kesimpulan adalah proses untuk mengumpulkan hasil penelitian sekaligus memverifikasi bahwa kesimpulan tersebut didukung oleh data yang telah dikumpulkan dan dianalisis. Ditahapan ini peneliti mulai mengemukakan kesimpulan sesuai dengan bukti pendukung dalam pengumpulan data, jika bukti yang telah didapat valid dan konsisten maka peneliti dapat menarik kesimpulan yang kredibel.