

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Di era digital saat ini, lembaga informasi publik seperti perpustakaan menghadapi tantangan serius dalam mempertahankan eksistensinya di tengah persaingan media informasi yang semakin masif. Masyarakat memiliki banyak alternatif sumber informasi yang instan dan mudah diakses melalui gawai mereka, sehingga keberadaan perpustakaan secara fisik tidak lagi otomatis menjadi pilihan utama. Disinilah peran perpustakaan diuntut untuk bertransformasi. Sebagai sebuah lembaga yang mengelola koleksi tulisan, publikasi, dan karya rekam secara profesional dengan sistem yang terstandarisasi untuk memenuhi kebutuhan pendidikan, penelitian, pelestarian, informasi, dan rekreasi bagi para pengunjungnya. Perpustakaan merupakan sebuah ruangan atau bangunan yang berfungsi sebagai tempat untuk menyimpan buku serta berbagai terbitan lain yang diatur secara sistematis guna digunakan pembaca, bukan untuk diperjualbelikan (Mubasyaroh, 2016). Secara umum, perpustakaan adalah unit kerja yang bertugas mengumpulkan, menyimpan, dan memelihara koleksi pustaka, baik berupa buku maupun bahan bacaan lainnya, yang diorganisasikan serta diadministrasikan secara khusus agar dapat dimanfaatkan secara berkelanjutan oleh pengguna sebagai sumber informasi.

Salah satu jenis perpustakaan yang memiliki peran strategis adalah perpustakaan umum, yang berfungsi sebagai lembaga pendidikan sepanjang hayat dan menjamin kesetaraan akses informasi bagi semua kalangan tanpa memandang latar belakang sosial. Perpustakaan umum merupakan perpustakaan yang diselenggarakan oleh dana umum yang berada di bawah pengawasan pemerintah daerah provinsi. Keberadaan perpustakaan umum dimaksudkan untuk menjamin akses informasi bagi seluruh lapisan masyarakat secara merata, sehingga setiap individu memiliki kesempatan yang sama dalam memperoleh ilmu pengetahuan dan meningkatkan kualitas hidupnya. Perpustakaan umum juga merupakan lembaga pendidikan sepanjang

hayat yang menyediakan sumber belajar sesuai dengan kebutuhan masyarakat dan melayani semua kalangan tanpa membedakan agama, ras, suku bangsa, jenis kelamin, umur, latar belakang dan tingkat sosial, serta pendidikan (Mahdi, 2020). Dalam upaya menjalankan fungsi dan perannya secara optimal, perpustakaan umum tidak hanya dituntut untuk menyediakan koleksi dan layanan yang memadai, tetapi juga perlu memperkenalkan keberadaannya kepada masyarakat (Amrita, 2019).

Salah satu cara yang dapat dilakukan untuk memperkenalkan keberadaan perpustakaan adalah melalui kegiatan promosi. Promosi adalah metode yang dapat dimanfaatkan oleh perpustakaan untuk melakukan komunikasi yang luas antara pihak perpustakaan dan pengguna. Dengan demikian, promosi berfungsi sebagai sarana untuk memengaruhi, menarik perhatian, dan memberikan informasi mengenai visi, misi, tujuan, serta pelayanan yang disediakan oleh perpustakaan. Promosi secara sederhana yaitu suatu kegiatan yang diinformasikan kepada satu atau beberapa kelompok orang tentang suatu organisasi dan produk dari organisasi tersebut. Atau bisa disebut promosi merupakan komunikasi dua arah antara organisasi dengan konsumennya (Sujatna, 2017).

Dalam konteks perpustakaan, komunikasi dua arah ini tidak hanya sekadar menyampaikan informasi layanan, tetapi juga membangun dialog dan pemahaman bersama tentang pentingnya literasi. Oleh karena itu, mempromosikan perpustakaan dapat dimaknai sebagai ikhtiar untuk mengajak masyarakat kepada tradisi baca dan literasi, yang merupakan bagian dari kebaikan. Selain itu, perpustakaan juga dapat memanfaatkan media cetak maupun media digital sebagai sarana penyebaran informasi mengenai layanan maupun agenda yang akan diselenggarakan (Sari, 2024). Inti dari upaya promosi perpustakaan adalah membangun jembatan informasi dengan para penggunanya. Melalui berbagai kegiatan, perpustakaan secara aktif membagikan berita tentang segala layanan dan fasilitas yang tersedia. Pada praktiknya, setiap inisiatif yang dirancang untuk memperkenalkan atau mendialogkan produk perpustakaan kepada khalayak dapat dikategorikan sebagai bentuk promosi (Rahmi, 2025). Tujuan utama dari

promosi perpustakaan adalah meningkatkan pemahaman, minat, dan partisipasi masyarakat dalam memanfaatkan layanan perpustakaan, sehingga secara langsung dapat meningkatkan jumlah pengunjung serta penggunaan koleksi perpustakaan (Setiawan, 2016).

Sebagai institusi perpustakaan umum daerah, Dinas Kearsipan dan Perpustakaan Provinsi Sumatera Barat beroperasi di bawah administrasi pemerintah provinsi. Untuk mendukung operasionalnya, dinas ini memiliki dua kantor administrasi terpisah, yaitu pelayanan perpustakaan berpusat di Jalan Diponegoro Nomor 4 untuk sementara untuk kearsipan di Jalan Pramuka V Nomor 2 Khatib Sulaiman Padang. Dalam bidang perpustakaan, Dinas Kearsipan dan Perpustakaan Provinsi Sumatera Barat berfungsi sebagai pusat informasi dan literasi masyarakat yang memiliki peran penting dalam meningkatkan minat baca serta kesadaran akan pentingnya akses informasi. Perpustakaan ini menyediakan berbagai koleksi, baik cetak maupun digital, yang mencakup buku umum, karya ilmiah, koleksi daerah, dan bahan referensi lainnya. Untuk memperkenalkan layanan tersebut kepada masyarakat, perpustakaan aktif melakukan berbagai kegiatan promosi yang bertujuan memperluas jangkauan pengguna dan memperkuat citra positif lembaga.

Berdasarkan hasil wawancara yang diselenggarakan dengan salah satu pustakawan di Dinas Kearsipan dan Perpustakaan Provinsi Sumatera Barat dengan ibu Febri Rahmania sebagai pustakawan ahli pertama yang juga aktif dalam promosi perpustakaan, beliau menjelaskan pelaksanaan promosi pada Dinas Kearsipan dan Perpustakaan Provinsi Sumatera Barat dilaksanakan secara online dan offline. Promosi dilakukan dengan berbagai media promosi seperti, Website resmi perpustakaan, Sosial media (Facebook, Tiktok, YouTube, Instagram, Grup Whatsapp), Brosur dan Banner. Adapun sosial media yang paling sering digunakan untuk promosi pada Dinas Kearsipan dan Perpustakaan Provinsi Sumatera barat adalah Instagram. Penggunaan media tersebut bertujuan untuk memperkenalkan layanan dan kegiatan perpustakaan secara lebih luas kepada masyarakat. Selain itu, Dinas Kearsipan dan Perpustakaan

Provinsi Sumatera Barat juga melakukan promosi melalui kegiatan seminar, pelatihan literasi informasi, lomba menulis, serta kegiatan inklusi sosial berbasis masyarakat. Berdasarkan observasi yang dilakukan peneliti menemukan data kunjungan Perpustakaan Dinas Kearsipan dan Perpustakaan Provinsi Sumatera Barat periode Januari - Desember 2024 disajikan pada tabel berikut.

Tabel 1. 1 Pengunjung Tahun 2024
Dinas Kearsipan dan Perpustakaan Provinsi Sumatera Barat

BULAN	PENGUNJUNG
Januari	4226
Februari	4264
Maret	2478
April	2224
Mei	4460
Juni	4307
Juli	4993
Agustus	5335
September	6309
Oktober	8759
November	6669
Desember	6669
Total	60693

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa promosi yang ada di Dinas Kearsipan dan Perpustakaan Provinsi Sumatera Barat sudah cukup baik karena jumlah pengunjung meningkat setiap bulannya ibu Febri Rahmania menjelaskan. Namun, Meskipun jumlah pengunjung menunjukkan tren peningkatan, fluktuasi masih terlihat pada beberapa bulan tertentu, seperti bulan Maret dan April kerana bulan tersebut bertepatan dengan bulan Ramadan dan libur Idul Fitri. Kondisi di lapangan menunjukkan berdasarkan hasil observasi bahwa meskipun pengunjung meningkat dengan berbagai bentuk promosi telah dilaksanakan, belum semua kegiatan promosi perpustakaan mampu menjangkau masyarakat secara efektif. Banyak promosi yang hanya bersifat informatif, tetapi belum mampu mendorong perubahan perilaku

pengguna. Dalam praktiknya, masih ditemukan mahasiswa dan masyarakat umum yang kurang mengetahui secara mendalam mengenai layanan, koleksi, maupun program yang tersedia di perpustakaan. Meskipun telah menyediakan berbagai layanan dan koleksi, pemanfaatan layanan tersebut belum sepenuhnya merata di seluruh lapisan masyarakat. Hal ini menunjukkan bahwa secara kuantitatif promosi telah dilakukan secara aktif, namun secara kualitatif efektivitas pesan promosi belum dapat dipastikan. Berdasarkan pengamatan awal, efektivitasnya masih perlu dikaji lebih dalam karena banyak kegiatan yang masih bersifat satu arah dan informatif. Promosi semacam ini cenderung hanya memindahkan informasi dari pengelola ke masyarakat, tanpa memastikan apakah informasi tersebut berhasil menarik perhatian, apalagi memicu ketertarikan, mengubah keinginan, dan pada akhirnya mengajak masyarakat untuk bertindak. Inilah celah kritis yang sering luput dari evaluasi konvensional. Padahal, untuk sebuah promosi dapat dikatakan efektif apabila keempat tahapan respons psikologis tersebut harus terpenuhi. Oleh karena itu, penelitian ini bermaksud melakukan evaluasi yang lebih mendalam dengan menjadikan Model AIDA sebagai acuan.

Penelitian ini dianalisis melalui lensa Model AIDA sebuah pendekatan komunikasi yang berfokus pada tahapan (*Attention, Interest, Desire, Action*), yang digagas pertama kali oleh Elmo Elwis di Amerika Serikat pada tahun 1998 dan model ini telah menjadi standar dalam periklanan dan terus dikembangkan oleh para profesional di bidang tersebut. Meskipun awalnya banyak digunakan dalam konteks pemasaran komersial, model AIDA telah diadopsi secara luas dalam bidang perpustakaan dan informasi sebagai kerangka evaluasi efektivitas promosi. Hal ini disebabkan kemampuannya dalam memetakan tahapan psikologis pemustaka mulai dari kesadaran awal hingga tindakan nyata sehingga cocok digunakan untuk mengukur sejauh mana promosi perpustakaan berhasil memengaruhi perilaku pengguna. Model AIDA juga digunakan untuk menggambarkan bagaimana proses seseorang dalam menanggapi sebuah promosi, mulai dari perhatian hingga tindakan. Model ini dipilih

karena dapat menjelaskan bagaimana kegiatan promosi atau komunikasi pemasaran mampu menarik perhatian, menumbuhkan minat, membangun keinginan, dan mendorong tindakan pengguna mengambil keputusan untuk menggunakan layanan perpustakaan (Rangga, 2022).

Meskipun beberapa penelitian sebelumnya telah mengkaji efektivitas promosi perpustakaan menggunakan model AIDA, seperti yang dilakukan oleh Rahul (2023) di Kabupaten Bengkayang, Putri (2024) di Universitas Lancang Kuning dan peneliti lainnya, masih terdapat beberapa kesenjangan penelitian yang signifikan. Secara konseptual dan praktis belum ada penelitian yang mengkaji integrasi strategi promosi *online* dan *offline* secara terpadu dalam konteks Perpustakaan Provinsi sebagai layanan publik. Selama ini hanya cenderung mengevaluasi media promosi secara terpisah, sedangkan Dinas Kearsipan dan Perpustakaan Provinsi Sumatera Barat menerapkan pendekatan campuran (*Mixed Promotion*). Sedangkan dari segi evaluasi belum ada pengukuran komprehensif berbasis model AIDA yang diterapkan untuk menilai efektivitas setiap tahapan promosi (*Attention, Interest, Desire, Action*) di Dinas Kearsipan dan Perpustakaan Provinsi Sumatera Barat. Oleh karena itu kesenjangan ini penting dikaji karena karakteristik masyarakat serta strategi promosi yang diterapkan oleh Dinas Kearsipan dan Perpustakaan Provinsi Sumatera Barat memiliki keunikan yang berbeda dari konteks penelitian sebelumnya. Dengan menerapkan Model AIDA, penelitian ini akan mengungkap sejauh mana promosi yang ada benar-benar resonan di benak masyarakat, membangun hubungan emosional, dan pada akhirnya berkontribusi pada peningkatan kunjungan dan pemanfaatan layanan perpustakaan.

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, penelitian ini akan dilakukan di Dinas Kearsipan dan Perpustakaan Provinsi Sumatera Barat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui efektivitas promosi dengan menggunakan model AIDA (*Attention, Interest, Desire, Action*). Fokus kajiannya adalah untuk mengukur tingkat keberhasilan aktivitas promosi yang dilakukan, dengan menggunakan parameter yang ditetapkan dalam model AIDA (*Attention, Interest, Desire, Action*). Secara operasional, efektivitas

tersebut dapat dilihat dari kemampuan promosi perpustakaan dalam menarik perhatian masyarakat, menumbuhkan ketertarikan yang berkelanjutan, merangsang keinginan untuk memanfaatkan layanan, dan akhirnya menggerakkan mereka untuk mengambil tindakan nyata. Efektivitas diukur melalui *mean* pada tiap-tiap tahap dan *grand mean* AIDA. Sehingga peneliti tertarik untuk mengkaji hal tersebut lebih dalam melalui penelitian yang berjudul **“Efektivitas Promosi Pada Dinas Kearsipan dan Perpustakaan Provinsi Sumatera Barat Menggunakan Model AIDA”**.

1.2. Rumusan Masalah dan Batasan Masalah

1.2.1. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka ditemukan permasalahan pada penelitian ini yaitu Bagaimana efektivitas promosi pada Dinas Kearsipan dan Perpustakaan Provinsi Sumatera Barat menggunakan Model AIDA (*Attention, Interest, Desire, Action*)?

1.2.2. Batasan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah diatas agar penulis tidak menyimpang dan agar lebih terarah dalam pembahasannya maka penulis memberikan batasan masalah yaitu:

1. Sejauh mana promosi mampu menarik *Attention* (Perhatian) pengguna pada Perpustakaan Dinas Kearsipan dan Perpustakaan Provinsi Sumatera Barat.
2. Sejauh mana promosi menumbuhkan *Interest* (ketertarikan) terhadap layanan pada Perpustakaan Dinas Kearsipan dan Perpustakaan Provinsi Sumatera Barat.
3. Sejauh mana promosi membangkitkan *Desire* (Keinginan) untuk memanfaatkan layanan pada Perpustakaan Dinas Kearsipan dan Perpustakaan Provinsi Sumatera Barat.
4. Sejauh mana promosi mendorong *Action* (Tindakan) nyata pengguna untuk berkunjung ke Perpustakaan Dinas Kearsipan dan Perpustakaan Provinsi Sumatera Barat.

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka adapun tujuan penelitian ini adalah Untuk mengetahui bagaimana efektivitas promosi pada Dinas Kearsipan dan Perpustakaan Provinsi Sumatera Barat, dengan berpedoman pada tahapan-tahapan kunci Model AIDA (*Attention, Interest, Desire, Action*).

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini ditunjukkan kepada beberapa pihak yaitu:

1.4.1. Manfaat Teoritis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap perkembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang Ilmu Perpustakaan dan Informasi Islam, terutama yang berkaitan dengan strategi promosi dan perilaku pemustaka berdasarkan model AIDA.
- b. Menjadi referensi bagi peneliti lain yang ingin mengkaji topik serupa di masa mendatang.

1.4.2. Manfaat Praktis

- a. Penelitian ini diharapkan dimanfaatkan sebagai acuan atau rujukan oleh Dinas Kearsipan dan Perpustakaan Provinsi Sumatera Barat dalam mengembangkan program promosi yang tidak hanya lebih efektif, tetapi juga lebih responsif terhadap kebutuhan riil pemustaka dan masyarakat luas.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan efisiensi dalam pengelolaan promosi perpustakaan agar lebih tepat sasaran dan berdampak terhadap peningkatan kunjungan.
- c. Melalui penelitian ini, peneliti dapat mengetahui tingkat efektivitas promosi yang dilakukan oleh Dinas Kearsipan dan Perpustakaan Provinsi Sumatera Barat dengan menggunakan model AIDA, sehingga hasilnya dapat dijadikan dasar dalam mengevaluasi dan menyempurnakan strategi promosi di masa mendatang.