

EFEKTIVITAS PROMOSI MELALUI LAYANAN *ENGLISH CORNER* TERHADAP MINAT KUNJUNG ANAK SEKOLAH DI KANTOR PERPUSTAKAAN DAN ARSIP DAERAH KABUPATEN SEMARANG

Hidayah Nur Noviana*), Amin Taufiq Kurniawan

*Jurusan Ilmu Perpustakaan, Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Diponegoro,
Jl. Prof. Soedarto, SH, Kampus Undip Tembalang, Semarang, Indonesia, 50275*

Abstrak

Perpustakaan sebagai lembaga atau institusi yang memiliki produk dan jasa berupa layanan informasi, tidaklah berbeda dengan lembaga lain yang menjual barang dan jasa. Perpustakaan memberikan promosi dan pengiklanan, dengan mencari laba dan saat ini perpustakaan dituntut untuk memasarkan jasa-jasa atau produk yang mereka hasilkan agar dapat meningkatkan minat kunjung. Rumusan masalah dari penelitian ini adalah bagaimana pengaruh efektivitas promosi melalui layanan *English Corner* terhadap minat kunjung. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui sejauhmana efektivitas promosi dalam meningkatkan minat kunjung Layanan *English Corner* di Kantor Perpustakaan dan Arsip Daerah Kabupaten Semarang. Desain penelitian ini menggunakan analisis korelasi dengan pendekatan Kuantitatif Deskriptif. Penelitian ini diukur dengan Variabel (X) adalah Promosi Layanan *English Corner* dan Variabel (Y) adalah Minat Kunjung. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 92 Responden, penentuan sampel menggunakan Teknik *Probability Sampling*. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner, wawancara, studi pustaka. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah mengelompokkan data berdasarkan kuesioner. Teori yang di pakai Perpustakaan Umum, Efektivitas Promosi, Minat Kunjung, *Library Corner*, dan Promosi. Hasil penelitian menyatakan bahwa terdapat pengaruh antara promosi terhadap minat kunjung di Kantor Perpustakaan dan Arsip Daerah Kabupaten Semarang, Uji hipotesis menggunakan *Spearman* dengan tingkat kepercayaan $\alpha = 0,05$, hasil penghitungan nilai $t_{hitung} (-4,921) < t_{tabel} (0,741)$ maka H_0 ditolak. Sedangkan H_1 diterima artinya terdapat pengaruh perbedaan rata-rata Layanan Promosi *English Corner* terhadap Minat Kunjung. Jika t_{hitung} sama dengan atau lebih besar dari t_{tabel} , maka koefisien korelasi signifikan. Jika t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} , maka koefisien korelasi tidak signifikan. Berdasarkan hasil ini dapat disimpulkan bahwa promosi *English Corner* dapat meningkatkan minat kunjung anak sekolah di perpustakaan Kabupaten Semarang.

Kata Kunci: Promosi, Minat Kunjung, Layanan *English Corner*, Perpustakaan Daerah Kabupaten Semarang.

Abstract

Library as an institution or institutions that have products and services such as information services, is no different from other institutions that sell goods and services. Library sale and advertising, the search for profit and the current libraries are required to market the services or products they produce in order to increase the interest of visits. The problems of this study are how the promotion effectiveness through service English Corner to the interests of visits. The purpose of this study was to identify the effectiveness of promotions increase interest in itinerant Service English Corner in the Office of Library and Regional Archives Semarang District. The purpose of this study was to identify the effectiveness of promotions increase interest in itinerant Service English Corner, Office of Library and Regional Archives Semarang District. This research uses correlation analysis with quantitative descriptive approach. The research measured by variable (X) is Promotion Service English Corner and variable (Y) is The Interests of Visits School Children in District Office Library and Regional Archives Semarang. The number of samples in this study were 92 respondents, The sampling methods using Probability Sampling Techniques. Methods of data collection using questionnaires, interviews, literature. This reseacrh using Methods of data analysis based on a questionnaire. The theory is in use Public Library, Promotion Effectiveness, Interest of visiting, Library Corner, and Promotion. The study explain about the influences between the promotion against the interests of school children visits in District Office Library and Regional Archives Semarang. , using the Spearman's hypothesis test with a confidence level $\alpha = 0.05$, t value calculation results $t_{calculated} (-4.921) < t_{table} (0.741)$, with the result that H_0 is rejected. It means H_1 accepted so the

*¹Penulis Korespondensi

E-mail: ayanoviana@gmail.com

result have to significant differences in average Promotion Service English Corner against the visit interest. When $t_{calculated}$ is equal to or greater than t_{table} , it means coefficient correlation is significant. However $t_{calculated}$ is smaller than t_{table} , it means the coefficient correlation is not significant. Based on these results it can be concluded that the promotion of English Corner can increase the interest of school children visit the library Semarang District.

Keywords: Promotion, Interesting In Visit, English Corner Service, Library Districts Semarang.

1. Pendahuluan

Perpustakaan sebagai lembaga atau institusi yang memiliki produk jasa berupa layanan informasi, tidaklah berbeda dengan lembaga lain yang menjual barang dan jasa. Teori-teori promosi atau pemasaran yang berlaku di dunia bisnis sebenarnya bisa diterapkan dalam lembaga perpustakaan. Jika perpustakaan tanpa melakukan promosi, apa jadinya sebuah lembaga perpustakaan. Promosi merupakan “the coordination of all seller-initiated efforts to setup channels of information and persuasion to sell goods and services or promote an idea” (Morissan, 2010. Hal. 16).

Salah satu upaya dalam menarik minat kunjung pemustaka untuk datang berkunjung ke perpustakaan adalah dengan salah satunya melalui kegiatan promosi. Kegiatan promosi penting bagi perpustakaan karena keadaan perpustakaan saat ini bisa dikatakan dalam keadaan yang sama dengan lembaga lain yang bertujuan utamanya mencari laba dan saat ini perpustakaan dituntut untuk memasarkan jasa-jasa atau produk yang mereka hasilkan agar dapat meningkatkan layanannya.

Jumlah pengunjung yang setiap tahunnya meningkat dapat disimpulkan bahwa kemungkinan ada beberapa sebab yang menimbulkan pengunjung meningkat antara lain layanan yang baik, fasilitas yang lengkap, koleksi yang lengkap dan kegiatan promosi yang dijalankan oleh perpustakaan (www.arpusda.jatengprov.go.id). Tata ruang *corner* atau pojok didesain dengan memperhatikan Standar Nasional Perpustakaan di Perpustakaan yang ada di seluruh Indonesia. Sehingga dapat tercipta ruang pojok atau *corner* di perpustakaan yang aman, nyaman, dan tidak membuat bosan para pengunjung yang menggunakan ruang pojok atau *corner*.

Adapun promosi yang dilakukan oleh perpustakaan yaitu media elektronik, perpustakaan keliling, *English Corner*, pameran buku, seminar, permainan edukasi untuk anak-anak, pendidikan pemakai, serta layanan terpadu di perpustakaan.

Replikasi penelitian ini peneliti khususnya pada anak-anak sekolah dalam pengajaran berbahasa Inggris, yang kurikulumnya bertujuan agar anak-anak mampu menguasai kompetensi dasar yang mencakup standar kompetensi pintar berbahasa Inggris, berbicara, mendengar, membaca, mengamati dan menulis. Berdasarkan permasalahan tersebut, **penelitian ini mengambil judul** “Efektivitas Promosi Melalui Layanan *English Corner* Terhadap Minat Kunjung Anak Sekolah Di Kantor

Perpustakaan Dan Arsip Daerah Kabupaten Semarang”. Perpustakaan umum adalah perpustakaan yang mempunyai tugas melayani seluruh lapisan masyarakat tanpa membedakan tingkat usia, tingkat sosial, tingkat pendidikan, dan sebagainya. Menurut Sutarno (2008: 32). Perpustakaan Daerah salah satu unit kerja atau unit kegiatan berupa tempat menyimpan koleksi bahan pustaka yang dikelola dan diatur secara sistematis dengan cara tertentu untuk digunakan. Perpustakaan daerah berada di naungan Pemerintah Daerah Provinsi (Pemda). Perpustakaan daerah dimiliki oleh setiap daerah dan digunakan oleh pembaca atau masyarakat umum yang ingin memanfaatkan koleksi yang ada di perpustakaan. Menurut Undang-Undang No.43 Tahun 2007, bahwa Perpustakaan berfungsi sebagai wahana pendidikan, penelitian, pelestarian, informasi, dan rekreasi untuk meningkatkan kecerdasan dan keberdayaan bangsa. Sedangkan tujuannya untuk memberikan layanan kepada pemustaka, meningkatkan kegemaran membaca, serta memperluas wawasan dan pengetahuan untuk mencerdaskan kehidupan bangsa.

Kotler dan Armstrong (2001: 68) promosi adalah aktivitas yang mengkomunikasikan keunggulan produk dan membujuk pelanggan sasaran untuk membelinya. Berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa promosi adalah suatu kegiatan untuk menyampaikan informasi dan komunikasi antara penjual dan pembeli yang berpotensi yang bersifat menyebarluaskan informasi, mempengaruhi, membujuk, dan meningkatkan pasar sasaran untuk menciptakan permintaan atas produk barang atau jasa yang ditawarkan perusahaan Promosi erat kaitannya dengan pemasaran, pemasaran sebagai suatu organisasi yang menganut pandangan bahan tugas atau kunci organisasi adalah menetapkan kebutuhan dan keinginan pasar yang menjadi sasaran dengan tujuan memberikan kepuasan yang diinginkan Kotler dalam Santoso (2007: 3). Hasil dari promosi adalah tumbuhnya kesadaran sampai pada tindakan untuk memanfaatkan (Qalyubi dkk, 2003: 259). Promosi perpustakaan juga merupakan kegiatan mengkomsumsikan manfaat produk perpustakaan dan untuk meyakinkan konsumen atau pemustaka agar mau menggunakan jasa layanan informasi melalui perpustakaan. (Sutarno, 2006) Ada berbagai macam cara dalam melaksanakan promosi perpustakaan menurut Lasa Hs (2005:238) untuk mempromosikan informasi, antara lain dengan pembuatan *leaflet*, penyebaran brosur, map kemasan khusus, papan nama, pertemuan ilmiah, pengelolaan pameran buku, kunjungan dan promosi melalui homepage atau *website* di internet.

Menurut Philip Kotler dan Gery (dalam Dharmesta, 2001: 222) bahwa bauran promosi (*Promotion Mix*) terdiri dari :

1. *Advertising* (Periklanan), komunikasi non individu, dengan sejumlah biaya, melalui berbagai media yang dilakukan oleh perusahaan, lembaga non lembaga, serta individu-individu.
2. *Sales Promotion* (Promosi Penjualan), kegiatan-kegiatan pemasaran selain personal selling, periklanan dan publisitas, yang mendorong efektivitas pembelian konsumen dan pedagang dengan menggunakan alat-alat seperti peragaan, pameran, demonstrasi, dan sebagainya.
3. *Personal Selling* (Penjualan secara Pribadi), interaksi antar individu, saling bertemu muka ditunjuk untuk menciptakan, memperbaiki, menguasai, atau mempertahankan hubungan yang saling menguntungkan dengan pihak lain.
4. *Public Relation* (Hubungan Masyarakat), merupakan upaya komunikasi menyeluruh dari suatu organisasi untuk mempengaruhi persepsi, opini, keyakinan, dan sikap-sikap kelompok terhadap organisasi tersebut.
5. *Direct Marketing* (Pemasaran Langsung), sistem pemasaran yang bersifat interaktif yang memanfaatkan satu atau beberapa media iklan untuk menimbulkan respon yang terukur dan transaksi di sembarang lokasi.

Menurut (Rangkuti, 2009: 1), Efektivitas Promosi merupakan kegiatan yang paling penting untuk meningkatkan *revenue* (Nilai yang menunjukkan penjualan total kepada pelanggan dalam suatu periode dikurangi retur dan potongan penjualan atau diskon penjualan)..

Minat sering pula disebut "*interest*". Minat bisa dikelompokkan sebagai sifat atau sikap yang memiliki kecenderungan atau tendensi tertentu, Minat dapat mempresentasikan tindakan-tindakan. sedangkan Kunjung adalah kata sifat yang berarti datang atau hadir. Mendatangi adalah hadir atau melihat dan memanfaatkan apa yang dilihat dan sebagainya. Mengunjungi juga diartikan memanfaatkan fasilitas-fasilitas yang disediakan tempat yang dikunjungi. Menurut Darmono (2001: 182) Minat kunjung adalah kecenderungan jiwa yang mendorong seseorang mengunjungi dan memanfaatkan perpustakaan. Minat kunjung ditunjukkan dengan keinginan yang kuat untuk datang dan memanfaatkan fasilitas yang disediakan

terutama membaca koleksi perpustakaan. Minat kunjung sangat erat kaitannya dengan minat baca dan keterampilan membaca.

Tujuan berkunjung secara umum adalah ingin melihat dan menyaksikan sesuatu yang menarik, namun pada kenyataannya ada tujuan yang lebih spesifik, diantaranya yaitu :

1. Berkunjung untuk tujuan kesenangan. Dalam artian masyarakat datang memanfaatkan koleksi perpustakaan yang disenangi seperti : membaca novel, surat kabar, komik dan lain-lain.
2. Berkunjung untuk tujuan memperoleh sesuatu yang baru (ilmu pengetahuan).
3. Berkunjung untuk menyelesaikan tugas atau pekerjaan. Dalam artian seseorang datang berkunjung ke perpustakaan untuk memanfaatkan fasilitas dan membaca koleksi yang ada untuk menyelesaikan tugas akademiknya ataupun tugas kantornya. Kegiatan semacam ini dinamakan *reading for work* (Darmono, 2001: 183).

Menurut Sutarno (2008: 150) dalam Kamus Perpustakaan dan Informasi mendefinisikan pemakai perpustakaan adalah kelompok orang dalam masyarakat yang secara intensif mengunjungi dan memakai layanan dan fasilitas perpustakaan. Menurut Hremawan dan Lasa (2007) bahwa secara umum pengguna perpustakaan dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu pengguna potensial adalah pengguna yang ditargetkan dan seterusnya menjadi pengguna sedangkan pengguna actual adalah yang telah menggunakan perpustakaan baik pengguna actual aktif maupun pasif yaitu pengguna yang secara teratur berkunjung dan memanfaatkan perpustakaan. Ruang tunggu sesungguhnya bukan lahan yang kering aktivitas melainkan sebuah lahan subur untuk menumbuhkan budaya membaca (Subandriyo, 2015). Hal ini sudah sesuai dengan amanah menurut Undang-Undang Nomor 43 Tahun 2007 Pasal 48 Ayat 4 tentang perpustakaan, menyebutkan bahwa Pembudayaan kegemaran membaca pada masyarakat dilakukan melalui penyediaan sarana perpustakaan di tempat umum yang mudah dijangkau, murah, dan bermutu. Kehadiran pojok baca di ruang tunggu diharapkan dapat menjadi salah satu daya ungkit untuk mengubah budaya lisan menjadi budaya baca (Subandriyo, 2015).

2. Metode Penelitian

Penelitian mengenai Efektivitas Promosi Melalui Layanan *English Corner* Terhadap Minat Kunjung Anak Sekolah di Kantor Perpustakaan dan Arsip Daerah Kabupaten Semarang menggunakan desain

deskriptif kuantitatif dengan metode korelasi, menurut menurut (Arikunto,2010: 76) adalah dalam penelitian korelasi (penelitian korelasional) peneliti memilih individu-individu yang mempunyai variasi dalam hal yang diselidiki. Semua anggota kelompok yang dipilih sebagai subjek penelitian diukur mengenai dua jenis variabel yang diselidiki kemudian dihitung untuk diketahui koefisien korelasinya. Populasi adalah keseluruhan gejala atau yang ingin diteliti secara keseluruhan. Populasi pada penelitian ini berjumlah 774 yaitu anggota anak sekolah di Kantor Perpustakaan dan Arsip Daerah Kabupaten Semarang. Sampel adalah bagian dari populasi yang memiliki ciri-ciri atau keadaan yang ingin diteliti (Martono, 2012: 74). Metode pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan penghitungan komputasi program SPSS (*Statistical Product and Service Solution*). Pengolahan data dalam penelitian ini. Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan komputerisasi program SPSS 16, yaitu suatu program komputer statistik yang mampu memproses data statistik secara tepat dan cepat, menjadi *output* yang dikehendaki para pembuat keputusan. Analisis data dilakukan dengan tujuan untuk menguji hipotesis dalam rangka penarikan simpulan. Pada penelitian ini analisis data yang digunakan adalah sebagai berikut:

- Uji Koefisien Korelasi *Spearman*

Untuk meneliti apakah terdapat hubungan antara promosi perpustakaan (variabel x) terhadap minat kunjungan (variabel y), peneliti menggunakan rumus penghitungan koefisien korelasi *Spearman*. Menurut (Rangkuti, 2009: 42) Jumlah eror dari data pengamatan tersebut relatif sangat besar karena hanya menggunakan 92 responden. Jika menambah jumlah responden lebih banyak, nilainya akan menjadi lebih reliabel. Artinya, semakin banyak sampel semakin akurat gambaran populasi yang diperoleh.

- Uji Hipotesis (t-test)

Dalam penelitian ini pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan uji t (t test) untuk melihat sejauh mana pengaruh (positif/negatif) variabel bebas (X= Promosi Layanan *English Corner*) terhadap variabel terikat (Y=Minat Kunjungan Anak Sekolah).

Pengujian hipotesis dapat dinyatakan sebagai berikut :

H0: $\rho=0$, berarti variabel bebas (X) tidak berpengaruh terhadap variabel terikat (Y).

H1: $\rho \neq 0$, berarti variabel bebas (X) berpengaruh negatif terhadap variabel terikat (Y).

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Data Responden

Tabel 1: Identitas Responden menurut Jenjang Pendidikan

No.	Status	Frekuensi	Prosentase %
1.	SD	20	22 %
2.	SMP	28	30%
3.	SMA	44	48%
Jumlah Keseluruhan		92	100%

Sumber: Data yang diolah peneliti, 2016

Hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa Kantor Perpustakaan dan Arsip Daerah Kabupaten Semarang terdapat pelajar dalam kategori pendidikan yang paling dominan, adalah Sekolah Dasar (SD), Sekolah Menengah Pertama (SMP), Sekolah Menengah Atas (SMA). Dalam penelitian ini, peneliti mendapatkan data statistik bahwa pelajar anak sekolah yang menjadi anggota di Kantor Perpustakaan dan Arsip Daerah Kabupaten Semarang sebanyak 774 anak pelajar. Penghitungan sampel peneliti mengambil 131 anak pelajar untuk dijadikan responden, selama melakukan penelitian, peneliti mengalami kendala terdapat beberapa anak siswa dan siswi yang tidak mau mengisi kuesioner pada saat peneliti sedang melakukan penelitian, sehingga hanya 92 responden anak pelajar yang mau mengisi atau menjawab pertanyaan kuesioner.

- Uji Validitas

Pengujian validitas bertujuan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel yang ditanyakan dapat dipakai sebagai alat ukur.

Pengolahan data yang digunakan adalah SPSS 16 yang menerangkan bahwa pertanyaan dikatakan valid apabila nilai dari r hitung (*corrected item-total*) > r tabel, dan sebaliknya pertanyaan dikatakan tidak valid apabila r hitung (*corrected item-total*) < r tabel. Pada penelitian ini r tabel sebesar 0.444 dengan signifikansi 5 %.

- Uji Reliabilitas

Selain uji validitas juga dilakukan uji reliabilitas dengan metode Spearman teknik belah ganjil genap.

Uji reliabilitas penelitian ini mengacu pada *Alpha Cronbach*. Menurut Nunnally (1994) dalam Ghozali (2011: 48) suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Alpha Cronbach* > 0,70.

Tabel 2: Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	α Standar	Keterangan
Promosi Layanan English Corner (X)	0,821	0,433	Reliabel
Minat Kunjung (Y)	0,814	0,433	Reliabel

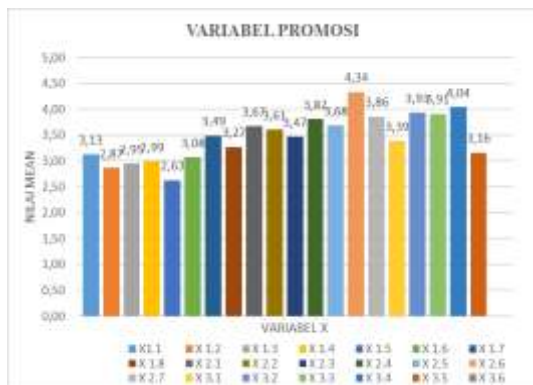
Variabel Promosi Layanan *English Corner* mempunyai nilai reliabilitas 0,821, dengan demikian pertanyaan dari variabel Promosi Layanan *English Corner* reliabel, karena nilai α yang diperoleh $> 0,433$. Sedangkan variabel Minat Kunjung mempunyai nilai reliabilitas 0,814. Dengan demikian pertanyaan dari variabel reliabel, karena nilai α yang diperoleh $> 0,532$.

3.2 Hasil Analisis Jawaban Responden

- Promosi**

Grafik 1: Hasil Jawaban Responden

Nilai rata-rata dari variabel Promosi dapat dilihat dari grafik 1, di bawah ini, nilai rata-rata diambil dari *mean* setiap indikator di dalam dimensi yang menjadi tolak ukur variabel Promosi. Pada grafik 1, dapat dilihat perbandingan di setiap masing-masing indikator sesuai dengan jumlah *mean* dari indikator tertinggi hingga terendah.



Sumber: Data yang diolah peneliti, 2016

Berikut adalah hasil jawaban responden dari variabel Promosi dalam dimensi *Sales Promotion* yang memiliki nilai *mean* yang tertinggi 4,34 dari pertanyaan di dalam kuesioner sebagai berikut :

Tabel 3: Perpustakaan Mengadakan Promosi Bazar Buku

Tanggapan	Frekuensi	Persentase (%)	Mean
Sangat Setuju	51	55,4%	
Setuju	26	28,2%	4,34
Cukup Setuju	12	13,0%	
Tidak Setuju	1	1,0%	
Sangat Tidak Setuju	2	2,1%	
Total	92	100%	

Sumber: Data yang diolah peneliti, 2016

Berikut adalah hasil jawaban responden dari variabel Promosi dalam dimensi Periklanan yang memiliki nilai *mean* yang terendah 2,63 dari pertanyaan di dalam kuesioner sebagai berikut :

Tabel 4: Responden Tahu Layanan *English Corner* Karena Web

Tanggapan	Frekuensi	Persentase (%)	Mean
Sangat Setuju	6	6,5%	
Setuju	19	20,6%	2,63
Cukup Setuju	19	20,6%	
Tidak Setuju	31	33,6%	
Sangat Tidak Setuju	17	18,4%	
Total	92	100%	

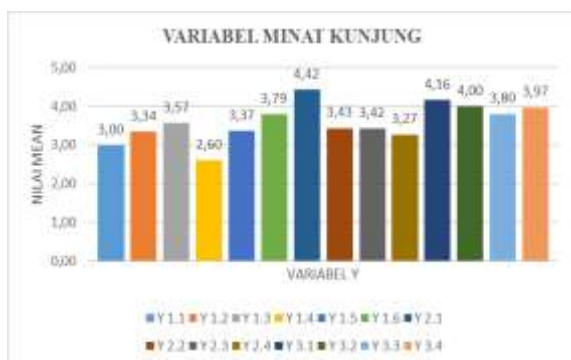
Sumber: Data yang diolah peneliti, 2016

- Minat Kunjung**

Grafik 2: Hasil Jawaban Responden

Nilai rata-rata dari variabel Minat Kunjung dapat dilihat dari grafik 2, di bawah ini, nilai rata-rata diambil dari *mean* setiap indikator di dalam dimensi yang menjadi tolak ukur variabel Minat Kunjung. Pada grafik 2, dapat dilihat perbandingan di setiap masing-masing indikator sesuai dengan jumlah *mean* dari indikator tertinggi hingga terendah.

Tingkat penilaian responden secara keseluruhan terhadap dimensi dalam variabel Promosi dengan subtotal rata-rata *mean* sebesar 72,3 Angka ini menunjukkan bahwa tingkat kesetujuan responden terhadap variabel Promosi adalah tinggi atau baik, Sedangkan Tingkat penilaian responden secara keseluruhan terhadap dimensi dalam variabel Minat Kunjung dengan subtotal rata-rata *mean* sebesar 50,1. Angka ini menunjukkan bahwa tingkat kesetujuan responden terhadap variabel Minat Kunjung adalah tinggi atau baik.



Sumber: Data yang diolah peneliti, 2016

Berikut adalah hasil jawaban responden dari variabel Minat kunjung dalam dimensi Berkunjung Untuk Memperoleh Sesuatu Yang Baru (Ilmu Pengetahuan) yang memiliki nilai *mean* yang tertinggi 4,42 dari pertanyaan di dalam kuesioner sebagai berikut :

Tabel 5: Perpustakaan Adalah Tempat Untuk Memperoleh Ilmu Pengetahuan

Tanggapan	Frekuensi	Persentase (%)	Mean
Sangat Setuju	58	63,0%	
Setuju	26	28,2%	4,42
Cukup Setuju	2	2,1%	
Tidak Setuju	1	1,0%	

Sangat Tidak Setuju	5	5,4%
Total	92	100%

Sumber: Data yang diolah peneliti, 2016

Berikut adalah hasil jawaban responden dari variabel Promosi dalam dimensi Berkunjung Untuk Kesenangan yang memiliki nilai *mean* yang terendah 2,60 dari pertanyaan di dalam kuesioner sebagai berikut :

Tabel 6: Responden Datang Ke Perpustakaan Sekedar Berkunjung

Tanggapan	Frekuensi	Persentase (%)	Mean
Sangat Setuju	10	10,8%	
Setuju	16	17,3%	2,60
Cukup Setuju	10	10,8%	
Tidak Setuju	39	42,3%	
Sangat Tidak Setuju	17	18,4%	
Total	92	100%	

Sumber: Data yang diolah peneliti, 2016

3.3 Olahan Data Paired Sample T-Test

Tabel 8: Data Paired Sample T-Test

Variabel X & Y	Signifikasi (α)		Hasil uji T-test	
	Hitung	Table	t- hitung	t- tabel
Signifikasi Eektivitas Layanan English Corner Terhadap Minat Kunjung	0,009	0,05	4,921	0,741

Hasil perhitungan diatas menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara sebelum dan sesudah diadakan Layanan *English Corner* yang signifikan, hal tersebut terlihat bahwa sig. (0,009) < α (0,05) maka disimpulkan pengaruhnya signifikan.

Sedangkan perbedaan rata-rata sebelum dan sesudah perlakuan, dengan hipotesa uji *T-test*, sebagai berikut :

H0 : Tidak terdapat pengaruh signifikan Promosi Layanan

English Corner terhadap Minat Kunjung.

H1 : Terdapat pengaruh signifikansi Promosi Layanan *English Corner* terhadap Minat Kunjung.

Berdasarkan tabel 41, didapatkan hasil hitung nilai $t_{hitung} (-4,921) < t_{tabel} (0,741)$ maka H_0 ditolak. Sedangkan H1 diterima artinya terdapat pengaruh perbedaan rata-rata Layanan Promosi *English Corner* terhadap Minat Kunjung.

3.4 Hasil Korelasi Spearman Variabel Promosi Terhadap Variabel Minat Kunjung

Tabel 7: Hasil Penghitungan Korelasi Spearman Variabel Promosi Terhadap Variabel Minat Kunjung

		Variabel Y	Variabel X
Sperman's rh0	1000		0,426"
Variabel Y			
Correlation Coeficient	92		0,000
Sig.(2-tailed) N			92
Sperman's rh0	0,426"		1.000
Variabel X			
Correlation Coeficient	0,000		92
Sig.(2-tailed) N	92		

Sumber: Data yang diolah peneliti, 2016

Hasil nilai signifikansi sebesar 0,001. Dengan nilai signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan positif antara variabel Promosi terhadap variabel Minat Kunjung.

4. Simpulan

Simpulan yang didapatkan adalah terdapat pengaruh antara promosi terhadap minat kunjung di Kantor Perpustakaan dan Arsip Daerah Kabupaten Semarang. Berdasarkan hasil pengolahan data dengan Variabel Promosi mempengaruhi minat kunjung dan memiliki korelasi sehingga pengaruhnya hanya sebesar 0,426 ini artinya pengaruh promosi terhadap minat kunjung sangat baik. Hasil analisis didapatkan bahwa nilai interval promosi di Kantor Perpustakaan dan Arsip Daerah Kabupaten Semarang yaitu sebesar 2,63 – 4,34, hal ini terbukti besar variabel promosi memiliki kategori baik. Sedangkan hasil analisa didapatkan bahwa nilai interval Minat Kunjung di Kantor Perpustakaan dan Arsip Daerah Kabupaten Semarang yaitu sebesar 2,60 – 4,42, hal ini terbukti besar variabel minat kunjung memiliki kategori sangat baik.

Daftar Pustaka

- A.M, Morissan. 2010. *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana.
- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Darmono. 2001. *Manajemen Perpustakaan*. Jakarta: Grasindo.
- Fauzia, Rifani Ayu. 2011. "Efektivitas Penggunaan Perpustakaan Sebagai Sumber Belajar dan Hasil Belajar Siswa Semester 1 Kelas XI Program Studi Tata Busana SMK Se-Kota Semarang". *Skripsi Sarjana Fakultas Teknik Unoversitas Negeri Semarang*.
- Hermawan,Rachman dan Zulfikar Zen. 2010. *Etika Kepustakawanan: Suatu Pendekatan Terhadap Kode Etik Pustakawan Indonesia*. Jakarta: Sagung Seto.
- Imam, Ghozali. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Bp Undip.
- Jateng Time.2015.kantor Perpustakaan Semarang Dilengkapi Fasilitas English Corner, <http://www.jatengtime.com/2013/semarangt-oday/kantor-perpustakaan-semarang-dilengkapi-fasilitas-english-corner/#.VhKopuzt18N>. Diakses pada hari jumat, 15 April 2016 (22.16 WIB).
- Kotler, dan Armstrong. 2001. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, ed.12, jilid 1. Jakara: Erlangga.
- Lasa, Hs. 2005. *Manajemen Perpustakaan*. Yogyakarta: Gama Media.
- Martono, Nanang. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif: Analisis Isi dan Data Sekunder*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Meriana, Malta Nelisa. 2013. "Efektivitas Pengelolaan Perpustakaan Keliling Dalam Meningkatkan Minat Baca Masyarakat Di Kantor Perpustakaan Kearsipan Dan Dokumentasi Kota Padang". Padang: *Skripsi Ilmu Perpustakaan dan Kearsipan FBS Universitas Negeri Padang*.
- Phlip Kotler dan Gary. 2001. 2001. "Prinsip-Prinsip Pemasaran". Jakarta: Erlangga. Dalam buku Dharmesta, 2001.
- Qalyubi, Syihabuddin dkk. 2003. *Dasar-Dasar Ilmu Perpustakaan dan Informasi*. Yogyakarta:

Jurusan Ilmu Perpustakaan dan Informasi
Fakultas Adab IAIN Sunan Kalijaga.

- Rangkuti, Freddy. 2009. *Mengukur Efektivitas Program Promosi dan Analisis Kasus Menggunakan SPSS*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Santoso. 2006. *Menggunakan SPSS untuk Statistik Non Parametrik*. Jakarta: PT. Rlex Media Komputindo.
- Subandriyo, Toto. 2015. *Budaya Mojok di Pojok Baca*,
<http://berita.suaramerdeka.comsmcetak/budaya-mojok-di-pojok-baca/>. Diakses pada hari minggu 21 Agustus 2016 (10.30 WIB).
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, cet.17. Bandung: Alfabeta.
- Sutarno, NS. 2008. *Membina Perpustakaan Desa*. Jakarta: CV Sagung Seto.
- Wulandari, Yuni. 2013. "Strategi Promosi Untuk Minat Pengunjung di Badan Perpustakaan dan Arsip Daerah Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta". Yogyakarta: *Skripsi Jurusan Administrasi Pendidikan Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Yogyakarta*.