

PEMETAAN STRATEGI PEMASARAN PERPUSTAKAAN DI GOOGLE SCHOLAR MELALUI PUBLISH OF PERISH

Retno Ambarini

Universitas Lancang Kuning
retnoambarini43@gmail.com

Yesti Hawa

Universitas Lancang Kuning
[,Yestiysha@gmail.com](mailto:Yestiysha@gmail.com)

Alamat: Jl. Yos Sudarso No.KM. 8, Umban Sari, Kec. Rumbai, Kota Pekanbaru,
Riau 28266;Telepon: (0761) 53108
e-mail korespondensi : retnoambarini43@gmail.com

Abstrak

Banyaknya hasil penelitian pemasaran perpustakaan yang diterbitkan dalam Open Access dan dimuat dalam database yang tersedia secara bebas seperti Google Scholar harus dievaluasi. Analisis bibliometrik menjadi parameter evaluasi hasil penelitian untuk mengetahui hubungan antara sains dan teknologi, memetakan suatu bidang ilmu tertentu dan melihat perkembangan pengetahuan baru dalam suatu bidang ilmu tertentu. Tujuan penelitian ini adalah untuk memetakan perkembangan riset pemasaran perpustakaan yang terindeks di Google Scholar, menganalisis topik terkait pemasaran perpustakaan, dan mengidentifikasi peneliti yang pernah mengangkat topik tersebut. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan analisis tematik sebagai metode analisis data. Penelitian ini menggunakan aplikasi Publish or Perish (PoP) yang mengumpulkan data penelitian dari penelitian yang terindeks di Google Scholar dengan memasukkan kata kunci “Library Marketing”. Sampel ditentukan dengan meneliti publikasi berupa artikel jurnal pada tahun 2018-2023. Bahan penelitian dianalisis menggunakan aplikasi VOSviewer. Hasil pemetaan kata kunci menunjukkan bahwa ada hubungan antara pemasaran perpustakaan dengan strategi pada artikel “Strategi Bauran Pemasaran Perpustakaan di Era Digital”. Selain itu, tercatat 20 orang peneliti telah melakukan penelitian tentang pemasaran perpustakaan pada tahun 2019–2023.

Kata kunci: *Bibliometrika; pemasaran perpustakaan; pemetaan penelitian; publish of perish (PoP); vosviewer*

Abstract

A large body of research on library marketing, published in open access journals and included in open access databases such as Google Scholar, needs to be evaluated. Bibliographic analysis becomes a parameter for evaluating research results to determine the relationship between science and technology, map a particular scientific field, and monitor the development of new knowledge in a particular scientific field. The purpose of this study is to map the evolution of library marketing research indexed in Google Scholar, analyze topics related to library marketing, and identify researchers who have worked on those topics. In this research, a qualitative method based on the theme analysis approach is adopted as a data analysis method. This study uses the Publish or Perish (PoP) application to collect research

data obtained from studies indexed by the keyword "library marketing" in Google Scholar. This sample was determined by screening publications in the form of journal articles published between 2018 and 2023. Study data were analyzed using the VOSviewer application. The relationship between library marketing and strategy is illustrated by the keyword mapping results in the article titled "Library Marketing Mix Strategy for the Digital Age." It was also noted that a library marketing study was conducted by 20 researchers from 2019 to 2023.

Keywords: *Bibliometrics; library marketing; research mapping; publish or perish (PoP); vosviewer*

LATAR BELAKANG

Secara umum, perpustakaan diartikan sebagai tempat penyimpanan buku. Berdasarkan pemahaman tersebut, banyak orang melihat pekerjaan perpustakaan hanya sebatas menyusun buku untuk dilihat dan dibaca pengguna. Perpustakaan menangani semuanya mulai dari memperoleh dan mengatur dokumentasi hingga menyebarkan informasi.

Library marketing adalah studi tentang ilmu perpustakaan. Pemasaran merupakan bagian dari kegiatan administrasi perpustakaan, dilakukan agar keberadaannya diakui oleh masyarakat dan siap melayani masyarakat. Kegiatan pemasarannya sama seperti di perusahaan nirlaba. Namun pemasaran juga dapat dilakukan oleh suatu lembaga, lembaga atau organisasi non komersial seperti perpustakaan. Perpustakaan juga memasarkan produknya seperti layanan, sumber informasi, pustakawan, fasilitas bahkan lokasi perpustakaan. Untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Pemasaran perpustakaan dapat membantu masyarakat mengetahui produk jasa yang tersedia dan membuat masyarakat tertarik untuk menggunakan jasa perpustakaan. Perkembangan teknologi sangat berpengaruh terhadap perkembangan ilmu pengetahuan. Bersamaan dengan munculnya internet yang memudahkan akses ke berbagai informasi ilmiah. Keduanya merupakan salah satu faktor yang mempercepat penyebaran informasi. Peralihan dari media tradisional ke media digital telah memunculkan paket-paket informasi baru dalam berbagai bentuk dan bentuk. Informasi yang terdapat dalam media cetak mungkin hanya mewakili informasi yang ditujukan bagi penggunaannya secara umum, tanpa mempertimbangkan kebutuhan dan keinginan informasi masyarakat, namun dengan bantuan teknologi dan internet, kini dapat memberikan informasi yang dicari penggunanya. . dan butuh hanya Dimana sebelumnya informasi disebarluaskan hanya melalui media cetak atau radio, kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi kini menawarkan kemudahan dan kemudahan untuk dapat memperoleh informasi hanya melalui koneksi internet. .

Hal ini digarisbawahi dengan munculnya gerakan Open Access yang menyebabkan

perubahan cara penyebaran informasi ilmiah. Gerakan ini merupakan fenomena terkait keberadaan teknologi digital dan tersedianya artikel jurnal ilmiah dalam format digital (Saufa & Hidayah, 2018). Kesadaran akan pentingnya percepatan perkembangan ilmu pengetahuan mendorong para peneliti untuk berinisiatif dan membagikan hasil penelitiannya melalui publikasi jurnal ilmiah yang dilatar belakangi bukan tren ekonomi melainkan diseminasi informasi.

Google Scholar adalah fungsi pencarian dari Google. Google Scholar memberikan akses gratis ke tulisan ilmiah seperti artikel jurnal, artikel, disertasi, buku teks, modul, dan publikasi ilmiah lainnya yang diterbitkan oleh jurnal atau penerbit nasional atau internasional, dan menawarkan kebebasan untuk mempromosikan publikasi mereka sebagai kontribusi untuk kemajuan ilmu pengetahuan diseminasi untuk digunakan. Oleh karena itu, Google Scholar bertindak sebagai cara untuk mengarahkan pengguna ke jurnal asli atau database penerbit, karena teks ilmiah bukan milik Google. Google Scholar tersedia di bawah domain Indonesia bernama Google Scholar. Menggunakan layanan ini sangat nyaman, karena fungsi ini memberikan akses ke semua orang, termasuk pengguna yang tidak memiliki akun Google. Peneliti dapat menggunakan layanan tersebut untuk mengedit karya tulis mereka yang telah dipublikasikan secara online. Peneliti cukup menyiapkan akun Google pribadi dan artikel yang terindeks di Google secara otomatis tertaut dengan profil pribadi penulis, sehingga memudahkan pembaca untuk mengetahui hasil penulisan akademik. Seperti sebelumnya, kegiatan penelitian sering dilakukan baik dalam skala kecil maupun besar, yang juga bertujuan untuk mempercepat perkembangan ilmu pengetahuan. Namun banyaknya dokumen hasil penelitian yang disebarluaskan memerlukan evaluasi terhadap hasil penelitian itu sendiri. Bibliometrics disini digunakan sebagai indikator untuk mengevaluasi hasil penelitian yang mengenali interaksi antara ilmu pengetahuan dan teknologi, memetakan suatu bidang keilmuan tertentu dan juga mengenali . pengembangan pengetahuan baru di bidang tertentu dapat. Dalam studi bibliometrik, lebih ditekankan pada perhitungan statistik buku, artikel, kutipan, publikasi, dan penulis atau produk kerja berdasarkan data yang dikumpulkan, terlepas dari keterbatasan data. (singleton, 2010).

Knowledge mapping adalah metode yang berkaitan dengan bibliometrics yang digunakan untuk memvisualisasikan disiplin ilmu tertentu pada peta lanskap, yang tujuannya untuk melihat perkembangan topik tertentu menggunakan bibliografi, kata kunci, referensi dan lain-lain (Tupan, 2016). . Ada banyak cara untuk memetakan informasi. Salah satunya menggunakan analisis kata umum. Saat ini peneliti tertarik untuk mendalami pemetaan riset

strategi promosi perpustakaan di Google Scholar menggunakan aplikasi Publish Of Perish. (Zakiyyah, Winoto, and Rohanda 2022)

KAJIAN TEORITIS

Seperti dipaparkan pada bagian pendahuluan bab 1, untuk memperoleh novelty atau kebaruan, didalam penelitian ini peneliti mencoba mengkaji tentang pemetaan penelitian pemasaran perpustakaan, peneliti mengambil dari beberapa artikel sebagai acuan. Ada beberapa penelitian yang sudah dilakukan yang menjadi acuan seperti judul artikel “Pemetaan penelitian pemasaran perpustakaan di google scholar menggunakan VOSviewer”. Kata kunci yang digunakan pada penelitian ini yaitu “Pemasaran Perpustakaan” Hasil dari penelitian ini 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. Penelitian ini dibuat oleh (khoirunnisa & winoto, 2022).

Penelitian yang mirip 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 di database Scopus menggunakan kata kunci "Akses Terbuka" dan "Fasilitas Kearsipan". Hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi arsip Open Access telah dipelajari sejak tahun 1986. Topik yang paling banyak diteliti adalah open access sebanyak 132 judul. Hasil visualisasi jaringan peta kata gabungan dibagi menjadi 4 cluster, sedangkan pada visualisasi kepadatan peta kata gabungan menunjukkan hubungan antar subjek, semakin merah hubungannya, semakin dekat hubungannya, dan semakin hijau hubungannya semakin jarang. (tupan, 2016).

Pemetaan ilmu pengetahuan sudah banyak dilakukan dilihat dari review penelitian terdahulu. Ada beberapa yang baru peneliti temui penelitian yang melakukan pemetaan berdasarkan analisis co-occurrence dengan topik pemasaran perpustakaan pada jurnal “Pemetaan penelitian pemasaran perpustakaan di google scholar menggunakan VOSviewer” (khoirunnisa & winoto, 2022). Topik pemasaran perpustakaan juga masih belum banyak membahasnya sehingga peneliti tertarik untuk membahasnya. 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?”. Tujuan dari penelitian ini yaitu 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 bermaksud untuk mencari tahu pembahasan apa saja yang memiliki hubungan dengan pemasaran perpustakaan dan mengidentifikasi para peneliti yang pernah mengkaji topik tersebut.

A. PEMETAAN ILMU PENGETAHUAN

Pemetaan ilmiah adalah cara memvisualisasikan penelitian ilmiah dengan membuat peta lanskap (Tupan, Rahayu, Rachmawati dan Rahayu, 2018). Berbagai kegiatan ilmiah dapat terekam dalam peta tersebut. Dalam hal ini, peta ini menjadi sumber informasi untuk melaporkan kegiatan ilmiah dan juga untuk mempelajari atau memahami kegiatan ilmiah dengan menggambarkannya secara terorganisir dan terstruktur (Fathiah, Widodo dan Adhi). , 2021).

(Sulistyo & Basuki, 2004) menjelaskan bahwa “frequent word-based attribution adalah atribusi berdasarkan frekuensi kemunculan kata dalam dokumen (atau judul dan/atau abstraknya)” (Tupan, 2016a). Frekuensi pengulangan kata atau istilah bergantung pada kedekatan informasi dengan subjek dalam dokumen. Semakin dekat subjek, semakin tinggi kata berdiri. Hal ini diperkuat dengan pernyataan Chen (2003), yang menjelaskan bahwa co-word analysis digunakan untuk menghitung jumlah kata kunci yang muncul secara bersamaan dalam dokumen penelitian, dimana frekuensi dari kata kunci tersebut dapat menjadi indikator Proporsi yang menentukan kekuatan atau kelemahan dari kata kunci. antara dokumen yang terkait. diselidiki (Tupan, 2016b) .

B. PEMASARAN PERPUSTAKAAN

(Kloter, 1984) dalam (widuri, 2000) (khoirunnisa & winoto, 2022) menunjukkan bahwa pemasaran merupakan bagian dari rantai manajemen, yang mempertimbangkan tugas lembaga untuk memastikan bahwa penyediaan produk atau jasa disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan. pasar sasaran untuk mencapai kepuasan sasaran. Tujuan pemasaran adalah untuk mengetahui dan memahami konsumen dengan baik agar produk atau jasa yang ditawarkan memenuhi permintaan dan memiliki nilai jual tersendiri. Perpustakaan ini belum tentu merupakan perusahaan yang mencari keuntungan, tetapi perpustakaan memang memiliki produk, yaitu layanan informasi, yang dapat ditugaskan ke kelompok pengguna, termasuk akses ke sumber informasi dan layanan yang mendukung pendidikan, penelitian, komunitas, dan lain-lain.

C. GOOGLE SCHOLAR

Google Scholar merupakan salah satu layanan yang ditawarkan Google berupa fungsi pencarian, yang bertujuan khususnya untuk mencari literatur ilmiah di berbagai bidang. Google Scholar juga tersedia di domain Indonesia bernama Google Scholar. Fungsi ini memberikan akses gratis ke artikel ilmiah seperti jurnal, disertasi, artikel, buku teks, modul, dan publikasi ilmiah lainnya yang diterbitkan oleh jurnal atau penerbit dan dapat diakses secara online.

D. VOSVIEWER

Pada laman <https://www.vosviewer.com/> dijelaskan bahwa VOSviewer adalah perangkat lunak yang dapat digunakan untuk mengatur dan memvisualisasikan jaringan bibliometrik. Jaringan ini dapat berbentuk jurnal, peneliti atau publikasi individu. Jaringan semacam itu dapat dibangun untuk kutipan, pasangan bibliografi, kutipan bersama atau penulis bersama.

E. PUBLISH OR PERISH

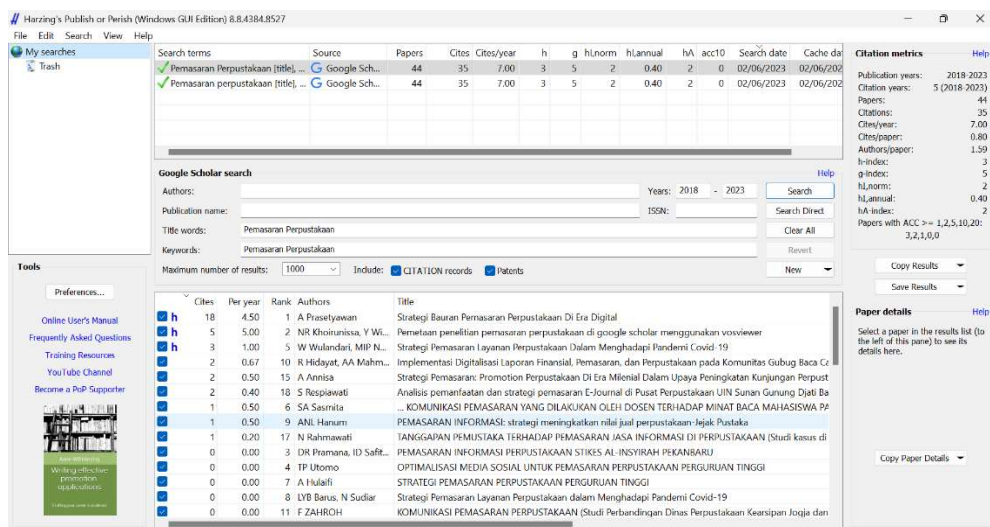
Di halaman <https://harzing.com/resources/publish-or-perish> berisi informasi tentang menerbitkan atau menghapus perangkat lunak. Perangkat lunak ini mencari dan menganalisis kutipan akademis dari berbagai database termasuk Google Scholar untuk mendapatkan kutipan mentah. Dia kemudian menganalisis dan menyajikan berbagai metrik kutipan, termasuk jumlah artikel, total kutipan, dan indeks-H. (harzing, 2016).

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini metode yang digunakan yaitu metode kualitatif dengan pendekatan analisis tematik. Moleong 2005:6 dalam (khoirunnisa & winoto, 2022) Tujuan menjelaskan penelitian kualitatif adalah untuk memahami fenomena yang diteliti dalam konteks topik penelitian, seperti B. perilaku, aktivitas, cara berpikir dan topik lain yang dibahas secara menyeluruh, yang kemudian dijelaskan kembali secara tertulis atau dengan kata-kata secara alami. konteks. menggunakan metode secara alami. Metode analisis data kualitatif yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis tematik, yang digunakan untuk mengidentifikasi, menganalisis, dan melaporkan tema dari data. Topik adalah informasi yang relevan secara sistematis yang diperlukan untuk mencapai hasil yang berkualitas .

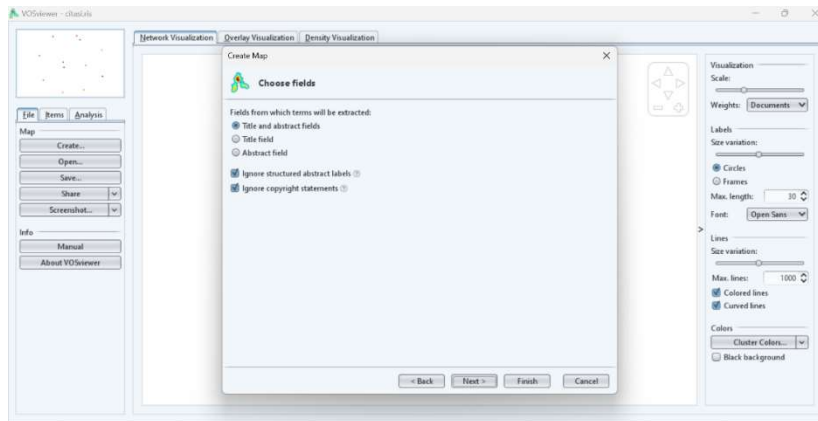
(Castleberry & Nolen, 2018) bahwa analisis tematik pada dasarnya berupa aktivitas analisis data tekstual dalam jumlah banyak yang bisa digunakan dengan bantuan aplikasi berbasis computer yang kemudian dibuat visualisasinya. (Nurislaminingsih, Sukaesih, and Komariah 2021) Aplikasi ini membuat peta 3D yang memvisualisasikan dan membagi data penelitian ke dalam cluster tertentu. Perangkat lunak yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan aplikasi Publish or Perish dan VOSviewer .

Aplikasi Publish or Perish dan VOSviewer digunakan untuk menganalisis topik yang terkait dengan pemasaran perpustakaan terindeks Google Cendekia. Kata kunci peneliti adalah “pemasaran perpustakaan”. Untuk menentukan sampel penelitian, peneliti menggunakan fungsi filter untuk menyaring berbagai hal yang berkaitan dengan pengumpulan data, seperti pemilihan kata kunci bahasa Indonesia, yang disebabkan karena kemauan peneliti untuk menganalisis hasil penelitian. Selain itu, screening juga dilakukan dengan memilih jenis publikasi untuk deskripsi artikel jurnal yang baru terbit pada tahun 2018-2023. Pemilihan sampel menggunakan filter ini ditunjukkan pada gambar di bawah ini .



Gambar tersebut menunjukkan bahwa peneliti menggunakan Google Scholar sebagai sumber pengumpulan data. Selanjutnya, peneliti memasukkan library kata kunci pemasaran ke dalam kotak pencarian berdasarkan judul dan kata kunci. Peneliti juga menggunakan filter dalam publikasi pada periode 2018-2023. Kotak centang untuk karya selain artikel jurnal juga

telah dihapus. Ditemukan 44 judul artikel pada hasil pencarian. Selain itu, peneliti melakukan penyaringan kedua secara manual untuk memastikan bahwa dokumen yang digunakan sebagai sampel penelitian telah memenuhi kriteria yang telah ditentukan, sehingga menghasilkan ukuran sampel sebanyak 20 judul artikel. Setelah pencarian selesai, hasil pencarian diunduh dalam format dokumen RIS/RefManager untuk analisis lebih lanjut dengan VOSviewer (lihat Gambar 2).



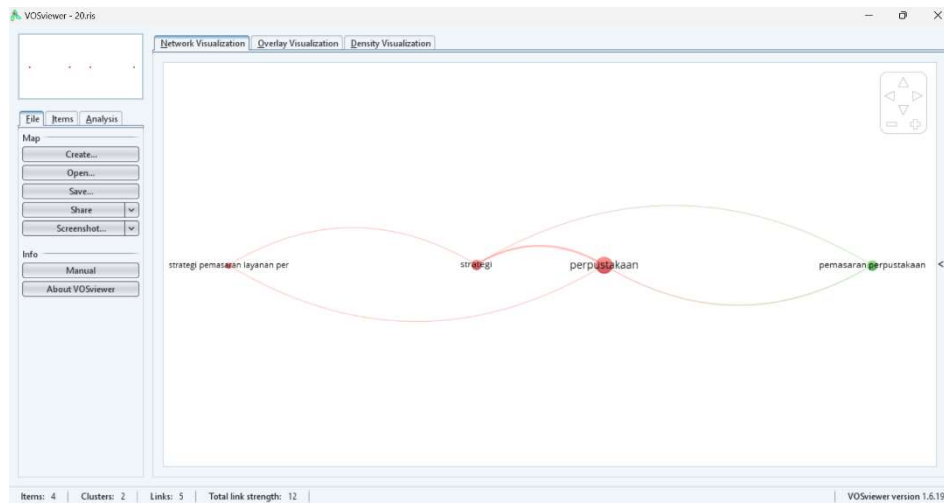
Seperti terlihat pada Gambar 2, data sampel yang terkumpul kemudian dianalisis menggunakan aplikasi VOSviewer. Pada tahap ini, peneliti memilih judul dan abstrak sebagai sumber analisis subjek. Pemilihan kedua sumber ini karena judul dengan jelas mengidentifikasi topik penelitian, sedangkan abstrak adalah ringkasan dari esensi isi umum karya.

Bagian ini membahas tentang desain penelitian, yang meliputi desain penelitian, populasi/sampel penelitian, teknik dan instrumen pengumpulan data, alat analisis data, dan desain penelitian yang digunakan. Metode umum tidak harus dijelaskan secara rinci, tetapi mengacu pada referensi (mis. Rumus uji-F, uji-t dll.). Pengujian validitas dan reliabilitas instrumen penelitian tidak perlu dituliskan secara rinci, tetapi cukup jika hasil pengujian dan interpretasinya dipublikasikan. Deskripsi simbol dari model ini ada dalam kalimat. (Rohanda & Winoto, 2019)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil pencarian aplikasi “Publish or Perish”, judul dari 20 artikel yang terindeks di Google Scholar pada library marketing dianalisis menggunakan VOSviewer dan diperoleh hasil sebagai berikut. Peta kejadian terdistribusi, yang menganalisis dokumen berdasarkan frekuensi kemunculan kata kunci dalam dokumen yang diperiksa, membentuk dasar peta

kejadian terdistribusi, yang mewakili jaringan beberapa istilah penting atau unik dalam sebuah artikel. Berikut ini adalah visualisasi web map kata riset pasar perpustakaan umum



Gambar diatas merupakan visualisasi dari hasil pengolahan data penelitian dengan library keyword advertising yang dikelompokkan menjadi 2 cluster, dengan cluster 1 yaitu. H. strategi ditunjukkan dengan warna merah, 4 topik dan cluster 2, yaitu. H. pemasaran perpustakaan, ditunjukkan dengan warna hijau, 3 topik memiliki topik. Dari gambar di atas, kita dapat melihat bahwa kata kunci strategis terhubung dengan pemasaran perpustakaan dengan garis yang menunjukkan hubungan antara topik-topik tersebut.

Kemudian, peneliti melakukan penelusuran lebih dalam untuk mendapatkan gambaran yang jelas tentang hubungan kedua subjek tersebut dengan memasukkan kata kunci “strategi pemasaran perpustakaan” ke dalam kotak pencarian Google Scholar. Hasilnya menghasilkan 20 artikel yang sesuai dengan kata kunci yang dicari. Peneliti kemudian memeriksa dengan tangan membaca judul dan abstrak dan hanya menemukan satu artikel yang membahas strategi pemasaran perpustakaan. Artikel berjudul “Strategi Bauran Pemasaran Perpustakaan di Era Digital” (Malang 2019) juga terlihat pada Gambar 4 menjelaskan bahwa dalam merencanakan strategi pemasaran di era digital ini, pemasaran perpustakaan menggunakan teori layanan perpustakaan dengan 7P yaitu H. Produk, Harga, Tempat, Promosi, Orang, Proses dan Layanan Pelanggan. Melalui *situs web* terlihat jelas bahwa perpustakaan mampu membranding perpustakaannya melalui tampilan web dengan layanan yang bermacam macam sesuai kebutuhan pemustaka. (Malang 2019). 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 merupakan hasil analisis peneliti yang melakukan penelitian tentang pemasaran perpustakaan. Warna lingkaran pada 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 kegiatan penelitian terkait pemasaran perpustakaan selama lima tahun terakhir dimulai pada tahun 2019. Kemudian peneliti mencari artikel di Google Scholar dengan kata kunci “pemasaran perpustakaan 2019” dan hasilnya ditemukan nama-nama peneliti pada peta tersebut, yaitu Astrie Annisa dengan judul penelitiannya “Strategi Pemasaran: *Promotion* Perpustakaan di Era Milenial dalam Upaya Peningkatan Kunjungan Perpustakaan”.

Hasil pemetaan VOSviewer juga menunjukkan bahwa penelitian terbaru tentang pemasaran perpustakaan akan dilakukan pada tahun 2023. Untuk mengkonfirmasi hal ini, peneliti mencari kembali artikel di Google Scholar dengan kata kunci "pemasaran perpustakaan 2023" dan hasilnya ditemukan nama peneliti yang dipetakan yaitu Indah Dwi Safitri dengan judul survey “Pemasaran Informasi Perpustakaan Stikes Al-Insyirah Pekanbaru”.

KESIMPULAN DAN SARAN

Dari pemaparan di atas, hasil pemetaan berdasarkan kata-kata library marketing dengan VOSviewer menunjukkan adanya korelasi antara library marketing dengan strateginya. Hal ini dibuktikan dengan hasil pencarian Google Scholar yang menemukan artikel jurnal yang

membahas dua topik tersebut . Artikel tersebut ditulis oleh Adi Prasetyawan dalam (malang, 2019) dengan artikel yang berjudul “Strategi Bauran Pemasaran Perpustakaan di Era Digital”. Selain itu, hasil analisis VOSviewer juga menunjukkan perkembangan penelitian pemasaran perpustakaan, di mana pada peta peneliti nampak bahwa penelitian dengan topik ini sudah mulai sejak tahun 2019 yang dilakukan oleh Astrie Annisa dan penelitian terbaru tahun 2023 oleh Indah Dwi Safitri. Peneliti lainnya yang terpetakan yakni, Zahroh, Sungadi, Rahmawati, Respawati, Nasution, Hanum, Sasmita, Hidayat, Hulafi, Nugrahaeni, Mahmudi, Laksmi, Shifa, Gumelar, Sudiar, Barus, Pramana dan utomo.

Penelitian ini dimaksudkan untuk menjadi referensi bagi para peneliti yang tertarik untuk mempelajari pemasaran perpustakaan. Saran yang dapat peneliti sampaikan untuk penelitian selanjutnya adalah diharapkan model pengembangan penelitian pemasaran perpustakaan lebih akurat tercermin pada penelitian-penelitian selanjutnya, sehingga dapat diberikan indikasi kapan penelitian dan dokumen sampel terkait pemasaran perpustakaan dihasilkan. . Data yang akan dianalisis dapat diambil dari database lain , seperti *Crossref*, *PubMed*, *OpenAlex*, *Semantic Scholar*, *Scopus*, *DOAJ*, dan *Web of Science*.

DAFTAR REFERENSI

- Malang, Univeristas Negeri. 2019. “STRATEGI BAURAN PEMASARAN PERPUSTAKAAN DI ERA DIGITAL.” 3:8–14.
- Nurislaminingsih, Rizki, Sukaesih Sukaesih, and Neneng Komariah. 2021. “Pengetahuan Lokal Dan Perpustakaan: Analisis Tematik Di Google Scholar.” *Anuva: Jurnal Kajian Budaya, Perpustakaan, Dan Informasi* 5(4):543–54. doi: 10.14710/anuva.5.4.543-554.
- Zakiyyah, Fina Nurul, Yunus Winoto, and Rohanda Rohanda. 2022. “Pemetaan Bibliometrik Terhadap Perkembangan Penelitian Arsitektur Informasi Pada Google Scholar Menggunakan VOSviewer.” *Informatio: Journal of Library and Information Science* 2(1):43. doi: 10.24198/inf.v2i1.37766.
- Pekanbaru, D. (2020). STRATEGI PROMOSI PERPUSTAKAAN – Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Pekanbaru. diakses dari <https://dispusip.pekanbaru.go.id/strategi-promosi-perpustakaan/>

Zakiyyah, F., & Winoto, Y. (2022). Pemetaan bibliometrik terhadap perkembangan penelitian arsitektur informasi pada Google Scholar menggunakan VOSviewer. *Informatio: Journal Of Library And Information Science*, 2(1), 43-60. Diakses dari <https://jurnal.unpad.ac.id/informatio/article/view>

(2023). diakses dari <http://repository.uinsu.ac.id/6129/1/Artikel.pdf>

Manajemen Pemasaran dan Implementasinya di Perpustakaan -. (2016). diakses dari <https://library.uns.ac.id/manajemen-pemasaran-dan-implementasinya-di-perpustakaan/#:~:text=Kata%20kunci%20dar>

Peta Perkembangan Penelitian Pemanfaatan Repositori Institusi Menuju Open Access: Studi Bibliometrik dengan VOSViewer. (2016). *Khizanah Al-Hikmah : Jurnal Ilmu Perpustakaan, Informasi, Dan Kearsipan*, 4(2), 104-117. doi: 10.24252/kah.v4i2a1