

# STRATEGI PROMOSI E-JOURNAL UNTUK MAHASISWA PADA MASA PANDEMI DI PERPUSTAKAAN POLITEKNIK NEGERI SEMARANG

**Kurniani\*, Hadiahti Utami, Khairul Saleh, Budi Prasetya**

Jurusan Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Semarang

Jln. Prof. Soedarto Semarang

\*Email: kurniani@polines.ac.id

## **Abstract**

Library promotion is one of library programs to introduce the benefits and role of library to its users. Library came across many changes and challenges through Covid-19 pandemic and tech development which resulted in digital forms and new ways to spread informations with various search methods. Politeknik Negeri Semarang Library E-Journal utilization was ineffective, therefore new promotion strategies needs to be taken to increase users enthusiasm.

The purpose of this research is to discover the utilization of E-journal to students; social media platforms that studens uses; to plan promotion strategies of library E-journal. The research method used is descriptive research with quantitative approach.

The collection of primary data was obtained through survey with closed questionnaire. Research samples is Politeknik Negeri Semarang students which consisted of 120 respondents.

The results of this research was obtained that students uses E-journal to acquire knowledges, finish assignments, review lectures dan write articles. Majority of social medias used are Whatsapp, Instagram dan Youtube.

Promotion strategies of Library E-Journal Politeknik Negeri Semarang is to identify the audiences with students as potential users target, establish E-Journal utilization, informatively and persuasively promotes the benefits of E-journal, E-Journal address information, journals subscribed and how to access it, set communication through social media (Youtube, Instagram and Whatsapp) and to socialize.

**Keywords:** *Library Promotion, Startegy, E-Journal.*

## **Abstrak**

Promosi perpustakaan merupakan salah satu kegiatan perpustakaan untuk memperkenalkan manfaat dan peran perpustakaan kepada pengguna. Perpustakaan menghadapi banyak perubahan dan tantangan dengan adanya masa pandemi covid-19 dan perkembangan teknologi yaitu, format baru dan berbeda dalam bentuk digital, dan cara-cara baru untuk memberikan informasi dengan berbagai metode pencarian. Pemanfaatan E-journal perpustakaan Politeknik Negeri Semarang belum maksimal, perlu dilakukan strategi promosi pemanfaatan e-journal untuk meningkatkan antusias penggunaannya. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pemanfaatan E-journal pada mahasiswa; media sosial yang digunakan mahasiswa; merencanakan strategi promosi E-journal di Perpustakaan Politeknik Negeri Semarang. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Pengumpulan data primer dilakukan melalui survei dengan alat bantu kuesioner tertutup. Sampel penelitian adalah mahasiswa Politeknik Negeri Semarang, yaitu sebanyak 120 responden.

Hasil penelitian diperoleh bahwa mahasiswa menggunakan E-journal untuk menambah pengetahuan, menyelesaikan tugas, pendalaman materi kuliah, dan menulis artikel. Media sosial yang mayoritas digunakan adalah Whatsapp, Instagram, dan Youtube. Strategi promosi E-journal perpustakaan Politeknik Negeri Semarang yaitu mengenal khalayak, target pengguna potensial adalah mahasiswa, menetapkan perilaku yang diharapkan yaitu menggunakan E-journal, menyusun pesan dengan model informatif dan persuatif tentang manfaat E-journal, informasi alamat akses E-journal, jurnal apa saja yang dilanggan, dan cara aksesnya, memilih saluran komunikasi dengan menggunakan media sosial (Youtube, Instagram dan Whatsapp), serta melakukan sosialisasi.

**Kata Kunci:** *Promosi Perpustakaan, strategi, E-Jurnal.*

## **PENDAHULUAN**

Adanya pandemi Covid-19 di awal tahun 2020 banyak memberikan dampak terhadap aktivitas normal yang dilakukan manusia, termasuk kegiatan perpustakaan yang selama ini dilakukan. Pada masa pandemi Covid-19 Perpustakaan Politeknik Negeri Semarang dalam perkembangannya menyediakan informasi yang awalnya manual menjadi digital, salah satunya adalah jurnal. Jurnal adalah publikasi ilmiah yang memuat artikel yang ditulis oleh para pakar di bidangnya dan fokus pada disiplin atau bidang studi tertentu, terbit terus menerus dengan judul yang sama, dalam jangka waktu, dan kala terbit yang tertentu pula untuk mendistribusikan temuan penelitian di masa mendatang. Umumnya jurnal yang dimiliki perpustakaan ini ada dua jenis yaitu jurnal tercetak maupun jurnal elektronik (e-journal). Jurnal elektronik menyajikan karya ilmiah dan artikel yang dapat diakses melalui jaringan internet. Jurnal elektronik harus dilanggan kepada sebuah vendor dan memerlukan biaya yang cukup mahal. Civitas akademika harus memanfaatkan kesempatan ini untuk memanfaatkan e-journal yang telah disediakan. Pemanfaatan E-journal perpustakaan Politeknik Negeri Semarang belum optimal. Oleh karena itu perlu dilakukan strategi promosi pemanfaatan layanan E-journal di perpustakaan Politeknik Negeri Semarang agar dapat meningkatkan antusias penggunaannya, yaitu mahasiswa.

Menurut Kotler (2009) alat bauran promosi antara lain: iklan (advertising), promosi penjualan (sales promotion), hubungan masyarakat dan publisitas (public relation & publicity), acara khusus dan pengalaman (event and experiences), pemasaran langsung (direct and interactive marketing), word-of-mouth marketing, dan penjualan pribadi (personal selling). Pemasaran tidak hanya tentang mengembangkan dan mempromosikan layanan dan produk baru tetapi juga tentang membawa kesadaran kepada klien tentang layanan dan produk yang ada. Fokus penelitian ini pada strategi promosi E-journal yang ada di perpustakaan Politeknik Negeri Semarang. Dalam penelitian ini penggunaan alat bauran promosi ditekankan pada publikasi E-journal menggunakan media baru yang digunakan oleh mahasiswa. Survei dilakukan untuk mengetahui media sosial yang banyak digunakan mahasiswa yang akan digunakan sebagai media dalam strategi promosi E-journal Perpustakaan Politeknik Negeri Semarang. Menurut Kotler (2009) Strategi promosi dalam mengembangkan komunikasi yang efektif yaitu: (a) Mengidentifikasi target audiens. Lembaga harus dapat beradaptasi dengan kebutuhan, keinginan, dan nilai

audiens target mereka. Lembaga dapat memilih kelompok mana yang ingin mereka targetkan; (b) Menentukan tujuan komunikasi. Pemasar dapat mencari respon kognitif, afektif, atau perilaku dari audiens sasaran sehingga mengubah persepsi konsumen dan membuat konsumen melakukan tindakan untuk menggunakan produk yang dipasarkan.; (c) Merancang pesan. Pesan yang disampaikan harus persuasif; (d) Memilih saluran komunikasi. Saluran komunikasi disesuaikan dengan keinginan pasar, agar menarik minat konsumen.

## **METODE PENELITIAN**

Metode penelitian survei yang digunakan dalam penelitian ini, yakni metode survei deskriptif. Metode survei deskriptif ialah untuk mengukur dengan cermat fenomena sosial tertentu. Dalam penelitian survei, datanya dikumpulkan dari sampel atas populasi untuk mewakili seluruh populasi dan menggunakan kuesioner yang diambil secara online melalui Google form. Data yang diperoleh dari survey kemudian dideskripsikan secara kuantitatif perilaku atau opini-opini dari suatu populasi dengan meneliti sampel populasi tersebut. Berdasarkan sampel ini, maka penelitian ini bertujuan untuk melakukan generalisasi. Metode penelitian survei dalam penelitian ini ialah untuk mengetahui pemanfaatan e-journal dan media sosial yang digunakan oleh mahasiswa. Subjek penelitian ini adalah mahasiswa Politeknik Negeri Semarang. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuesioner menggunakan Gform, observasi, dan studi pustaka, Pengumpulan data dilakukan secara random sampling menggunakan survei kepada 120 mahasiswa Politeknik Negeri Semarang.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Karakteristik Responden**

Karakteristik responden sebagai subjek dalam penelitian ini dapat dilihat dalam Tabel 1.

**Tabel 1. Karakteristik Responden**

<b>Karakteristik</b>	<b>Hasil</b>	<b>Persentase</b>
Jenis Kelamin	Wanita	79 %
	Laki-laki	21 %

Sumber: data primer, 2021

Pada penelitian ini terdapat 120 orang mahasiswa sebagai responden, dengan komposisi laki-laki sebanyak 21% (25 orang) dan perempuan 79% (95 orang)

**Tabel 2. Pemanfaatan Jurnal dalam Bentuk Cetak atau Elektronik**

<b>No</b>	<b>Kategori Jawaban</b>	<b>Hasil</b>	<b>Persentase</b>
-----------	-------------------------	--------------	-------------------

1	Jurnal elektronik Jurnal	80	67
2	elektronik & Tercetak Jurnal tercetak	38	32
3		2	1
Jumlah		120	100

Sumber: data primer, 2021

Tabel 2 di atas menunjukkan, sumber informasi mahasiswa lebih banyak mengakses jurnal elektronik (67%) dibandingkan jurnal tercetak (1%). Pernyataan tersebut diperkuat oleh penelitian (Eko Retno Wulandari, 2020) bahwa jurnal elektronik sebagai bahan referensi mempunyai tingkat pemanfaatan yang relatif tinggi. Mahasiswa lebih senang untuk mengakses jurnal elektronik karena memberikan akses yang cepat, dapat diakses di mana saja dan kapan saja, dan dapat dimiliki dengan mengunduhnya. Tujuan pemanfaatan jurnal elektronik ini sebagian besar setuju dimanfaatkan dalam mengerjakan tugas kuliah, pendalaman materi kuliah, menambah pengetahuan, penulisan skripsi/artikel dan sebagai referensi, sebagaimana terlihat pada Gambar 1 berikut ini.

Sumber: data primer, 2021

### **Gambar 1. Tujuan Mahasiswa Mengakses Jurnal Elektronik**

Sumber: data primer, 2021

### **Gambar 2. Frekuensi Mahasiswa Mengakses Jurnal Elektronik dalam satu minggu**

Frekuensi mahasiswa mengakses E-journal dalam satu minggu ditunjukkan pada Gambar 2, bahwa sebagian besar mahasiswa yaitu 52% mengakses sebanyak 1-2 kali dalam satu minggu.

Sumber: data primer, 2021

### **Gambar 3. Sumber Mahasiswa Memperoleh Jurnal Elektronik**

Gambar 3 menunjukkan sumber mahasiswa memperoleh jurnal elektronik, bahwa sebagian besar mahasiswa lebih sering mendapatkan jurnal elektronik dari *search engine*. Hasil penelitian diperoleh bahwa mahasiswa sangat jarang memperoleh jurnal elektronik dari website Sitaka. Oleh karena itu diperlukan strategi promosi agar mahasiswa mau memanfaatkan fasilitas E-journal dari website Perpustakaan Politeknik Negeri Semarang.

Sumber: data primer, 2021

#### **Gambar 4. Media Sosial yang digunakan Mahasiswa Mengakses *E-Journal***

Pada Gambar 4 memperlihatkan bahwa media sosial yang sering digunakan mahasiswa adalah *Whatsapp*, *Youtube* dan *Instagram*, sedangkan media sosial *Facebook* sangat jarang digunakan. Pada masa Pandemi saat ini dimana perkuliahan dilaksanakan secara daring, mahasiswa banyak menggunakan waktunya berada di depan layar. Mahasiswa sebagai targetnya maka penggunaan media sosial *Whatsapp*, *Youtube* dan *Instagram* bisa menjadi salah satu cara yang paling efektif untuk mempromosikan kegiatan dan layanan perpustakaan Politeknik Negeri Semarang. Hal ini didukung oleh hasil penelitian (Eko Retno Wulandari, 2020) bahwa promosi menggunakan media sosial *Whatsapp*, *Youtube* dan *Instagram* memberikan dampak positif bagi perpustakaan. Penggunaan media sosial *Youtube* dan *Instagram* sebagai platform yang saat ini sangat populer, memiliki jangkauan yang luas dan banyak pengguna cocok sebagai alat promosi perpustakaan perlu dilakukan secara terus menerus, topik yang relevan diberi deskripsi dengan efek animasi/visual yang menarik agar konten semakin menarik. Selain itu posting foto dan video harus selalu di update sebaik mungkin sehingga akan semakin banyak mahasiswa yang tertarik untuk mengikuti *Youtube* dan *Instagram* perpustakaan. Hasil survei menunjukkan bahwa banyak mahasiswa (80%) yang bersedia mengikuti sosialisasi e\_journal, hal ini menyatakan bahwa mahasiswa sangat antusias memanfaatkan dan menggunakan e-journal yang dilanggan Perpustakaan Politeknik Negeri Semarang.

Sumber: data primer, 2021

#### **Gambar 5. Kesiapan Mahasiswa Mengikuti Sosialisasi E-Journal**

### **Strategi Promosi *E-journal* Perpustakaan Politeknik Negeri Semarang**

#### **1. Identifikasi Target**

Langkah awal yang dibutuhkan adalah mengidentifikasi target konsumen yang akan dituju. Dengan mengetahui target dapat diketahui faktor-faktor yang bisa membuat mereka tertarik dengan promosi yang dibuat. Dari hasil survei diperoleh bahwa pada masa Pandemi mahasiswa lebih sering menggunakan jurnal elektronik, memanfaatkan *E-journal* untuk mengerjakan tugas kuliah, pendalaman materi kuliah, menambah pengetahuan, penulisan skripsi/artikel dan sebagai referensi, mengakses *E-journal* 1-2

kali dalam satu minggu. Jadi ditetapkan target promosi *E-journal* Perpustakaan Politeknik Negeri Semarang adalah mahasiswa.

## 2. **Penentuan Tujuan Promosi**

Promosi adalah kegiatan yang mengkomunikasikan kelebihan produk serta membujuk pengguna potensial agar membelinya (Kotler & Keller, 2009). Tujuan promosi *E-journal* adalah (1) menginformasikan, dapat berupa menginformasikan keberadaan *E-journal* yang tersedia, memperkenalkan cara penggunaan, cara memperoleh *E-journal*, dan membangun citra perpustakaan Polines; (2) membujuk pengguna untuk mengubah persepsi pengguna, mendorong untuk menggunakan *e-journal* perpustakaan Polines; dan mengingatkan berupa menjaga ingatan dan membuat pengguna ingat akan keberadaan *E-journal* di perpustakaan Polines. Dengan dilakukannya promosi *E-journal* berharap ada respon positif untuk mempengaruhi perilaku mahasiswa sehingga mahasiswa menggunakan jurnal elektronik yang dilanggan. mahasiswa menjadi tahu koleksi *E-journal* yang ada dan tersedia di perpustakaan, bagi mahasiswa yang belum pernah memanfaatkan akan mengenal dan tertarik untuk memanfaatkan jurnal elektronik. Promosi dianggap berhasil jika *E-journal* yang mengakses meningkat dari waktu ke waktu.

## 3. **Perancangan Pesan**

Pesan harus dirancang sedemikian menarik agar target terutama pengguna potensial mengetahui keberadaan produk. Sebuah pesan promosi sebaiknya lugas, sederhana, dan mudah dimengerti. Format pesan dapat menggunakan *tagline* yaitu slogan yang dibuat yang mengungkapkan betapa pentingnya manfaat *E-journal* yang dilanggan perpustakaan. Selain itu promosi juga berisi alamat akses *E-journal*, informasi jurnal elektronik apa saja yang dilanggan Perpustakaan Politeknik Negeri Semarang, dan cara akses jurnal, dan informasi bahwa website Polines menyediakan jurnal elektronik yang bisa diakses secara gratis oleh mahasiswa.

## 4. **Pemilihan Saluran Komunikasi**

Saluran komunikasi promosi *E-journal* menggunakan *Whatsapp*, *Instagram* dan *Youtube*. Promosi dengan *Whattshap* menggunakan pesan-pesan yang kemudian dikirim secara berkala ke grup-grup mahasiswa. Promosi melalui *Whatsapp* juga memberikan informasi tentang *Youtube* dan *Instagram* yang digunakan untuk mempromosikan *E-journal* yang tersedia dan dilanggan. Promosi menggunakan *Instagram* dan *Youtube* berisi alamat

akses, informasi *E-journal* yang dilanggan Perpustakaan Politeknik Negeri Semarang, dan video tutorial singkat cara akses *E-journal*. Video tentang promosi *e-journal* di *Youtube* disimpan di beranda halaman depan website Polines. Promosi juga dilakukan menggunakan halaman depan website saat masuk login Politeknik Negeri Semarang karena hampir semua civitas akademika menggunakan login Polines yaitu saat masuk ke [polines.ac.id](http://polines.ac.id). Promosi ini memberi informasi bahwa jurnal elektronik merupakan layanan unggulan Perpustakaan Politeknik Negeri Semarang, selain itu juga melakukan kegiatan *user education* (pendidikan pemakai perpustakaan) bagi mahasiswa baru dan mengadakan kegiatan sosialisasi *E-journal* yang dilanggan secara berkelanjutan.

## **SIMPULAN**

Hasil penelitian diperoleh bahwa sebagian besar mahasiswa menggunakan *E-journal* untuk menambah pengetahuan, menyelesaikan tugas, pendalaman materi kuliah, dan menulis artikel. Media sosial yang mayoritas digunakan adalah *Whatsapp*, *Instagram*, dan *Youtube*. Strategi promosi *E-journal* perpustakaan Politeknik Negeri Semarang yaitu mengenal khalayak, menetapkan target pengguna potensial adalah mahasiswa, menetapkan perilaku yang diharapkan yaitu mahasiswa menggunakan *E-journal*, menyusun pesan dengan model informatif dan persuasif yang memuat tentang manfaat *E-journal*, informasi alamat akses *E-journal*, jurnal apa saja yang dilanggan, dan cara aksesnya, memilih saluran komunikasi dengan menggunakan media sosial (*Youtube*, *Instagram* dan *Whatsapp*), promosi juga dilakukan di halaman website login masuk Polines, serta melakukan sosialisasi. Diperlukan kajian Model evaluasi dan monitoring setelah promosi *E-journal* dilakukan untuk mengetahui pencapaian promosi yang telah dilakukan, dan target apa saja yang belum tercapai.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Alma, Buchari. 2003. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Edisi 2. Bandung: Alfabeta.
- Augusty, Ferdinand. 2006. *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Azwar, M. & Amalia R. 2017. Pemanfaatan Jurnal Elektronik sebagai Sumber Referensi dalam Penulisan Skripsi di IPB. *LIBRARIA: Jurnal Perpustakaan*. Vol. 5. No. 1. Hal. 87. <https://doi.org/10.21043/libraria,v5il.2311>

Eko Retno W, dkk. 2020. Strategi Promosi E-journal untuk Generasi-Z di Perpustakaan Universitas Padjadjaran. *Jurnal Ilmu Perpustakaan, Informasi, dan Kearsipan*. Vol. 8 No.1.

Eko Retno W. 2012. Promosi sebagai Strategi Pemasaran Jasa di Perpustakaan Universitas Santa Dharma. Yogyakarta

Fandy Tjiptono. 2002. *Manajemen Jasa*, Yogyakarta: Penerbit ANDI

Fandy Tjiptono. 2008. *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: Penerbit ANDI

Ghozali, Imam. 2007. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Kotler, P., 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

Kotler & Kelller. 2009. *Manajemen Pemasaran Jilid 1*. Edisi revisi. Jakarta: Erlangga

Singarimbun, M. 2012. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: LP3ES.

Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.

Suwarman, Ujang. 2004. *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Jakarta : PT. Ghalia.