

**RANCANG BANGUN *WEBSITE* SEBAGAI MEDIA PROMOSI:
STUDI KASUS PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS NEGERI PADANG**

MAKALAH TUGAS AKHIR

**untuk memenuhi sebagian persyaratan memperoleh gelar Ahli Madya
Ilmu Informasi Perpustakaan dan Kearsipan**



**FITRI YENI
03668/2008**

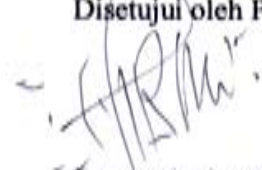
**PROGRAM STUDI ILMU INFORMASI PERPUSTAKAAN DAN KEARSIPAN
JURUSAN BAHASA DAN SASTRA INDONESIA DAN DAERAH
FAKULTAS BAHASA DAN SENI
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
2011**

PERSETUJUAN PEMBIMBING

MAKALAH TUGAS AKHIR

Judul : Rancang Bangun *Website* Sebagai Media Promosi: Studi Kasus
Perpustakaan Universitas Negeri Padang
Nama : Fitri Yeni
NIM : 2008/03668
Program Studi : Ilmu Informasi Perpustakaan dan Kearsipan
Jurusan : Bahasa dan Sastra Indonesia dan Daerah
Fakultas : Bahasa Dan Seni

Padang, 21 Juli 2011
Disetujui oleh Pembimbing,



Drs. Ardoni, M.Si.
NIP 19601104 198702 1 002

Ketua Jurusan,



Dra. Emidar, M.Pd.
NIP 19620218 198609 2 001

PENGESAHAN TIM PENGUJI

Nama : Fitri Yeni
NIM : 2008/03668

Dinyatakan lulus setelah mempertahankan makalah di depan Tim Penguji
Program Studi Ilmu Informasi Perpustakaan dan Kearsipan
Jurusan Bahasa dan Sastra Indonesia dan Daerah
Fakultas Bahasa dan Seni
Universitas Negeri Padang
dengan judul

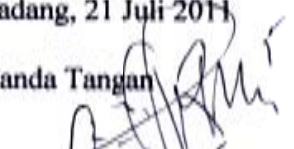

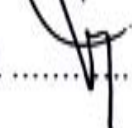
Rancang Bangun *Website* Sebagai Media Promosi: Studi Kasus Perpustakaan Universitas Negeri Padang

Padang, 21 Juli 2011

Tim Penguji

1. Ketua : Drs. Ardoni, M.Si.
2. Sekretaris : Muhaini, S.Sos
3. Anggota : Zulfadhli, S.S., M.A.

Tanda Tangan

1.
2.
3.

ABSTRAK

Fitri Yeni. 2011. “Rancang Bangun *Website* Sebagai Media Promosi: Studi Kasus Perpustakaan Universitas Negeri Padang”. *Makalah*. Program Studi Ilmu Informasi Perpustakaan dan Kearsipan, Jurusan Bahasa dan Sastra Indonesia dan Daerah, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Padang.

Penulisan makalah ini bertujuan untuk merancang aplikasi *website* sebagai media promosi pada Perpustakaan UNP, sehingga informasi mudah diakses oleh pengguna perpustakaan secara *online*.

Rancangan *website* sebagai media promosi pada Perpustakaan Universitas Negeri Padang dibuat menggunakan program *Macromedia Dreamweaver 8* dengan penyimpanan dalam bentuk html. *Website* dirancang bersifat statis. Rancangan *website* memperhatikan *content website*, tipografi, dan pemakaian warna pada *website*.

Data dikumpulkan melalui observasi dan wawancara dengan staf Perpustakaan Universitas Negeri Padang. Analisis data dilakukan secara deskriptif.

Berdasarkan penganalisisan data disimpulkan bahwa: (1) kegiatan promosi pada Perpustakaan Universitas Negeri Padang belum berjalan maksimal, (2) *website* merupakan media promosi yang cocok dengan kondisi Perpustakaan Universitas Negeri Padang saat ini. Di samping mudah dari segi penyampaian, *website* dapat diakses kapan saja dengan jangkauan pengguna yang sangat luas.

KATA PENGANTAR



Puji syukur penulis ucapkan ke hadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga telah dapat menyelesaikan penulisan tugas akhir yang berjudul “Rancang Bangun *Website* Sebagai Media Promosi: Studi Kasus Perpustakaan Universitas Negeri Padang”.

Dalam pembuatan tugas akhir ini penulis memperoleh banyak bantuan, arahan, dan bimbingan dari berbagai pihak. Untuk itu penulis ucapkan terima kasih kepada (a) Drs. Ardoni, M.Si. selaku Pembimbing, (b) Dra. Emidar, M.Pd. selaku Ketua Jurusan Bahasa dan Sastra Indonesia dan Daerah, (c) Dra. Nurizzati, M.Hum. selaku Sekretaris Jurusan Bahasa dan Sastra Indonesia dan Daerah, (d) Drs. Syahyuman, M.Si. selaku Penasehat Akademik, (e) seluruh dosen yang mengajar di Program Studi Ilmu Informasi Perpustakaan dan Kearsipan, dan (f) semua pihak yang telah membantu penulis selama penyusunan tugas akhir ini.

Penulis menyadari bahwa penyusunan makalah ini masih jauh dari sempurna, untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari pembaca. Demikianlah penulisan makalah ini, semoga bermanfaat bagi pembaca.

Padang, Juli 2011

Penulis

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian.....	8
E. Tinjauan Pustaka.....	9
1. Promosi Perpustakaan	9
a. Pengertian Promosi	9
b. Promosi Perpustakaan.....	10
c. Tujuan Promosi.....	11
d. Media Promosi	13
2. <i>Website</i>	18
a. Pengertian <i>Website</i>	18
b. Pembagian <i>Website</i>	19
c. Tujuan Pembuatan <i>Website</i>	20
d. Tipografi dalam <i>Website</i>	22
e. Teori Warna	23
F. Metode Penelitian	26

BAB II PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Perpustakaan UNP.....	27
B. Media Promosi Perpustakaan UNP.....	29
C. Rancang Bangun <i>Website</i> Sebagai Media Promosi Perpustakaan UNP.....	32
D. Cakupan Informasi Dalam <i>Website</i>	51
E. Pemakaian Tipografi dan Warna dalam <i>Website</i>	61
1. Tipografi.....	61
2. Warna	62

BAB III PENUTUP

A. Simpulan.....	64
B. Saran.....	65

DAFTAR PUSTAKA	66
-----------------------------	----

LAMPIRAN	68
-----------------------	----

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1 Peta Situs Perpustakaan UNP	33
Gambar 2 Tampilan Dasar <i>Website</i>	34
Gambar 3 Halaman Depan <i>Macromedia Dreamweaver</i>	35
Gambar 4 Pembuatan <i>Site Website</i>	35
Gambar 5 Folder Penyimpanan File <i>Website</i>	36
Gambar 6 <i>Insert Table</i>	37
Gambar 7 Pengisian Spesifikasi Tabel	37
Gambar 8 Hasil Pengisian Tabel	38
Gambar 9 Hasil Manipulasi Tabel	39
Gambar 10 <i>Header Website</i>	40
Gambar 11 Objek Gambar	41
Gambar 12 <i>Background URL of Cell</i>	42
Gambar 13 Menambahkan <i>Flash Button</i>	43
Gambar 14 <i>Insert Flash Button</i>	43
Gambar 15 Tombol Navigasi.....	44
Gambar 16 <i>Input Judul Teks dan Table</i>	45
Gambar 17 <i>Insert Gambar</i>	45
Gambar 18 <i>Input Teks</i>	46
Gambar 19 <i>Footer Website</i>	46
Gambar 20 <i>Title Website</i>	47
Gambar 21 <i>Link File Home</i>	48
Gambar 22 <i>Flash Accessibility Attributes</i>	49
Gambar 23 <i>Link Menu Bagian Home</i>	50

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Jumlah Mahasiswa UNP 2010	68
Lampiran 2. Jumlah Koleksi Perpustakaan 2010	69
Lampiran 3. Statistik Pengunjung 2010	70
Lampiran 4. Statistik Peminjaman 2010.....	71
Lampiran 5. Analisis Data Statistik	72
Lampiran 6. Tampilan <i>Website</i>	73

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perpustakaan merupakan salah satu lembaga ilmiah yang bergerak dalam bidang dan tugas pokok yang berkaitan dengan ilmu pengetahuan, pendidikan, penelitian, dan pengembangan informasi yang mencakup berbagai ilmu pengetahuan dan teknologi. Berkembangnya perpustakaan di tengah masyarakat merupakan indikator berkembangnya masyarakat informasi, yaitu masyarakat yang di dalam kehidupannya memerlukan ketersediaan akses dan kemudahan informasi, sehingga informasi menjadi salah satu kebutuhan pokok. Keberadaan perpustakaan penting bagi pengguna karena perpustakaan memberikan jasa informasi kepada pengguna sesuai dengan kebutuhan pengguna.

Kedatangan pengguna ke perpustakaan merupakan tolok ukur pemanfaatan dan keberhasilan perpustakaan. Kedatangan pengguna akan meningkatkan jumlah pemakaian terhadap jasa dan layanan yang ada di perpustakaan, sehingga layanan dan jasa tersebut menjadi berdaya guna. Perpustakaan harus menunjukkan tampilan yang menarik serta memberikan layanan yang ramah kepada pengguna. Pengguna diharapkan mengetahui ketersediaan koleksi dan aktivitas perpustakaan yang dapat membantu pengguna dalam memperoleh informasi. Ada pepatah mengatakan “*tak kenal maka tak sayang*”, sehingga perpustakaan perlu memperkenalkan diri dengan segala aktivitasnya kepada pengguna melalui *promotion of library* (Yuven, 2009: 1).

Menurut Sherman (Martoatmodjo, 2004: 5.16) promosi adalah seni dan teknik untuk berhubungan dengan masyarakat, memperkenalkan produk-produk yang dihasilkan serta pelayanan-pelayanan yang diberikan agar calon pemakai mengetahuinya. Joyce A. Edinger (Martoatmodjo, 2004: 5.16) mengatakan bahwa promosi perpustakaan adalah kegiatan komunikasi dengan pengguna (*users*) yang telah maupun belum memanfaatkan perpustakaan. Jadi promosi perpustakaan merupakan rangkaian kegiatan perpustakaan yang dirancang agar pemakai mengetahui manfaat sebuah perpustakaan melalui koleksi, fasilitas, dan produk atau layanan yang disediakan oleh perpustakaan, sehingga dapat dimanfaatkan dengan baik.

Kegiatan promosi perpustakaan bertujuan untuk memperkenalkan koleksi serta layanan yang ada di perpustakaan untuk dimanfaatkan oleh pengguna. Promosi juga dilakukan untuk mempertahankan citra dan identitas perpustakaan agar selalu diminati oleh pengguna. Dengan adanya kegiatan promosi seluruh koleksi yang ada di perpustakaan dapat didayagunakan dan dimanfaatkan sebagaimana mestinya. Jadi kegiatan promosi merupakan sarana untuk menjaga hubungan antara pengguna dengan perpustakaan.

Di Perpustakaan Universitas Negeri Padang (UNP) dari statistik tahun 2010 (Lampiran 5) dapat dilihat masih rendahnya jumlah pengunjung dan pengguna layanan dan koleksi yang dimiliki perpustakaan. Pengunjung perpustakaan dalam sehari rata-rata 322 orang dengan jumlah peminjam buku hanya 166 orang dari rata-rata jumlah mahasiswa UNP 32.531 orang. Sementara itu, jumlah koleksi yang disediakan kepada pemakai yaitu 196.104 eksemplar

dengan 42.191 judul. Jumlah mahasiswa yang besar dan koleksi yang banyak tidak sebanding dengan pengunjung dan peminjam koleksi di Perpustakaan UNP, hanya sekitar 1% mahasiswa yang datang ke perpustakaan per hari.

Dari keterangan tersebut terlihat bahwa pemanfaatan terhadap koleksi yang ada di Perpustakaan UNP masih rendah. Padahal telah banyak dana yang dikeluarkan untuk melengkapi koleksi yang ada di Perpustakaan UNP. Akibatnya, dana yang dikeluarkan tidak sebanding dengan pemanfaatan koleksi yang ada di perpustakaan tersebut. Koleksi hanya dilengkapi tanpa dimanfaatkan dengan sebaik-baiknya.

Untuk itu perlu dilakukan kegiatan promosi agar mahasiswa UNP khususnya dapat memanfaatkan koleksi dan layanan yang ada di perpustakaan. Media yang dapat digunakan untuk kegiatan promosi, yaitu nama dan logo, brosur, poster, leaflet, pameran, ceramah, pembatas buku, terbitan khusus perpustakaan, *website* dan lain-lain. Di antara media tersebut dipilih media yang cocok dengan keadaan Perpustakaan UNP saat ini.

Kegiatan promosi dapat dilakukan dengan pembuatan nama dan logo. Nama dan logo merupakan ciri khas sebuah perpustakaan yang membedakannya dengan lembaga perpustakaan lain. Nama dan logo saja belum sepenuhnya bisa menarik pengguna untuk menggunakan layanan dan jasa yang dipromosikan karena informasi tentang produk dan jasa yang sedang dipromosikan tidak lengkap diketahui oleh pengguna. Jadi untuk mengetahui informasi lebih lanjut pengguna perlu mendatangi perpustakaan.

Brosur lebih banyak memberikan informasi mengenai kegiatan perpustakaan dan fasilitas yang dimiliki. Bahkan brosur bisa menyebarluaskan informasi yang bersifat teknis, seperti cara penggunaan katalog untuk mendapatkan koleksi tertentu. Namun tidak semua informasi mengenai perpustakaan dan jenis layanan tercakup dalam satu brosur. Hal ini dipengaruhi oleh ketersediaan ruang untuk menulis brosur. Unsur ketepatan dan ketelitian dalam pembuatan brosur penting diperhatikan supaya tidak terjadi kesalahan setelah informasi tercetak. Brosur yang selesai dirancang akan diperbanyak. Penentuan jumlah eksemplar brosur yang akan dicetak tergantung pada ketersediaan dana, jumlah pengguna, dan tujuan penyebaran brosur.

Poster digunakan untuk memperkenalkan layanan baru suatu kegiatan atau sekedar menekankan dan menonjolkan layanan lama. Poster dibuat untuk menarik perhatian orang yang lewat di sekitar poster dan menyampaikan informasi ringkas tentang sesuatu hal. Dasar ide pembuatan poster adalah menyampaikan pesan kepada masyarakat pengguna secara efektif, mudah dan murah. Namun informasi yang ditampung poster sangat terbatas, sehingga dalam pembuatannya dibatasi pada peristiwa tertentu yang sedang hangat dibicarakan, misalnya menjelang hari Ibu perpustakaan akan mempromosikan koleksi buku tentang emansipasi wanita.

Leaflet terdiri dari satu lipatan yang memberikan keterangan mengenai jasa perpustakaan, hendaknya kata-kata yang dimuat dalam leaflet tidak terlalu banyak. Informasi dalam leaflet hanya untuk sekali promosi saja dan untuk promosi selanjutnya perlu dibuatkan leaflet yang baru.

Pameran merupakan bentuk kegiatan yang dilakukan perpustakaan untuk menarik perhatian orang banyak. Banyak unsur-unsur yang perlu diperhatikan dalam melakukan kegiatan pameran seperti tema atau gagasan yang tepat, pemilihan waktu, lokasi pameran, perlengkapan pameran, bahan-bahan yang dipamerkan, penanggung jawab pameran, dan biaya pameran. Jadi untuk melakukan sebuah pameran agar berlangsung sesuai rencana perlu dilakukan perencanaan yang matang.

Ceramah merupakan kegiatan promosi yang disampaikan oleh pembicara kepada peserta mengenai topik atau tema tertentu. Jumlah peserta waktu ceramah dan topik yang disampaikan dalam ceramah biasanya dibatasi. Walaupun jumlah hadirin terbatas, kesempatan ceramah harus digunakan tidak saja untuk menceritakan jasa perpustakaan melainkan juga cara memperoleh masukan dari hadirin. Namun untuk saat ini metode ceramah terasa kurang efisien karena ceramah membosankan dan terlalu monoton. Tidak semua orang memiliki waktu untuk mengikuti ceramah tersebut. Jadi metode promosi tidak tepat sasaran karena tujuan meningkatkan pengguna dan pemanfaatan koleksi menjadi bermanfaat tidak berjalan dengan baik.

Pembatas buku biasa disebut juga dengan *bookmark* digunakan sebagai media promosi pada perpustakaan. Pembatas buku biasanya berisi gambar atau logo perpustakaan, dapat juga berisi motto, slogan atau peribahasa yang sesuai untuk merangsang pembaca memanfaatkan layanan perpustakaan. Pada pembatas buku juga dituliskan jam buka dan informasi perpustakaan yang penting. Pembatas buku tidak dapat menampung terlalu banyak informasi pada halaman

atau permukaan pembatas buku karena mengurangi nilai seni dan daya tariknya. Bahan pembatas buku harus kertas yang agak tebal supaya tidak tergulung-gulung.

Terbitan khusus perpustakaan, yaitu buku panduan. Buku panduan merupakan buku yang memuat informasi mengenai perpustakaan mulai dari sejarah berdirinya hingga informasi lain yang dianggap penting bagi pengguna. Buku panduan berbeda dengan brosur dalam kelengkapan memuat informasi. Penulisan dalam brosur dibatasi oleh ketersediaan ruangan atau halaman, sedangkan pada buku panduan tidak ada batas ruangan atau halaman. Buku panduan diterbitkan sekali setahun, seperti di UNP diterbitkan setiap penerimaan mahasiswa baru yang akan dibagikan kepada mahasiswa baru yang mengikuti bimbingan pemakai.

Website merupakan halaman di internet yang disediakan untuk menyampaikan informasi pada pengguna. Informasi dalam *website* dapat diakses tanpa batas waktu selama 24 jam. *Website* dapat menampung seluruh informasi yang terkait dengan perpustakaan, dengan keberadaan *website* seluruh profil perpustakaan dapat dipublikasikan dan diakses oleh pengguna perpustakaan. Selain itu jangkauan *website* sangat luas karena informasinya menyebar ke seluruh penjuru dunia.

Website memiliki keunggulan yang didukung dengan biaya rendah (Potensi..., 2011). Perpustakaan hanya perlu membayar jasa desain *website* satu kali untuk media promosi yang *online* selama 24 jam sehari tanpa batas. Biaya ini lebih efisien dan murah dibandingkan harus mencetak dan memasang iklan, brosur dan poster yang memiliki batasan kalangan pembaca dan jangka waktu.

Dari media promosi yang disebutkan sebelumnya, *website* merupakan media promosi yang cocok dengan keadaan Perpustakaan UNP saat ini. Penggunaan *website* didukung oleh tersedianya jaringan internet yang bebas diakses oleh sivitas akademika, selain itu perpustakaan telah memiliki katalog *website* sebagai alat penelusuran. Jadi *website* tersebut dibuat sebagai pelengkap informasi katalog *online* sekaligus dapat digunakan sebagai media penelusuran bagi pengguna perpustakaan.

Saat ini kebanggaan akan berkurang jika sebuah lembaga seperti perpustakaan perguruan tinggi tidak memiliki *website*, meski *website* tersebut hanya sebagai informasi tambahan. Dengan adanya *website* perpustakaan akan merasa lebih bergengsi dari perpustakaan lain yang tidak memiliki *website*. Selain itu jika seseorang membutuhkan informasi tentang perpustakaan, maka pustakawan cukup menyebutkan kunjungi *website* kami. Jadi tidak perlu sering berbicara dan juga hemat waktu dalam mempromosikan *website* tersebut.

Penggunaan *website* sebagai media promosi di Perpustakaan UNP dapat diharapkan efektif karena mahasiswa UNP memiliki persentase pengguna internet yang tinggi. Selain itu, mahasiswa UNP terbiasa menggunakan internet karena mulai dari pendaftaran perkuliahan, registrasi mahasiswa, pengambilan LHS dan KRS dilakukan secara *online*. Jaringan internet yang bebas digunakan oleh semua sivitas akademika UNP sangat menunjang dalam publikasi media *website* ini. Berdasarkan penjelasan sebelumnya karena Perpustakaan UNP belum memiliki media promosi melalui *website*, dirasa perlu untuk membahas tentang rancang bangun *website* sebagai media promosi pada Perpustakaan UNP.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang diuraikan sebelumnya, rumusan masalah makalah ini adalah bagaimana rancangan *website* sebagai media promosi pada Perpustakaan UNP?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penulisan makalah ini adalah untuk merancang aplikasi *website* sebagai media promosi pada Perpustakaan UNP, sehingga mudah diakses oleh pengguna secara *online*.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi peneliti
 - a. Menerapkan ilmu dan teori selama mengikuti pendidikan ke dalam aplikasi nyata sebagai perwujudan Tri Dharma Perguruan Tinggi.
 - b. Mengembangkan pola keilmuan dan membuka wawasan pengetahuan sesuai bidang teknologi informasi, khususnya internet terkait dengan media promosi perpustakaan.
2. Bagi instansi
 - a. Perpustakaan UNP memiliki media promosi baru yang bersifat *online* dalam mempromosikan layanan dan koleksi pada perpustakaan.
 - b. Menjadi media interaksi dan mencari ide dan masukan dari masyarakat tentang pelayanan dan kinerja Perpustakaan UNP.

3. Bagi pengguna
 - a. Pengguna perpustakaan bisa mendapatkan informasi yang dikelola oleh Perpustakaan UNP kapan pun tanpa batasan kerja.
 - b. Media penyampaian ide, masukan, dan kritik pada kualitas layanan dan kinerja Perpustakaan UNP.

E. Tinjauan Pustaka

1. Promosi Perpustakaan

a. Pengertian Promosi

Winardi (1992: 147) mengatakan promosi adalah sebuah istilah pemasaran yang merupakan upaya-upaya suatu perusahaan untuk mempengaruhi calon pembeli agar mau membeli produk yang dihasilkan perusahaan. Dengan adanya kegiatan promosi tersebut, citra perusahaan akan semakin meningkat dan memperbesar volume penjualan produk yang dihasilkan oleh perusahaan yang bersangkutan.

Menurut Darmono (2001: 175) promosi adalah mekanisme komunikatif persuasif pemasaran dengan memanfaatkan teknik-teknik hubungan masyarakat. Promosi merupakan forum pertukaran informasi antara organisasi dan konsumen dengan tujuan utama memberi informasi tentang produk atau jasa yang disediakan oleh organisasi, sekaligus membujuk konsumen untuk bereaksi terhadap produk atau jasa yang ditawarkan. Reaksi konsumen terhadap promosi dapat muncul dalam berbagai ragam dan bentuk, mulai dari tumbuhnya kesadaran sampai pada tindakan untuk memanfaatkannya. Promosi merupakan kegiatan penting pada suatu organisasi, apalagi untuk organisasi yang bergerak dalam bidang usaha dan

jasa. Produk atau jasa yang dihasilkan tidak ada gunanya jika tidak diketahui atau dimanfaatkan oleh sebagian besar konsumen.

Sherman (Martoatmodjo, 2007: 5.16) berpendapat promosi adalah seni dan teknik untuk berhubungan dengan masyarakat, memperkenalkan produk-produk yang dihasilkan serta pelayanan-pelayanan yang diberikan agar calon pemakai mengetahuinya. Dengan mengetahui produk dan layanan tersebut diharapkan pengguna dapat memanfaatkan sesuai dengan kebutuhan pengguna.

Dari berbagai pendapat para ahli tersebut dapat disimpulkan bahwa promosi adalah suatu usaha yang dilakukan oleh suatu organisasi dalam memberikan informasi tentang produk atau jasa yang disediakan oleh organisasi. Kegiatan ini bertujuan membujuk konsumen untuk bereaksi terhadap produk atau jasa yang ditawarkan sehingga mulai tumbuh kesadaran untuk memanfaatkannya.

b. Promosi Perpustakaan

Menurut Joyce A. Edinger (Martoatmodjo, 2007: 5.16) promosi perpustakaan adalah kegiatan komunikasi dengan pemakai (*users*) maupun pemakai yang belum memanfaatkan perpustakaan (*non users*). Melalui kegiatan promosi diharapkan masyarakat mengetahui pelayanan yang diberikan oleh perpustakaan, sehingga membuat pengguna tertarik dan mengunjungi perpustakaan.

Untuk mengenalkan serta memasarkan jasa perpustakaan, perpustakaan tidak cukup hanya membangun jasa informasi serta mengharapkan umum akan memenuhi perpustakaan. Untuk itu masyarakat perlu diingatkan secara terus-menerus akan eksistensi sebuah perpustakaan. Hal ini perlu dilakukan karena

pustakawan tidak dapat meramalkan saat keperluan pengguna akan informasi timbul. Oleh karena itu pustakawan perlu mengusahakan agar publisitas dapat diperoleh melalui berbagai bentuk sesuai dengan kemampuan keuangan (Sulistyo-Basuki, 1991: 286).

Jadi dapat disimpulkan bahwa promosi perpustakaan merupakan rangkaian kegiatan perpustakaan yang dirancang agar masyarakat pemakai mengetahui manfaat sebuah perpustakaan. Manfaat perpustakaan tersebut dapat diperoleh melalui koleksi, fasilitas, dan produk serta layanan yang disediakan, sehingga pengguna dapat memanfaatkan layanan dan jasa yang ditawarkan oleh perpustakaan.

c. Tujuan Promosi

Tujuan promosi menurut Winardi (1992: 147) adalah meningkatkan citra perusahaan yang bersangkutan dan memperbesar volume penjualan produk-produk yang dihasilkan oleh perusahaan yang bersangkutan. Promosi dilakukan agar citra sebuah perpustakaan selalu dikenal oleh pengguna, sehingga produknya selalu diminati dan dikonsumsi secara terus-menerus oleh pengguna.

Nasution (Mustafa, 1996: 140) menyatakan bahwa tujuan promosi perpustakaan adalah menggairahkan minat baca serta menambah jumlah orang yang gemar membaca agar koleksi perpustakaan dimanfaatkan semaksimal mungkin. Dalam usaha promosi perpustakaan, Nurhadi (Mustafa, 1996: 140) memakai slogan “*tak kenal maka tak sayang*”. Slogan yang sederhana dan sudah terkenal ini memang benar dan tepat untuk menggambarkan keadaan masyarakat Indonesia yang belum tertarik untuk memanfaatkan perpustakaan.

Stanley (Darmono, 2001: 176) berpendapat bahwa tujuan promosi adalah untuk mempengaruhi pengetahuan, sikap, perilaku dari penerima dan membujuk penerima untuk menerima konsep, pelayanan, ide, atau barang yang dipromosikan. Dalam hal jasa dan perdagangan promosi adalah usaha penjual untuk membujuk calon pembeli untuk menerima produk, pelayanan atau ide yang sedang dipromosikan.

Menurut Jerome dan Andrew (Martootmodjo, 2007: 5.17) kegiatan promosi mempunyai empat tujuan, yaitu untuk menarik perhatian, menciptakan kesan, membangkitkan minat, dan memperoleh tanggapan. Dengan demikian tujuan promosi adalah untuk menarik perhatian, sehingga masyarakat berminat terhadap apa yang dipromosikan.

Jadi simpulannya, tujuan dari promosi perpustakaan adalah untuk memperkenalkan fungsi perpustakaan kepada masyarakat, memperkenalkan pelayanan dan jasa perpustakaan kepada masyarakat, mendorong minat baca masyarakat dan mendorong masyarakat agar menggunakan koleksi perpustakaan semaksimal mungkin.

Dalam merencanakan promosi perpustakaan agar tujuan promosi tercapai perlu dibuat program secara baik. Edsall (Mustafa, 1996: 22) membagi program promosi menjadi tiga bagian pokok, yaitu menetapkan sasaran dan prioritas, menentukan prosedur dan tindakan dan menyusun rencana kerja.

Menurut Usherwood (Mustafa, 1996: 27) dalam melakukan promosi pustakawan perlu mengetahui tentang prasangka masyarakat akan pelayanan perpustakaan. Usherwood lebih lanjut mengemukakan bahwa ada enam potensi

daya tarik yang dapat dimanfaatkan dalam melakukan promosi perpustakaan. Daya tarik itu adalah: (a) daya tarik sosial, sesungguhnya semua orang perlu menggunakan perpustakaan; (b) daya tarik prestise, semua orang yang terbaik menggunakan perpustakaan; (c) daya tarik pertahanan hidup, tidak ada orang yang bisa bertahan dalam persaingan di dunia modern tanpa bantuan perpustakaan; (d) daya tarik kesenangan, penggunaan perpustakaan untuk kesenangan dan waktu senggang; (e) daya tarik egomaniak, pengetahuan adalah kekuatan; (f) daya tarik yang menakuti, kalau tidak memakai perpustakaan akan menemui kesulitan dalam pekerjaan atau pergaulan.

d. Media Promosi

Dalam kegiatan promosi, saluran komunikasi itu adalah dari mulut, gerak isyarat, bahan pandang dengar serta media promosi lain. Penyampaian berita juga mempengaruhi terhadap proses komunikasi. Seseorang mungkin akan lebih terkesan pada pesan yang disampaikan oleh seorang direktur dari pada pesan yang sama dilakukan oleh karyawan biasa (Mustafa, 1996: 27).

Menurut Sulistyono-Basuki (1991: 286) media promosi yang dapat digunakan dalam melakukan promosi adalah sebagai berikut.

1) Nama dan logo

Perpustakaan perlu memiliki nama yang khas karena nama akan mudah diingat oleh pemakai perpustakaan. Nama yang khas menunjukkan sifat jasa yang khas pula. Di samping nama khas, adanya simbol atau logo akan membantu umum untuk segera mengenali jasa tersebut. Nama dan logo merupakan ciri khas sebuah instansi. Jika perpustakaan membuat logo atau lambang yang menarik,

maka suatu langkah psikologis telah ditempuh untuk mendekatkan pengguna agar menggunakan jasa layanan perpustakaan. Logo dan lambang yang selalu terlihat oleh pengguna diharapkan dapat mendorong pengguna untuk mengetahui lebih lanjut tentang perpustakaan, sehingga akhirnya suatu saat akan menggunakan jasa layanan yang tersedia. Keberadaan nama dan logo saja belum mampu sepenuhnya menarik pengguna untuk menggunakan layanan dan jasa yang dipromosikan karena ketidaktahuan terhadap produk dan jasa yang sedang dipromosikan oleh perpustakaan. Jadi pembuatan nama dan logo hanya sebagai citra sebuah perpustakaan, tapi tidak dapat menarik pengguna memanfaatkan layanan yang ada di perpustakaan.

2) Poster dan leaflet

Poster merupakan sarana murah untuk menyampaikan sejumlah informasi. Dasar ide pembuatan poster adalah menyampaikan pesan kepada masyarakat pengguna secara efektif, mudah dan murah. Penulisan poster dikaitkan dengan peristiwa tertentu yang hangat dibicarakan karena informasi yang ditampung pada poster sangat terbatas. Perpustakaan akan mempromosikan koleksi bukunya tentang emansipasi wanita ketika peringatan hari Kartini.

Leaflet terdiri dari satu lipatan berfungsi sebagai pencipta citra sekaligus memberikan informasi. Keterangan dalam leaflet, yaitu mengenai jasa perpustakaan. Namun hendaknya kata-kata yang dimuat dalam leaflet tidak terlalu banyak. Informasi dalam leaflet hanya untuk sekali promosi saja dan untuk promosi selanjutnya perlu dibuatkan kembali leaflet tersebut.

3) Pameran

Pameran merupakan sarana menyampaikan informasi pada hadirin dalam jumlah yang besar. Melalui pameran, pustakawan menyajikan berbagai aspek jasa informasi. Penyajian ini sebaiknya mencakup semua jasa informasi dalam bahasa sederhana. Pameran hanya bersifat visual, jadi tulisan yang dibuat harus jelas dan ringkas dan buku-buku yang dipamerkan adalah buku yang menarik dan terbaru. Foto yang diikutsertakan dalam pameran harus berukuran besar karena foto yang berukuran kecil walaupun baik kurang berdampak dalam pameran.

4) Ceramah

Ceramah merupakan cara murah untuk publikasi jasa perpustakaan. Ceramah dapat diberikan pada berbagai kelompok masyarakat. Walaupun jumlah hadirin terbatas, kesempatan ceramah tidak saja digunakan untuk menceritakan jasa perpustakaan melainkan juga cara memperoleh masukan dari hadirin.

5) Iklan

Iklan adalah media promosi dalam bentuk penyajian mengenai ide, produk atau jasa dengan cara membayar. Iklan dapat dilaksanakan dalam berbagai bentuk, baik melalui media cetak, yaitu surat kabar, majalah, radio, dan televisi maupun melalui informasi di tempat umum seperti pemberhentian bis, stasiun kereta api, toko swalayan, dan pusat pertokoan. Tempat iklan di kawasan tersebut tidaklah murah namun efektif karena itu perlu dikelola secara profesional.

Pendapat lain, Hakim (2006: 166) mengatakan dalam melakukan promosi perpustakaan dapat dilakukan melalui media berikut.

- 1) Brosur. Brosur merupakan bahan promosi yang terdiri dari beberapa halaman yang mengandung berbagai macam jenis ukuran, bentuk dan warna. Brosur perlu juga didesain untuk membimbing para pemakai dalam mempelajari program perpustakaan. Kandungan brosur ini dapat berupa informasi yang mencakup tentang pelayanan yang ditawarkan oleh perpustakaan, jenis informasi yang dimilikinya, lokasi, nomor telepon, dan jam buka perpustakaan.
- 2) *Flyer*. *Flyer* merupakan bahan promosi yang terdiri dari satu lembar yang mengandung informasi dari dua sisi depan dan belakang. Informasi yang dibuat dalam *flyer* ini berupa layanan dan hasil kreativitas lain dari suatu perpustakaan. Oleh karena itu, sarana ini sangat sesuai dalam membantu pustakawan melakukan kegiatan promosinya.
- 3) Laporan kegiatan. Laporan kegiatan sangat penting bagi perpustakaan dalam memberikan informasi, terutama informasi yang baru kepada para pemakai.
- 4) Laporan tahunan. Laporan tahunan merupakan suatu dokumen yang menjabarkan secara ringkas tentang hasil kegiatan dan status keuangan suatu organisasi atau lembaga selama setahun berlalu dan memberikan kerangka rencana untuk masa yang akan datang.
- 5) *Bookmark*. *Bookmark* sering juga disebut dengan pembatas buku merupakan suatu tanda yang fisiknya tipis, biasanya dibuat dari kertas atau kulit. *Bookmark* digunakan untuk mengingat pembaca pada halaman yang telah dibaca, sehingga memudahkannya untuk kembali pada halaman sebelumnya dengan mudah.

- 6) Poster. Poster juga memberikan informasi yang sama seperti brosur.
- 7) *Booklet*. *Booklet* berisi sejumlah ide untuk iklan yang dicetak, tema-tema kampanye, kalender promosi dan sebagainya.
- 8) Dokumentasi. Dokumentasi merupakan sarana yang sangat efektif dalam menjalankan promosi perpustakaan. Dalam hal ini perpustakaan memiliki dokumentasi dari beberapa tahun seperti foto atau sebagainya.
- 9) Logo. Logo merupakan suatu desain grafis yang berhubungan dengan suatu institusi, lembaga beserta sumber atau koleksi dan layanan yang diberikannya. Suatu perpustakaan sebaiknya memiliki logo sendiri sebagai suatu identitas.
- 10) *Website*. Dengan mendesain *website* memungkinkan perpustakaan untuk menempatkan promosi perpustakaan berupa jasa dan layanan, koleksi atau informasi penting lainnya pada suatu perpustakaan untuk dinikmati oleh semua orang di dunia melalui internet.
- 11) Slogan. Slogan yang bijak dan lucu akan sangat membantu mempromosikan program dan pelayanan perpustakaan. Oleh karena itu diharapkan kreativitas dalam menciptakan slogan-slogan semacam tersebut.
- 12) Kampanye. Kampanye bertujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya perpustakaan dan program-programnya dalam meningkatkan pencapaian akademik.
- 13) Asosiasi, yaitu kegiatan pertemuan langsung dengan anggota perkumpulan.

Apapun media promosi yang digunakan, yang terpenting adalah jasa yang ada berhasil memenuhi kebutuhan informasi para pemakainya. Dari para pemakai ini, informasi keberhasilan jasa sebuah perpustakaan akan tersebar dari mulut ke

mulut. Citra perpustakaan semakin baik dan perpustakaan akan ramai dikunjungi, sehingga jasa dan layanan di perpustakaan dapat dimanfaatkan dengan baik.

2. Website

a. Pengertian Website

Secara terminologi (Wikipedia Bahasa Indonesia, 2001) *website* adalah kumpulan dari halaman-halaman situs yang biasanya terangkum dalam sebuah domain atau subdomain yang tempatnya berada di dalam *World Wide Web* (*WWW*) di internet. Sebuah halaman *website* adalah dokumen yang ditulis dalam format *HTML* (*Hyper Text Markup Language*) yang hampir selalu bisa diakses melalui *HTTP*, yaitu *protocol* yang menyampaikan informasi dari *server website* untuk ditampilkan kepada para pemakai melalui *web browser*. Semua publikasi dari *website* tersebut dapat membentuk sebuah jaringan informasi yang sangat besar.

Website adalah suatu sistem di internet yang memungkinkan semua orang bisa mengakses informasi. Dengan menggunakan teknologi informasi, informasi tersebut dapat diakses selama 24 jam dalam satu hari dan dikelola oleh mesin. Untuk mengakses informasi yang disediakan *website* diperlukan perangkat lunak yang disebut *web browser*. *Web browser* adalah program komputer yang menyediakan fasilitas untuk membaca halaman *website* di suatu komputer. *Website* adalah halaman situs, yaitu halaman di internet yang menyediakan informasi. Alamat dari *website* ini biasanya ditunjukkan berdasarkan *URL*-nya (Febrian, 2007: 449).

Menurut Saleh (2010: 120) *World Wide Web* adalah salah satu layanan yang didapat oleh pemakai komputer yang terhubung ke internet. Internet saat ini dianggap identik dengan *website*. *Website* ini menyediakan informasi bagi pemakai komputer yang terhubung ke internet.

Cara kerja *website* adalah sebagai berikut.

- 1) Informasi *website* disimpan dalam dokumen dalam bentuk halaman-halaman *website* atau *web page*.
- 2) Halaman *website* tersebut disimpan dalam komputer *server web*.
- 3) Sementara di pihak pemakai ada komputer yang bertindak sebagai komputer *client* yang memiliki program untuk membaca halaman *website* yang ada di *server web*.
- 4) *Browser* membaca halaman *website* yang ada di *server web*.

b. Pembagian Website

Aplikasi *website* dapat dibagi menjadi dua kategori (Seri..., 2006: 2).

- 1) *Website* statis

Website statis adalah *website* yang berisi atau menampilkan informasi-informasi yang sifatnya statis (tetap). Artinya, interaksi pengguna hanya sebatas informasi yang ada dan tidak bisa mengubahnya karena informasi tersebut hanya bisa diubah oleh administrator. Untuk mengetahui suatu *website* bersifat statis atau dinamis dapat dilihat dari tampilannya. Jika *website* hanya berhubungan dengan halaman *website* lain dan berisi suatu informasi yang tetap, maka *website* tersebut disebut statis.

Pada *website* statis, pengguna hanya dapat melihat isi dokumen pada halaman *website* dan apabila diklik akan berpindah ke halaman *website* yang lain. Interaksi pengguna hanya terbatas dapat melihat informasi yang ditampilkan, tetapi tidak dapat mengolah informasi yang dihasilkan. *Website* statis biasanya merupakan *HTML* yang ditulis pada teks dan disimpan dalam bentuk html.

2) *Website* dinamis

Website dinamis adalah *website* yang menampilkan informasi serta dapat berinteraksi dengan pengguna. *Website* yang dinamis memungkinkan pengguna untuk berinteraksi menggunakan *form* sehingga dapat mengolah informasi yang ditampilkan. *Website* dinamis bersifat interaktif, tidak kaku, dan terlihat lebih indah.

c. Tujuan Pembuatan *Website*

Menurut Sutisna (2007: 10) tujuan pembuatan *website* sangat beragam. Jika dikelompokkan dapat dibedakan menjadi beberapa kategori, di antaranya sebagai berikut.

1) *e-Commerce* (pasar internet)

e-Commerce (pasar internet) merupakan proses hubungan dagang atau bisnis untuk memudahkan pembelian atau penjualan antarperusahaan yang dilakukan di internet. Kegiatan *e-Commerce* seperti *shopping online*, yaitu belanja atau membeli sesuatu di internet dengan proses pembayaran menggunakan kartu kredit dan transfer.

2) Alat pemasaran (*marketing tools*)

Website dibuat untuk menampilkan informasi produk atau jasa dari suatu perusahaan dengan tujuan menjangkau minat konsumen. *Website* sebagai promosi tampilannya pun terkadang sederhana tapi didesain sedemikian rupa agar tampak menarik. *Website* ini tidak menyediakan penjualan *online*, tetapi pengunjung diberi informasi untuk mendapatkan produk atau jasa yang dipromosikan.

3) *e-Learning*

e-Learning merupakan proses pembelajaran yang dilakukan secara *online*, yang tidak mengharuskan siswa bertatap muka dengan pengajar. Sekarang belajar berbagai pengetahuan tidak hanya di bangku sekolah atau melalui buku tapi semua tempat bisa dijadikan tempat belajar dengan bantuan keberadaan *website*. *e-Learning* merupakan salah satu metode pembelajaran jarak jauh, siswa dan guru berinteraksi melalui komputer yang terhubung dengan internet tanpa harus tatap muka.

4) Nilai tambah (*value added*)

Memiliki *website* merupakan bagian penting bagi citra perusahaan saat ini. Perusahaan yang memiliki *website* dianggap lebih responsif, lebih informatif dan lebih canggih dari perusahaan lain yang tidak memiliki *website*. Jadi keberadaan *website* memberi nilai tambah bagi suatu perusahaan dan memiliki kebanggaan tersendiri untuk membangun citra yang baik.

5) *e-News* (berita-berita)

e-News berisi berita-berita yang dapat diakses di seluruh dunia. Informasi *website* lebih cepat diakses dari pada berita pada koran dan majalah karena informasi *website* bersifat *online* dan selalu terbaru setiap waktu.

6) Komunitas

Situs ini mewadahi pengguna untuk bisa bertukar informasi atau bahkan berdiskusi. Salah satu fasilitas yang terdapat pada situs kategori ini adalah forum *online*. Pengunjung yang ingin bergabung dalam forum diminta untuk daftar terlebih dahulu sebelum menggunakan fasilitas yang disediakan oleh pengelola *website*.

7) *Personal*

Situs ini berisi tentang informasi pribadi seseorang, misalnya tokoh, artis, selebritis, dan sebagainya. Saat ini semua orang bisa memiliki situs pribadi dengan adanya *weblog*.

d. Tipografi dalam *Website*

Jefkins (1996: 248) mengatakan tipografi adalah seni memilih jenis huruf yang tersedia. Tipografi berarti menggabungkan jenis huruf yang berbeda, menggabungkan sejumlah kata yang sesuai dengan ruang yang tersedia, dan menandai naskah untuk proses penyetakan, menggunakan ketebalan, dan ukuran huruf yang berbeda.

Tipografi dan huruf sering digunakan secara bersamaan dan saling berganti tempat (*Seri...*, 2007: 170). Tipografi adalah karakter desain yang disatukan oleh anatomi visual, sedangkan huruf adalah satuan karakter komplet dalam satu desain, ukuran, bentuk, atau tipe gaya.

Jenis-jenis huruf yang biasa digunakan dalam mendesain *website* (*Seri...*, 2007: 175) adalah huruf *Sans Serif*. Huruf *Sans Serif* memiliki ciri-ciri, yaitu tidak memiliki kait, hanya batang dan tangkai saja, sederhana dan akrab, sangat mudah

dibaca, dan cocok untuk *website*, *e-book*, CD, tampilan desain monitor dan baik pula untuk tampilan televisi. Contoh huruf *Sans Serif*, yaitu *Arial*, *Switzerland*, *Tahoma* dan *Avant Garde*. Kesan yang ditimbulkan oleh huruf jenis ini adalah modern, kontemporer dan efisien. Huruf ini digunakan karena terlihat lebih sederhana dan lebih mudah dibaca pada berbagai ukuran.

e. Teori Warna

Warna menurut (Prawira, 1989: 4) adalah salah satu unsur keindahan dalam seni dan desain selain unsur-unsur lainnya, seperti garis, bidang, bentuk, nilai, dan ukuran. Warna termasuk unsur yang nampak dan visual, dengan warna dapat membedakan sebuah bentuk dari sekelilingnya.

Dari tujuh warna yang diperoleh dari representasi sinar putih dapat diperoleh ratusan warna lain. Pada dasarnya seluruh warna yang ada di dunia diturunkan dari tiga warna dasar yang biasa disebut warna primer. Dari warna primer ini dapat diperoleh kelompok warna lain, yaitu warna sekunder dan tersier (*Seri...*, 2007: 249-252).

1) Warna primer

Warna primer, yaitu warna yang menjadi dasar dari semua warna yang ada dengan mencampur dua di antara tiga warna primer akan diperoleh warna lain yang disebut dengan sekunder. Warna primer adalah merah, kuning dan biru.

2) Warna sekunder

Warna sekunder adalah warna gabungan dari dua warna primer. Warna merah bila dicampur dengan warna kuning akan menghasilkan warna oranye, kuning dengan biru menghasilkan warna hijau dan biru dengan merah menghasilkan ungu.

3) Warna tersier

Warna tersier adalah warna yang diperoleh dari perpaduan antara warna primer dan sekunder.

4) *Hue*

Salah satu karakter warna adalah warna *hue*. *Hue* adalah nama warna untuk merah, biru laut, oranye, ungu, lavender, biru kehijau-hijauan. *Hue* adalah beberapa warna absolut dari pelangi.

Psikologi warna (*Seri ...*, 2007: 262-270) yaitu sebagai berikut.

1) Biru

Warna ini melambangkan kedamaian, tenang, reda, stabil, harmoni, kesatuan, kebenaran, kepercayaan, keamanan, kebersihan, tata tertib, loyalitas, langit, air, dingin, teknologi dan depresi. Biru dapat memberi perasaan damai, suhu tubuh rendah dan mengurangi hasrat. Biru mengingatkan pada warna bisnis karena biru merefleksikan kepercayaan. Biru juga sering mengingatkan kepada warna keamanan global.

2) Hitam

Warna hitam melambangkan kekuatan, seksualitas, pengalaman duniawi, formalitas, elegan, kesejahteraan, misteri, ketakutan, kejahatan, anominitas, tidak bahagia, gaya. Hitam berarti keburukan, penyesalan yang mendalam, ramah, teknik warna yang baik, berdukacita dan kematian.

3) Hijau

Hijau adalah warna yang sering disebut warna favorit. Hijau merepresentasikan alam, lingkungan, kesehatan, keberuntungan, pembaharuan,

kemudahan, kekuatan, musim semi, kemurahan hati, kesuburan, kecemburuan, kurang pengalaman, iri dan kemalangan. Hijau adalah kualitas kesejukan yang menyejukkan, menyenangkan dan menjadi kekuatan yang menyembuhkan. Warna hijau sering dipakai dalam ruang bedah oleh dokter.

4) Oranye

Oranye adalah kombinasi dari warna kuning dan merah. Oranye mengekspresikan energi. Ini adalah kualitas cahaya dan digunakan untuk mendapat perhatian, seperti peringatan tanda. Oranye membawa ingatan pada labu dan *halloween*. Ini adalah simbol keseimbangan, kehangatan, antusiasme, semangat, cemerlang dan tuntutan perhatian.

5) Ungu

Ungu melambangkan keluarga raja, spritualitas, perayaan, misteri, transformasi, kebijaksanaan, pencerahan, kebengisan, arogansi, dan dukacita. Ungu mengingatkan pada sebuah warna yang eksotik. Warna ungu dibuat dari kelenjar getah dari siput. Ini memerlukan ratusan siput untuk menghasilkan satu gram zat pewarna. Itulah sebabnya warna ini hanya digunakan untuk para bangsawan. Sekarang warna ungu marak digunakan untuk usaha yang kreatif.

6) Merah

Merah adalah warna yang digunakan untuk menarik perhatian. Merah adalah warna hangat dan warna yang energik dalam spektrum warna. Warna merah digunakan untuk cinta, marah, hasrat, kecepatan, keberanian, kekejaman, kemarahan, tanda keluar darurat, tanda berhenti dan darah. Warna merah menggambarkan perkelahian, tekanan darah, dan jantung yang berdetak kencang.

Warna merah sebaiknya tidak dipilih untuk ruang psikiater, penjara atau rumah sakit.

7) Putih

Putih menunjukkan makna penghormatan, kemurnian, kesederhanaan, kebersihan dan damai. Warna putih juga menunjukkan kerendahan hati, kecermatan, dan keadaan tidak berdosa. Warna putih diibaratkan dengan muda, burung, musim dingin, salju, kabajikan, steril dan perkawinan.

8) Kuning

Kuning menggambarkan kegembiraan, kebahagiaan, optimisme, idealisme, dan imajinasi. Warna kuning menggambarkan imajinasi, inspirasi, harapan, matahari tenggelam, musim, emas, dan filsafat. Kuning secara negatif berarti ketidakjujuran, penipuan, kesakitan dan bahaya.

Warna kuning menurut Prawira (1989: 60) mempunyai suatu pembawaan yang intelektual, dengan kata lain warna kuning adalah warna yang intelektual. Kuning adalah warna cerah karena sering dilambangkan sebagai kesenangan atau kelincahan.

F. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penulisan makalah ini adalah metode deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui pengamatan langsung atau observasi dan wawancara serta kepustakaan. Kepustakaan menggunakan buku dan bacaan yang dianggap penting serta mengambil intisari dari bacaan tersebut yang sesuai dengan informasi yang berkaitan dengan permasalahan yang dibahas dalam makalah ini.