

***PERSONAL SELLING DAN PUBLIC RELATION***

**PADA JASA PERPUSTAKAAN**

**(Tinjauan dan Aspek *Context, Input, Process dan Product* di UPT  
Perpustakaan ISI Surakarta tahun 2010-2014)**

**TESIS**

Disusun Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Memperolah

Derajat Master Ilmu Komunikasi

Program Studi Komunikasi



**Disusun Oleh :**

**WAHYU KARMINAH**

**NIM : S230809011**

**MANAJEMEN KOMUNIKASI  
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
PROGRAM PASCA SARJANA  
UNIVERSITAS SEBELAS MARET  
SURAKARTA**

**2016**

*commit to user*


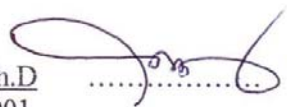
**PERSONAL SELLING DAN PUBLIC RELATION**  
**PADA JASA PERPUSTAKAAN**  
**(Tinjauan dan Aspek Context, Input, Process dan Product di UPT**  
**Perpustakaan ISI Surakarta tahun 2010-2014)**

**TESIS**

Oleh :

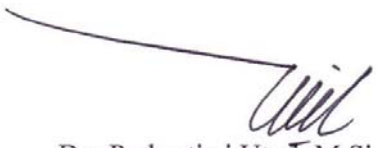
**WAHYU KARMINAH**  
**S230809011**

Telah disetujui Oleh Tim Pembimbing

Jabatan	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
Pembimbing I	<u>Sri Hastjarjo, S.Sos.Ph.D</u> NIP.197102171998021001		6 Juni 2016
Pembimbing II	<u>Drs. Y. Slamet, M.Sc, Ph.D</u> NIP.194803161976121001		6 Juni 2016

Mengetahui,

Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi  
Program Pascasarjana Universitas Sebelas Maret


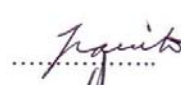
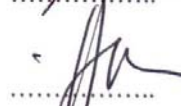
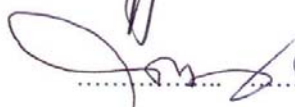
  
Dra. Prahastiwi Utari, M.Si, Ph.D  
NIP.196008131987022001

UIN

**PERSONAL SELLING DAN PUBLIC RELATION**  
**PADA JASA PERPUSTAKAAN**  
 (Tinjauan dan Aspek *Context, Input, Process dan Product* di UPT  
 Perpustakaan ISI Surakarta tahun 2010-2014)


TESIS


Oleh :  
**WAHYU KARMINAH**  
 NIM : S230809011

Jabatan	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
Ketua	<u>Dra. Prahastiwi Utari, M.Si, Ph.D</u> NIP. 196008131987022001		6 Juni 2016
Sekretaris	<u>Prof. Drs. Pawito, Ph.D</u> NIP. 195408051985031002		6 Juni 2016
Anggota Penguji	<u>Sri Hastjarjo, S.Sos, Ph.D</u> NIP. 197102171998021001		6 Juni 2016
	<u>Drs. Y. Slamet, M.Sc, Ph.D</u> NIP. 194803161976121001		6 Juni 2016

Telah Dipertahankan di depan Penguji  
 Dinyatakan Telah Memenuhi Syarat  
 Pada tanggal.....6 Juni.....2016

Mengetahui:

Direktur  
 Program Pascasarjana  
  
Prof. Dr. M. Furqon Hidayatullah, M. Pd  
 NIP. 196007271987021001

Kepala Program Studi  
 Ilmu Komunikasi  
  
Dra. Prahastiwi Utari, M.Si, Ph.D  
 NIP. 196008131987022001

*commit to user*

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Nama : WAHYU KARMINAH

NIM : S230809011

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa tesis yang berjudul ***PERSONAL SELLING DAN PUBLIC RELATION PADA JASA PERPUSTAKAAN (Tinjauan dan Aspek Context, Input, Process dan Product di UPT Perpustakaan ISI Surakarta tahun 2010-2014)***

adalah benar-benar karya saya sendiri.

Sepanjang pengetahuan saya, dalam tesis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari terbukti pernyataan saya di atas tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik, berupa pencabutan gelar yang saya peroleh dari tesis ini.

Surakarta, April 2016

Yang membuat pernyataan,

Wahyu Karminah

*commit to user*

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

**“Sesungguhnya bersama setiap kesulitan ada kemudahan”**

**(QS. Al Insyirah ayat :6)**



Karya ini penulis persembahkan  
kepada :

- (almh.) ibunda kartini, (almh. ibu Saminem)
- Bapakku
- Suamiku
- Permata hatiku :
  - Raihan Mawardi Khalis
  - Muhammad Rafa Fauzan Kamil
- almamaterku

*commit to user*

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, atas berkah, rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulisan tesis ini dapat diselesaikan dengan baik. Melalui perjuangan berat dan hampir putus asa, penulis dapat menyelesaikan karya sederhana ini. Penulisan tesis yang sederhana dan lugas ini, tentunya tidak luput dari kesalahan dan kekurangan. Namun demikian penulis berharap, penulisan ini dapat menambah pengetahuan dan wawasan bagi yang membacanya.

Penelitian ini dilakukan untuk mendeskripsikan *Personal Selling* dan *Public Relation* yang dilakukan Perpustakaan ISI Surakarta. *Personal Selling* berupa penyuluhan bagi mahasiswa baru sering dilakukan oleh Perpustakaan ISI Surakarta. *Public Relation* diadakan dalam program pameran buku. Program pameran buku ditujukan bagi semua sivitas akademika agar kebutuhan informasi mereka dapat terpenuhi, dengan mendatangkan beragam penerbit buku baik dari Solo dan sekitarnya. Tesis ini mendeskripsikan program penyuluhan bagi mahasiswa baru dan program pameran buku dengan metode deskriptif kualitatif.

Tesis ini disusun sekaligus juga untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar Magister Ilmu Komunikasi (M.I.Kom) dengan minat utama Manajemen Komunikasi pada program studi Ilmu Komunikasi Universitas Sebelas Maret Surakarta. Penyusunan tesis ini dapat terselesaikan tidak lepas dari dukungan, bantuan serta arahan dari berbagai pihak. Untuk itu dengan setulus hati penulis sampaikan penghargaan dan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Dra.Prahastiwi Utari, M.Si, Ph.D selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi Pascasarjana UNS.
2. Sri Hastjarjo,S.Sos,Ph.D dan Drs. Y.Slamet,M.Sc, Ph.D selaku pembimbing dalam penyusunan dan penyelesaian tesis ini.
3. Seluruh dosen pengajar ilmu komunikasi. Terimakasih telah memberikan ilmu yang bermanfaat selama penulis menempuh studi.
4. Teman-teman Ilmu Komunikasi 2009 dan teman-teman pustakawan ISI Surakarta

*commit to user*

5. Seluruh narasumber yang telah meluangkan waktu dan tenaga untuk memberikan informasi yang penulis perlukan dalam penelitian dari awal sampai selesai penulisan ini.

Semoga karya sederhana ini dapat bermanfaat bagi sebanyak mungkin orang.

Surakarta, 17 April 2016

Penulis





## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS.....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAN GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>xv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xvi</b>
 <b>BAB I     PENDAHULUAN.....</b>	 <b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	9
C. Tujuan Penelitian .....	9
D. Manfaat Penelitian .....	10
1. Manfaat Teoritis.....	10
2. Manfaat Praktis .....	10
 <b>BAB II     KAJIAN TEORI.....</b>	 <b>11</b>
A. DESKRIPSI TEORITIK.....	11
1. Komunikasi .....	11
2. Pemasaran. ....	13
3. Bauran Promosi.....	14
1. Iklan ( <i>advertising</i> ). ....	15
2. Penjualan tatap muka( <i>personal selling</i> ). ....	16
3. Promosi penjualan ( <i>sales promotion</i> ). ....	18
4. Publisitas ( <i>publicity and public relation</i> ). ....	19
5. <i>Direct Marketing</i> / pemasaran langsung .....	20



4.	Promosi Perpustakaan .....	20
4.1	Pengertian Perpustakaan .....	20
4.2	Jenis dan fungsi Perpustakaan .....	21
4.3	Bauran Promosi di Perpustakaan .....	23
1.	Iklan ( <i>advertising</i> ) .....	24
2.	Penjualan tatap muka ( <i>personal selling</i> ) .....	29
3.	Promosi Penjualan ( <i>sales promotion</i> ) .....	31
4.	Publisitas .....	31
5.	Pemasaran Langsung ( <i>Direct Marketing</i> ) .....	34
4.4	Evaluasi Program CIPP .....	36
1.	<i>Context Evaluation</i> .....	36
2.	<i>Input Evaluation</i> .....	37
3.	<i>Process Evaluation</i> .....	37
4.	<i>Product Evaluation</i> .....	38
B.	Penelitian yang relevan .....	38
C.	Kerangka Berpikir .....	44
BAB III	METODE PENELITIAN .....	46
A.	Tempat dan Waktu Penelitian .....	46
B.	Jenis Penelitian .....	46
C.	Sumber Data .....	46
D.	Teknik Sampling .....	47
E.	Teknik Pengumpulan Data .....	49
F.	Validitas Data .....	50
G.	Teknik Analisis Data .....	50
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	53
A.	Gambaran Umum Lokasi Penelitian .....	53
1.	Sejarah berdirinya Perpustakaan ISI Surakarta .....	53
2.	Visi, Misi dan Tujuan .....	54
3.	Struktur Organisasi .....	55
4.	Koleksi .....	55
5.	Layanan .....	56

6. Sumber Daya Manusia.....	58
B. Hasil Penelitian.....	59
1.1 <i>Personal Selling</i> berupa ceramah bagi mahasiswa baru dilihat dari aspek <i>Context</i> ( konteks).....	61
a. Latar Belakang Program Ceramah bagi Mahasiswa Baru.....	61
b. Tujuan Program Ceramah Bagi Mahasiswa Baru.....	62
1.2. <i>Public Relation</i> berupa pameran buku dilihat dari aspek <i>Context</i> ( konteks).....	63
2.1 <i>Personal Selling</i> berupa Ceramah bagi Mahasiswa Baru dilihat dari dari aspek <i>Input</i> (masukan).....	65
2.2 <i>Public Relation</i> berupa pameran buku dilihat dari dari aspek <i>Input</i> (masukan).....	68
3.1 <i>Personal Selling</i> berupa ceramah mahasiswa baru dilihat dari dari aspek <i>Process</i> (proses).....	70
3.2 <i>Public Relation</i> berupa pameran buku dilihat dari dari aspek <i>Process</i> (proses).....	76
4.1 <i>Personal Selling</i> berupa Ceramah bagi Mahasiswa Baru dilihat dari dari aspek <i>Product</i> (produk).....	87
4.1 <i>Public Relation</i> berupa Pameran Buku dilihat dari dari aspek <i>Product</i> (produk).....	92
C. Pembahasan.....	97
1.1 Analisis <i>Personal Selling</i> berupa ceramah bagi mahasiswa baru dilihat dari aspek <i>Context</i> ( konteks)...	97
5.2 Analisis <i>Public Relation</i> berupa pameran buku dilihat dari aspek <i>Context</i> ( konteks).....	101
2.1 Analisis <i>Personal Selling</i> berupa ceramah mahasiswa baru dilihat dari aspek <i>Input</i> ( masukan ).....	105
2.2 Analisis <i>Public Relation</i> berupa pameran buku dilihat dari aspek <i>Input</i> ( masukan ).....	107

*commit to user*

3.1 Analisis <i>Personal Selling</i> berupa ceramah mahasiswa baru dilihat dari aspek <i>Process</i> ( proses ).	108
3.2 Analisis <i>Public Relation</i> berupa pameran buku dilihat dari aspek <i>Process</i> (proses).	114
3.1 Analisis <i>Personal Selling</i> berupa ceramah mahasiswa baru dilihat dari aspek <i>Product</i> (produk).	120
4.2 Analisis <i>Public Relation</i> berupa pameran buku dilihat dari aspek <i>Product</i> (produk).	127
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.	138
A. Kesimpulan.	138
B. Implikasi Teoritis.	143
1. Teoritis	143
2. Praktis.	144
C. Saran.	144
DAFTAR PUSTAKA	146
LAMPIRAN	

**DAFTAR TABEL**

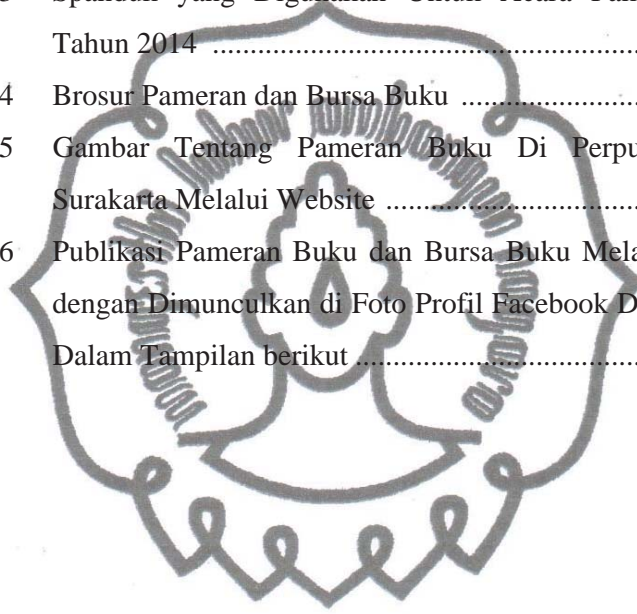
Tabel 3.1	Tabel Besarnya Sampel yang Dibutuhkan Bagi Populasi Terbatas, Untuk Interval Kepercayaan dan Standar Error Tertentu .....	48
-----------	---	----



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Proses Komunikasi .....	12
Gambar 2.2	Kerangka Pikir .....	44
Gambar 3.1	Skema Model Analisis Interaktif .....	52
Gambar 4.1	Sosialisasi Layanan Perpustakaan Isi Surakarta .....	63
Gambar 4.2	Kegiatan Sosialisasi Layanan Perpustakaan Institut Seni Indonesia Surakarta diselenggarakan pada tanggal 18 Agustus 2014 di Pendapa Ageng ISI Surakarta, diikuti oleh seluruh mahasiswa baru sejumlah 600 orang .....	72
Gambar 4.3	Mustofa, S.Sos dan M. Ali Nurhasan I. S.Sos sedang Menyampaikan Materi <i>User Education</i> pada Tahun 2011 di Ruang Seminar ISI Surakarta .....	72
Gambar 4.4	Program Ceramah Bagi Mahasiswa Baru Dilaksanakan Di Ruang Seminar ISI Surakarta dengan Didukung beberapa Sarana Pendukung Seperti Ruang Ber-AC, LCD, <i>Sound</i> <i>System</i> , WIFI dan Akses Internet Lumayan Lancar .....	74
Gambar 4.5.	Mahasiswa sedang menyimak uraian dari pemateri.....	75
Gambar 4.6	Salah Satu Penerbit yang Diundang Hadir pad Acara Pameran Buku di Perpustakaan ISI Surakarta .....	78
Ga.bar 4.7	Program Pameran Buku yang Diadakan Tahun 2010 Dihadiri Oleh Mahasiswa dan Dosen ISI Surakarta .....	78
Gambar 4.8	Ketua Koordinator Program Pameran Buku Maria Chrisdiana S.I.Kom Membuka Acara Pameran Buku di Hadapan Pengguna Perpustakaan ISI Surakarta .....	79
Gambar 4.9	Peneliti Sedang Bertugas Melayani Pengguna Perpustakaan yang Akan Berkunjung pada Acara Pameran Buku Tahun 2014 .....	80

Gambar 4.10	Spanduk, Salah Satu Media yang Digunakan Pada Program Pameran Buku Tahun 2010 .....	82
Gambar 4.11	Publikasi Dengan Pamlet yang Ditempel di Lingkungan ISI Surakarta, Kampus-kampus di Surakarta serta Dibeberapa Sekolah Menengah Atas di Surakarta .....	83
Gambar 4.12	Spanduk Dipasang di Tempat Strategis .....	83
Gambar 4.13	Spanduk yang Digunakan Untuk Acara Pameran Buku Tahun 2014 .....	84
Gambar 4.14	Brosur Pameran dan Bursa Buku .....	85
Gambar 4.15	Gambar Tentang Pameran Buku Di Perpustakaan ISI Surakarta Melalui Website .....	86
Gambar 4.16	Publikasi Pameran Buku dan Bursa Buku Melalui Internet dengan Dimunculkan di Foto Profil Facebook Dapat Dilihat Dalam Tampilan berikut .....	86





## ABSTRACT

**Wahyu Karminah-S230809011-2016- Personal Selling and Public Relation in a library services. ( a study on Context, Input,Process dan Product of Library Technical Services Unit of ISI Surakarta in 2010-2014). First Counselor : Sri Hastjarjo S.Sos,Ph.D. Second Counselor : Drs.Slamet ,M.Sc, Ph.D. Thesis : Communication Science Study Program, Postgraduate Program. Sebelas Maret University.**

The objective of research was to reveal that what context, input, process and product were in relation to personal selling and public relation in Library Technical Service Unit. The research methodology applied was qualitative descriptive. Data of Context, Input, Process and Product was collected using qualitative approach. The user's response to product produced was confirmed with quantitative data collected through distributing questionnaire to 97 respondents. The informants consisted of librarians, centre staffs, students and lecturers.

We can thought personal selling by user education. Public relation seems from book exhibition. Context aspect in the implementation of program was exposed clearly through background and objective. User education program aimed to introduce service and product of ISI Surakarta's library, book exhibition program to meet the users of ISI Surakarta library's need. Input aspect in program implementation could run well. User education was implemented by librarians with public speaking and information tracing skills. Meanwhile, book exhibition program involved librarian All programs were supported by adequate infrastructure and fund.

In Process aspect, it could be found in the implementation of all programs running well, supported with competent staff. The constraint existing in user education program was related to the too short time taken to deliver too brief material, so that communication between communicator and communicant was less effective. For book exhibition program, the constraint found was that the number of exhibition visitors was out of target and less adequate exhibition site. Product aspect in some promotion mixes was sufficiently satisfactory. User education program could be measured from the increase of library member number. The questionnaire response also stated that used education program was needed by new students to make them familiar with service and facility of library in ISI Surakarta. Meanwhile, book exhibition program, the number of visitors coming to book exhibition was substantial, despite far below the target. In book exhibition program, book procurement to meet the user needs was fairly successful through title input proposed and many publishers attending.



## ABSTRAK

**Wahyu Karminah-S230809011-2016-*Personal Selling* dan *Public Relation* Pada Jasa Perpustakaan (Tinjauan dan Aspek *Context*, *Input*, *Process* dan *Product* di UPT Perpustakaan ISI Surakarta tahun 2010-2014).**  
**Pembimbing I : Sri Hastjarjo S.Sos,Ph.D. Pembimbing II : Drs.Slamet ,M.Sc, Ph.D. Tesis : Program Studi Ilmu Komunikasi,Program Pascasarjana,Universitas Sebelas Maret.**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan aspek *Context*, *Input*, *Process* dan *Product* dalam kaitannya dengan *Personal Selling* dan *Public Relation* pada jasa perpustakaan. Metodologi Penelitian yang diterapkan adalah metode deskriptif kualitatif. Data mengenai *Context*, *Input*, *Process* dan *Product* diperoleh dengan pendekatan kualitatif. Respon pengguna terhadap *Product* yang dihasilkan diperkuat dengan informan yang diaktifkan yaitu pustakawan, mahasiswa dan dosen. Respon pengguna terhadap *Product* yang dihasilkan diperkuat dengan data kuantitatif dengan menyebarkan angket kuesioner kepada 97 responden. Informan yang diaktifkan adalah pustakawan, mahasiswa dan dosen.

*Personal selling* berupa penyuluhan bagi mahasiswa baru. Sedangkan *public relation* ditemui pada kegiatan pameran buku. Aspek *context* dalam pelaksanaan program terpapar jelas melalui latar belakang dan tujuan program. Program penyuluhan bagi mahasiswa baru /*user education* bertujuan mengenalkan layanan dan produk Perpustakaan ISI Surakarta, program pameran buku untuk memenuhi kebutuhan informasi pengguna. Aspek *Input* dalam pelaksanaan program dapat dijalankan dengan baik. Program penyuluhan /*user education* dilaksanakan oleh pustakawan yang memiliki keahlian *public speaking* dan memiliki keahlian dalam penelusuran informasi. Sementara program pameran buku melibatkan semua pustakawan.Semua program didukung oleh sarana yang memadai dan dana yang cukup.

Dalam aspek *Process* diketahui bahwa pelaksanaan semua program berjalan lancar, didukung oleh staf yang kompetens. Hambatan yang ada pada program penyuluhan /*user education* adalah waktu yang dibutuhkan untuk menyampaikan materi terlalu singkat, sehingga komunikasi antara komunikator dan komunikan kurang efektif. Untuk program pameran buku hambatan yang ditemui adalah pengunjung pameran yang jauh dari target dan tempat pameran yang kurang memadai. Aspek *product* dalam beberapa bauran promosi cukup memuaskan. Untuk program penyuluhan /*user education* dapat diukur dari bertambahnya jumlah anggota perpustakaan. Jawaban kuesioner juga menyatakan bahwa program penyuluhan /*user education* diperlukan bagi mahasiswa baru agar mereka mengenal layanan dan fasilitas Perpustakaan ISI Surakarta. Sementara pada program pameran buku, jumlah pengunjung yang datang pada acara pameran buku cukup banyak,meskipun jauh dari target. Pada program pameran buku, pengadaan buku untuk memenuhi kebutuhan pengguna cukup berhasil melalui masukan judul yang diusulkan dan penerbit yang diundang banyak yang hadir.