

PENGARUH *IMAGE BRANDING* DUTA BACA PROVINSI SULAWESI SELATAN TERHADAP MINAT KUNJUNG PEMUSTAKA DI DINAS PERPUSTAKAAN DAN KEARSIPAN PROVINSI SULAWESI SELATAN

Khaerunnisa¹, Irvan Mulyadi², Marni³

^{1,2,3} Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar

Correspondence email: khaerunnisa1942@gmail.com

Abstract

This study aims to determine whether there is an influence of reading ambassador's branding image on the interest of visiting users and how much influence the reading ambassador's branding image has on the interest of visiting users at the Library and Archives Service of South Sulawesi Province. This study uses causal associative research located at the Library and Archives Service of South Sulawesi Province. The sampling technique used the Slovin formula so that the sample in this study was 98 respondents. The data obtained using a questionnaire and data processing techniques in this study using the help of SPSS version 23. The results in this study indicate the branding image of the ambassador because it has a strong influence on the interest of visitors to visit the Library and Archives Service by 42.3%. The significant level of the reading ambassador branding image variable is 0.000, which is smaller than 0.01 which means that it is accepted and then rejected, thus library promotion with the reading ambassador's branding image has an effect on increasing user interest in visiting. So this study shows that the branding image of the reading ambassador will have an impact on increasing the interest of visiting users.

Keywords: image branding, reading ambassador, interest in visiting.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh *image branding* duta baca Provinsi Sulawesi Selatan terhadap minat kunjung pemustaka serta seberapa besar pengaruh *image branding* duta baca terhadap minat kunjung pemustaka di Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Provinsi Sulawesi Selatan. Penelitian ini menggunakan penelitian asosiatif kausal yang berlokasi di Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Provinsi Sulawesi Selatan. Teknik pengambilan sample menggunakan rumus *Slovin* sehingga yang menjadi sample dalam penelitian ini sebanyak 98 responden. Data yang diperoleh menggunakan kuesioner dan teknik pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan bantuan *SPSS versi 23*. Hasil dalam penelitian ini menunjukkan *image branding* duta baca memiliki pengaruh yang kuat terhadap minat kunjung pemustaka di Dinas Perpustakaan dan Kearsipan sebesar 42,3%. Tingkat signifikan variabel *image branding* duta baca sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,01 artinya H_a

diterima maka H_0 ditolak, dengan demikian promosi perpustakaan dengan *image branding* duta baca berpengaruh terhadap peningkatan minat kunjung pemustaka. Sehingga penelitian ini menunjukkan bahwa *image branding* duta baca akan berdampak pada peningkatan minat kunjung pemustaka.

Kata kunci: *image branding*, duta baca, minat kunjung.

PENDAHULUAN

Perpustakaan merupakan pusat informasi dan sumber belajar bagi penggunanya. Dapat juga diartikan sebagai tempat kumpulan bahan pustaka yang dihimpun dan dimanfaatkan sebagai media belajar. Perpustakaan sendiri merupakan suatu lembaga yang memiliki tugas pokok yaitu mengelola informasi dan disusun secara sistematis agar mudah ditemukan kembali untuk dimanfaatkan oleh pemustaka.

Dalam Undang-undang Nomor 43 tahun 2007 pasal 1 ayat 6:

Perpustakaan umum adalah perpustakaan yang diperuntukan bagi masyarakat luas sebagai sarana pembelajaran sepanjang hayat tanpa membedakan umur, jenis kelamin, suku, ras, agama, dan status sosial ekonomi (UUD 2007: 14).

Disebut perpustakaan umum karena semua sumber informasi dalam koleksinya bersifat publik. Artinya, semua informasi dari tingkat terendah atau dasar hingga tertinggi tersedia di perpustakaan. Berdasarkan Standar Nasional Perpustakaan fungsi dari penyelenggaraan perpustakaan umum adalah mengembangkan koleksi, menghimpun dan melestarikan koleksi terbitan dan muatan lokal, mengorganisasikan materi perpustakaan, mendayagunakan koleksi, menyelenggarakan pendidikan pengguna, menerapkan teknologi informasi dan komunikasi, merawat materi perpustakaan, membantu peningkatan sumber daya perpustakaan di wilayahnya, serta mengkoordinasikan kampanye Gerakan Pembudayaan Gemar Membaca di wilayahnya (SNP 002:2011).

Keanekaragaman dan kemuktahiran koleksi tidak berguna jika perpustakaan tidak dimanfaatkan secara maksimal. Untuk itu diperlukan upaya untuk meningkatkan minat kunjung pemustaka ke perpustakaan serta memanfaatkan koleksi yang ada sebaik mungkin. Upaya yang dilakukan dapat berupa promosi perpustakaan, sehingga dapat mempengaruhi meningkatnya minat kunjung. Biasanya masyarakat atau pemustaka belum banyak mengetahui tentang layanan yang diberikan perpustakaan dan manfaatnya. Oleh karenanya, perpustakaan perlu dikenal dan diketahui oleh masyarakat luas. Agar masyarakat dapat mengenal dan memanfaatkan perpustakaan, cara yang dilakukan adalah dengan mengadakan

kegiatan promosi. Tujuan dari kegiatan promosi ini adalah untuk memaksimalkan tingkat frekuensi kunjungan masyarakat sebagai pemustaka yang setia, sehingga promosi yang dilakukan berpengaruh terhadap minat kunjung pemustaka.

Melalui promosi, masyarakat akan dengan mudah mengetahui kegiatan perpustakaan, koleksi yang dimiliki suatu perpustakaan, jenis layanan yang tersedia, fasilitas yang ada di perpustakaan serta manfaat apa yang dapat diperoleh oleh masyarakat (pemustaka). Dengan demikian masyarakat diharapkan tertarik untuk berkunjung dan memanfaatkan sebaik-baiknya koleksi yang ada di perpustakaan.

Perpustakaan dikatakan sukses apabila pemustaka yang datang berkunjung cukup banyak dan selalu mengalami peningkatan. Salah satu perpustakaan yang sangat gencar dalam melakukan promosi untuk meningkatkan minat kunjung pemustaka adalah Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Provinsi Sulawesi Selatan. Perpustakaan ini telah melakukan berbagai bentuk kegiatan promosi dalam menumbuhkembangkan minat kunjung ke perpustakaan di kalangan masyarakat, memperkenalkan layanan-layanan yang ada di perpustakaan kepada masyarakat, serta memperkenalkan kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh perpustakaan. Beberapa kegiatan promosi yang dilaksanakan yaitu dengan memanfaatkan media sosial (*website, instagram, facebook, dan youtube*), spanduk/ *benner*, seminar, perpustakaan keliling, dan lain-lain. Kegiatan promosi tersebut diharapkan mampu meningkatkan minat kunjung serta memberikan informasi yang bermanfaat bagi pemustaka maupun calon pemustaka secara cepat, tepat, dan efisien.

Saat ini Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Provinsi Sulawesi Selatan sedang bekerja sama dengan Duta Baca Provinsi Sulawesi Selatan, dalam hal ini perpustakaan memanfaatkan *image branding* dari duta baca tersebut untuk mempromosikan perpustakaan sehingga dapat mempengaruhi minat kunjung pemustaka di Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Provinsi Sulawesi Selatan.

Penelitian tentang *image Branding* Duta Baca juga pernah diteliti oleh Cutwa Jasmani dengan judul Pengaruh *Image Branding* Duta Baca Unsyiah terhadap Minat Kunjung Pemustaka di UPT. Perpustakaan Universitas Syiah Kuala dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa Duta Baca Unisyiah terkenal dan memberi kesan positif bagi mahasiswa. Namun, sebagian besar mahasiswa tidak mengetahui program-program yang dilaksanakan oleh Duta Baca. Selain itu hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa meskipun Duta Baca Unsyiah terkenal dan memberi kesan positif bagi mahasiswa tapi tidak mempengaruhi minat kunjung mereka ke perpustakaan.

Persamaan antara penelitian sebelumnya dengan yang akan diteliti adalah kedua penelitian ini membahas tentang *image branding* duta baca, namun pada penelitian sebelumnya duta baca yang dimaksud hanya berada pada wilayah kampus saja, sedangkan penelitian kali ini duta baca yang dimaksud adalah duta baca

Provinsi Sulawesi Selatan. Selain itu duta baca Provinsi Sulawesi Selatan juga mempunyai kerja sama dengan Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Provinsi Sulawesi Selatan dalam hal mempromosikan perpustakaan guna meningkatkan minat kunjung di kalangan masyarakat.

Berdasarkan latar belakang tersebut penulis tertarik mengadakan penelitian berkaitan dengan “Pengaruh *Image Branding* Duta Baca Provinsi Sulawesi Selatan terhadap Minat Kunjung Pemustaka di Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Provinsi Sulawesi Selatan”. Mengingat pentingnya promosi perpustakaan bagi tingkat kunjungan di perpustakaan.

A. METODOLOGI PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian *Asosiatif* kausal (pengaruh) dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian *Asosiatif* adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan atau pengaruh antara dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2017 :11).

Jenis pendekatan kuantitatif merupakan penekanan analisis berbentuk angka-angka yang diolah dengan menggunakan tata cara statistik. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran tentang apakah ada pengaruh serta seberapa besar pengaruh *image branding* duta baca provinsi sulawesi selatan terhadap minat kunjung pemustaka di dinas perpustakaan dan kearsipan provinsi sulawesi selatan.

Populasi dalam penelitian ini adalah pemustaka maupun pengunjung Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Provinsi Sulawesi Selatan yang berkunjung ke perpustakaan rata-rata pada lima bulan terakhir sebanyak 5.835 orang. Penelitian ini menggunakan teknik *Simple Random Sampling* yaitu, metode pengambilan data secara acak (random) tanpa memperhatikan strata yang terdapat dalam populasi (Sudaryono, 2017: 169). Teknik sampling ini dipakai karena dianggap mudah dan praktis baik waktu maupun biaya. Dalam penelitian ini penulis menetapkan sampel dengan rumus slovin. Rumus *Slovin*:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Di mana:

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = batas tolesansi eror / kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang ditolerir, misalnya 10% (Siregar, 2016:149).

$$n = \frac{5.835}{1 + 5.835(10\%)^2}$$

$$n = \frac{5.835}{1 + 5.835(0,01)^2}$$

$$n = \frac{5.835}{1 + 58,35}$$

$$n = \frac{5.835}{59,35}$$

$$n = 98,31$$

Teknik pengumpulan data yang digunakan penelitian ini adalah Observasi, Kuesioner (Angket) dan Dokumentasi. Instrument dalam penelitian ini menggunakan skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur perilaku, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial. Jawaban yang berasal dari setiap item instrumen yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif yang berupa kata-kata antara lain:

1. Sangat setuju dengan skor 5
2. Setuju dengan skor 4
3. Kurang setuju dengan skor 3
4. Tidak setuju dengan skor 2
5. Sangat tidak setuju dengan skor 1

B. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Tabel 4.34

Uji Korelasi Variabel Penelitian

Correlations

		Image Branding Duta Baca	Minat Kunjung Pemustaka
Image Branding Duta Baca	Pearson Correlation	1	.651**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	98	98
Minat Kunjung Pemustaka	Pearson Correlation	.651**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	98	98

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Dari table di atas dapat dipaparkan pada *Sig. F Change* adalah atau tidaknya hubungan antara *image branding* duta baca terhadap minat kunjung pemustaka di Dinas Perpustakaan dan Kearsipan. Dasar pengambilan keputusan yaitu apabila nilai signifikan < 0,05 maka dapat dikatakan berkorelasi atau berhubungan sedangkan apabila nilai signifikan > 0,05 maka tidak berkorelasi.

Dari hasil perhitungan korelasi *product moment* dengan bantuan SPSS V.23, diperoleh nilai korelasi sebesar 0,651. Artinya nilai korelasi berada pada interval 0,60 – 0,799. Maka dapat dikatakan pengaruh *image branding* duta baca terhadap minat kunjung pemustaka memiliki hubungan yang kuat dengan nilai korelasi 0,651. Artinya setiap kenaikan nilai 0,651 pada variabel *image branding* duta baca (X) akan diikuti dengan kenaikan nilai 0,651 pada variabel minat kunjung pemustaka (Y). Sebaliknya jika variabel (X) mengalami penurunan 0,651 maka akan diikuti dengan penurunan nilai 0,651 pada variabel (Y).

Tabel 4.35
Uji Regresi Linear Sederhana

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	26.350	4.443		5.931	.000
Image Branding Duta Baca	1.007	.120	.651	8.395	.000

a. Dependent Variable: Minat Kunjung Pemustaka

Dari tabel koefisien di atas, kolom B pada konstanta (a) adalah 26.350 sedangkan (b) adalah 1.007. sehingga persamaan regresinya sebagai berikut: $Y = a + bX$ atau $Y = 26.350 + 1.007X$

1. Konstanta (a) = 26.350

Hal ini berarti bahwa apabila *image branding* duta baca atau citra dari duta baca ini baik dan positif dalam mempromosikan perpustakaan maka minat kunjung juga akan meningkat 26.350.

2. $b = 1.007$

Hal ini menunjukkan bahwa dengan adanya *image branding* duta baca atau citra dari duta baca ini baik dan positif dalam mempromosikan perpustakaan, maka dapat meningkatkan minat kunjung seseorang untuk berkunjung ke perpustakaan.

Berdasarkan persamaan regresi di atas, dapat dinyatakan bahwa terjadi pengaruh yang positif antara variabel *image branding* duta baca (X) terhadap minat kunjung pemustaka (Y).

Tabel 4.36
Uji Koefisien Determinasi
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.651 ^a	.423	.417	7.825

a. Predictors: (Constant), Image Branding Duta Baca

Berdasarkan tabel di atas bahwa nilai koefisien determinasi (R^2) adalah $0,651^2 = 0,423$. Untuk melihat seberapa besar pengaruh *image branding* duta baca provinsi sulawesi selatan terhadap minat kunjung pemustaka di dinas perpustakaan dan kearsipan provinsi sulawesi selatan adalah:

$$\begin{aligned} \text{KD} &= r^2 \times 100\% \\ &= 0,423 \times 100\% \\ &= 42,3\% \end{aligned}$$

Jadi, *image branding* duta baca memiliki pengaruh terhadap minat kunjung pemustaka sebesar 42,3% sedangkan sisanya 57,7% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam model regresi linear.

Tabel 4.37
Uji T-test
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	26.350	4.443		5.931	.000
Image Branding Duta Baca	1.007	.120	.651	8.395	.000

a. Dependent Variable: Minat Kunjung Pemustaka

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa *image branding* duta baca berpengaruh terhadap peningkatan minat kunjung pemustaka. Hal ini dapat dilihat bahwa t_{hitung} variabel *image branding* duta baca sebesar 8.395 sementara t_{tabel} sebesar 0,197 dan nilai signifikansi sebesar 0,000. Hal ini berarti nilai t_{hitung} lebih besar dari nilai t_{tabel} ($t_{hitung} > t_{tabel}$). Tingkat signifikan variabel *image branding* duta baca sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,01 artinya signifikan dan H_0 ditolak. Karena ada pengaruh *image branding* duta baca terhadap minat kunjung pemustaka. Sehingga penelitian ini menunjukkan bahwa *image branding* duta baca akan berdampak pada minat kunjung pemustaka.

C. Kesimpulan

Berdasarkan hasil uji korelasi *product moment* dengan bantuan SPSS V.23, terdapat pengaruh yang diperoleh dari nilai korelasi sebesar 0,651. Artinya nilai korelasi berada pada interval 0,60 – 0,799. Maka dapat dikatakan pengaruh *image branding* duta baca terhadap minat kunjung pemustaka memiliki hubungan yang kuat dengan nilai korelasi 0,651. Dari hasil uji regresi mengenai Pengaruh *Image Branding* Duta Baca terhadap Minat Kunjung Pemustaka, di peroleh persamaan $Y = a + bX$ atau $Y = 26.350 + 1.007X$, dapat diketahui *image branding* duta baca memberikan pengaruh yang positif terhadap minat kunjung pemustaka. Dengan demikian adanya *image branding* duta baca dalam mempromosikan perpustakaan melalui seminar-seminar, roadshow, perpustakaan keliling, maupun perpustakaan lorong, minat kunjung pemustaka di Dinas Perpustakaan dan Kearsipan dapat meningkat. Sehingga Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Provinsi Sulawesi Selatan menjadi salah satu tujuan masyarakat dalam memenuhi kebutuhan informasi.

Besar pengaruh *image branding* duta baca terhadap minat kunjung pemustaka di Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Provinsi Sulawesi Selatan adalah sebesar 42,3% yang diperoleh dari hasil uji koefisien determinasi. Hal ini berarti *image branding* duta baca memiliki pengaruh 42,3% terhadap minat kunjung pemustaka yang berarti memiliki tingkat pengaruh yang sedang. Sedangkan hasil uji parsial (*F test*) diperoleh tingkat signifikan variabel *image branding* duta baca sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,01 artinya signifikan dan H_a diterima maka H_0 ditolak. Dapat disimpulkan bahwa promosi perpustakaan dengan *image branding* duta baca berpengaruh terhadap peningkatan minat kunjung pemustaka. Dengan demikian penelitian ini menunjukkan bahwa *image branding* duta baca akan berdampak pada peningkatan minat kunjung pemustaka.

D. Daftar Pustaka

- Sudaryono. 2017. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung, Alfabeta, 2017.
- Siregar, Syofian. *Statistika Deskriptif Untuk Penelitian: Dilengkapi Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*. Jakarta: Rajawali Pers, 2016.
- Undang-Undang Nomor 43 Tahun 2007 Tentang Perpustakaan. 2010. Yogyakarta: Pustaka Timur.
- Sri Sumekar ...[et al.]. 2011. *Standar nasional perpustakaan (SNP)*. Jakarta: Perpustakaan Nasional RI, 2011.
- Penny Rahmawaty. 2014. Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sari Roti. *Jurnal Ilmu Manajemen*, Volume 11, Nomor 2, April 2014. Di akses pada 20 april 2021 melalui <https://journal.uny.ac.id/index.php/jim/article/view/11788>
- Rampesad, Hubert K. 2008. *Sukses Membangun Authentic Personal Branding*. Jakarta: Ppm.
- Sardiat. 2016. Pemilihan Duta Baca Melalui Kegiatan Gemar Membaca Berkuis dalam Mendukung Program Literasi. *Artikel Simposium*. Diakses pada tanggal 19 maret 2021
http://simposium.gtk.kemdikbud.go.id/karya/files/dikdas_3/SARDIAT_S.P_d_17112016044336.pdf
- Mustinda, Sonia. 2010. Promosi yang di lakukan di perpustakaan Kementerian Pendidikan Nasional RI. *Skripsi*. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah. <http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/5370> diakses, 30 Maret 2021 pukul 13.35.