

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi Promosi POCADI (Pojok Baca Digital) Dalam Meningkatkan Minat Kunjung Pemustaka Di Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Tulungagung” ini ditulis oleh Shafa Salsabilla, NIM. 126310211028, dengan pembimbing Nurul Setyawati Handayani, M.A.

Kata Kunci: Minat kunjung, Pojok baca digital, Strategi promosi.

Strategi promosi sebagai perencanaan kegiatan yang dilakukan oleh suatu organisasi dalam memberikan informasi yang bertujuan untuk menarik minat masyarakat terhadap barang atau jasa. Pojok Baca Digital mengalami kekurangan pengunjung, sehingga upaya strategi promosi perlu diterapkan.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi promosi pada Pojok Baca Digital (POCADI) dalam meningkatkan minat kunjung pemustaka dan mengetahui kendala dalam mempromosikannya. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini melalui observasi, wawancara semi terstruktur, dan dokumentasi. Informan penelitian ini termasuk 5 staff sebagai pengelola dan 2 pengunjung POCADI. Kemudian analisis data dimulai dari reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Dalam teknik keabsahan data peneliti menggunakan triangulasi yang mencakup triangulasi sumber, triangulasi teknik, dan triangulasi waktu.

Hasil penelitian ini adalah dalam mempromosikan POCADI memanfaatkan kegiatan yang dilakukan oleh perpustakaan seperti kunjungan sekolah ke Perpustakaan Daerah Tulungagung. Pada kegiatan tersebut sekaligus mempromosikan POCADI dan juga berusaha mempromosikan layanannya melalui sosial media berupa instagram. Terdapat data yang menunjukkan bahwa jumlah pengunjung dalam satu bulan kurang dari 40 hingga kurang dari 60 pengunjung menunjukkan bahwa tingkat kunjungan yang tidak stabil. Selain itu, terdapat kendala yang dialami yaitu tidak adanya kegiatan khusus yang diadakan maupun dalam rangka mempromosikan POCADI. Adapun kelemahan promosi melalui instagram yaitu

sifatnya yang belum bisa menjangkau masyarakat luas karena masyarakat yang tidak memiliki akun istagram. Kurangnya minat baca masyarakat turut menjadi kendala dalam mempromosikan POCADI.

Berdasarkan kendala tersebut terdapat saran yang dapat dipertimbangkan untuk kedepannya yaitu POCADI dapat menyelenggarakan kegiatan khusus seperti seminar secara rutin. Dalam kendala promosi melalui instagram staff POCADI dapat membuat jadwal secara konsisten antara 2 – 4 kali dalam seminggu untuk memposting konten terkait POCADI. Selain media digital dapat memanfaatkan media cetak sebagai media promosi salah satunya adalah brosur yang dapat dibagikan kepada masyarakat.

ABSTRACT

Undergraduate Thesis with the title “Promotion Strategy of POCADI (Pojok Baca Digital) in Increasing Visitor Interest in the Tulungagung Regency Regional Public Library” was written by Shafa Salsabilla, NIM. 126310211028, with the supervisor Nurul Setyawati Handayani, M.A.

Keywords: Digital reading corner, visiting interest, promotion strategy.

Promotion strategy as a planning activity carried out by an organization in providing information that aims to attract public interest in goods or services. Pojok Baca Digital is experiencing a shortage of visitors, so promotional strategy efforts need to be implemented.

The purpose of this research is to find out the promotional strategy of the Pojok Baca Digital (POCADI) in increasing the interest of visiting library users and knowing the obstacles in promoting it. This research uses qualitative research methods with a case study approach. Data collection techniques in this study were observation, semi-structured interviews, and documentation. The informants of this research included 5 staff as employee and 2 visitors to POCADI. Then the data analysis starts from data reduction, data presentation, and conclusion drawing. In data validity techniques, researchers use triangulation which includes source triangulation, technique triangulation, and time triangulation.

The results of this study are in promoting POCADI utilizing activities carried out by libraries such as school visits to the Tulungagung Regional Library. In these activities as well as promoting POCADI and also trying to promote its services through social media in the form of Instagram. In addition, there are obstacles experienced, namely the absence of special activities held or in order to promote POCADI. There is data showing that the number of visitors in one month is less than 40 to less than 60 visitors, indicating that the level of visitation is not stable. The weakness of promotion through Instagram is that it cannot reach the wider community because people do not have an Instagram account. The lack of public interest in reading is also an obstacle in promoting POCADI.

Based on these constraints, there are suggestions that can be considered for the future, namely POCADI can organize special activities such as seminars on a regular basis. In the constraints of promotion through Instagram, POCADI staff can make a consistent schedule between 2 - 4 times a week to post content related to POCADI. In addition to digital media, it can utilize print media as a promotional medium, one of which is a brochure that can be distributed to the public.

ملخص

هذه الأطروحة، بعنوان ”استراتيجيات ترويجية لـ POCADI (ركن القراءة الرقمية) لزيادة اهتمام الزوار بمكتبة مقاطعة تولونغاونغ العامة“، كتبها شافا سالساييلا، رقم الطالب 126310211028، تحت إشراف نورول سيتياواتي هانداياني، ماجستير.

الكلمات المفتاحية: اهتمام الزوار، ركن القراءة الرقمية، استراتيجية الترويج.

استراتيجية الترويج هي خطة أنشطة تنفذها منظمة ما لتوفير معلومات تهدف إلى جذب اهتمام الجمهور بالسلع أو الخدمات. شهد ركن القراءة الرقمية انخفاضاً في عدد الزوار، لذا يلزم تنفيذ استراتيجية ترويجية.

كان الهدف من هذه الدراسة هو تحديد الاستراتيجيات الترويجية التي يستخدمها ركن القراءة الرقمية (POCADI) لزيادة اهتمام الزوار وتحديد العقبات التي تعترض الترويج له. استخدمت هذه الدراسة طريقة البحث النوعي مع نهج دراسة الحالة. تضمنت تقنيات جمع البيانات في هذه الدراسة الملاحظة والمقابلات شبه المنظمة والتوثيق. وشملت المصادر في هذه الدراسة خمسة موظفين بصفة مديرين واثنين من زوار POCADI. بدأ تحليل البيانات بتقليل البيانات وعرضها واستخلاص النتائج. فيما يتعلق بتقنيات صحة البيانات، استخدم الباحث التثليث، الذي شمل تثليث المصادر وتثليث التقنيات وتثليث الوقت.

تظهر نتائج هذه الدراسة أن الترويج لـ POCADI يتضمن الاستفادة من الأنشطة التي تقوم بها المكتبات، مثل الزيارات المدرسية إلى مكتبة تولونغاونغ الإقليمية. تعزز هذه الأنشطة POCADI وتسعى أيضاً إلى الترويج لخدماتها من خلال وسائل التواصل الاجتماعي، ولا سيما Instagram. هناك بيانات تظهر أن عدد الزوار في الشهر يقل عن 40 إلى أقل من 60 زائراً، مما يشير إلى مستوى غير مستقر للزيارات. بالإضافة إلى ذلك، هناك عقبات تواجهها المكتبة، وهي عدم وجود أنشطة خاصة لتعزيز POCADI. وتكمن نقطة الضعف في الترويج عبر Instagram في عدم قدرته على الوصول إلى جمهور واسع لأن ليس كل شخص لديه حساب على Instagram. كما أن عدم اهتمام المجتمع بالقراءة يمثل عقبة في تعزيز POCADI.

بناءً على هذه القيود، هناك اقتراحات يمكن أخذها في الاعتبار في المستقبل، وهي أن POCADI يمكنها تنظيم أنشطة خاصة مثل الندوات بشكل منتظم. فيما يتعلق بالترويج عبر Instagram، يمكن لموظفي POCADI وضع جدول زمني ثابت لنشر 2-4 منشورات أسبوعياً تتعلق بمحتوى POCADI. بالإضافة إلى الوسائط الرقمية، يمكن أيضاً استخدام الوسائط المطبوعة للترويج، ومن الأمثلة على ذلك الكتيبات التي يمكن توزيعها على الجمهور.