

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Perpustakaan Umum

Perpustakaan umum pada dasarnya membidangi dan bertanggung jawab atas tersedianya informasi yang lengkap dan terselenggaranya layanan yang cepat dan sesuai dengan kebutuhan informasi pengguna sehingga ketika diakses, pengguna dapat kepuasan dalam pencarian informasi. Perpustakaan umum Kabupaten/Kota ialah perpustakaan yang diperuntukkan bagi masyarakat luas di daerah Kabupaten/Kota sebagai sarana pembelajaran sepanjang hayat, tanpa membedakan usia, ras, agama, status sosial ekonomi dan gender.¹

Perpustakaan umum berperan sebagai garis depan (*Front Line*) dalam memberikan informasi kepada masyarakat dan meningkatkan minat baca pada masyarakat serta berperan dalam membangun fondasi pendidikan yang menjadi permasalahan negara Indonesia saat ini. Perpustakaan di Indonesia terbagi menjadi enam jenis: Perpustakaan Nasional, Perpustakaan Khusus, Perpustakaan Sekolah, Perpustakaan Perguruan Tinggi, Perpustakaan Pribadi, dan Perpustakaan Umum.²

¹Perpustakaan Nasional RI, *Standar Nasional Perpustakaan (SNP): Perpustakaan Umum dan Khusus* (Jakarta: Perpustakaan Nasional RI,2011), h. 2

²Sulistyo Basuki, *Pengantar Ilmu Perpustakaan*(Jakarta:Universitas Terbuka,1994), cet.2, h. 149-161

Perpustakaan Umum merupakan lembaga pendidikan bagi masyarakat umum dengan menyajikan berbagai informasi tentang ilmu pengetahuan dan teknologi.³ Jadi, dapat disimpulkan bahwa perpustakaan umum ialah perpustakaan yang menyajikan beragam koleksi informasi tentang ilmu pengetahuan, dan teknologi, informasi kepada masyarakat tanpa membedakan umur, ras, agama, dll.

1. Tujuan Perpustakaan Umum

- 1) Memupuk minat baca dan menumbuhkan daya apresiasi dan imajinasi masyarakat.
- 2) Mengembangkan minat baca serta mendayagunakan semua bahan pustaka yang tersedia di perpustakaan umum.
- 3) Mengembangkan kemampuan masyarakat untuk memecahkan suatu masalah, bertanggung jawab serta berpartisipasi dalam pembangunan Nasional.
- 4) Mendidik masyarakat supaya memanfaatkan perpustakaan secara efektif dan efisien.
- 5) Mengembangkan kemampuan mencari, mengelola dan memanfaatkan informasi yang tersedia di perpustakaan umum.⁴

Menurut buku Sulisty-Basuki, menjelaskan bahwa UNESCO mengeluarkan *Manifesto* Perpustakaan Umum pada tahun 1992.

³Sutarno NS, *Perpustakaan Umum Pemerintah Provinsi Jakarta*(Jakarta: Sinar Harapan,2003),h. 32

⁴Taslimah Yusuf, *Manajemen Perpustakaan Umum* (Jakarta: Universitas Terbuka, 1997), h. 18

UNESCO menyatakan bahwa perpustakaan umum mempunyai empat tujuan utama yaitu:

- 1) Memberikan kesempatan bagi umum untuk membaca bahan pustaka yang dapat membantu meningkatkan mereka ke arah kehidupan yang lebih baik.
- 2) Menyediakan sumber informasi yang cepat, tepat dan murah bagi masyarakat, terutama informasi mengenai topik yang berguna bagi mereka dan yang sedang hangat dalam kalangan masyarakat.
- 3) Membantu warga untuk mengembangkan kemampuan yang dimiliki sehingga yang bersangkutan akan bermanfaat bagi masyarakat sekitarnya.
- 4) Bertindak sebagai agen kultural, artinya perpustakaan umum merupakan pusat utama kehidupan budaya bagi masyarakat sekitarnya.⁵

2. Fungsi Perpustakaan Umum

Perpustakaan umum memiliki beberapa fungsi antara lain:

- 1) Fungsi pendidikan, mengembangkan dan menunjang pendidikan di luar sekolah, universitas dan sebagai pusat kebutuhan penelitian.
- 2) Pusat informasi, menyediakan informasi yang dibutuhkan masyarakat.

⁵ Sulisty-Basuki, *Pengantar Ilmu Perpustakaan* (Jakarta : Gramedia Pustaka 1993), h.46.

- 3) Preservasi kebudayaan, menyediakan dan menyimpan tulisan tentang kebudayaan masa lampau, kini, dan sebagai pengembangan kebudayaan dimasa mendatang.
- 4) Fungsi rekreasi, bahan bacaan yang bersifat hiburan perpustakaan umum dapat digunakan oleh masyarakat untuk mengisi waktu luang.⁶

Menurut SNP (Standar Nasional Perpustakaan) tahun 2011 penyelenggaraan perpustakaan menerapkan fungsi perpustakaan yang meliputi:

- 1) Mengembangkan koleksi.
- 2) Menghimpun koleksi muatan lokal.
- 3) Mengorganisasi materi perpustakaan.
- 4) Mendayagunakan koleksi.
- 5) Menyelenggarakan pendidikan pengguna.
- 6) Menerapkan teknologi informasi dan komunikasi.
- 7) Melestarikan materi perpustakaan.
- 8) Membantu peningkatan sumber daya perpustakaan di wilayah nya.⁷

3. Jenis Layanan Perpustakaan Umum

Berbagai macam layanan yang di sediakan oleh perpustakaan ada yang sudah lengkap dan ada juga yang belum memadai, layanan yang diberikan untuk masyarakat sebagai berikut:

- 1) Layanan membaca di perpustakaan

⁶Taslimah Yusuf, *Manajemen Perpustakaan Umum* ,h. 21

⁷Perpustakaan Nasional RI, *Standar Nasional Perpustakaan (SNP): Perpustakaan Umum Kabupaten/Kota* (Jakarta:Perpustakaan Nasional RI, 2011), h.8

- 2) Layanan jasa informasi
- 3) Layana sirkulasi
- 4) Layanan refrensi
- 5) Layanan jasa dokumentasi
- 6) Layanan jasa terjemahan
- 7) Layanan pembuatan seri karangan
- 8) Layanan silang, dan
- 9) Layanan perpustakaan keliling.⁸

B. Pemustaka

Pemustaka adalah orang yang memanfaatkan produk jasa informasi yang ada di perpustakaan untuk memenuhi kebutuhan informasi yang diperlukan. Tujuan pemustaka untuk memenuhi kebutuhan informasi tersebut, masing-masing pemustaka tidak selalu sama artinya ada yang sama ada yang berbeda.⁹ Menurut pendapat Suwarno pada buku *Psikologi Perpustakaan* beliau menyatakan bahwa

user adalah pengguna (pemustaka), fasilitas yang disediakan perpustakaan baik koleksi maupun buku (bahan pustaka maupun fasilitas lainnya). *User* berbagai macam jenisnya ada mahasiswa, guru, dosen, dan masyarakat pada umumnya bergantung jenis perpustakaan yang ada.¹⁰

Jadi, pemustaka ialah seseorang atau sekelompok datang mengunjungi perpustakaan serta dapat menggunakan fasilitas perpustakaan dengan cuma-

⁸Martini Hardjoprakoso, *Panduan Penyelenggaraan Umum* (Jakarta:Perpustakaan Nasional RI, 1992), h. 91

⁹Pungki Purnomo dan Ida Farida, *Manajemen Pengembangan Koleksi* (Jakarta: Lembaga Penelitian UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2010), h. 27

¹⁰Wiji Suwarno, *Psikologi Perpustakaan* (Jakarta: Sagung Seto, 2009), h. 80

cuma dan memiliki tujuan yang berbeda satu sama lainnya walaupun hanya sekedar berkunjung sudah dapat disebut pemustaka.

C. Persepsi

Persepsi dari bahasa latin *perceptio*, *percipio* adalah tindakan menyusun, mengenali, dan menafsirkan informasi sensoris guna membarikan gambaran dan pemahaman tentang lingkungan, persepsi meliputi semua sinyal dalam sistem saraf, yang merupakan hasil dari stimulus fisik atau kimi dari organ pengindraan, misalnya penglihatan yang merupakan cahaya yang mengenai retina pada mata, pencium yang memakai media molekul bau (aroma), dan pendengaran yang melibatkan gelombang suara.¹¹ Sementara itu menurut *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (KBBI) persepsi ialah tanggapan atau penerimaan langsung dari sesuatu.

Dalam buku *Psikologi Perpustakaan* oleh Wiji Suwarno persepsi pada hakikatnya adalah proses kognitif yang dialami setiap orang ketika berusaha memahami informasi yang diterimanya. Kunci untuk memahami persepsi terletak pada pengenalan bahwa persepsi itu merupakan suatu penafsiran yang unik terhadap situasi dan suatu pencatatan yang benar terhadap situasi. Persepsi ini merupakan proses unik menggambarkan sesuatu yang kadang-kadang berbeda dengan kenyataan atau anggapan sesaat.¹²

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa persepsi ialah rangsangan atau informasi dari luar berupa objek maupun peristiwa yang diras akan dan diterima oleh alat indera baik melalui penglihatan,

¹¹Wikipedia, diakses pada 16 maret 2019 ,pada pukul 09.15 WIB, dari <https://id.m.wikipedia.org/wiki/persepsi>

¹²Wiji Suwarno, *Psikologi Perpustakaan*. h. 53

penghayatan, penciuman, pendengaran, dan perasaan kemudian memberikan reaksi kepada rangsangan panca indera sehingga menimbulkan suatu persepsi pada objek yang dirasakan. Maka dari itu pendapat persepsi terhadap suatu hal atau benda berbeda tiap-tiap manusia. Persepsi pemustaka adalah penilaian pemustaka mengenai sesuatu yang ada di sekitarnya.

D. Promosi Perpustakaan

Promosi perpustakaan merupakan cara untuk memperkenalkan dan mempublikasikan kepada calon pengguna perpustakaan dari fasilitas, koleksi, layanan yang dimiliki oleh sebuah perpustakaan, agar pemustaka tertarik mengunjungi perpustakaan tersebut.

Menurut Kotler, promosi adalah seni dan teknik untuk berhubungan dengan masyarakat, memperkenalkan produk-produk yang dihasilkan, pelayanan serta fasilitas yang disediakan agar calon pengguna mengetahuinya.¹³

Sementara itu menurut William Stanton, promosi merupakan usaha dalam bidang informasi, himbuan dan komunikasi. Ketiga bidang ini saling berhubungan sebab memberi informasi adalah himbuan dan sebaliknya, seseorang yang dihimbau juga memberikan informasi. Himbuan dan informasi akan menjadi efektif dengan dikomunikasikannya dengan penerima.¹⁴

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa pengertian dari sebuah promosi ialah suatu kegiatan komunikasi dengan masyarakat dengan

¹³ Philip Kotler, *Marketing Management, Millenium Edition* (New Jersey: Prentice-Hall, 2000),h. 563

¹⁴ William J Stanton , *Prinsip Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 1996), h. 138

menghimbau informasi tentang produk yang dihasilkan, fasilitas dan pelayanan yang sudah disediakan. Promosi yang dilakukan perpustakaan merupakan kegiatan untuk memberi informasi tentang perpustakaan, bahan koleksi, fasilitas, layanan dan lain sebagainya. Dengan adanya promosi agar para pemustaka dapat mengenal dan memanfaatkannya.

Di dalam pelaksanaan promosi perpustakaan, Endiger mengemukakan tiga pendekatan informasi yaitu:

1. Melalui kontak pribadi
2. Melalui iklan
3. Melalui penciptaan “suasana”

Suatu penelitian yang dilakukan oleh Hall di Inggris menunjukkan bahwa promosi yang efektif adalah promosi melalui pesan dari mulut ke mulut.¹⁵

1. Tujuan Promosi Perpustakaan

Setiap kegiatan pasti mempunyai tujuan, seperti halnya promosi yang mempunyai tujuan untuk mengenalkan fasilitas serta layanan yang ada di perpustakaan. Perpustakaan seharusnya tidak hanya memberikan layanan terbaik tetapi memastikan bahwa masyarakat tahu tentang perpustakaan. Apakah pustakawan sadar atau tidak, perpustakaan sedang terus dikaji oleh masyarakat.

Perpustakaan yang efektif men coba untuk memastikan bahwa semua anggota masyarakat tahu tentang sumber daya perpustakaan dan layanan.

¹⁵Badollahi Mustafa, *Promosi Jasa Perpustakaan* (Jakarta: Universitas Terbuka, 1996), h.28

Banyak kegiatan perpustakaan melibatkan hubungan dengan masyarakat, tetapi pustakawan juga harus memberikan beberapa pemikiran untuk keseluruhan dan kelanjutan dari bagian hubungan dengan masyarakat.¹⁶

Menurut Suherman, tujuan promosi ialah untuk menyadarkan masyarakat pengguna tentang pentingnya sebuah perpustakaan bagi kehidupan.¹⁷ Sedangkan menurut Qalyubi tujuan promosi perpustakaan ada lima yaitu:

- 1) Memperkenalkan fungsi perpustakaan kepada masyarakat pemakai.
- 2) Mendorong minat baca dan mendorong masyarakat agar menggunakan koleksi perpustakaan semaksimalnya dan menambah jumlah orang yang gemar membaca.
- 3) Memperkenalkan pelayanan dan jasa perpustakaan kepada masyarakat.
- 4) Memberikan kesadaran masyarakat akan adanya pelayanan perpustakaan dan menggunakannya, serta mengembangkan pengertian masyarakat, agar mendukung kegiatan perpustakaan.
- 5) Slogan masyarakat “tak kenal maka tak sayang”.¹⁸

¹⁶Adele M. Fasick, *Managing Children's Service in The Public Library* (USA:Libraries Unlimited, 1991), h. 139.

¹⁷Suherman, *Perpustakaan Sebagai Jantungnya Sekolah* (Bandung: MQS Publishing, 2009), h. 186

¹⁸Septiyantono, dkk., *Dasar-Dasar Ilmu Perpustakaan dan Informasi*(Yogyakarta: Jurusan Ilmu Perpustakaan dan Informasi Fakultas Adab UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2003), h. 260

Berdasarkan pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa tujuan dari promosi perpustakaan yaitu untuk menginformasikan produk, fasilitas, dan jasa perpustakaan kepada calon pengguna atau masyarakat agar dapat meningkatkan atau mendorong masyarakat menggunakan perpustakaan.

2. Jenis-jenis Promosi Perpustakaan

Adapun jenis promosi perpustakaan sebagai berikut:

- a) Jurnal berita internal, isi pemberitaannya bersifat menginformasikan segala kegiatan yang dilakukan oleh perpustakaan secara keseluruhan, atau bisa juga berita-berita atau informasi lain yang masih ada kaitannya dengan aspek perpustakaan dan informasi.
- b) Brosur dan pamflet, pamflet disebut juga dengan sebuah surat sebaran yaitu sejenis media yang biasanya memuat berita atau informasi lain yang perlu diketahui masyarakat tentang keadaan seseorang atau badan yang menerbitkan selebaran ini. Fungsinya hampir sama dengan brosur biasanya berisi satu lembar dan bersifat iklan atau promosi meskipun tidak bersifat komersial. Brosur adalah sejenis publikasi cetakan yang terdiri atas beberapa lembar dan biasanya dijahit dengan kawat, tetapi tidak dijilid. Isinya bermacam informasi penjelasan tentang sesuatu yang masih hangat atau mutakhir, misalnya tentang keistimewahan menggunakan komputer di perpustakaan.
- c) Poster, fungsi poster secara umum adalah untuk membangkitkan minat pembaca dan juga sebagai media komunikasi untuk menyampaikan

informasi secara ringkas. Poster berbentuk selebaran kertas yang ditulis dengan tujuan memberitahukan informasi

- d) *Public speaking*, berbicara kepada orang banyak (publik) merupakan bagian yang paling diabaikan dalam kegiatan pemasaran dan publisitas di lingkungan masyarakat.
- e) Mengadakan pameran, kegiatan pameran merupakan bagian yang sangat menarik bagi para pengunjung untuk mencari tahu akan sesuatu yang baru berkaitan dengan tema dalam pameran tersebut. Di dunia perpustakaan, kegiatan pameran dijadikan ajang promosi dan publisitas bagi keberadaan dan perkembangan perpustakaan secara keseluruhan.
- f) Menggunakan bahan-bahan audio visual, dalam pelaksanaan program pemasaran dan publisitas perpustakaan secara umum. Dalam hal tertentu, orang lebih menyukai menonton film, slide, video, dan komputer daripada mendengarkan pola komunikasi antar personal dilingkungan kegiatan promosi perpustakaan.
- g) Menggunakan komputer, komputer zaman sekarang sudah banyak digunakan hampir disemua aspek kegiatan intinya, misalnya dibagian pelayanan dan promosi perpustakaan.¹⁹

Menurut Lasa untuk mempromosikan informasi antara lain dengan pembuatan leaflet, penyebaran brosur, map kemasan khusus, papan nama, pertemuan ilmiah, pengelolaan, pameran buku, kunjungan dan promosi

¹⁹Pawit M. Yusuf, *Pengantar Aplikasi Teori Ilmu Sosial Komunikasi Untuk Perpustakaan dan Informasi*, (Padjajaran: Program Studi Ilmu Perpustakaan Fakultas Komunikasi Universitas Padjadjaran, 2001), h. 341-349

melalui *homepage* atau *website* di internet.²⁰ *Homepage* adalah halaman pertama dalam suatu sajian informasi. Adapun situs *website* dan internet adalah gabungan seluruh halaman *website* yang menyajikan suatu informasi utuh. Situs *web* inilah yang sering digunakan oleh lembaga, perusahaan, produsen, yayasan, dan lain-lain untuk mempromosikan produknya (barang atau jasa) kepada khalayak. Ada beberapa bentuk promosi perpustakaan non cetak ialah:

1) *Website*

Website bila diartikan dalam bahasa Indonesia adalah “situs *web*”. *Website* adalah suatu halaman web yang saling berhubungan yang umumnya berada pada peladen yang sama berisikan kumpulan informasi yang disediakan secara perorangan, kelompok, organisasi.²¹ *Website* bisa dijadikan salah satu sarana dalam melakukan kegiatan promosi di perpustakaan. Perpustakaan bisa membuat *website* tentang informasi profil perpustakaan, sejarah perpustakaan, layanan perpustakaan, fasilitas dan lain sebagainya.

2. *Internet*

Internet dapat diartikan sebagai jaringan komputer yang luas dan mendunia. *Internet* adalah hubungan pemakai komputer dari suatu daerah ke daerah yang lain di seluruh dunia. Dalam hitungan detik dapat mencapai informasi di tempat lain yang berjarak ribuan kilometer. Bahkan surat kabar, majalah, dan buku tersedia di *internet*

²⁰Lasa HS, *Manajemen Perpustakaan* (Yogyakarta: Gama Media, 2005), h. 238-241

²¹https://id.m.wikipedia.org/wiki/situs_web diakses 11 Februari 2019, wib 07.00

dalam bentuk elektronik.²² Dalam kegiatan promosi, perpustakaan dapat memanfaatkan internet sebagai media informasi dengan menyediakan koleksi perpustakaan dalam bentuk elektronik, agar dapat diakses oleh masyarakat dimanapun dengan media *internet*.

3. Keahlian yang harus dimiliki dalam kegiatan promosi perpustakaan

Berikut ini adalah beberapa keahlian khusus yang dibutuhkan dalam melakukan kegiatan promosi perpustakaan antara lain:

- a. Jurnalistik, dalam hal ini termasuk pengetahuan dan keterampilan menyusun brosur, mengedit, menulis di media massa, cetak mencetak, penerbitan, penyusunan naskah, produksi film atau video dan sebagainya.
- b. Teknologi pandang dengar, yang mencakupi pengetahuan fotografi, produksi film atau video termasuk akting dan penyutradaraan.
- c. Desain, untuk dapat membuat poster, mengatur layout brosur, membuat souvenir, dan lainnya.
- d. Teknik pameran, termasuk mengatur ruangan, penyiaran dan lainnya.
- e. Tata ruang, yang diperlukan untuk memberikan suasana yang nyaman dan aman.
- f. Komunikasi, yang diperlukan oleh setiap pustakawan untuk mengkomunikasikan kepada setiap pemustaka, baik melalui dialog perorangan, diskusi, maupun berbicara di depan umum.

²²Karmidi Martoadmodjo, *Manajemen Perpustakaan Khusus* (Jakarta: Universitas Terbuka, 1999), h. 5

- g. Etika yang tidak kalah pentingnya dari pegawai yang beradapan langsung dengan pemustaka.²³

4. Faktor-Faktor Keberhasilan Kegiatan Promosi Perpustakaan

Ada beberapa faktor untuk keberhasilan kegiatan promosi perpustakaan ialah:

a) Staf Perpustakaan

Keberhasilan perpustakaan dalam menjalankan kegiatan promosi perpustakaan sangat ditentukan oleh staf perpustakaan itu sendiri terutama yang menyangkut tentang kemampuan mengelolah perpustakaan, baik secara teknis maupun pelayanan. Baik buruknya keadaan perpustakaan sangat mempengaruhi keberhasilan promosi yang sedang dijalankan. Dengan demikian pelayanan yang baik merupakan modal utama demi kemajuan suatu perpustakaan itu sendiri.²⁴

b) Koleksi Perpustakaan

Tujuan perpustakaan adalah memberikan pelayanan ke pemustaka, agar pemustaka dapat terlayani maka yang perlu disediakan koleksi. Koleksi merupakan syarat utama didirikannya sebuah perpustakaan, ketepatan koleksi merupakan modal utama dalam

²³ Arlinah Imam Raharjo, Mengatur Strategi Perpustakaan, *Artikel* diakses pada 11-Februari-2019 pada pukul 08.15 wib dari <http://faculty.petra.ac.id/arlinah/perpustakaan/PROMOSI/promosi96.pdf>.

²⁴ Udang Sudarsana, *Pembinaan Minat Baca* (Jakarta: Universitas Terbuka, 2007), h. 3.55

memenuhi kebutuhan pemustaka.²⁵ Dengan tepatnya koleksi maka perhatian pemustaka akan semakin bertambah karena merasa diperhatikan dan kebutuhannya terpenuhi akibatnya dapat berpengaruh terhadap kegiatan promosi perpustakaan yang sedang dijalankan.

5. Hambatan Kegiatan Promosi Perpustakaan

Promosi perpustakaan tidak lepas dari masalah yang kadang menjadi penghambat atau kendalah dalam pelaksanaannya. Kendala-kendala tersebut bisa berasal dari dalam perpustakaan maupun diluar perpustakaan.

Qalyubi menyatakan kendala-kendala yang dihadapi oleh perpustakaan dalam melaksanakan promosi perpustakaan, yaitu:

A. Kendala dari dalam (*internal*)

1. Pengetahuan pustakawan tentang ilmu dan teknik pemasaran lebih lemah.
2. Pandangan tradisional terhadap perpustakaan yang melihat perpustakaan hanya sebagai gudang buku.
3. Gedung dan fasilitas tidak memadai.
4. Dana untuk membeli bahan pustaka dan membuka layanan-layanan baru kurang memadai.
5. Apresiasi pustakawan terhadap pengguna perpustakaan lemah.

B. Kendalah dari luar (*eksternal*)

²⁵ Sulistyio Basuki, *Pengantar Ilmu Perpustakaan* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 1991), h. 428

1. Komitmen dari pimpinan dalam mendukung terhadap eksistensi perpustakaan masih sangat kurang.
2. Pengguna perpustakaan hanya bersifat sementara kecuali yang terdapat pada jenis perpustakaan khusus dan perpustakaan umum.
3. Manajemen organisasi lemah.
4. Budaya baca masyarakat dengan memanfaatkan perpustakaan lemah.²⁶

E. Konsep AIDA

AIDA (*Attention, Interest, Desire, Action*). “Pesan yang efektif harus mengandung pesan yang ideal yaitu: *“Ideally the message should gain attention hold interest, arouse desire, and elicit action (AIDA) model”*. Ungkapan tersebut menjelaskan bahwa pesan yang efektif memenuhi karakteristik harus menimbulkan :

1. Perhatian (*Attention*).

Sebuah informasi memenuhi karakteristik harus menarik perhatian sarannya, baik pembaca, pendengar atau pemirsa. Untuk itu sangat diperlukan gambar atau tulisan yang menyolok, serta kata-kata yang mengandung janji yang memberikan keistimewaan.

2. Minat (*Interest*).

Tahap dimana seseorang mulai tertarik untuk mengetahui lebih jauh tentang suatu produk. Maksudnya informasi yang disampaikan

²⁶ Syihabudin Qalyubi, dkk., *Dasar Ilmu Perpustakaan dan Informasi* (Yogyakarta: IAIN Sunan Kalijaga, 2007), h. 263-264

harus dapat menimbulkan perasaan ingin tahu lebih jauh sehingga konsumen mau melihat atau membaca.

3. Keinginan (*Desire*).

Tahap dimana seseorang sudah mulai menentukan sikapnya terhadap suatu produk yang disukainya, mulai kecocokan dengan kebutuhan atau keinginan untuk memiliki, mamakai atau melakukan sesuatu harus di bangkitkan.

4. Tindakan (*Action*).

Upaya yang telah dilakukan untuk membujuk konsumen agar segera melakukan tindakan, selanjutnya apabila konsumen puas dengan promosi yang dilakukan maka akan terjadi pembelian terhadap produk yang ditawarkan”.

Dalam menggunakan konsep AIDA dapat dilihat bagaimana kepuasan pengguna dari promosi-promosi yang telah diadakan perpustakaan dan bagaimana sebuah perpustakaan menyampaikan informasi atau pesan yang baik kepada pengguna, sehingga dapat menimbulkan *Attention* (perhatian), *Interest* (ketertarikan), *Desire* (Keinginan), *Action* (tindakan) terhadap promosi yang telah disampaikan perpustakaan.²⁷

Menurut Qalyubi (2003) didalam Leka Mintarsih, unsur-unsur tingkat pengenalan promosi khalayak yaitu, *Attention* atau perhatian,

²⁷Zakiya Umami, “Persepsi Siswa Terhadap Promosi Perpustakaan di SMP Muhammadiyah 2 Yogyakarta,” *Skripsi* (Yogyakarta: Program Studi Ilmu Perpustakaan Fakultas Adab dan Ilmu Budaya UIN Sunan Kalijaga, 2015). Diakses pada tanggal 12 Februari 2019 dari <http://digilib.uin-suka.ac.id/17714/>

Interest atau ketertarikan, *Desire* atau keinginan, *Action* atau tindakan, *Satisfy* atau kepuasan. Unsur-unsur tersebut lebih dikenal dengan konsep AIDA atau model AIDA singkatan dari *Attention*, *Interest*, *Desire*, *Action*.

1. Mendapatkan perhatian (*Attention*)

Konsep mendapatkan perhatian diimplementasikan pada promosi perpustakaan, promosi melalui brosur dapat dilakukan dengan membuat brosur semenarik mungkin dengan memberikan gambar yang menarik tulisan yang bagus untuk menarik perhatian calon pemustaka dan yang sudah menjadi pemustaka. Promosi melalui *website* dapat dilakukan dengan membuat desain *website* yang menarik begitu pula isinya juga menarik agar menarik perhatian siapa saja yang mengakses nya.

2. Mempertahankan ketertarikan (*Interest*)

Konsep mempertahankan ketertarikan diimplementasikan pada promosi perpustakaan, bisa berarti calon pemustaka dan pemustaka merasa senang dengan promosi yang dilakukan oleh perpustakaan, baik promosi melalui brosur maupun promosi melalui *website*. Selain itu pemustaka juga bisa membuktikan bahwa informasi yang ada di brosur dan *website* tersebut sudah sesuai dengan keadaan sebenarnya.

3. Menumbuhkan keinginan (*Desire*)

Konsep menumbuhkan keinginan diimplementasikan pada promosi perpustakaan, berarti calon pemustaka dan pemustaka memiliki keinginan untuk datang dan memanfaatkan perpustakaan, karena promosi yang dilakukan oleh perpustakaan.

4. Menghasilkan tindakan (*Action*)

Konsep menghasilkan pada promosi perpustakaan, berarti pemustaka sudah memanfaatkan brosur dan website perpustakaan dan memanfaatkan perpustakaan karena media promosi tersebut.

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan tingkat pemahaman terhadap promosi perpustakaan yaitu dari tingkat dangkal yang meliputi tahap mendapatkan perhatian (*Attention*), mempertahankan ketertarikan (*Interest*), dan menumbuhkan keinginan (*Desire*), pada tingkat yang mendalam berarti pemustaka sudah mencapai tahap menghasilkan tindakan (*Action*).²⁸

²⁸ Leka Mintarsih, "Tingkat Pemahaman Pemanfaatan Perpustakaan Melalui Brosur dan Website(Studi Kasus di UPT Perpustakaan Poltekkes Kemenkes Semarang)", *Artikel* di akses pada 20 Februari 2019 Pada Pukul 09.20 WIB. Dari <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jip/article/view/790>