

**STRATEGI PROMOSI PERPUSTAKAAN DI UPT
PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM
MELALUI MEDIA SOSIAL DALAM RANGKA MENINGKATKAN
MINAT BACA GENERASI Z**

**Memenuhi Persyaratan Guna Memperoleh
Gelar Ahli Madya(A.Md)**



**PROGRAM STUDI D3 PERPUSTAKAAN
KONSENTRASI SAINS INFORMASI**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM 2023**

HALAMAN PERSETUJUAN

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing untuk dipertahankan di hadapan Tim Penguji Tugas Akhir Program Studi Diploma III Perpustakaan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram.

Nama : AFIFAH JURIATUN TOYIBAH
NIM. : 2020B0A001
Jurusan : DIII Perpustakaan
Judul : Strategi Promosi Perpustakaan Di UPT Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Mataram Melalui Media Sosial Dalam Rangka Meningkatkan Minat Baca Generasi Z.

Disetujui dan Disahkan

Dosen Pembimbing

Pembimbing I

Pembimbing II


Amin Saleh, S.Sos., M.I.Kom.
NIDN. 0831128310


Widiastuti Furbani, S.Sos., M.Si
NIDN. 0819057902

Mengetahui,
Ketua Program Studi
DIII Perpustakaan


Riniwan, S.I.P., M.M.
NIDN. 0808119103

HALAMAN PENGESAHAN

Telah dipertahankan di hadapan Tim Penguji Tugas Akhir Program Studi Diploma III Perpustakaan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram, dan diterima untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh sebutan Ahli Madya (A.Md).

Pada hari : Selasa

Tanggal : 27 juni 2023

Tim Penguji

Tanda Tangan

1. **Amin Saleh, S.Sos., M.I.Kom.**
NIDN. 0831128310

2. **Widiastuti Furbani, S.Sos., M.Si**
NIDN. 0819057902

Disahkan Oleh:

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Muhammadiyah Mataram
Dekan,



Dr. H. Muhammad Ali, M.Si.
NIDN. 0806066801

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya menyatakan dengan sebenar- benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, dalam Naskah Laporan Tugas Akhir ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik baik di UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM maupun di perguruan tinggi lain nya. Dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis yang dikutip dalam naskah ini disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar Pustaka. Apabila ternyata di dalam naskah laporan tugas akhir ini dibuktikan dengan gelar akademik yang saya peroleh (AHLI MADYA) dibatalkan serta diproses sesuai dengan peraturan perundang undangan yang berlaku (UU No 20 Tahun 2023), pasal 25 ayat 2 dan pasal 70.

Mataram, 24 Juni 2023

Mahasiswa,



AFIFAH JURIATUN TOYIBAH
NIM. 2020B0A001



**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN DAN
PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM
UPT. PERPUSTAKAAN H. LALU MUDJITAHID UMMAT**

Jl. K.H.A. Dahlan No.1 Telp.(0370)633723 Fax. (0370) 641906 Kotak Pos No. 108 Mataram
Website : <http://www.lib.ummat.ac.id> E-mail : perpustakaan@ummat.ac.id

**SURAT PERNYATAAN BEBAS
PLAGIARISME**

Sebagai sivitas akademika Universitas Muhammadiyah Mataram, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : AFIFAH JURIATUN TOYIBAH
NIM : 2020B0A001
Tempat/Tgl Lahir : Biting, 09-06-2003
Program Studi : D3. Perpustakaan
Fakultas : FISIPOL
No. Hp : 081 353 645 289
Email : afifahzrt1@gmail.com

Dengan ini menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi/KTI/Tesis* saya yang berjudul :

STRATEGI PROMOSI PERPUSTAKAAN DI UPT PERPUSTAKAAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM MELALUI MEDIA SOSIAL
DALAM RANGKA MENINGKATKAN MINAT BACA GENERASI Z.

Bebas dari Plagiarisme dan bukan hasil karya orang lain. 47%

Apabila dikemudian hari ditemukan seluruh atau sebagian dari Skripsi/KTI/Tesis* tersebut terdapat indikasi plagiarisme atau bagian dari karya ilmiah milik orang lain, kecuali yang secara tertulis disita dan disebutkan sumber secara lengkap dalam daftar pustaka, saya bersedia menerima sanksi akademis dan/atau sanksi hukum sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Mataram

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun dan untuk dipergunakan sebagai mana mestinya.

Mataram, 14 Juli2023
Penulis



Afifah Juriatun Toyibah
NIM. 2020B0A001

Mengetahui,
Kepala UPT. Perpustakaan UMMAT

Iskandar, S.Sos.,M.A.
NIDN. 0802048904

*pilih salah satu yang sesuai



**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN DAN
PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM
UPT. PERPUSTAKAAN H. LALU MUDJITAHID UMMAT**

Jl. K.H.A. Dahlan No.1 Telp.(0370)633723 Fax. (0370) 641906 Kotak Pos No. 108 Mataram
Website : <http://www.lib.ummat.ac.id> E-mail : perpustakaan@ummat.ac.id

**SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN
PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Sebagai sivitas akademika Universitas Muhammadiyah Mataram, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : AFIFAH JURIATUN TOYIBAH
 NIM : 2020B0A001
 Tempat/Tgl Lahir : Biting, 09-06-2003
 Program Studi : D3 Perpustakaan
 Fakultas : FISI.PDL
 No. Hp/Email : 081 353 645 289
 Jenis Penelitian : Skripsi KTI Tesis

Menyatakan bahwa demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Mataram hak menyimpan, mengalih-media/format, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Repository atau media lain untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama *tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta* atas karya ilmiah saya berjudul:

.....
 STRATEGI PROMOSI PERPUSTAKAAN DI UPT PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS
 MUHAMMADIYAH MATARAM MELALUI MEDIA SOSIAL DALAM RANGKA
 MENINGKAT MINAT BACA GENERASI Z

Pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh. Apabila dikemudian hari terbukti ada pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah ini menjadi tanggungjawab saya pribadi.
 Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya tanpa ada unsur paksaan dari pihak manapun.

Mataram, 14 Juli2023
 Penulis



Afifah Juriatun toyibah
 NIM. 2020B0A001

Mengetahui,
 Kepala UPT. Perpustakaan UMMAT



Iskandar, S.Sos., M.A.
 NIDN. 0802048904

**KARYA ILMIAH INI KUPERSEMBAHKAN
KEPADA KEDUA ORANG TUA KU TERCINTA**



UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis menyadari bahwa penulisan laporan Tugas Akhir ini tidak mungkin akan terwujud apabila tidak ada bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, melalui kesempatan ini, izinkan saya menyampaikan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Rektor Universitas Muhammadiyah Mataram Bapak Drs. Abdul Wahab, MA.
2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Bapak DR. H. Muhammad Ali, M.Si.
3. Bapak Amin Saleh. S.Sos.M.I.Kom selaku wakil dekan 11 dan selaku dosen pembimbing utama dan Ibu Widiastuti Furbani, M.Si selaku dosen pembimbing pendamping yang telah meluangkan waktu serta memberikan dukungan, bimbingan dan motivasi dalam menyelesaikan laporan tugas akhir ini.
4. Orang tua tercinta, Bapak Samsudin, dan ibu Asmawati dan adik saya Hairul Asikin yang telah mendo'akan, memberi dukungan dan memotivasi saya dalam menyelesaikan laporan tugas akhir ini
5. Dan terimakasih juga kepada teman-teman saya yang sudah berjuang bersama selama tiga tahun ini dan sudah merasakan suka dan duka terimakasih kepada, icha, salsa, rini, riska, eliza sudah berjuang selama tiga tahun ini.

Mataram, 24 Juni 2023

Penulis

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah segala puji syukur kita panjatkan kehadirat Allah SWT, karena atas limpahan rahmat, hidayah, karunia nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas akhir yang berjudul **“Strategi Promosi PERPUSTAKAAN DI UPT Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Mataram Melalui Media Social Dalam Dalam Rangka Meningkatkan Minat Baca Generasi Z.”** Tugas akhir ini di susun sebagai persyaratan untuk mendapatkan gelar ahli madya (A.Md) pada program studi Diploma III Perpustakaan fakultas ilmu sosial dan ilmu politik Universitas Muhammadiyah Mataram.

Dalam penyusunan Tugas akhir ini penulis banyak mendapat saran, dorongan, bimbingan serta keterangan-keterangan dari berbagai pihak yang merupakan pengalaman yang tidak dapat diukur secara materi, namun dapat membukakan mata penulis bahwa sesungguhnya pengalaman dan pengetahuan adalah guru terbaik. Dalam pembuatan laporan ini telah melibatkan banyak pihak, oleh karena itu dengan segala hormat dan kerendahan hati perkenankan penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Drs.Abdul Wahab .M.A selaku rektor Universitas Muhammadiyah Mataram yang telah berjuang dan membina program D-III ilmu perpustakaan sebagai tempat penulis membina ilmu

2. Bapak Dr.H.Muhammad Ali,M.si selaku dekan fakultas ilmu sosial dan ilmu politik Universitas Muhammadiyah Mataram yang penuh dedikasi dalam menata serta melayani proses Pendidikan sehingga berjalan lancar.
3. Bapak Ridwan, S.IP.,MM selaku ketua program studi Diploma III perpustakaan .
4. Bapak Amin Saleh,S,Sos.,M.I.Kom. selaku dosen pembimbing utama yang membimbing hingga laporan selesai.
5. Ibu Widiastuti furbani S.Sos., M.Si selaku dosen pendamping yang selalu memberi masukan dan motivasi
6. Seluruh Dosen D-III perpustakaan yang telah banyak memberikan referensi dan mentransfer ilmu nya sehingga penulis dapat mempraktekkan materi yang telah di berikan selama menjalani aktifitas perkuliahan
7. Seluruh civitas akademika yang tidak pernah bosannya memberikan pelayanan selama proses belajar-mengajar dan hingga selesai.

Penulis menyadari bahwa laporan ini masih terdapat kekurangan, oleh karena itu penulis menampung saran dan kritik yang bermanfaat agar lebih sempurna nya penulis ini. Akhir kata semoga dapat bermanfaat bagi kita semua, lebih-lebih bagi penulis sendiri. Amiin Yaa Rabalallamin.

STRATEGI PROMOSI PERPUSTAKAAN DI UPT PERPUSTAKAAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM MELALUI MEDIA
SOSIAL DALAM RANGKA MENINGKATKAN MINAT BACA
GENERASI Z

AFIFAH JURIATUN TOYIBAH

ABSTRAK

Laporan Ini membahas tentang Strategi Promosi Perpustakaan Di UPT Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Mataram Melalui Media Sosial Dalam Rangka Meningkatkan Minat Baca Generasi Z, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Strategi promosi dan kendala yang dialami oleh UPT Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Mataram

Jenis penelitian ini adalah kualitatif. Sumber data sekunder melalui studi Pustaka dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, dokumentasi, dan wawancara. Subjek dari penelitian ini adalah Staf Pelayanan dan staf pengolahan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi promosi perpustakaan di UPT Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Mataram dalam meningkatkan minat baca generasi Z menggunakan promosi media sosial seperti FB, IG. Sedangkan kendala yang dihadapi adalah dalam membuat media promosi yang menarik masih terbelang belum sempurna.

Kata kunci: Perpustakaan Media sosial Promosi

**PROMOTION STRATEGY OF THE LIBRARY AT UMM THROUGH SOCIAL
MEDIA TO INCREASE THE READING INTEREST OF GENERATION Z**

AFIFAH JURIATUN TOYIBAH

ABSTRACT

This report discusses the Library at UMM's social media marketing strategy to increase Generation Z's interest in literature. This investigation aims to identify the Library at UMM's promotion strategies and the obstacles it faces. This investigation employs a qualitative methodology. A literature review is used to obtain secondary data sources, and observation, documentation, and interviews are employed to collect data. This research focuses on the Service Staff and Processing Staff. The results of this study indicate that the Library at UMM's strategy to increase Generation Z's interest in literature involves social media platforms such as Facebook, Instagram, and YouTube. However, the difficulties involve the creation of compelling promotional content that is still imprecise.

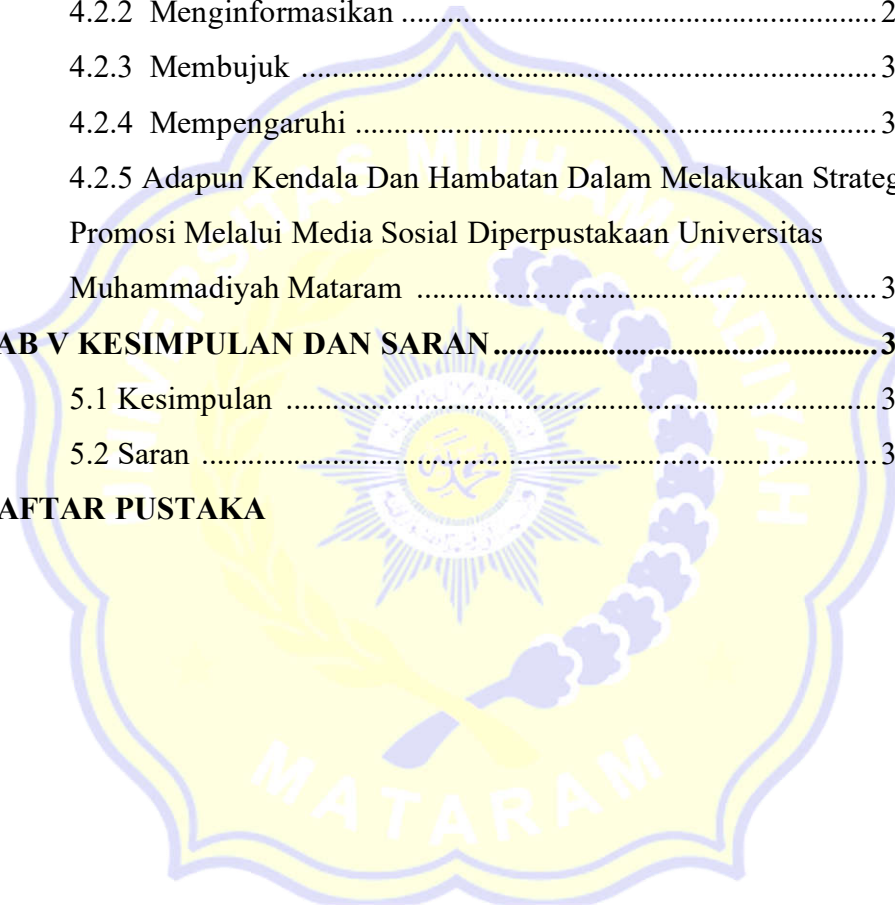
Keywords: Library, Social Media, Promotion.



DAFTAR ISI

COVER	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN ORISONALITAS	iv
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	v
PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
UCAPAN TERIMAKASIH.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
ABSTRAK	xi
ABSTRACT.....	xii
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.1 Penelitian Terdahulu.....	6
2.2 Strategi Promosi	7
2.3 Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Mataram	11
2.4 MEDIA SOSIAL	11
2.5 Meningkatkan Minat Baca Generasi Z.....	13
BAB III METODE PENELITIAN	15
3.1 Jenis Penelitian	15
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian	15
3.3 Jenis dan sumber data	16

3.4 Teknik pengumpulan data	16
3.5 Analisis Data	20
3.6 Validasi Data	21
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	22
4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian	22
4.2 Pembahasan	26
4.2.1 Strategi Promosi perpustakaan	26
4.2.2 Menginformasikan	26
4.2.3 Membujuk	31
4.2.4 Mempengaruhi	33
4.2.5 Adapun Kendala Dan Hambatan Dalam Melakukan Strategi Promosi Melalui Media Sosial Diperpustakaan Universitas Muhammadiyah Mataram	34
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	36
5.1 Kesimpulan	36
5.2 Saran	36
DAFTAR PUSTAKA	



DAFTAR TABEL

Tabel 1. Hasil Penelitian Terdahulu

Tabel 11. Struktur Organisasi



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Hasil wawancara



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perpustakaan adalah salah satu tempat yang menjadi pusat sumber informasi sumber ilmu pengetahuan, penelitian dan pengembangan pada ilmu pengetahuan, dan rekreasi. Keberadaan perpustakaan di tengah-tengah masyarakat dirasakan sangat penting. Menurut (Sutarno:2006) perpustakaan juga dikatakan sebagai salah satu pusat informasi, pusat sumber belajar, agen perubahan serta agen budaya bangsa. Perpustakaan juga benar-benar dimanfaatkan oleh masyarakat dapat memberikan juga kontribusi yang juga sangat berharga guna menciptakan juga masyarakat yang bukan saja cerdas. Perpustakaan juga merupakan salah satu dalam mewujudkan manusia yang berwawasan luas, kemampuan, keterampilan, dan sikap serta kepribadian yang luhur, mandiri, dalam pikiran ucapan maupun tindakan. Seiring juga dengan kemajuan yang sangat pesat dibidang teknologi informasi, perpustakaan juga merupakan salah satu yang mengalami pergeseran dari paradigma klasik ke paradigma modern paradigma klasik juga merupakan suatu pengamatan empiris atau konfirmasi guna mengetahui sebab akibat yang biasa digunakan untuk memprediksi pola-pola atau gejala sosial. oleh sebab itu dapat kita lihat juga apa yang dimaksud juga dengan paradigma modern menurut (S.Nasution: 2012) paradigma modern juga merupakan upaya dalam mengamati secara pasif dalam melakukan eksperimen terhadap lingkungan atau sosial.

Oleh karena itu dapat kita lihat dalam pelaksanaan kegiatannya juga perpustakaan tidak hanya pasif menunggu pengguna untuk datang ke perpustakaan mencari informasi. Tetapi perpustakaan juga harus bisa meyakinkan kepada para pengguna bahwa perpustakaan sangat penting dalam menunjang kegiatan belajar mengajar, untuk itu perlu dilaksanakan promosi perpustakaan agar pengguna merasa tertarik untuk datang ke perpustakaan guna mencari informasi yang diinginkan oleh pemustaka.

Promosi adalah salah satu strategi bauran pemasaran yang mempunyai peran paling penting bagi kelangsungan layanan perpustakaan menurut (Mustafa :2012) pemasaran promosi juga mencakup beberapa kegiatan analisis perencanaan pelaksanaan dan pengendalian program-program yang telah dirancang secara cermat yang dibuat untuk menciptakan tukar menukar sesuatu secara sukarela untuk mencapai sasaran nya konsumen dengan tujuan utama memperkenalkan jasa yang disediakan oleh saluran distribusi, promosi juga adalah usaha yang dilakukan oleh penjual untuk membujuk pembeli agar menerima menjual lagi atau menyerahkan kepada orang lain untuk memakai produk, pelayanan atau ide yang dipromosikan kegiatan promosi ini juga mempunyai tujuan membujuk konsumen untuk bereaksi terhadap produk atau jasa tersebut.

Kegiatan promosi juga sangat penting dilakukan agar konsumen mengetahui apa saja layanan yang disediakan dan apa saja manfaat yang akan diperoleh Adapun tujuan promosi menurut (Lasa: 2009) yaitu:

1. Menarik perhatian adalah: suatu bentuk media promosi yang dimana dapat dipromosikan kepada masyarakat atau pemustaka yang membutuhkan informasi guna menarik perhatian pelanggan dengan cara mempromosikan kepada khalayak, (Slameto: 2015)
2. Menciptakan kesan adalah, suatu pemikiran atau penilaian yang timbul dari penglihatan dan pendengaran dalam cara bagaimana kita mempromosikan bahan pustaka apabila kita mempromosikan tidak sesuai dengan apa yang diinginkan oleh konsumen atau pemustaka maka akan menimbulkan kesan yang tidak baik dalam cara kita melakukan promosi dan ini juga salah satu penghambat dalam melakukan media promosi, (Cr. Pixabay: 2013)
3. Membangkitkan minat adalah, sesuatu yang cenderung apabila seseorang memiliki keinginan: contohnya dalam melakukan media promosi maka orang tersebut akan mengasah dirinya agar dapat meningkatkan kemampuan guna mencapai minat yang diinginkan dan sesuai dengan kemampuan, (Sardiman: 2013)

Menurut (Afriani: 2012) dapat peneliti mendefinisikan pemasaran dengan penerapan terhadap perpustakaan sebagai suatu pendekatan terencana untuk mendapatkan dukungan para pengguna. Selanjut nya juga perpustakaan mengembangkan jasa yang sudah tepat dan menguntungkan bagi kedua belah pihak, yaitu pengguna dan perpustakaan sebagai salah satu pemberi jasa informasi.

Promosi perpustakaan Menurut (Hendrik :2016) Promosi perpustakaan menggunakan media promosi *facebook* adalah kegiatan lebih lanjut yang dimana semua sudah siap baik perangkat keras, perangkat lunak, maupun perangkat manusia, tujuan dari menggunakan *facebook* tersebut agar masyarakat selalu ingin menarik perhatian untuk datang berkunjung ke perpustakaan oleh karena itu. Adapun penelitian yang dilakukan oleh (Hendrik:2012) mengenai *facebook* di beberapa perpustakaan perguruan tinggi Amerika pada tahun 2008, berdasarkan di atas maka pengguna *facebook* sebagai sarana promosi perpustakaan merupakan sebuah ide yang kreatif dan tepat karena *facebook* sebagai sarana promosi perpustakaan sebuah ide yang kreatif dan tepat karena *facebook* sudah mampu digunakan oleh seluruh lapisan dunia baik masyarakat, namun oleh karena itu tetap memberikan pembinaan berkelanjutan untuk mencapai sasaran atau target dari promosi yang dilakukan.

Oleh karena itu generasi z adalah generasi yang lahir dalam rentang tahun 1997 sampai dengan tahun 2012 generasi z juga adalah generasi milenial yang merupakan peralihan generasi milenial dengan teknologi yang semakin berkembang. Generasi ini juga sebagai Gen Z atau *i-generation* mereka yang masuk dalam generasi ini juga termasuk generasi *up to date* terhadap isu yang tersebar dimedia masa atau internet.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana strategi promosi perpustakaan yang dilakukan di UPT Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Mataram menggunakan media sosial FB dan Instagram ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, Adapun tujuan dari penelitian ini Untuk mengetahui strategi promosi perpustakaan yang seperti apa yang diterapkan oleh Upt Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Mataram.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian laporan akhir adalah sebagai berikut:

1. Bagi mahasiswa
Dapat menambah wawasan pengetahuan dalam menerapkan ilmu yang sudah diperoleh dibangku kuliah dengan praktek yang sebenarnya yang sudah dilaksanakan.
2. Bagi akademis
Sebagai bacaan referensi bagi pihak-pihak yang membutuhkan apabila ada penelitian selanjutnya pada objek yang sama.
3. Bagi pembaca
Sebagai sarana atau referensi dalam meningkatkan wawasan terkait strategi promosi perpustakaan di UPT Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Mataram dalam meningkatkan budaya baca generasi.

BAB II
TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Tabel 1. Hasil Penelitian terdahulu

NO	1
Peneliti/ Judul	Hariatul Aini (2017) Strategi Promosi Dalam Memasyarakatkan Perpustakaan Di Dinas Kearsipan Dan Perpustakaan Kabupaten Lombok Barat
Metode	Keduanya menggunakan metode kualitatif
Hasil	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Strategi promosi perpustakaan merupakan program yang sangat efektif dan efisien, hal ini dirasakan langsung oleh masyarakat karena dalam melakukan promosi perpustakaan masyarakat yang membutuhkan informasi akan mendapatkan informasi atau promosi yang dilakukan oleh perpustakaan.
Persamaan/ Perbedaan	Persamaan penelitian sekarang dan penelitian terdahulu ialah sama-sama menggunakan penelitian kualitatif, Perbedaan penelitian sekarang dan terdahulu ialah pada penelitian terdahulu membahas, Strategi promosi dalam memasyarakatkan perpustakaan di Dinas Kearsipan dan Perpustakaan Lombok Barat. Sedangkan penelitian yang dilakukan sekarang bahwa peneliti ingin melihat bagaimana strategi promosi Perpustakaan perguruan tinggi melalui

	media sosial dalam rangka meningkatkan minat baca generasi Z
--	--

NO	2
Peneliti/ Judul	(Lisdalina:2017) Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Pemanfaatan Perpustakaan Oleh Pemustaka Di Dinas Kearsipan Dan Perpustakaan Kota Mataram
Metode	Keduanya sama-sama menggunakan Metode Kualitatif
Hasil	Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi promosi perpustakaan merupakan suatu strategi yang efektif karena hasil penelitian ini juga bisa meningkatkan minat baca yang ada di perpustakaan dengan adanya sistem promosi yang dilakukan.
Persamaan/ Perbedaan	Persamaan penelitian sekarang dan penelitian terdahulu ialah sama-sama menggunakan penelitian kualitatif dan sama-sama membahas mengenai Strategi promosi perpustakaan. Perbedaan penelitian sekarang dan penelitian terdahulu ialah pada penelitian terdahulu membahas strategi pemanfaatan perpustakaan. Sedangkan penelitian sekarang membahas lebih ke Strategi promosi dalam meningkatkan budaya baca generasi Z

2.2 Strategi Promosi

Strategi adalah sebuah proses atau tujuan awal dari seorang promosi untuk membuat rencana yang diinginkan seseorang guna memfokuskan pada salah satu tujuan yang diinginkan. Menurut (Quinn: 1990) Strategi adalah model atau rencana yang menyatukan tujuan, kebijakan, dan tindakan kunci dalam hubungan yang terpadu. Strategi yang baik membantu organisasi mengalokasikan sumber dayanya dengan cara yang unik, berdasarkan keahlian internal dan pandangan ke depan lingkungan.

Periklanan dipahami sebagai semua kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk mengkomunikasikan dan memasarkan produknya di pasar sasaran. Singkatnya, promosi penjualan adalah kegiatan yang menginformasikan kepada masyarakat tentang suatu produk dan dilakukan

Sedangkan menurut (Tjiptono: 2012), tujuan utama dari promosi Perpustakaan adalah menginformasikan, mempengaruhi dan membujuk, serta mengingatkan pelanggan sasaran tentang perpustakaan dan bauran pemasarannya. Secara singkat promosi berkaitan dengan upaya untuk mengarahkan seseorang agar dapat memahami suatu perpustakaan tertentu, lalu memahaminya, berubah sikap, menyukai, yakin, kemudian akhirnya memakai dan melakukan kegiatan perpustakaan tersebut oleh karena itu Promosi juga mempunyai beberapa tugas yang dilaksanakan tugas utama promosi adalah menginformasikan, mempengaruhi, membujuk, menyakinkan pelanggan, agar mau menggunakan barang atau jasa yang ditawarkan Menurut (Lamb:2001), Adapun tugas promosi adalah sebagai berikut:

- a) Promosi informatif, yaitu: meningkatkan kesadaran atas produk baru, kelas produk, atau atribut produk, menjelaskan bagaimana produk tersebut bekerja, menyarankan kegunaan baru suatu produk dan membangun citra suatu produk
- b) Promosi persuasife, yaitu: mendorong perpindahan merek, merubah persepi pelanggan atas atribut produk, mempengaruhi pelanggan untuk membeli dan merayu pelanggan untuk datang.
- c) Promosi mengingatkan, yaitu: mengingatkan konsumen bahwa produk mungkin dibutuhkan dalam waktu dekat ini, dan mengingatkan konsumen dimana untuk membeli produk tersebut dan mempertahankan kesadaran konsumen.

Menurut (Kotler: 2018), promosi adalah segala bentuk komunikasi yang digunakan untuk menginformasikan (*to inform*) membujuk (*to persuade*), dan mengingatkan (*to remind*) pasar sasaran tentang produk, yang dihasilkan organisasi, individu.

Strategi promosi juga sangat bermanfaat untuk memenuhi kebutuhan tujuan jangka pendek untuk mencapai tujuan tersebut juga strategi promosi sangat dibutuhkan. Berikut strategi yang dapat dilakukan.

1. Membangun komunikasi dengan pemustaka

Merupakan pemanfaatan ilmu komunikasi dalam segala kegiatan promosi, oleh karena itu diperlukan kemampuan dalam berkomunikasi dengan pemustaka, lingkungan, fasilitas dan bahan Pustaka yang ada. Beberapa sikap dalam berkomunikasi dapat ditunjukkan dengan kemampuan memiliki

wawasan yang luas, tingginya integritas dan kemampuan dalam berkomunikasi.

2. Membangun Kerjasama dengan pihak ketiga

Pada dasarnya tidak satupun perpustakaan yang mampu memberikan layanan berupa pemenuhan semua kebutuhan pemustaka, oleh karena itu perlu dibangun kerjasama terutama dalam layanan promosi. kerjasama dapat dilakukan dalam kegiatan sehari-hari atau insidensi. Oleh karena itu adapun indikator dari strategi promosi adalah sebagai berikut:

a. Strategi Menginformasikan Menggunakan media sosial

- Promosi menggunakan brosur menurut (Andi Prasatwo :2012) brosur merupakan suatu bahan informasi tertulis mengenai suatu masalah yang disusun secara sistematis. Brosur juga diartikan sebagai selebaran cetakan yang berisi keterangan singkat dan lengkap.
- Strategi promosi menggunakan spanduk mempunyai pengertian menurut (Alwi:2001) spanduk mempunyai kain rentang yang berisi slogan, propaganda, atau berita yang bisa diketahui oleh masyarakat atau mahasiswa bahwa spanduk ini berisi bahan apa yang harus dipromosikan.
- Promosi menggunakan twibbon menurut (Macmillan Dictionary :2002) menjelaskan bahwa twibbon merupakan alat atau bentuk gambar yang dapat diisi dengan gambar atau sesuatu kegiatan yang dapat dipromosikan menggunakan media sosial.

2.3 Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Mataram

Menurut peraturan pemerintah Republik Indonesia Nomor 24 Tahun 2017 tentang perpustakaan, pasal 1 ayat 10 mengatakan bahwa:

Perpustakaan perguruan tinggi adalah perpustakaan yang berupa bagian integral dari kegiatan pendidikan, penelitian dan pengabdian masyarakat yang suda berfungsi sebagai sumber belajar untuk mendukung tercapainya tujuan Pendidikan yang berkedudukan di perguruan tinggi.

Menurut (Hartono: 2010) menyatakan bahwa:

Perpustakaan perguruan tinggi adalah perpustakaan yang berada dalam suatu perguruan tinggi dan merupakan salah satu unit organisasi yang menunjang perguruan tinggi dalam mencapai tujuan.

Berdasarkan penjelasan diatas dapat penulis simpulkan bahwa perpustakaan perguruan tinggi adalah Lembaga yang mengelolah karya tulis, karya rekam, dan karya cetak secara sistematis, guna memenuhi kebutuhan Pendidikan, penelitian, pelestarian dan informasi

2.4 Media Sosial

Promosi perpustakaan Menurut, (Hendrik:2016) Iklan media sosial di Facebook merupakan kelanjutan. Ketika semuanya sudah siap, baik perangkat lunak (hardware) maupun perlengkapan manusia (program otak), tujuan beriklan di Facebook adalah untuk mengenal orang dan mendapatkan perhatian. Kunjungi perpustakaan. Oleh karena itu, penelitian Hendrik (2008) tentang penggunaan Facebook di beberapa perpustakaan universitas di Amerika didasarkan pada penjelasan di atas.

Media sosial merupakan platform digital yang menawarkan kesempatan kepada setiap penggunanya untuk melakukan kegiatan sosial, oleh karena itu beberapa kegiatan dilakukan di media sosial. Misalnya untuk berkomunikasi atau berinteraksi memberikan informasi atau konten berupa teks, foto, video dan informasi lainnya.

Pengertian (Macarth:2015). Instagram adalah aplikasi media sosial yang berbasis pada seseorang yang menyukai gambar dan memiliki fitur yang menyenangkan untuk mengambil foto atau dapat digunakan dengan media sosial Instagram.

Pada tahun 2010, Chris Brogan dalam bukunya yang berjudul Sosial media 101: *Tactics and Tips to Develop Your Business* menyebutkan bahwa media sosial adalah suatu sistem alat komunikasi yang memuat berbagai kemungkinan untuk terciptanya bentuk interaksi dan gaya baru.

Dalam Kamus Besar (KBBI), media sosial berarti laman atau aplikasi yang memungkinkan pengguna dapat membuat dan berbagi isi atau terlibat dalam jaringan sosial. Sosial media atau marketing juga adalah suatu proses atau cara pemasaran digital menggunakan media sosial untuk memasarkan produk atau jasa.

Dari penjelasan diatas dapat penulis simpulkan bahwa. Media sosial merupakan suatu *platform* digital yang menyediakan fasilitas untuk melakukan aktivitas sosial bagi setiap penggunanya oleh karena itu ada beberapa aktivitas yang dilakukan di media sosial. Dalam Kamus Besar, media sosial berarti laman atau aplikasi yang memungkinkan pengguna

dapat membuat dan berbagi isi atau terlibat dalam jaringan sosial. Sosial media atau marketing juga adalah suatu proses atau cara pemasaran digital menggunakan media sosial untuk memasarkan produk atau jasa.

2.5 Meningkatkan Minat Baca Generasi Z

Minat membaca merupakan kegiatan yang wajar dan menjadi salah satu cara untuk mempromosikan ilmu pengetahuan dan karya-karya baru. Literasi yang tertanam dalam diri setiap orang, sukses di sekolah dan dalam kehidupan di masyarakat membuka peluang untuk kehidupan yang baik.

Keras (Irkham:2012) minat baca merupakan kegiatan yang sudah menjadi hal yang biasa dalam kehidupan sehari-hari atau belum ada. Misalnya, jika seseorang tertarik membaca, tidak ada hari tanpa membaca.

Generasi Z adalah generasi yang lahir antara (1997) dan (2012). Generasi Z adalah generasi setelah generasi milenial. Generasi ini juga merupakan generasi peralihan dari generasi milenial, dimana teknologi terus berkembang. Beberapa di antaranya adalah keturunan Generasi X dan Milenial.

(Menurut Stillman:2017) mengklaim bahwa Generasi Z adalah generasi pekerja terbaru, lahir antara tahun 1995 dan 2012, juga dikenal sebagai generasi internet atau internet generation. Berdasarkan penelitian ini, Generasi Z berbeda dengan Generasi Y atau Milenial.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Dalam melakukan penelitian ini, peneliti menggunakan metode kualitatif, karena penelitian kualitatif merupakan penelitian yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis. Proses dan makna (perspektif subjek) lebih ditonjolkan dalam melakukan penelitian kualitatif

David (Williams:1995) Metode penelitian kualitatif adalah upaya penelitian mengumpulkan data yang didasarkan pada latar alamiah. Tentu saja, karena dilakukan secara alamiah atau natural, hasil penelitiannya pun juga ilmiah dan dapat dipertanggung jawabkan.

Metode ini diharapkan penelitian dapat mengumpulkan data-data yang ada di lapangan. Sehingga data-data tersebut dapat menjadi bahan rujukan dalam menjawab permasalahan yang ada dalam penelitian ini.

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Kegiatan penelitian ini dilakukan di UPT Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Mataram yang berlokasi di JL.K.H. Ahmad Dahlan NO. 1 Pagesangan, Kec. Mataram, Kota Mataram, Nusa Tenggara Barat

2. Waktu Penelitian

Waktu penelitian dilaksanakan pada tanggal 12 juni 2023-14 juni 2023

3.3 Jenis dan sumber data

Sumber data utama dalam penelitian kualitatif ialah kata kata, dan Tindakan, selebihnya adalah sumber data akan diambil dari dokumen, hasil wawancara, catatan lapangan hasil observasi. (Moleong :2013)

Jenis data yang digunakan dalam melakukan penelitian ini adalah jenis data primer dan sekunder. Adapun penjelasan dari data primer dan data sekunder adalah sebagai berikut:

1. Data primer

Data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber utama atau objek tempat dilakukannya penelitian (Melisa: 2021)

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang didapatkan secara tidak langsung kepada pengumpul data, seperti melalui orang lain atau dokumen yang dimana data tersebut bisa menjadi sebuah data pendukung saat dalam melakukan penelitian (Melisa: 2021)

3.4 Teknik pengumpulan data

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian sebagai berikut:

a. Observasi

Observasi merupakan aktivitas yang dilakukan untuk mengamati secara langsung suatu objek tertentu dengan tujuan untuk memperoleh sejumlah data dan informasi terkait observasi tersebut.

Menurut (Haryono:2020) Menjelaskan bahwa observasi merupakan metode penelitian yang penting untuk memahami dan memperkaya pengetahuan tentang fenomena apa saja yang diteliti dalam observasi penelitian ini juga dilakukan dengan cara terjun langsung kelapangan untuk mengamati perilaku dan aktivitas yang ingin diteliti oleh karena itu penelitian dapat terjun langsung ke lapangan.

Menurut (Safithry:2018) Menjelaskan bahwa observasi itu ada tiga jenis pengertian observasi:

- 1) Observasi berpartisipasi yaitu observasi yang terlibat dalam kegiatan beberapa observasi tersebut.
 - a) Partisipasi pasif: mengamati tanpa terlihat dalam kegiatan.
 - b) Partisipasi moderat: berpartisipasi hanya pada beberapa kegiatan saja.
 - c) Partisipasi aktif: mengikuti kegiatan tapi belum sepenuhnya mengikuti.
- 2) Observasi secara terang-terangan yaitu observer yang menyatakan secara terus terang kepada narasumber bahwa akan melakukan observasi.
- 3) Observasi secara terstruktur yang dilakukan oleh observer bila fokus pada pengamatan.

Dari penjelasan diatas dapat diambil kesimpulan bahwa observasi merupakan aktivitas yang dilakukan untuk mengamati secara langsung suatu objek tertentu dengan tujuan untuk memperoleh sejumlah data dan informasi terkait observasi tersebut.

b. Interview(wawancara)

Wawancara atau interview merupakan salah satu wujud dari komunikasi interpersonal dimana merupakan suatu bentuk komunikasi yang langsung tanpa perantara media atau individu, dalam hal ini peran sebagai pembicara dan pendengar dilakukan secara bergantian, serta seringkali peran itu menyatu.

Peneliti mewawancarai dengan cara berinteraksi langsung dengan pustakawan yang ingin peneliti wawancarai, dalam melakukan penelitian ini peneliti mewawancarai salah satu pustakawan yang berada di UPT Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Mataram dengan bapak M. Alan selaku pustakawan di bidang promosi dan bapak Baha'Udin selaku Divisi pengolahan.

Menurut (Estereberg:2015) Wawancara merupakan pertemuan yang dilakukan oleh dua orang atau lebih untuk bertukar informasi maupun ide atau pendapat dengan cara tanya jawab, sehingga dapat dikerucutkan menjadi sebuah makna atau kesimpulan.

Menurut (Moleong:2010) Wawancara/interview merupakan percakapan dengan maksud tertentu yang dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara atau disebut interview yang mengajukan 25 pertanyaan dan

yang terwawancara atau disebut interview yang memberikan jawaban atas pertanyaan tersebut.

Dari penjelasan diatas dapat diambil kesimpulan bahwa wawancara atau interview merupakan salah satu wujud dari komunikasi interpersonal dimana merupakan suatu bentuk komunikasi yang langsung tanpa perantara media atau individu. yang dilakukan peran pembicara dan pendengar dilakukan secara bergantian

c. Dokumentasi

Secara umum istilah dokumentasi berasal dari bahasa Inggris yaitu "documentation". Menurut Kamus Pelajar Oxford, "dokumentasi" memiliki dua arti. Makna pertama adalah penyajian informasi atau bukti resmi yang berguna untuk membuat suatu rekaman, sedangkan makna kedua adalah upaya untuk merekam dan mengklasifikasikan informasi berupa tulisan, foto, video, dan lain-lain.

Dokumentasi (Sugiyono:2018) Dokumentasi adalah cara memperoleh pengetahuan dan informasi berupa buku, arsip, dokumen, gambar dan gambar tertulis dalam bentuk laporan dan data untuk mendukung penelitian.

Menurut dokumentasi (Arikuto:2017) Dokumentasi adalah pencarian dan pengumpulan informasi faktual dalam bentuk catatan, kutipan, surat kabar, buku, risalah, agenda, dll

Dapat penulis mengambil kesimpulan terkait dokumentasi secara umum dokumentasi merupakan arti pertama yakni menyuguhkan informasi atau bukti resmi yang berguna untuk menjadi sebuah catatan sedangkan arti yang

kedua yaitu sebagai upaya mencatat dan mengkategorikan informasi dalam bentuk tulisan foto dan lainnya.

3.5 Analisis Data

Menurut Bogdan (2019) analisis data kualitatif adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, dan memilah menjadi satuan yang dapat dikelola, mensistensikannya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari.

Setelah melakukan penelitian dan mengumpulkan data langkah selanjutnya adalah melakukan transkrip data untuk memudahkan dalam melakukan analisis data penelitian di UPT Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Mataram Adapun Langkah-langkah dalam menganalisis data adalah sebagai berikut:

1. Reduksi Data

Menurut Sugiyono (2018), reduksi data adalah cara bagaimana merangkum dan memilah data- data yang pokok, memfokuskan pada hal yang penting yang sesuai dengan topik penelitian, mencari tema dan polanya pada akhirnya memberikan gambaran yang lebih jelas dan mempermudah untuk melakukan pengumpulan selanjutnya.

3. Penyajian Data

Menurut Sugiyono (2019), penyajian data adalah kegiatan yang dilakukan dalam bentuk uraian singkat, materi, hubungan antar kategori, bagan alir dan sejenisnya. (Sugiyono 2019) Menyatakan bahwa penelitian kualitatif utamanya menggunakan teks naratif (deskripsi) untuk menyajikan data.

4. Penarikan Kesimpulan

Menurut Sugiyono (2019) Kesimpulan dalam penelitian Kualitatif merupakan penemuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu objek yang sebelumnya masih remang-remang atau gelap, sehingga setelah diteliti menjadi jelas.

3.6 Validasi Data

Validasi data adalah pembuktian, artinya validasi adalah pekerjaan (dokumentasi).

Penelitian ini menggunakan teknik validasi data ditinjau dari sumber, teknik dan waktu, yang dilakukan dengan cara mengkaji data yang diperoleh peneliti melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik ini juga dilakukan dengan mengecek kembali informasi informan dengan teknik yang berbeda, sehingga peneliti menghabiskan waktu untuk mengecek kembali informasi yang diperoleh pada titik waktu yang berbeda.