

Pustaka Karya: Jurnal Ilmiah Ilmu Perpustakaan dan Informasi  
Vol. 10 No. 1, Juni 2022, Hal. 15-24  
<http://dx.doi.org/10.18592/pk.v10i1.5990>  
ISSN (p) : 2089-5216 | ISSN (e) : 2723-7699

## **Pemetaan penelitian pemasaran perpustakaan di google scholar menggunakan vosviewer**

<sup>1</sup>Neyla Raihan Khoirunissa, <sup>2</sup>Yunus Winoto

<sup>12</sup>Program Studi Perpustakaan dan Sains Informasi, Universitas Padjadjaran

<sup>1</sup>Jl. Raya Bandung Sumedang KM. 21, Kab. Sumedang, Jawa Barat 45363

Email : <sup>1</sup>Neyla19001@mail.unpad.ac.id, <sup>2</sup>yunus.winoto@unpad.ac.id

**Naskah diterima: 06 Januari 2022, direvisi: 24 Maret 2022, diterima: 07 Juni 2022**

### **ABSTRACT**

*The number of research results of library marketing published in open access journals and published in databases that provide free access such as Google Scholar needs an evaluation. Bibliometric analysis is an indicator for evaluating research results to determine the interaction between science and technology, to map a particular field of science, and to see the development of new knowledge in a particular field. This study aims to map the development of library marketing research indexed in Google Scholar, analyze topics related to library marketing, and identify researchers who have studied the topic. This research used qualitative method. Publish or Perish (PoP) is used to collect research data by entering the keyword "Library Marketing" on Google Scholar. Determination of the sample is done by filtering the publications of journal articles published from 2011-2021. The research data were analyzed using VOSviewer. The results of the mapping based on keywords describe the relationship between library marketing and management and found an article entitled "Bung Karno's Library Marketing Management". It is also known that research on library marketing has been carried out since 2012-2018 by 14 researchers.*

**Keywords:** *bibliometrics; library marketing; research mapping; vosviewer*

### **ABSTRAK**

*Banyaknya hasil penelitian pemasaran perpustakaan yang dipublikasikan pada jurnal open access dan dimuat dalam database yang memberikan akses gratis seperti Google Scholar perlu dilakukan evaluasi. Analisis Bibliometrik menjadi indikator pengevaluasian hasil penelitian untuk mengetahui interaksi antara ilmu pengetahuan dan teknologi, memetakan suatu bidang ilmu tertentu, serta melihat perkembangan pengetahuan baru dalam bidang tertentu. Penelitian ini bertujuan untuk melakukan pemetaan perkembangan penelitian pemasaran perpustakaan yang terindeks di Google Scholar, menganalisis topik yang berkaitan dengan pemasaran perpustakaan, dan mengidentifikasi para peneliti yang pernah mengkaji topik tersebut. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan analisis tematik sebagai metode analisis data. Penelitian ini memanfaatkan aplikasi Publish or Perish (PoP) untuk mengumpulkan data penelitian dari hasil penelitian yang terindeks di Google Scholar dengan memasukkan kata kunci "Pemasaran Perpustakaan". Penentuan sampel dilakukan dengan melakukan penyaringan pada publikasi berbentuk artikel jurnal yang terbit dari tahun 2011-2021. Data penelitian dianalisis menggunakan bantuan aplikasi VOSviewer. Hasil pemetaan berdasarkan kata kunci menggambarkan adanya keterkaitan antara pemasaran perpustakaan dan manajemen dan ditemukan artikel berjudul "Manajemen Pemasaran Perpustakaan Bung Karno". Diketahui pula penelitian mengenai pemasaran perpustakaan telah dilakukan sejak tahun 2012-2018 oleh 14 peneliti.*

**Kata Kunci:** *bibliometrika; pemasaran perpustakaan; pemetaan penelitian; vosviewer*

## I. PENDAHULUAN

Perpustakaan secara umum diartikan sebagai tempat penyimpanan buku-buku. Berangkat dari pengertian tersebut, begitu banyak orang yang masih memandang kegiatan kerja di perpustakaan hanya sebatas menyusun buku-buku untuk dipajang dan dibaca oleh penggunanya. Perpustakaan melakukan seluruh rangkaian pendokumentasian, mulai dari pengadaan, pengorganisasian, hingga penyebarluasan informasi. Tintin Sastraatmadja mengemukakan terdapat 4 tugas perpustakaan, yaitu 1). Mengumpulkan, menyusun, melestarikan, dan menyediakan sumber informasi yang relevan; 2). Menganalisa, mengolah, mendaftar, dan menginformasikan koleksi yang dimiliki kepada pengguna; 3). Mengikuti perkembangan zaman; 4). Mendukung gerakan literasi di kalangan penggunanya (Arya, 2011).

Pemasaran perpustakaan merupakan salah satu kajian Ilmu Perpustakaan. Pemasaran menjadi bagian dari rangkaian kegiatan manajemen di perpustakaan yang dilakukan agar publik tahu keberadaannya yang ada di tengah-tengah masyarakat dan siap memberikan pelayanan kepada mereka. Kegiatan pemasaran identik dengan perusahaan yang berorientasi profit. Akan tetapi, pemasaran juga dapat dilakukan oleh sebuah lembaga, instansi, atau organisasi yang sifatnya non komersil, seperti perpustakaan. Sebagai lembaga penyedia jasa, perpustakaan juga perlu memasarkan produknya, seperti layanannya, sumber informasinya, pustakawannya, lembaganya, bahkan tempat atau lokasi perpustakaan itu sendiri agar dapat mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Dengan melakukan pemasaran, masyarakat dapat mengetahui produk jasa layanan yang tersedia sehingga masyarakat tertarik untuk menggunakannya di perpustakaan.

Kemajuan teknologi membawa pengaruh terhadap perkembangan ilmu pengetahuan. Ditambah lagi dengan kemunculan internet yang memberikan kemudahan untuk mengakses berbagai informasi ilmiah. Kedua hal tersebut menjadi faktor pendorong bagi persebaran ilmu pengetahuan. Peralihan media dari konvensional ke digital melahirkan kemasan baru dari informasi dengan ragam dan bentuk yang bervariasi. Informasi yang dimuat pada media cetak hanya dapat menyajikan informasi yang ditujukan bagi penggunanya secara umum tanpa mempertimbangkan kebutuhan dan keinginan informasi dari para audiensnya, tetapi hadirnya teknologi dan internet sekarang bisa membawa pengguna kepada informasi yang sedang dicari dan dibutuhkan saja. Jika dulu informasi biasa disebarkan melalui media cetak atau radio, saat ini kemajuan IPTEK memberikan kemudahan dan kenyamanan dalam mengakses informasi dengan bermodalkan gawai dan koneksi ke internet.

Menyoroti hal tersebut, kemunculan gerakan *open access* membawa perubahan pada desiminasi pengetahuan ilmiah. Gerakan tersebut yang Pendit katakan sebagai sebuah fenomena yang berhubungan dengan keberadaan teknologi digital dan akses ke artikel jurnal ilmiah dalam bentuk digital (Saufa & Hidayah, 2018). Timbulnya kesadaran akan pentingnya percepatan perkembangan ilmu pengetahuan dunia membuat para peneliti berinisiatif untuk membagikan hasil penelitiannya melalui terbitan jurnal ilmiah yang tidak memiliki orientasi ekonomi dibelakangnya, tetapi lebih kepada persebaran pengetahuan.

Sejalan dengan hal tersebut, (Irawan et al., 2018) menyebutkan konsep *open access* sebagai sebuah gerakan yang bertujuan untuk menggugah kesadaran di kalangan para peneliti maupun akademisi untuk mengelola tulisan atau karya ilmiahnya secara mandiri dan memberi akses seluas-luasnya kepada karyanya tersebut untuk kepentingan perkembangan ilmu pengetahuan masyarakat, serta mempublikasikannya pada jurnal *open access* yang tidak memungut biaya penerbitan dan bagi pengguna yang ingin mengaksesnya pun tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan.

*Google Scholar* merupakan fitur pencarian yang tersedai di *Google*. *Google Scholar* memberikan akses gratis terhadap karya tulis ilmiah, seperti artikel jurnal, disertasi, prosiding, buku teks, modul, dan publikasi ilmiah lainnya yang diterbitkan oleh jurnal atau penerbit yang dapat diakses secara online. Layanan ini dapat dikatakan sebagai sebuah pangkalan data yang mengumpulkan data-data literatur ilmiah dari berbagai jurnal maupun penerbit dari dalam hingga luar negeri sekalipun yang memberikan kebebasan akses terhadap publikasinya sebagai bentuk kontribusi bagi percepatan perserbaran ilmu pengetahuan.

Oleh karena itu, cara kerja *Google Scholar* ini adalah mengarahkan pengguna kepada database jurnal atau penerbit aslinya karena tulisan-tulisan ilmiah tersebut bukan milik *Google*. *Google Scholar* juga tersedia dalam domain Indonesia yang disebut sebagai *Google Cendekia*. Untuk mengakses layanan ini pun sangatlah mudah karena fitur ini menyediakan akses bagi semua orang bahkan pengguna yang tidak memiliki akun *Google* sekalipun. Hanya bermodalkan koneksi internet, semua orang dapat menggunakan fitur *Google Scholar* ini. Layanan ini pun dapat digunakan bagi para peneliti untuk mengelola karya tulisnya yang telah dipublikasikan secara *online*. Peneliti hanya perlu mempersiapkan akun *Google* pribadinya dan tulisan yang telah terindeks di *Google* pun secara otomatis akan membentuk sebuah daftar karya ilmiahnya tersebut dan nantinya daftar tersebut secara otomatis akan tersambung dengan profil pribadi penulis sehingga dapat memudahkan pembacanya untuk menelusur lebih banyak lagi hasil tulisan karya ilmiahnya.

Di negara berkembang seperti Indonesia, aktivitas penelitian masih banyak dilakukan baik dalam skala besar ataupun kecil yang juga bertujuan untuk mempercepat perkembangan ilmu pengetahuan bangsa. Namun, banyaknya dokumen hasil penelitian yang disebarluaskan itu mengharuskan adanya kegiatan pengevaluasian terhadap hasil penelitian tersebut. Bibliometrik di sini digunakan sebagai indikator pengevaluasian hasil penelitian yang dapat mengetahui interaksi antara ilmu pengetahuan dan teknologi, memetakan suatu bidang ilmu tertentu, serta melihat perkembangan pengetahuan baru dalam bidang tertentu. Kajian bibliometrik lebih menekankan kepada aktivitas menghitung buku, artikel, publikasi, kutipan, dan pengarang atau hasil karyanya secara statistik berdasarkan informasi yang tercatat, terlepas dari batasan disiplin ilmu (Singleton, 2010).

Berkaitan dengan bibliometrika, pemetaan ilmu pengetahuan menjadi metode yang digunakan untuk memvisualisasikan suatu bidang keilmuan tertentu ke dalam peta lanskap yang tujuannya ialah untuk melihat perkembangan suatu bidang ilmu tertentu dengan menggunakan data bibliografis, kata kunci, sitasi, dan lain-lain (Tupan, 2016b). Terdapat berbagai cara untuk melakukan pemetaan ilmu pengetahuan, salah satunya ialah dengan menggunakan analisis co-word. Pemetaan ilmu pengetahuan dengan analisis co-word pada dasarnya merupakan peta yang dibuat berdasarkan co-occurrence atau istilah-istilah penting atau unik yang ada pada sebuah artikel dan istilah tersebut dapat diketahui melalui judul dan/atau abstrak artikel yang diteliti (Tupan, 2016). Berangkat dari fenomena tersebut, peneliti tertarik untuk mengkaji tentang pemetaan penelitian pemasaran perpustakaan di *Google scholar* dengan menggunakan aplikasi *vosviewer*.

## II. TINJAUAN PUSTAKA

Sebagaimana yang telah dipaparkan pada bagian pendahuluan, penelitian ini mencoba mengkaji tentang pemetaan penelitian pemasaran perpustakaan. Untuk memperoleh kebaruan atau novelty dalam penelitian ini, penulis berangkat dari beberapa penelitian sebelumnya. Ada beberapa penelitian terdahulu yang menjadi pijakan peneliti seperti yang dilakukan oleh Rizki Nurislamingsih, Sukaesih dan Yunus Winoto (2021), melakukan penelitian yang berjudul

“Manajemen Pengetahuan dan Perpustakaan: Analisis Tematik di *Google Scholar*”. Pada penelitian ini kata kunci yang digunakan adalah “manajemen pengetahuan perpustakaan”. Hasil penelitian menunjukkan adanya 3 kelompok dengan tema kegiatan manajemen dan meningkatkan layanan, manajemen, serta surakarta dengan 2 klaster dengan warna berbeda, yakni merah dan hijau. Saat salah satu bulatan dalam kelompok berwarna merah di klik, nampak adanya hubungan antara manajemen pengetahuan dengan peningkatan layanan dan produktivitas kinerja pustakawan. Penelitian ini juga mengungkapkan bahwa dari rentang 10 tahun terakhir, penelitian yang berkaitan dengan manajemen pengetahuan di perpustakaan telah dilakukan mulai tahun 2016 (Nurislaminingsih, Sukaesih, & Winoto, 2021).

Penelitian serupa terkait pemetaan ilmu pengetahuan yang pernah dilakukan oleh Tupan (2016) dengan judul “Peta Perkembangan Penelitian Pemanfaatan Repositori Institusi Menuju *Open Access*: Studi Bibliometrik Dengan VOSviewer”. Pemetaan dilakukan pada database Scopus dengan menggunakan kata kunci “*open access*” dan “*repository institutions*”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penelitian mengenai implementasi open access pada repositori telah dilakukan sejak tahun 1986. Adapun topik yang paling banyak diteliti adalah open access sebanyak 132 judul. Hasil pemvisualisasian network peta co-word terbagi ke dalam 4 kluster, sementara untuk visualisasi density peta co-word yang menunjukkan hubungan antar topik di mana semakin merah maka makin dekat hubungannya dan makin hijau makin jarang hubungannya (Tupan, 2016b).

Setyowati dan Heriyanto (2019) juga pernah melakukan pemetaan tren pengetahuan dengan judul penelitian “*Research Data Management In Higher Educations: Knowledge Mapping Using Bibliometric Analysis*”. Pengumpulan data dilakukan melalui database Scopus dengan menggunakan kata kunci pencarian “*research data*”, “*management*”, “*curation*”, “*preservation*”, “*university\**”, “*college\**”, “*higher education\**” dan “*academic\**”. Pencarian juga dibatasi pada tulisan berbentuk artikel, makalah konferensi, dan bab buku yang dipublikasikan dalam rentang tahun 20 tahun terakhir (2000-2019).

Penelitian dengan VOSviewer ini mengidentifikasi peneliti, jurnal, dan topik yang paling berpengaruh dalam kajian di bidang manajemen data penelitian. Hasil penelitian mengungkapkan, jurnal yang memiliki faktor dampak tertinggi dan paling banyak disitir adalah *Journal of The American Medical Informatics Association* dan peneliti yang paling berpengaruh dalam bidang ini adalah Tenopir. Selanjutnya, pemetaan berdasarkan analisis co-occurrence dengan VOSviewer menemukan adanya 16 klaster topik di mana terdapat beberapa topik yang memiliki keterkaitan dengan klaster perpustakaan akademik. Perkembangan penelitian mengenai manajemen data penelitian di perguruan tinggi ini mulai nampak pada tahun 2012 hingga muncul topik-topik penelitian baru, seperti *data science*, *digital humanities*, dan *open access* (Setyowati & Heriyanto, 2019).

Dari *review* penelitian terdahulu tersebut terungkap bahwa penelitian pemetaan ilmu pengetahuan sudah banyak dilakukan. Namun, belum ditemukan penelitian yang melakukan pemetaan berdasarkan analisis *co-occurrence* dengan topik pemasaran perpustakaan. Topik pemasaran juga bisa dibidang masih baru dalam Ilmu Perpustakaan sehingga peneliti tertarik untuk meneliti tren perkembangannya. Oleh karena itu berdasarkan uraian di atas, peneliti dengan ini mengambil rumusan masalah, yaitu “Bagaimana pemetaan penelitian pemasaran perpustakaan?” dan “Tema apa saja yang berhubungan dengan topik pemasaran perpustakaan?”. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pola dari penelitian bertemakan pemasaran perpustakaan yang terindeks di *Google Scholar* berdasarkan frekuensi kata kunci yang sering muncul pada artikel-artikel tersebut. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk mencari tahu topik apa saja yang

memiliki hubungan dengan pemasaran perpustakaan dan mengidentifikasi para peneliti yang pernah mengkaji topik tersebut.

#### **A. PEMETAAN ILMU PENGETAHUAN**

Pemetaan ilmu pengetahuan merupakan cara untuk memvisualisasikan kajian dari suatu keilmuan melalui pembuatan peta lanskap (Tupan, Rahayu, Rachmawati, & Rahayu, 2018). Berbagai aktivitas ilmiah dapat direkam di dalam peta sehingga peta ini menjadi sumber informasi untuk pelaporan terkait aktivitas ilmiah dan juga untuk mengkaji atau memahami aktivitas ilmiah dengan mengembarkannya secara tersusun dan terstruktur (Fathiah, Widodo, & Adhi, 2021).

Sulistyo-Basuki (2004) menjelaskan “pemetaan berbasis *co-word* merupakan pemetaan berbasis frekuensi kata yang muncul dalam dokumen (atau judul dan/atau abstraknya)” (Tupan, 2016a). Frekuensi perulangan kata atau istilah tersebut berkaitan dengan kedekatan informasi dengan subjek pada dokumen sehingga semakin dekat subjek maka semakin tinggi pula frekuensi katanya. Hal tersebut dipertegas kembali oleh pernyataan Chen (2003) yang menjelaskan bahwa analisis *co-word* digunakan untuk menghitung banyaknya kata kunci yang muncul secara bersamaan pada dokumen-dokumen penelitian yang mana frekuensi kemunculan kata kunci tersebut dapat menjadi indikator penentu kuat-lemahnya hubungan antar dokumen yang sedang diteliti (Tupan, 2016b).

#### **B. PEMASARAN PERPUSTAKAAN**

Philip Kotler (1984) dalam (Widuri, 2000) mengungkapkan bahwa pemasaran merupakan bagian dari rangkaian manajemen yang menganggap tugas lembaga ialah memastikan bahwa penyediaan produk atau jasa disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan pasar sasaran untuk mencapai kepuasan pada sasaran. Lebih lanjut, Drucker menjelaskan bahwa tujuan dari pemasaran adalah untuk mengenali dan memahami pelanggan dengan baik sehingga produk atau jasa yang ditawarkan sesuai dengan permintaan dan memiliki nilai jual dengan sendirinya (Robinson, 2012). Perpustakaan mungkin bukanlah sebuah bisnis yang berorientasi laba, tetapi perpustakaan mempunyai produknya, yakni jasa informasi yang dapat ditujukan kepada sekelompok pengguna, termasuk aksesibilitas terhadap sumber informasi dan layanan yang mendukung pendidikan, penelitian, komunitas, dan lain-lain.

#### **C. GOOGLE SCHOLAR**

*Google Scholar* merupakan salah satu layanan yang disediakan oleh *Google* berupa fitur pencarian yang dikhususkan untuk melakukan pencarian literatur ilmiah dari berbagai disiplin ilmu. *Google Scholar* juga tersedia dalam domain Indonesia yang disebut sebagai *Google Cendekia*. Fitur ini memberikan akses gratis terhadap karya tulis ilmiah, seperti artikel jurnal, disertasi, prosiding, buku teks, modul, dan publikasi ilmiah lainnya yang diterbitkan oleh jurnal atau penerbit yang dapat diakses secara online.

#### **D. PUBLISH OR PERISH**

Pada laman <https://harzing.com/resources/publish-or-perish> terdapat informasi terkait *software Publish or Perish*. *Software* tersebut mengambil dan menganalisis kutipan akademik yang bersumber dari berbagai pangkalan data, termasuk *Google Scholar* untuk mendapatkan kutipan mentah, kemudian menganalisisnya dan menyajikan berbagai metrik kutipan, termasuk jumlah makalah, total kutipan, dan h-indeks (Harzing, 2016).

#### **E. VOSVIEWER**

Pada laman <https://www.vosviewer.com/> dijelaskan bahwa *VOSviewer* merupakan *software* yang dapat digunakan untuk membangun dan memvisualisasikan jaringan bibliometrik. Jaringan ini bisa berupa jurnal, peneliti, ataupun publikasi individu. Jaringan tersebut dapat dibangun berdasarkan kutipan, pasangan bibliografi, kutipan bersama, atau hubungan penulis bersama.

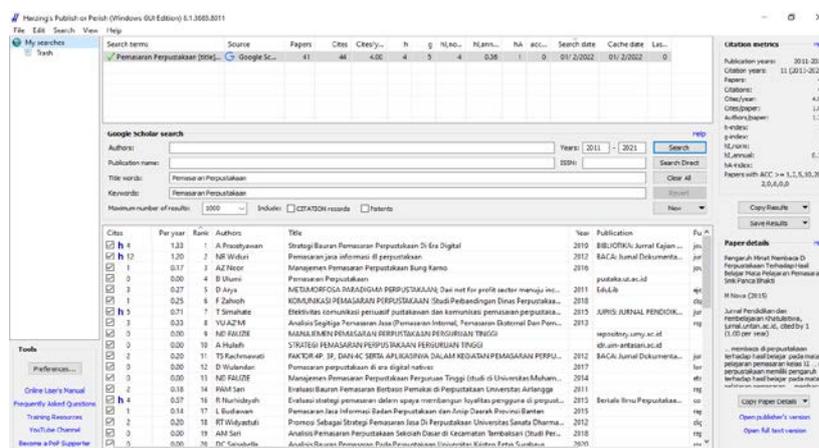
VOSviewer juga menawarkan fungsionalitas text mining yang dapat digunakan untuk membangun dan memvisualisasikan jaringan *co-occurrence* dari istilah-istilah penting yang diambil dari kumpulan literatur ilmiah (Eck & Waltman, 2021).

### III. METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan analisis tematik. Moleong (2005:6) menjelaskan penelitian kualitatif bertujuan untuk melakukan pemahaman mengenai suatu fenomena yang sedang dikaji yang berhubungan dengan subjek penelitian, seperti perilakunya, tindakannya, pola pikirnya, dan hal-hal lainnya dibahas secara menyeluruh lalu menjelaskan kembali menggunakan tulisan atau kata-kata dalam konteks alamiah dengan menggunakan metode alamiah pula. Sementara itu, metode analisis data kualitatif dalam penelitian ini adalah analisis tematik yang dapat mendeteksi, menganalisis, dan melaporkan tema dalam data. Speziale, Streubert (2011) memberi pemaknaan dari kata tema di sini adalah unit data yang bermakna struktural yang diperlukan untuk memberikan temuan kualitatif (Javadi & Zarea, 2016).

Castleberry & Nolen (2018: 3) menjelaskan bahwa analisis tematik merupakan kegiatan analisis data tekstual dalam jumlah besar yang bisa dilakukan dengan menggunakan bantuan teknologi aplikasi berbasis komputer atau *Computer-Assisted Qualitative Data Analysis (CAQDAS)* (Nurislaminingsih et al., 2021). Penggunaan aplikasi tersebut digunakan untuk membuat peta 3D yang memvisualisasikan data penelitian dan membaginya ke dalam klaster-klaster tertentu. Software yang digunakan dalam penelitian ini adalah aplikasi *Publish or Perish (PoP)* dan VOSviewer.

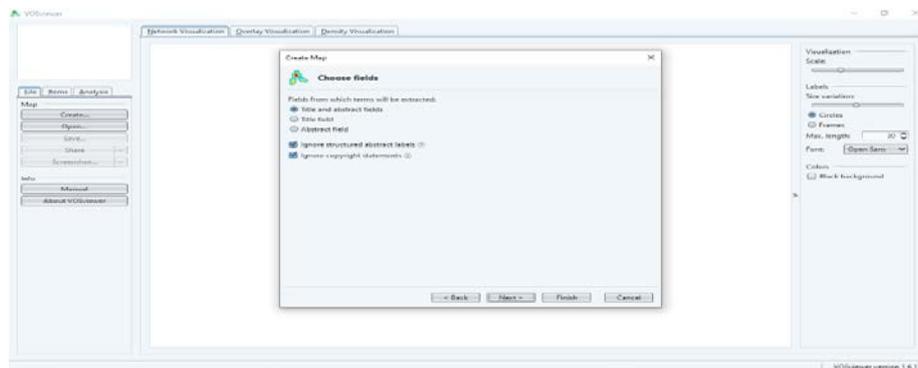
Kedua aplikasi tersebut digunakan untuk menganalisis tema yang berkaitan dengan pemasaran perpustakaan yang terindeks pada *Google Scholar*. Adapun kata kunci yang diambil oleh peneliti adalah “Pemasaran Perpustakaan”. Dalam menentukan sampel penelitian, peneliti menggunakan fitur filter untuk menyaring beberapa hal yang menyangkut pengambilan data, seperti pemilihan kata kunci dengan Bahasa Indonesia yang dilatarbelakangi oleh keinginan peneliti untuk menganalisis hasil penelitian yang dipublikasikan di dalam negeri saja dan agar isi dokumen tersebut dapat dipahami dengan lebih mudah. Selain itu, penyaringan juga dilakukan dengan memilih jenis publikasi artikel jurnal saja yang terbit dari tahun 2011-2021 untuk dibuat visualisasinya. Pemilihan sampel dengan cara penyaringan ini dapat dilihat pada gambar 1 berikut ini.



Gambar 1 Penentuan Sampel Penelitian

Dapat dilihat dari gambar 1, peneliti menggunakan Google Scholar sebagai sumber pengumpulan data. Selanjutnya, peneliti memasukkan kata kunci Pemasaran Perpustakaan pada kolom pencarian

berdasarkan judul dan *keywords*. Peneliti juga menggunakan filter untuk terbitan tahun 2011-2021. Kotak check list untuk karya selain dalam bentuk artikel jurnal pun dihilangkan. Diperoleh 50 judul artikel yang keluar dari hasil pencarian. Selanjutnya, peneliti melakukan penyaringan kembali secara manual untuk memastikan bahwa dokumen yang akan dijadikan sebagai sampel penelitian sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan sebelumnya hingga didapat ukuan sampel sebanyak 13 judul artikel. Setelah selesai, hasil pencarian tersebut diunduh dengan format dokumen RIS/RefManager untuk selanjutnya dianalisis menggunakan VOSviewer yang dapat dilihat pada gambar 2.

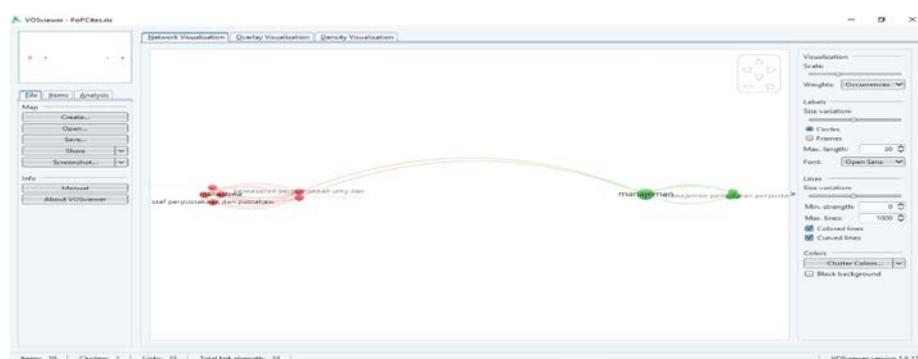


Gambar 2 Penentuan Sumber Analisis Data

Seperti yang tertera pada gambar 2, sampel data yang telah dikumpulkan selanjutnya akan dianalisis dengan bantuan aplikasi VOSviewer. Pada tahap ini, peneliti memilih judul dan abstrak sebagai sumber untuk menganalisis tema. Pemilihan kedua sumber tersebut dikarenakan judul sudah pasti merepresentasikan tema dari penelitian, sementara abstrak merupakan rangkuman dari inti keseluruhan isi tulisan.

#### IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil pencarian melalui *Publish or Perish*, ke-13 judul artikel dengan subjek pemasaran perpustakaan yang terindeks pada *Google Scholar* selanjutnya dianalisis dengan VOSviewer dan didapat hasil sebagai berikut. Peta *co-word* yang menganalisis dokumen berdasarkan frekuensi kemunculan kata kunci pada dokumen yang sedang diteliti menjadi dasar dalam pemetaan *co-occurrence* yang menampilkan jaringan dari berbagai istilah penting atau unik yang ada pada sebuah artikel. Berikut ini visualisasi jaringan peta *co-word* penelitian pemasaran perpustakaan.

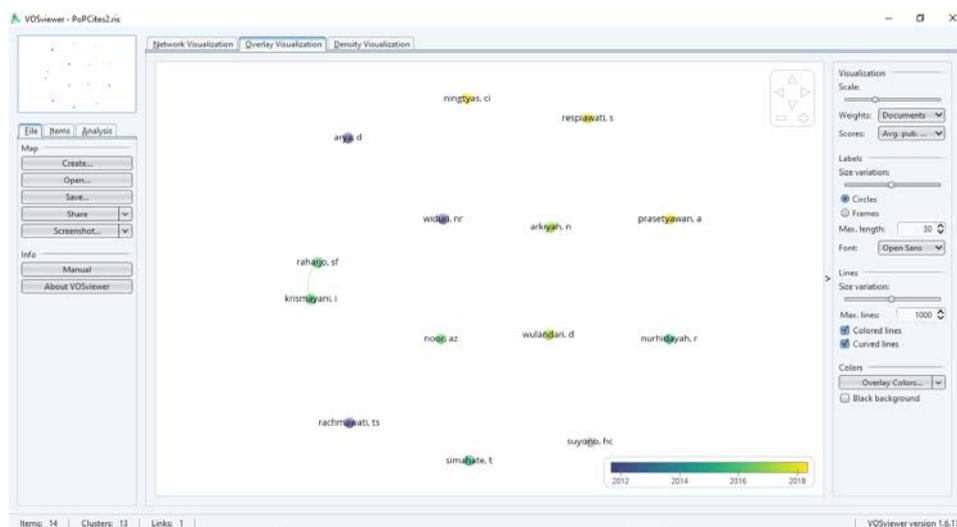


Gambar 3 Visualisasi Jaringan Peta Co-Word Penelitian Pemasaran Perpustakaan

Gambar 3 di atas merupakan visualisasi dari hasil pengolahan data penelitian menggunakan kata kunci pemasaran perpustakaan dikelompokkan ke dalam 2 kluster, di mana kluster 1, yakni

manajemen yang ditunjukkan dengan warna merah memiliki 6 topik dan kluster 2, yakni pemasaran perpustakaan yang ditunjukkan dengan warna hijau memiliki 4 topik. Dapat kita perhatikan dari gambar tersebut, terdapat garis yang menghubungkan kata kunci manajemen dengan pemasaran perpustakaan yang menandakan adanya hubungan antara kedua topik tersebut. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan Webster (2009) yang mengatakan “*Marketing is management*” (Robinson, 2012). Dari pernyataan Webster tadi, dapat kita pahami bahwasannya pemasaran merupakan salah satu kegiatan dalam manajemen perpustakaan.

Selanjutnya, peneliti melakukan penelusuran lebih dalam lagi untuk mendapatkan gambaran yang jelas akan hubungan kedua topik yang tersebut dengan memasukkan kata kunci “Manajemen Pemasaran Perpustakaan” pada kolom pencarian yang tersedia di *Google Scholar*. Hasilnya, ditemukan 18 artikel yang relevan dengan kata kunci pencarian. Setelah itu, peneliti melakukan pengecekan secara manual dengan membaca judul dan abstrak dan ternyata hanya 1 artikel saja yang ditemukan membahas manajemen pemasaran perpustakaan. Artikel dengan judul “Manajemen Pemasaran Perpustakaan Bung Karno” tulisan Ainun Zakiah Noor (2016) yang juga terpetakan pada gambar 4 menjelaskan dalam merancang strategi pemasarannya, UPT Perpustakaan Bung Karno menggunakan teori Modern Marketing Management (M3) 4Ps yang mencakup: *People, Processes, Programs*, dan *Performance* (Noor, 2016). Artikel lainnya yang ditemukan banyak yang bukan mengkaji pemasaran di perpustakaan dan tulisan ilmiah lainnya, seperti skripsi, tesis, dan makalah yang tidak dapat diakses.



Gambar 4 Peta Peneliti Pemasaran Perpustakaan

Gambar 4 adalah hasil analisis peneliti yang pernah melakukan penelitian terkait pemasaran perpustakaan. Warna pada lingkaran di gambar menunjukkan bahwa semakin gelap warna lingkaran maka semakin tua usia penelitian dan semakin terang warna lingkaran maka semakin muda usia penelitian. Hasil pemetaan menunjukkan bahwa aktivitas penelitian mengenai pemasaran perpustakaan dalam 10 tahun terakhir dimulai pada tahun 2012, lalu peneliti mencari tahu kembali artikel dengan kata kunci Pemasaran Perpustakaan 2012 pada *Google Scholar* dan hasilnya didapati nama peneliti yang terpetakan, yaitu Widuri dengan judul penelitiannya “Pemasaran Jasa Informasi di Perpustakaan” dan Rachmawati dengan judul penelitiannya “Faktor 4P, 3P, dan 4C Serta Aplikasinya Dalam Kegiatan Pemasaran Perpustakaan (*Library Marketing*)”.

Dari hasil pemetaan pada VOSviewer juga dapat dilihat penelitian terbaru mengenai pemasaran perpustakaan dilakukan pada tahun 2018. Untuk memastikan hal itu, peneliti kembali menelusuri artikel di *Google Scholar* dengan kata kunci Pemasaran Perpustakaan 2018 dan hasilnya didapati

nama peneliti yang terpetakan, yakni Ningtyas dengan penelitiannya yang berjudul “Analisis Pemasaran Layanan Informasi Depok *Corner* (Pemasaran Layanan Informasi Referensi di Perpustakaan Umum Kota Depok)”.

## V. KESIMPULAN

Dari penjelasan di atas, hasil pemetaan berdasarkan kata kunci pemasaran perpustakaan menggunakan VOSviewer menunjukkan adanya hubungan antara pemasaran perpustakaan dengan manajemen. Hal tersebut dibuktikan dari hasil pencarian di *Google Scholar* yang menemukan adanya artikel jurnal yang membahas hubungan antara kedua topik tersebut. Artikel tersebut ditulis oleh Ainun Zakiah Noor (2016) dengan judul “Manajemen Pemasaran Perpustakaan Bung Karno”. Selain itu, hasil analisis VOSviewer juga menunjukkan perkembangan penelitian pemasaran perpustakaan, di mana pada peta peneliti nampak bahwa penelitian dengan topik ini sudah dimulai sejak tahun 2012 yang dilakukan oleh Widuri dan Rachmawati dan penelitian terbarunya dilakukan pada tahun 2018 oleh Ningtyas. Peneliti lainnya yang juga ikut terpetakan adalah Arya, Respiawati, Arkiyah, Prasetyawan, Raharjo, Krismayani, Noor, Wulandari, Nurhidayah, Simahate, dan Suyono.

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan bagi peneliti yang tertarik untuk mengkaji pemasaran di perpustakaan. Saran yang dapat peneliti berikan untuk penelitian selanjutnya adalah diharapkan pada penelitian berikutnya dapat memetakan pola perkembangan penelitian pemasaran perpustakaan dengan lebih mendalam lagi sehingga dapat mengungkapkan sejak kapan kajian terkait pemasaran perpustakaan mulai ada dan pengambilan sampel dokumen yang akan dianalisis dapat diambil dari database lain, seperti *Scopus*, *DOAJ*, *Web of Science*, dan lain-lain.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arya, D. (2011). Metamorfosa Paradigma Perpustakaan. *EduLib*, 1(1), 27–38. Diambil dari <http://ejournal.upi.edu/index.php/edulib/article/view/1141>
- Eck, N. J. van, & Waltman, L. (2021). VOSviewer. Diambil 3 Januari 2022, dari <https://www.vosviewer.com/>
- Fathiah, Widodo, & Adhi, B. P. (2021). ANALISIS SCIENTOMETRIC DAN BIBLIOMETRIC UNTUK PEMETAAN BIDANG KEILMUAN DI PROGRAM STUDI PENDIDIKAN TEKNIK INFORMATIKA DAN KOMPUTER UNJ. *PINTER: Jurnal Pendidikan Teknik Informatika dan Komputer*, 5(2).
- Harzing, A. . (2016). Publish or Perish. Diambil 3 Januari 2022, dari <https://harzing.com/resources/publish-or-perish>
- Irawan, D. E., Abraham, J., Multazam, M. T., Rachmi, C. N., Mulyaningsih, I., Viridi, S., ... Puradimaja, D. J. (2018). Era baru publikasi di Indonesia: status jurnal open access di Directory of Open Access Journal (DOAJ). *Berkala Ilmu Perpustakaan dan Informasi*, 14(2), 133. <https://doi.org/10.22146/bip.32920>
- Javadi, M., & Zarea, K. (2016). Understanding Thematic Analysis and its Pitfall. *Journal of Client Care*, 1(1). <https://doi.org/10.15412/j.jcc.02010107>
- Noor, A. Z. (2016). Manajemen Pemasaran Perpustakaan Bung Karno. *Manajemen Pemasaran Perpustakaan Bung Karno*, 1–6. Diambil dari <http://journal.unair.ac.id/download-fullpapers-ln74f0f038b8full.pdf>

- Nurdin, I., & Hartati, S. (2019). *Metodologi penelitian sosial*. Surabaya: Media Sahabat Cendekia.
- Nurislaminingsih, R., Sukaesih, S., & Winoto, Y. (2021). Manajemen Pengetahuan dan Perpustakaan: Analisis Tematik di Google Scholar. *Anuva: Jurnal Kajian Budaya, Perpustakaan, dan Informasi*, 5(1), 63–74.
- Robinson, C. K. (2012). Peter Drucker on marketing: Application and implications for libraries. *The Bottom Line*, 25(1), 4–12. <https://doi.org/10.1108/08880451211229153>
- Rohanda dan Yunus Winoto. (2019). Analisis bibliometrika tingkat kolaborasi produktivitas penulis serta profil artikel jurnal kajian informai dan perpustakaan Tahun 2-14-2018, *Jurnal Pustabibliia : journal of library and informations science*, Vol 3 (1) Hal. 1-16.
- Saufa, A. F., & Hidayah, N. (2018). OPEN ACCESS DAN PERPUSTAKAAN DIGITAL: Tantangan Perpustakaan dalam Mengelola Repository di Perguruan Tinggi. *Pustakaloka*, 10(1), 113. <https://doi.org/10.21154/pustakaloka.v10i1.1410>
- Setyowati, L., & Heriyanto. (2019). Research Data Management In Higher Educations: Knowledge Mapping Using Bibliometric Analysis. *International Conference on Documentation and Information LIPI*, (2), 21–33. Jakarta.
- Singleton, A. (2010). Bibliometrics and Citation Analysis; from the Science Citation Index to Cybermetrics. In *Learned Publishing* (Vol. 23). <https://doi.org/10.1087/20100312>
- Tupan. (2016a). PEMETAAN BIBLIOMETRIK DENGAN VOSVIEWER TERHADAP PERKEMBANGAN HASIL PENELITIAN BIDANG PERTANIAN DI INDONESIA. *Visi Pustaka*, 18(3), 217–230.
- Tupan. (2016b). Peta Perkembangan Penelitian Pemanfaatan Repositori Institusi Menuju Open Access: Studi Bibliometrik dengan VOSViewer. *Khizanah al-Hikmah : Jurnal Ilmu Perpustakaan, Informasi, dan Kearsipan*, 4(2), 104–117. <https://doi.org/10.24252/kah.v4i2a1>
- Tupan, Rahayu, R. N., Rachmawati, R., & Rahayu, E. S. R. (2018). ANALISIS BIBLIOMETRIK PERKEMBANGAN PENELITIAN BIDANG ILMU INSTRUMENTASI. *BACA: Jurnal Dokumentasi dan Informasi*, 39(2), 135–149.
- Widuri, N. R. (2000). PEMASARAN JASA INFORMASI DI PERPUSTAKAAN. *Baca*, 25(3), 68–72.
- Winoto, Yunus. (2018). The Application of Source Credibility Theory in Student About Library Services, *EduLib*, Vol. 5 3-5 Tahun 2018.
- Winoto, Yunus, S Sukaesih, Rohanda, FI Septian. (2021). *Cooperation Between Islamic University Libraries in West Java Province, Indonesia*, Library Philosophy And Practice, ISSN : 1522-0222.