

ABSTRAK

Perpustakaan perlu melakukan promosi sebagai upaya mengenalkan diri kepada pemustaka sehingga pemustaka tertarik untuk memanfaatkan fasilitas dan layanan yang disediakan. Penelitian ini berjudul “Efektivitas Promosi Menggunakan *UI Lib. Berkala* terhadap Minat Kunjung Pemustaka di Perpustakaan Universitas Indonesia”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengkaji efektivitas promosi menggunakan *UI Lib. Berkala* terhadap minat kunjung pemustaka di Perpustakaan Universitas Indonesia. Penelitian ini menggunakan desain penelitian kuantitatif dengan jenis deskriptif. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Indonesia pengunduh *UI Lib. Berkala* yang berjumlah 76.362 orang. Sampel yang digunakan yaitu 270 responden yang ditentukan berdasarkan tabel *Isaac* dan *Michael* dengan taraf kesalahan 10% dan pengambilan sampel secara *accidental sampling*. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu *digital newsletter* (X) sebagai variabel bebas dan minat kunjung (Y) sebagai variabel terikat. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner, wawancara, dan dokumentasi. Analisis data dilakukan dengan deskriptif kuantitatif. Pengujian hipotesis menggunakan teknik analisis korelasi *Spearman*. Berdasarkan analisis deskriptif kuantitatif diketahui *mean* total nilai *digital newsletter* (X) yaitu 3,51 dan masuk dalam kategori efektif dengan nilai *mean* tertinggi pada indikator *post to publicize* yaitu 3,71 dan nilai *mean* terendah pada indikator *titles of articles* yaitu 3,35. Selanjutnya diketahui *mean* total nilai minat kunjung (Y) yaitu 3,45 dan masuk dalam kategori efektif dengan nilai *mean* tertinggi pada indikator berkunjung untuk tujuan memperoleh sesuatu yang baru (ilmu pengetahuan) yaitu 3,76 dan nilai *mean* terendah pada indikator berkunjung untuk menyelesaikan tugas atau pekerjaan yaitu 3,25. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis menggunakan korelasi *Spearman* antara variabel *digital newsletter* (X) dengan variabel minat kunjung (Y) didapatkan nilai sebesar 0,567 dan nilai signifikansi yang diperoleh 0,000 lebih kecil dari 0,05. Maka H_1 diterima dan H_0 ditolak yang berarti ada hubungan yang positif dan signifikan antara efektivitas promosi menggunakan *UI Lib. Berkala* terhadap minat kunjung pemustaka di perpustakaan Universitas Indonesia.

Kata Kunci: *digital newsletter*, minat kunjung, perpustakaan Universitas Indonesia.