
AL-MA'MUN: JURNAL KAJIAN KEPUSTAKAWANAN DAN INFORMASI

e-ISSN 2746-0509, p-ISSN 2723-3596, Pages 11-21



DOI: <https://doi.org/10.24090/jkki.v1i1.4048>

Website sebagai Sarana Promosi Perpustakaan di SMA N 1 Jogjakarta

Nisa Un Naja

Institut Agama Islam Negeri Purwokerto, Indonesia

njabahja@iainpurwokerto.ac.id

Abstract: *This study aims to determine the extent to which the website is used in library promotion efforts. The method used in this research is descriptive quantitative. Data collection techniques using interviews, observation, documentation and through a questionnaire. The results of the study showed that the website as a promotional tool in the library of SMA N 1 Jogjakarta was categorized well with an average value of 3.5. The researchers obtained these results through 11 indicators divided by 7 indicators from the theory of effectiveness and 4 indicators from promotion. First, production with an average value of 3.65. Second, quality with an average of 3.67. Third, efficiency with an average of 3.58. The fourth is satisfaction with an average score of 3.59. Fifth competition with an average of 3.51. The six developments with an average of 3.42. The seven continued with a mean of 3.71. The eighth is through library promotion indicators, which can introduce library functions with an average of 3.53. Ninth, increasing reading interest by an average of 3.46. Ten, namely introducing library services and services with an average value of 3.53. Eleventh, developing understanding of the library with an average value of 3.49.*

Keywords: *website, library promotion, school library, library service*

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana penggunaan *website* dalam upaya promosi perpustakaan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu deskriptif kuantitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan interview, observasi, dokumentasi serta melalui angket. Adapun hasil penelitian menunjukkan bahwa *website* sebagai sarana promosi di perpustakaan SMA N 1 Jogjakarta dikategorikan baik dengan nilai rata-rata 3,5. Hasil tersebut peneliti peroleh melalui 11 indikator dengan pembagian 7 indikator dari teori efektivitas dan 4 indikator dari promosi. Pertama, produksi dengan nilai rata-rata 3,65. Kedua, mutu dengan rata-rata 3,67. Ketiga, efisiensi dengan rata-rata 3,58. Keempat kepuasan dengan nilai rata-rata 3,59. Kelima persaingan dengan rata-rata 3,51. Keenam pengembangan dengan rata-rata 3,42. Ketujuh kelangsungan dengan rata-rata 3,71. Kedelapan yaitu melalui indikator promosi perpustakaan yakni dapat mengenalkan fungsi perpustakaan dengan rata-rata 3,53. Kesembilan, meningkatkan minat baca dengan rata-rata 3,46. Sepuluh yaitu mengenalkan jasa dan layanan perpustakaan dengan nilai rata-rata 3,53. Kesebelas, mengembangkan pengertian perpustakaan dengan nilai rata-rata 3,49.

Kata Kunci: website, promosi perpustakaan, perpustakaan sekolah, layanan perpustakaan

A. PENDAHULUAN

1. Latar Belakang Masalah

Revolusi industri 4.0 mengantarkan kita kepada sistem informasi internet aktif, dimana internet menjadi salah satu yang paling penting keberadaannya untuk mengakses berbagai informasi. Seperti halnya lembaga lain, perpustakaan juga memanfaatkan internet dalam memberikan pelayanan kepada para pemustaka. Melalui sarana *web* pada internet, perpustakaan dapat memanfaatkan sebagai salah satu cara untuk mengenalkan kepada pemustaka bagaimana mendapatkan informasi yang dibutuhkan. *Website* adalah kumpulan halaman-halaman yang digunakan untuk menampilkan informasi, gambar gerak, suara, dan gabungan dari semuanya itu baik bersifat statis maupun dinamis (Pardosi 2004:17).

Salah satu media penting yang banyak digunakan sebagai kegiatan promosi baik oleh lembaga formal maupun lembaga non-formal adalah adalah *website*. *Website* terbukti ampuh untuk menyajikan dan menyebarluaskan informasi yang baik dan bermanfaat meskipun tetap terdapat informasi yang tidak dapat dinikmati secara mentah-mentah. Semua informasi luar dapat kita saksikan melalui layar dimana kita tinggal tanpa harus beranjak (Setiawan, 2006:7).

Meskipun *website* dinilai sangat efektif, akan tetapi publikasi *website* serta keberadaan situs tidak akan ada gunanya jika tidak dapat diakses atau tidak dikenal oleh pengguna internet. Sebab, efektif tidaknya sebuah *website* tergantung dari banyaknya pengunjung dan masukan dari pengguna internet. Upaya untuk mengenalkan situs kepada masyarakat dibutuhkan publikasi atau promosi, media yang dapat digunakan diantaranya pamflet, baliho, juga brosur meskipun dapat dikatakan cara ini kurang efektif dan sangat terbatas.

Adapun sebuah *website* yang baik belum tentu mampu efektif. Efektivitas disini diartikan sebagai komunikasi yang prosesnya mencapai tujuan yang direncanakan sesuai dengan biaya yang dianggarkan, waktu yang ditetapkan serta jumlah personil yang ditentukan (Efendy 2008:14). Efektivitas sebuah *website* di perpustakaan dapat diartikan dengan mampu tercapainya tujuan perpustakaan melalui sarana *website* sesuai dengan dana yang dianggarkan yang didukung oleh sumber daya yang kompeten dalam bidangnya sehingga diharapkan memenuhi "*user requirement*" atau kebutuhan pemustaka dengan maksimal.

Melalui penjabaran di atas, dapat disimpulkan bahwa perangkat lunak yang baik pada sebuah perpustakaan adalah perangkat lunak yang dapat memenuhi kebutuhan pemustaka. Perpustakaan SMA N 1 Jogjakarta merupakan salah satu sekolah yang menggunakan *website* sebagai sarana promosi sejak tahun 2008 lalu selain brosur, klub tinta (teladan cinta baca) serta melalui bedah buku. Melalui *website* tersebut, informasi dapat diakses tidak hanya oleh masyarakat sekolah akan tetapi juga oleh

masyarakat luar sekolah. Fasilitas menu *website* tersebut diantaranya : menu utama, katalog, katalog bersama, perpustakaan digital, interaktif, kategori artikel, artikel terbaru, login, gallery, kalender dan masih banyak menu yang lain. *Website* tersebut bertujuan untuk memudahkan pemustaka dalam memperoleh informasi yang dibutuhkan serta sebagai sarana promosi perpustakaan.

Berdasarkan uraian di atas penulis tertarik untuk meneliti penggunaan *website* di perpustakaan SMA N 1 Jogjakarta yang merupakan salah satu sekolah bertaraf internasional sebagai sarana promosi perpustakaan.

2. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui efektivitas website sebagai sarana promosi perpustakaan di SMA N 1 Jogjakarta.

3. Metodologi

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif. Menurut Sumanto (1995:48) penelitian kuantitatif adalah pengumpulan data untuk memberikan gambaran atau penegasan suatu konsep atau gejala, juga menjawab pertanyaan-pertanyaan sehubungan dengan status subjek status penelitian saat ini.

a. Teknik Sampling

Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel pada penelitian ini adalah random sampling atau pengambilan sampel secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi tersebut. Dalam penelitian ini, pengambilan sampel menggunakan rumus dari Taro Yamane sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{nd^2+1}$$

keterangan :

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

d² = presisi yang ditetapkan 10%

Diketahui jumlah populasi pemustaka SMA N 1 Yogyakarta sebesar N= 1023 pemustaka, terdiri dari guru sebanyak 64 orang, tenaga pendukung 32 orang, status kepegawaian 32 orang, dan siswa sebanyak 895 orang dengan tingkat presisi 10%. Berdasarkan rumus tersebut diperoleh jumlah sampel (n) pemustaka perpustakaan sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{nd^2+1}$$

$$n = \frac{1023}{1023,0,1^2+1}$$

$$n = \frac{1023}{10,23}$$

$$n = 100 \text{ responden.}$$

Sehingga pada penelitian ini diperoleh sampel sebanyak 100 pemustaka. Langkah selanjutnya yaitu menentukan teknik pengambilan data pada 100 responden tersebut, guna mendapatkan data yang diinginkan.

b. Instrumen Penelitian

Menurut Arikunto (2006:149) instrumen merupakan alat bantu yang digunakan untuk memperoleh dan mengumpulkan data. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan metode kuesioner tertutup dengan skala likert sebagai instrumen. Adapun kisi-kisi tersebut sebagai berikut:

| Variabel | Sub Variabel | Indikator | Butir tes (Jumlah) |
|---|---|--|--------------------|
| Website sebagai sarana promosi perpustakaan | 1. Produksi | 1. Informasi sesuai kebutuhan 2. Informasi <i>up to date</i> | 2 |
| | 2. Mutu | 1. Informasi Relevan 2. Informasi Tepat | 2 |
| | 3. Efisiensi | 1. Waktu dalam pencarian cepat&tepat 2. Informasi mudah diperoleh | 2 |
| | 4. kepuasan | 1. informasi menjawab pertanyaan 2. pemustaka menemukan informasi yang dicari | 2 |
| | 5. persaingan | 1. website dapat dimanfaatkan dlm mencari informasi 2. website mampu bersaing dg search engine lain | 2 |
| | 6. pengembangan | 1. website mampu beradaptasi dg kebutuhan | 1 |
| | 7. kelangsungan | 1. website berfungsi baik | 1 |
| | 8. mengenalkan fungsi perpustakaan | 1. mengenalkan fungsi perpustakaan 2. pemustaka lebih memahami fungsi perpustakaan | 2 |
| | 9. meningkatkan minat baca | 1. website meningkatkan minat baca 2. website menarik pemustaka dalam memanfaatkan perpustakaan | 2 |
| | 10. mengenalkan layanan&jasa perpustakaan | 1. website menjabarkan layanan perpustakaan 2. pemustaka mengetahui jasa yang ditawarkan perpustakaan | 2 |
| | 11. mengembangkan pengertian perpustakaan | 1. pemustaka lebih mengerti pentingnya perpustakaan 2. pemustaka mampu memajukan perpustakaan | 2 |

Tabel 1. Kisi-kisi Instrumen

Penelitian ini menggunakan skala likert dalam menyusun angket, yakni skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, serta persepsi seseorang atau kelompok berkaitan dengan fenomena sosial (Sugiyono, 2008:93). Pada penelitian ini, angket menggunakan lima alternatif jawaban seperti pada tabel berikut:

| Kategori | Skor |
|-------------------------|------|
| Sangat Setuju | 5 |
| Setuju | 4 |
| Antara Setuju dan Tidak | 3 |
| Tidak Setuju | 2 |
| Sangat Tidak Setuju | 1 |

Tabel.2 Skor Pernyataan Jawaban

Semakin besar bobot skor yang diperoleh, maka akan semakin baik pula menunjukkan bahwa *website* efektif sebagai sarana promosi perpustakaan. Demikian sebaliknya, jika bobot skor yang diperoleh rendah maka akan menunjukkan bahwa *website* tidak efektif sebagai sarana promosi perpustakaan.

B. PEMBAHASAN

Efektivitas terbagi menjadi tiga bagian, seperti yang dikemukakan oleh Gibson, dkk (1996:29) sebagai berikut:

1. Efektivitas Individu, yaitu efektivitas yang menekankan kinerja organisasi atau karyawan;
2. Efektivitas Kelompok, merupakan jumlah kontribusi seluruh anggota kelompok yang saling bekerja sama;
3. Efektivitas Organisasi, merupakan hasil karya yang diperoleh lebih pada setiap bagiannya dari gabungan efektivitas individu dan kelompok.

Adapun kriteria efektivitas menurut Gibson (1996:50-55) terbagi menjadi lima bagian yaitu:

1. Produksi, merupakan kemampuan suatu organisasi dalam menghasilkan barang ataupun jasa untuk memenuhi permintaan. Pada sebuah *website*, produksi dapat ditunjukkan dengan terpenuhinya kebutuhan informasi pengguna, serta *web* yang secara rutin di *update*.
2. Mutu, merupakan sebuah pemenuhan harapan kepada pelanggan mengenai barang & jasa yang dihasilkan. Mutu pada *website* dapat diartikan sebagai relevansi informasi yang disajikan.

3. Efisiensi, mengandung pengertian bahwa terdapat perbandingan antara input maupun output baik dari segi biaya, waktu, dan hasil akhir yang diwujudkan. Dalam sebuah *website* efisiensi dapat dikatakan jika informasi yang disajikan dapat diperoleh dengan mudah, tepat serta cepat.
4. Kepuasan, dapat diartikan bahwa sejauh mana karyawan dapat menerima pemenuhan kebutuhan dari organisasi. Kepuasan dapat terwujud pada sebuah *website* jika berhasil memberikan jawaban atas pertanyaan pengguna.
5. Persaingan, yaitu terjadinya persaingan dalam memperoleh pelanggan yang dilakukan oleh antar organisasi. Pada *website*, persaingan dapat ditunjukkan dengan mampu bersaingnya *website* dengan *search engine* lain, serta mempertahankan agar pengguna tetap aktif dalam mengakses *website*.
6. Pengembangan, merupakan upaya membangun kapasitas guna menjawab perubahan untuk dapat bertahan hidup dalam jangka panjang melalui strategi proaktif. Pengembangan pada *website* dapat terlihat melalui mudahnya pengguna dalam menemukan informasi yang dibutuhkan.
7. Kelangsungan, bahwa sebuah organisasi akan berusaha semaksimal mungkin dalam menjaga kelangsungan hidupnya hingga tak mampu bertahan lagi. *Website* yang dapat berfungsi dengan baik akan terus bertahan dalam menyajikan segala informasi yang dibutuhkan oleh pengguna.

1. Promosi

Lasa H.S (2009:290) mengungkapkan bahwa promosi merupakan silang informasi antar organisasi dan konsumen dengan tujuan memberikan informasi produk atau jasa serta membujuk calon konsumen agar bereaksi terhadap produk & jasa yang disajikan. Sedangkan promosi perpustakaan adalah upaya mengenalkan perpustakaan atas berbagai produk dan informasi yang disajikan melalui fasilitas yang dimiliki dengan segala kelebihan dan keunggulannya (Suwasana,2002:22).

Berdasarkan pengertian di atas dapat dikatakan bahwa promosi perpustakaan merupakan komunikasi terhadap pengguna dalam memberi informasi serta mengenalkan produk & jasa yang ditawarkan perpustakaan serta berusaha agar pengguna merespon baik terhadap apa yang telah ditawarkan.

2. Tujuan Promosi

Adapun tujuan promosi, menurut Syihabuddin Qalyubi (2007:260) terbagi menjadi lima yaitu:

- a. Mengenalkan fungsi perpustakaan pada pemustaka. Pada *website*, mengenalkan fungsi perpustakaan dapat diukur melalui dapat dikenalnya

- fungsi perpustakaan, serta dapat lebih dipahaminya fungsi perpustakaan oleh pemustaka.
- b. Mendorong minat baca dan mendorong masyarakat agar semaksimal mungkin menggunakan koleksi perpustakaan. Dalam sebuah *website*, ditunjukkan dengan website mampu meningkatkan minat baca serta memanfaatkan koleksi perpustakaan.
 - c. Mengenalkan pelayanan dan jasa perpustakaan terhadap masyarakat. Pada *website* ini dapat ditunjukkan melalui terisinya *website* dengan informasi jasa dan layanan perpustakaan.
 - d. Memberikan kesadaran terhadap masyarakat pentingnya mendukung kegiatan perpustakaan. Pada *website* hal ini dapat ditunjukkan dengan pemustaka lebih mengerti perpustakaan serta memajukan perpustakaan.
 - e. Memasyarakatkan slogan “ tak kenal maka tak sayang”

3. Uji Validitas

Uji validitas digunakan sebagai alat ukur untuk mengetahui valid atau tidaknya suatu kuesioner. Menurut arikunto (2006:168) suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan sebuah instrumen. Instrumen yang valid akan mempunyai validitas tinggi, sebaliknya instrumen yang tidak valid maka tingkat validitasnya rendah. Kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner tersebut mampu mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner tersebut.

Pengujian validitas pada penelitian ini menggunakan rumus korelasi product moment (Arikunto, 2006:170) sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{N \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{N \sum x^2 - (\sum x)^2\} \{N(\sum y)^2\}}}$$

Keterangan :

| | |
|---|--|
| r_{xy} : koefisien korelasi skor butir dg total | $\sum x^2$: jumlah skor butir kuadrat |
| N : jumlah subjek uji coba | $\sum x$: jumlah skor butir x |
| $\sum y$: jumlah skor total y | $\sum y^2$: jumlah skor total kuadrat |
| $\sum XY$: jumlah perkalian skor butir dan total | |

Pada uji coba validitas ini, peneliti menyebarkan kuesioner sebanyak 30 kepada responden menggunakan program *SPSS 17 for windows evaluation versio*.

Berdasarkan penghitungan uji validitas dan realibitas *website* sebagai sarana promosi perpustakaan di SMA 1 adalah valid, dengan rincian sebagai berikut:

| Indikator | Item | N | Indeks Validitas | Status |
|--|------|----|------------------|--------|
| Website sebagai sarana promosi | | | | |
| Produksi | 1 | 30 | 0,431 | Valid |
| | 2 | 30 | 0,350 | Valid |
| Mutu | 3 | 30 | 0,618 | Valid |
| | 4 | 30 | 0,598 | Valid |
| Efisiensi | 5 | 30 | 0,562 | Valid |
| | 6 | 30 | 0,545 | Valid |
| Kepuasan | 7 | 30 | 0,718 | Valid |
| | 8 | 30 | 0,688 | Valid |
| Persaingan | 9 | 30 | 0,382 | Valid |
| | 10 | 30 | 0,352 | Valid |
| Pengembangan | 11 | 30 | 0,393 | Valid |
| Kelangsungan | 12 | 30 | 0,301 | Valid |
| Mengenalkan fungsi perpustakaan | 13 | 30 | 0,410 | Valid |
| | 14 | 30 | 0,684 | Valid |
| Meningkatkan minat baca | 15 | 30 | 0,694 | Valid |
| | 16 | 30 | 0,439 | Valid |
| Meningkatkan pelayanan&jasa perpustakaan | 17 | 30 | 0,599 | Valid |
| | 18 | 30 | 0,879 | Valid |
| Mengembangkan pengertian perpustakaan | 19 | 30 | 0,570 | Valid |
| | 20 | 30 | 0,624 | Valid |

Sumber: data primer yang diolah SPSS version 17 for windows, 2013.

4. Uji Reliabilitas

Adapun uji reliabilitas digunakan sebagai alat ukur yang dapat menunjukkan konsistensi dalam mengukur gejala yang sama (Singarimbun, 1995:140). Pengukuran reliabilitas pada penelitian ini menggunakan alpha conbrach's (Arikunto, 2006:196) sebagai berikut:

$$r_{n=\frac{k}{k-1}} = 1 - \left[1 - \left[\frac{\sum ab^2}{a_1^2} \right] \right]$$

Keterangan:

r_n : reliabilitas instrumen

K : banyaknya soal

$\sum a b^2$: jumlah varian butir

a_1^2 : varian total

Teknik alpha ini peneliti gunakan dalam pengujian setiap butir angket dengan taraf signifikan 95%. Peneliti menggunakan bantuan program *SPSS 17 for windows* dengan menggunakan taraf kesalahan sebesar 5%.

Koefisien alpha conbrach's dengan kriteria batas 0,60. Berdasarkan hasil uji reliabilitas terbukti bahwa nilai alpha > 0,60 sehingga dinyatakan reabel seperti pada tabel berikut:

| Variabel | Nilai Cronchbach's Alpha | N of Items |
|---|--------------------------|------------|
| Website sebagai sarana promosi perpustakaan di SMA N 1 Jogjakarta | 0,903 | 20 |

Sumber: data primer yang diolah SPSS version 17 for windows, 2011.

5. Analisis Data

Penelitian ini menggunakan analisis data mean untuk mengetahui nilai rata-rata variabel *website* sebagai sarana promosi dengan perhitungan aritmatika. Menurut sugiyono (2008:147) analisis data digunakan dalam mencari dan menyusun dengan sistematis data yang diperoleh melalui observasi dan kuesioner dengan cara mengelompokkan data, menstabilasi serta menyajikan data yang diteliti. Apabila responden memberikan jawaban sangat setuju maka nilai mean mendekati 5, sebaliknya jika mayoritas responden menjawab sangat tidak setuju maka nilai mean mendekati 1. Simamora (2008:130) menyebutkan bahwa untuk menghitung rentang digunakan rumus berikut:

$$RS = \frac{m-n}{b}$$

RS : rentang skala

n : angka terendah

M : angka tertinggi

b : banyaknya kelas (alternatif jawaban)

Sehingga dalam penelitian ini rentang dihitung sebagai berikut:

$$RS = \frac{5-1}{5} = 0,8$$

Adapun hasil rentang tersebut dapat diinterpelasikan tanggapannya di bawah ini:

- 4,20 < x ≤ 5,0 = sangat baik
- 3,40 < x ≤ 4,20 = baik
- 2,60 < x ≤ 3,40 = cukup baik
- 1,20 < x ≤ 2,60 = tidak baik
- 1 < x ≤ 1,20 = sangat tidak baik

Pada akhir perhitungan peneliti mendeskripsikan masing-masing item pertanyaan sebagai berikut:

| No. | Indikator | Nilai Rata-Rata | Kategori | Total Nilai Rata-Rata |
|-----|------------|-----------------|----------|------------------------|
| 1. | Produksi | 3,65 | Baik | $X = \frac{39,14}{11}$ |
| 2. | Mutu | 3,67 | Baik | |
| 3. | Efisiensi | 3,58 | Baik | |
| 4. | Kepuasan | 3,59 | Baik | |
| 5. | Persaingan | 3,51 | Baik | |

| No. | Indikator | Nilai Rata-Rata | Kategori | Total Nilai Rata-Rata |
|-----|---------------------------------------|-----------------|----------|-----------------------|
| 6. | Pengembangan | 3,42 | Baik | |
| 7. | Kelangsungan | 3,71 | Baik | |
| 8. | Mengenalkan fungsi perpustakaan | 3,53 | Baik | |
| 9. | Meningkatkan minat baca | 3,46 | Baik | |
| 10. | Mengenalkan jasa&layanan perpustakaan | 3,53 | Baik | |
| 11. | Mengembangkan pengertian perpustakaan | 3,49 | Baik | |
| | Jumlah | 39,14 | | 3,55 |

Sumber: olah data primer, maret 2013

C. PENUTUP

1. Kesimpulan

Berdasarkan pemaparan peneliti pada BAB IV, menunjukkan hasil bahwa *website* sebagai sarana promosi perpustakaan SMA N 1Yogyakarta adalah baik dengan rata-rata 3,55. Adapun hasil tersebut diperoleh melalui 11 indikator yaitu 7 indikator dari efektivitas, sedangkan 4 indikator lain diambil dari indikator promosi. Pertama, produksi dengan nilai rata-rata 3,65 berkaitan dengan informasi pada *website* sesuai dengan kebutuhan pemustaka serta *rutin di up date*. Kedua yaitu mutu dengan nilai rata-rata 3,67 yang berkaitan dengan *website* menyajikan informasi tepat dan relevan. Ketiga, efisiensi dengan nilai rata-rata 3,58 berkaitan dengan pemustaka dapat menemukan koleksi yang dibutuhkan dengan cepat. Keempat yaitu kepuasan, dengan nilai rata-rata 3,59 berkaitan dengan disajikannya koleksi yang dibutuhkan melalui *website* serta dapat ditemukan pemustaka. Kelima yaitu persaingan dengan nilai rata-rata 3,51 yang berkaitan dengan *website* dapat dimanfaatkan untuk menemukan informasi yang pemustaka perlukan, serta informasinya terdapat pada *search engine* lain. Keenam pengembangan, dengan nilai rata-rata 3,42 yang berkaitan dengan informasi pada *website* dapat memenuhi kebutuhan 103 pemustaka. Ketujuh, yaitu kelangsungan dengan nilai rata-rata 3,71 yang berkaitan dengan *website* bisa berfungsi dengan baik. Indikator kedelapan yaitu indikator dari promosi perpustakaan, disini yakni dapat mengenalkan fungsi perpustakaan dengan nilai rata-rata 3,53 yang berkaitan dengan *website* dapat lebih mendekatkan perpustakaan kepada pemustaka sehingga diharapkan meningkatkan minat baca. Indikator kesembilan yaitu meningkatkan minat baca dengan nilai rata-rata 3,46 yang berkaitan dengan *website* dapat menjadikan pemustaka lebih memanfaatkan perpustakaan, serta menjadikan pemustaka lebih giat membaca koleksi yang terdapat di perpustakaan. Indikator kesepuluh yaitu mengenalkan jasa dan layanan perpustakaan dengan nilai rata-rata 3,53 berkaitan dengan pemustaka dapat mengetahui layanan apa saja yang ada di perpustakaan melalui *website* serta mengetahui lebih dalam makna perpustakaan. Indikator kesebelas yaitu mengembangkan pengertian perpustakaan dengan nilai rata-rata 3,49 yang berkaitan

dengan pemustaka merasa lebih dekat dengan perpustakaan melalui *website*, serta membuat pemustaka lebih rajin berkunjung ke perpustakaan.

2. Saran

- a. Evaluasi kegiatan promosi melalui website dijadwal secara berkala agar pemenuhan kebutuhan pemustaka tetap terpenuhi.
- b. Adanya pertemuan rutin programmer dan pustakawan dalam membahas informasi yang akan di update melalui website.

Daftar Pustaka

- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik. Edisi IV*. Jakarta: Rineka Cipta
- Effendy, Onong Uchjana. 2008. *Dinamika Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Gibson, Donnely dan Ivancevich. 1996. *Organisai Perilaku, Struktur, Proses*. Jakarta: Binapura Aksara.
- Pardosi, Mico. 2004. *Pengenalan Internet*. Surabaya: Indah
- Qalyubi, Syihabuddin. 2003. *Dasar-Dasar Ilmu Perpustakaan dan Informasi*. Yogyakarta: Jurusan Ilmu Perpustakaan dan Informasi. Fakultas Adab Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.
- Setiawan, Andi. *Mudah Tepat Singkat Pemrograman HTML: Standarisasi, Konfigurasi dan Implementasi*. Bandung: CV.Yama Widya.
- Singarimbun, Masri. 1995. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: LP3S
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif R&D*. Bandung: Alfabeta