

**PERSEPSI MAHASISWA TERHADAP PROMOSI LAYANAN
ELECTRONIC THESE (E-THESES) DI PERPUSTAKAAN PUSAT UIN
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG**

Erissa Aprillia Rengganis

NIM: 071311633106

Email: erissa.april@gmail.com

Abstrak

Personal selling merupakan salah satu kegiatan promosi yang saat ini diperlukan oleh perpustakaan perguruan tinggi guna memperkenalkan layanan yang dimilikinya, salah satunya *electronic theses*. Kegiatan promosi yang dilakukan oleh Perpustakaan Pusat UIN Maulana Malik Ibrahim Malang dengan hanya menggunakan *personal selling* berpengaruh pada pemanfaatan layanan *electronic theses* tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi dari mahasiswa terhadap promosi layanan *electronic theses (e-theses)* di Perpustakaan Pusat UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. Proses persepsi dari DeVito yang digunakan dalam penelitian ini yang terdiri tiga proses yaitu proses penerimaan rangsang, proses pengorganisasian atau pengaturan rangsangan, dan proses penafsiran-evaluasi. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif deskriptif dengan metode pengambilan sampel *purposive sampling*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi mahasiswa terhadap promosi layanan *electronic theses (e-theses)* dari aspek penglihatan menghasilkan skor rata-rata 3,07 yang dinilai baik. Sedangkan pada aspek pendengaran, mahasiswa mempersepsikan promosi layanan *electronic theses (e-theses)* dalam kategori baik dengan skor rata-rata 2,89. Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa promosi layanan *electronic theses (e-theses)* secara keseluruhan dinilai baik oleh mahasiswa.

Kata kunci: promosi, *electronic theses*, perpustakaan

ABSTRACT

Personal selling was one of the promotional activities that it was currently required by the college library to introduce the service it had, one of them were *electronic theses*. Promotional activities were conducted by The Central Library UIN Maulana Malik Ibrahim Malang by only using personal selling had an effect on the utilization of *electronic theses* services, how students responded to the promotion of electronic services. This study aims to determine the perception of students on the promotion of *electronic theses* (e-theses) services in UIN Maulana Malik Ibrahim Malang Central Library. The process of perception of DeVito was used in this study consists of three processes, namely the process of receiving the stimuli, the process of organizing stimuli and interpretation-evaluation process. This research used descriptive quantitative research with *purposive sampling* method. These results indicated that students' perceptions of the promotion of *electronic theses* services (*e-theses*) from the visual aspect resulted in a mean score of 3.07 that was considered good. Meanwhile, in the aspect of hearing, students perceived the promotion of *electronic theses* (*e-theses*) services in good category with an average score of 2.89. Based on these results, it can be concluded that the promotion of *electronic theses* (*e-theses*) services overall rated well by students.

Keywords: promotion, *electronic theses*, library

PENDAHULUAN

Personal selling merupakan salah satu cara untuk mempromosikan layanan di perpustakaan. Kegiatan promosi dari perpustakaan ini diperlukan untuk memperkenalkan layanan-layanan yang dimiliki oleh perpustakaan. Promosi dengan menggunakan *personal selling* merupakan promosi yang dilakukan dengan berkomunikasi dua arah antara organisasi dengan konsumennya secara langsung dimana promosi ini dapat membangun hubungan jangka panjang

(Kotler, 2001: 201). Penelitian yang dilakukan oleh Magdalini Vasileiou dan Jennifer Rowley (2010) yang berjudul *Marketing and Promotion of E-book in Academic Libraries* menyebutkan bahwa promosi dari mulut ke mulut menjadi salah satu cara untuk mempromosikan *e-book* yang dimilikinya. Perpustakaan ini melayankan layanan berbasis elektronik seperti *e-book* guna mempertahankan diri mereka di era digital yang mana penyebaran informasi berkembang secara cepat dan tanpa batas karena kemajuan teknologi yang sangat pesat.

Berdasarkan hasil identifikasi dari *Association of Research Libraries* pada tahun 1996, perpustakaan digital menjadi salah satu pusat informasi yang memberikan layanan penyampaian informasi yang lebih efisien dan ikut berkontribusi menjadi tempat belajar seumur hidup (Vinod, 2014). Perpustakaan digital yang merembah di seluruh dunia ini mulai memberikan layanan yang dapat memudahkan pengguna untuk mendapatkan informasi, salah satu langkah menjadi perpustakaan digital adalah penerapan *electronic theses. Electronic theses and dissertation* (ETDs) merupakan layanan perpustakaan yang memberikan informasi mengenai penelitian ilmiah yang dilakukan oleh sivitas akademika yang dapat dengan mudah ditemukan, siap diakses, dan diterima di website (Vijaykumar and Murthy dalam Swain, 2010). Pada Juli 2017 menurut *Webometric* (2017) terdapat 80 universitas baik negeri maupun swasta yang berada di Indonesia memiliki repository yang menyediakan berbagai macam informasi baik skripsi, tesis, jurnal, dan dokumen lainnya. Penerapan layanan *electronic theses* didukung dengan adanya promosi sehingga layanan ini dapat dimanfaatkan secara maksimal oleh penggunanya.

Salah satu penelitian mengenai persepsi yaitu yang dilakukan Retnaningtyas, Sri, dkk. (2016) yang meneliti tentang persepsi mengenai promosi yaitu dengan judul *Persepsi Pasien terhadap Bauran Pemasaran Rumah Sakit dan Pilihan Rumah Sakit*. Penelitian yang dilakukan ini menjelaskan tujuh bauran pemasaran yang salah satunya adalah promosi yang dilakukan di Rumah Sakit Syuhada' Haji Blitar. Dari hasil penelitian, promosi menggunakan *word of mouth* baik dari teman maupun saudara memiliki kekuatan lebih untuk

merekomendasikan perujukan pasien di Rumah Sakit Syuhada' Haji sehingga promosi yang dilakukan oleh Rumah Sakit Syuhada' Haji ini dapat dikatakan baik karena masyarakat bisa mengetahui informasi dan letak rumah sakit dengan jelas.

Dari penjelasan diatas peneliti menggunakan Perpustakaan Pusat UIN Maulana Malik Ibrahim Malang sebagai tempat penelitian dimana perpustakaan ini sudah memiliki layanan berbasis elektronik yaitu *electronic theses (etheses)* yang dilayankan kepada para pengguna perpustakaan untuk memberikan referensi-referensi berupa skripsi, tesis maupun disertasi yang dihimpun dari penelitian yang berada di universitas Islam ini serta juga melakukan promosi untuk memperkenalkan layanan *electronic theses (etheses)* dengan melakukan *personal selling* yaitu mempromosikan secara langsung atau berkontak langsung dengan penggunannya dengan memanfaatkan kegiatan orientasi mahasiswa dan pelatihan *online research skills (ORS)*. Namun terdapat perbedaan pengunduh dari layanan ini yang tidak stabil dari bulan ke bulan sehingga menarik perhatian peneliti untuk mengetahui persepsi mahasiswa terhadap promosi yang diterapkan oleh Perpustakaan Pusat UIN Maulana Malik Ibrahim Malang dalam memanfaatkan layanan *electronic theses* dari aspek penglihatan dan pendengaran yang relevan untuk memberikan informasi terkait promosi layanan *electronic theses (e-theses)* yang hanya melalui *personal selling* ini.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan tiga proses dari DeVito (1997) dalam mengukur persepsi mahasiswa. Pada proses pertama, kita akan mangalami yang namanya penerimaan rangsangan terlebih dahulu baik melalui indera penglihatan, pendengaran, penciuman maupun peraba. Dalam proses ini kita akan menangkap apa yang bermakna bagi kita dan tidak menangkap yang kelihatannya tidak bermakna bagi kita. Namun pada penelitian ini hanya menggunakan indera penglihatan dan pendengaran.

Proses kedua yang dialami adalah rangsangan yang telah diterima oleh indera kita akan diatur menurut prinsip kemiripan (*proximity*) dan prinsip kelengkapan (*closure*). Proses terakhir yaitu penafsiran-evaluasi. Proses ini

merupakan proses subyektif yang melibatkan pihak penerima rangsangan. Penerima rangsang dalam menafsirkan dan mengevaluasi ini tidak hanya didasarkan pada rangsangan luar saja melainkan pengalaman masa lalu, kebutuhan, keinginan, keadaan fisik dan emosi juga dapat mempengaruhi penafsiran dan evaluasi.

Tipe penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kuantitatif deskriptif dan teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling dengan menentukan beberapa kriteria khusus dengan jumlah responden 97 orang responden yang ditentukan menggunakan rumus Slovin. Penelitian ini menggunakan observasi, data primer berupa penyebaran kuesioner, dan data sekunder dari instansi untuk mengumpulkan data serta pengolahan data menggunakan editing, coding, pembuatan tabel frekuensi dan penganalisan data.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bagian ini akan dipaparkan hasil temuan data dari lapangan. Data ini diambil dari kuesioner yang disebarakan ke 97 orang responden yaitu mahasiswa di Perpustakaan Pusat UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.

Tabel 1 Skorsing Aspek Penglihatan

Pernyataan	Mean	Kategori/Penilaian
Pengarahan yang diberikan pustakawan kepada mahasiswa tentang layanan <i>electronic theses (etheses)</i> dengan baik	3,07	Baik
Pustakawan yang mempraktekkan penggunaan layanan <i>electronic theses (etheses)</i> secara berurutan kepada mahasiswa	2,88	Baik
Pustakawan yang mempraktekkan penggunaan layanan <i>electronic theses (etheses)</i> dengan lengkap kepada mahasiswa	2,82	Baik
Pustakawan yang bersikap ramah kepada mahasiswa	3,05	Baik

Pustakawan yang berpenampilan rapi saat melakukan promosi layanan <i>electronic theses (etheses)</i> kepada mahasiswa	3,27	Sangat baik
Pustakawan yang berpenampilan sopan saat melakukan promosi layanan <i>electronic theses (etheses)</i> kepada mahasiswa	3,31	Sangat baik
Grand Mean	3,07	Baik

Sumber: Data Olahan Primer, 2017

Berdasarkan tabel 1 di atas dapat disimpulkan bahwa persepsi mahasiswa terhadap promosi layanan *electronic theses (e-theses)* yang dilakukan pustakawan dari segi penglihatan memiliki skor rata-rata 3,07 yang artinya mahasiswa beranggapan baik terhadap promosi yang dilakukan pustakawan. Sesuai dengan kewajiban pustakawan yang melaksanakan pelayanan perpustakaan dan informasi kepada setiap pengguna secara cepat, tepat, akurat sesuai dengan prosedur pelayanan perpustakaan, santun, dan tulus (Hermawan, 2006: 113).

Tabel 2 Skorsing Aspek Pendengaran

Pernyataan	Mean	Penilaian
Pustakawan menjelaskan layanan <i>electronic theses (e-theses)</i> dengan mudah dipahami	2,78	Baik
Pustakawan bertutur kata baik saat melakukan promosi layanan <i>electronic theses (e-theses)</i>	2,99	Baik
Pustakawan yang bertutur kata sopan saat melakukan promosi layanan <i>electronic theses (e-theses)</i>	3,05	Baik
Pustakawan yang menjelaskan layanan <i>electronic theses (e-theses)</i> dengan jelas	2,99	Baik
Pustakawan yang menjelaskan fungsi setiap konten layanan <i>electronic theses (e-theses)</i>	2,88	Baik
Pustakawan yang menjelaskan cara penggunaan layanan <i>electronic theses (e-theses)</i> secara detail	2,80	Baik
Pustakawan yang menjelaskan cara	2,92	Baik

pengunduhan file tugas akhir pada layanan <i>electronic theses (e-theses)</i>		
Kemampuan pustakawan dalam melakukan komunikasi dua arah dengan responden	2,94	Baik
Kemampuan pustakawan dalam mendengarkan kritik dari responden	2,75	Baik
Kemampuan pustakawan dalam menjawab keluhan dari responden	2,82	Baik
Grand Mean	2,89	Baik

Sumber: Data Olahan Primer, 2017

Dari tabel 2 diatas dapat disimpulkan bahwa mahasiswa mempersepsikan baik terhadap kegiatan promosi layanan *electronic theses (e-theses)* yang dilakukan oleh pihak perpustakaan melalui aspek pendengaran dengan rata-rata skor sebesar 2,89. Kemampuan pustakawan yang mampu melakukan komunikasi dua arah dapat membantu untuk memahami kebutuhan responden. Hal ini didukung dengan pernyataan dari Kotler (2001: 120) bahwa saluran komunikasi pribadi efektif untuk digunakan dalam mempromosikan produk dimana dalam komunikasi tersebut terjadi pertemuan dan umpan balik pribadi.

Dari pemaparan diatas promosi yang dilakukan baik dari aspek penglihatan maupun pendengaran ini akan meningkatkan pengguna untuk mengunjungi layanan *electronic theses (e-theses)* tersebut, seperti yang dikatakan oleh Pendit (2008:142) bahwa kegiatan promosi yang dilakukan dapat meningkatkan partisipasi sivitas akademika sehingga dapat melakukan fungsi penuh sebagai organisasi informasi yang terencana dan terukur dan meningkatkan pemanfaatan bahan pustaka.

KESIMPULAN DAN SARAN

Hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Persepsi mahasiswa terhadap promosi layanan *electronic theses (e-theses)* melalui aspek penglihatan memiliki skor rata-rata sebesar 3,07 yang artinya mahasiswa mempersepsikan promosi tersebut dalam kategori baik. Dari hasil pengamatan mahasiswa, dua indikator yaitu pengarahannya pustakawan dalam mempraktekkan penggunaan layanan *electronic theses (e-theses)* dan perilaku pustakawan saat mempromosikan layanan *electronic theses (e-theses)* tersebut sudah dianggap baik untuk mempromosikan *electronic theses (e-theses)*.
2. Pada aspek pendengaran, persepsi mahasiswa terhadap promosi layanan *electronic theses (e-theses)* memiliki skor rata-rata sebesar 2,89 yang artinya mahasiswa mempersepsikan promosi yang dilakukan oleh pustakawan tersebut dalam kategori baik. Dari hasil yang didengar oleh mahasiswa, dua indikator yaitu kemampuan pustakawan dalam menjelaskan layanan *electronic theses (e-theses)* pada kuesioner yang telah disebarkan dan etika pustakawan saat menjelaskan layanan *electronic theses (e-theses)* tersebut sudah dianggap baik untuk mempromosikan *electronic theses (e-theses)* karena pustakawan mampu melakukan komunikasi dua arah dengan mahasiswa sehingga dapat memahami apa yang dibutuhkan mahasiswa.

Dari kesimpulan diatas, saran dari peneliti sebagai berikut:

1. Perpustakaan Pusat UIN Maulana Malik Ibrahim Malang bisa melakukan promosi melalui media sosial yang marak digunakan oleh mahasiswa seperti *facebook*, selain itu juga bisa membuat akun pada *line* sehingga keberadaan layanan *electronic theses (e-theses)* bisa bermanfaat bagi sivitas akademika terutama mahasiswa dalam mendapatkan sumber informasi.
2. Perpustakaan Pusat UIN Maulana Malik Ibrahim Malang perlu mendesain tampilan dari layanan *electronic theses (e-theses)* menjadi lebih menarik sehingga lebih banyak yang mengunjungi layanan *electronic theses (e-theses)* tersebut.

3. Pustakawan diharapkan dapat merealisasikan saran-saran dari mahasiswa untuk memperbaiki dan mengembangkan layanan *electronic theses (e-theses)*.

DAFTAR PUSTAKA

- Darmawan, Deni. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- DeVito, Joseph A. 1997. *Komunikasi Antar Manusia*. Jakarta: Professional Books
- Effendi, Sofian. 1989. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: LP3ES.
- Hermawan, Rachman. 2006. *Etika Pustakawan*. Jakarta: Sagung Seto.
- Kotler, Philip and Armstrong, Gary. 2001. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kumar, Vinod. 2014. *Changing Information Behaviour of Library Users in Electronic Age* (Journal). Haryana: Indian Assosiation of Health, Research and Welfare.
- Nasution, S. 2006. *Metode Research: Penelitian Ilmiah*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Pendit, Putu Laxman. 2008. *Perpustakaan Digital: dari A sampai Z*. Jakarta: Cita Karyakarsa Mandiri.
- Prasetyo, Bambang dan Jannah, Lina Miftahul. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif: Teori dan Aplikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Retnaningtyas, Sri, dkk. 2016. *Persepsi Pasien terhadap Bauran Pemasaran Rumah Sakit dan Pilihan Rumah Sakit*. Skripsi, Universitas Brawijaya, Malang.
- Shalahuddin, Mahfudh. 1986. *Pengantar Psikologi Umum*. Surabaya: Sinar Wijaya.
- Suyanto, Bagong dan Sutinah. 2005. *Metode Penelitian Sosial: Berbagai Alternatif Pendekatan, edisi ketiga*. Jakarta: Kencana Prendamedia Group.
- Swain, Dhillip K. 2010. *Global Adoption of Electronic Theses and Dissertation*. Journal [Diakses 18 April 2017] <http://eprints.rclis.org/15719/1/ETD%40Dillip.pdf>

Vasileiou, Magdalini and Rowley, Jennifer. 2010. *Marketing and Promotion of E-book in Academic Libraries*. United Kindom: Manchester Metropolitan University.

Webometric. 2017. *Ranking World of Repositories*. (online). Diakses dalam <http://repositories.webometrics.info/en/world>