

KOMUNIKASI PERSUASIF SEBAGAI KETERAMPILAN SOSIAL PUSTAKAWAN DALAM MASYARAKAT

Nurul Alifah Rahmawati*
Arif Cahyo Bachtiar**

Abstract: *Communication is one important element in ensuring the success of an activity in the library. One type of communication that must be owned by everyone, especially librarians is persuasive communication. This communication is meant to influence people's choices. It is not only applied in the library but also implemented outside the library that is in the community environment. By conducting persuasive communication within the library, librarians are able to persuade or invite users to find solutions to their problems by utilizing library services. Meanwhile, in the midst of society, they must be able to influence the surrounding community to use the right information to solve the problems faced in their life.*

Keywords: *persuasive communication, librarian, society*

Pendahuluan

Sebagai makhluk sosial, manusia selalu berinteraksi dengan manusia lainnya dalam kehidupan sehari-hari. Interaksi sesama manusia tentunya melahirkan informasi di dalamnya. Untuk mendapatkan informasi yang baik maka harus dikomunikasikan secara baik juga. Komunikasi memang selalu ada pada setiap kegiatan manusia. Banyak ahli yang membahas bidang sosial yang selalu menyentuh bidang komunikasi, baik ia ditempatkan sebagai pusat kajian maupun hanya sebagai satu aspek atau sudut panjang saja. Artinya, hampir semua kajian sosial selalu melibatkan komunikasi sebagai salah satu komponennya.¹

* Mahasiswa Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

** Pustakawan STIKES Wira Husada Yogyakarta

¹Pawit M.Yusuf. *Ilmu Informasi komunikasi dan kepastakawanan*. (Jakarta: Bumi Aksara. 2009), 2

Dalam konteks perpustakaan, komunikasi merupakan sebuah unsur penting dalam berjalannya kegiatan di perpustakaan. Secanggih apapun perpustakaan, komunikasi harus tetap berjalan, baik itu antar pustakawan, maupun antar pustakawan dan pengguna. Karena hal itu berkaitan dengan penyampaian informasi di dalam perpustakaan. Salah satu komunikasi yang harus dimiliki oleh setiap orang khususnya penyedia informasi yaitu komunikasi persuasif. Winston Brembeck dan William Howel dalam buku komunikasi persuasif karya Dedy Djamaludin Malik mendefinisikan bahwa komunikasi persuasif adalah komunikasi yang dimaksudkan untuk mempengaruhi pilihan orang.² Dalam melakukan pelayanan sumber informasi, seorang pustakawan membutuhkan kemampuan komunikasi yang baik untuk mempengaruhi pemustakaanya.

Selain komunikasi di dalam perpustakaan, pustakawan juga melakukan komunikasi di luar perpustakaan dengan masyarakat. Lalu bagaimana jika di luar perpustakaan? Peran pustakawan di dalam sebuah perpustakaan memang sangat penting, maka peran komunikasi seorang pustakawan di dalam perpustakaan merupakan hal yang sangat di perhatikan oleh pengguna karena berhubungan dengan informasi yang akan dicari pengguna di perpustakaan. Bagaimanapun pustakawan merupakan manusia dengan title makhluk sosial yang disandingnya. Pustakawan juga akan berinteraksi dengan masyarakat di luar perpustakaan. Lalu bagaimana peran pustakawan di dalam masyarakat? Apakah komunikasi pustakawan juga sangat diperhatikan di tengah-tengah masyarakat seperti komunikasi pustakawan ditengah pengguna di dalam perpustakaan? Pada makalah ini akan dibahas tentang kemampuan komunikasi persuasif seorang pustakawan di tengah masyarakat. Hal ini dirasa sangat penting, karena salah satu tugas pustakawan menurut penulis ialah promosi informasi, penyampai informasi kepada masyarakat, bukan hanya kepada pengguna di dalam perpustakaan.

²Dedy Djamaludin Malik. *Komunikasi Persuasif*. (Bandung: Remaja Rosdakarya. 1994), v

Landasan Teori

Pengertian Komunikasi

Komunikasi berasal dari bahasa latin “communicare” yang mempunyai arti berpartisipasi atau memberikan. Perkataan “communis” berarti milik bersama atau “berlaku dimana-mana”. Secara definitif yang dikemukakan oleh Carl I.Hoveland dalam Zamroni³ menyatakan sebagai berikut : “*Communication is the process by which an individual transmit stimuly (usually verbal symbols) to modify the behavior of another individuals*”. Komunikasi sebagai suatu proses menstimulasi dari seorang individu terhadap individu lain dengan menggunakan lambang-lambang yang berarti, berupa lambang kata untuk mengubah tingkah laku. Komunikasi menjadi sesuatu yang sangat penting dan tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia.

Menurut Louis Forsdale, ahli komunikasi dan pendidikan, dalam Muhammad⁴ bahwa “*communication is the precess by which a system is established, maintained, and altered by means of shared signals that operate according to rules*”. Komunikasi adalah suatu proses memberikan signal menurut aturan tertentu, sehingga dengan cara ini suatu sistem dapat didirikan, dipelihara, dan diubah. Pada definisi ini komunikasi juga dipandang sebagai suatu proses. Kata signal maksudnya adalah signal yang berupa verbal dan non verbal yang mempunyai aturan tertentu. Dengan adanya aturan ini menjadikan orang yang menerima signal yang telah mengetahui aturannya akan dapat memahami maksud dari signal yang diterimanya. Misalnya setiap bahasa mempunyai aturan tertentu baik bahasa lisan, tulisan, maupun bahasa isyarat.

Komunikasi merupakan saluran untuk menerima, pengaruh, perubahan, dan motivasi yang memungkinkan suatu organisasi dapat mencapai tujuannya. Tanpa komunikasi, tujuan organisasi tidak akan tercapai. Komunikasi merupakan bagian sentral dari suatu organisasi. Keberhasilan komunikasi dalam suatu organisasi merupakan modal penting bagi pencapaian tujuan organisasi yang berorientasi pada pengguna. Keberhasilan komunikasi yang tercermin dalam efektivitas

³Muhammad Zamroni. *Filsafat Komunikasi : Pengantar Ontologis, Epistemologis, Aksiologis* (Yogyakarta: Graha Ilmu., 2009), 4

⁴Arni Muhammad. *Komunikasi Organisasi*. (Jakarta: Bumi Aksara. 2007), 2

dan efisiensinya merupakan alat perekat antara pustakawan dan pengguna yang juga akan mempengaruhi nama baik organisasi.⁵ Jadi dalam hal ini komunikasi yang dilakukan oleh pustakawan untuk memanfaatkan sumber-sumber informasi yang ada di perpustakaan sangatlah penting. Berhasilnya komunikasi oleh pustakawan, berhasil pula mengangkat nama baik perpustakaan.

Komunikasi jelas tidak bisa dipisahkan dengan kehidupan manusia, baik secara individu maupun sebagai anggota masyarakat. Pendek kata, sekarang ini keberhasilan dan kegagalan seseorang dalam mencapai suatu yang diinginkan termasuk karir mereka, banyak ditentukan oleh kemampuan berkomunikasi. Karena komunikasi merupakan salah satu aktivitas yang sangat fundamental dalam kehidupan umat manusia. Sifat manusia untuk menyampaikan keinginan dan untuk mengetahui hasrat orang lain, merupakan awal keterampilan manusia berkomunikasi secara otomatis melalui lambang-lambang isyarat, kemudian disusul dengan kemampuan untuk memberi arti setiap lambang-lambang itu dalam bentuk bahasa verbal.⁶

Komunikasi di Perpustakaan

Perpustakaan sebagai suatu organisasi tentu tidak lepas dari adanya komunikasi. Komunikasi merupakan prinsip dasar terjadinya aksi dan reaksi dalam kehidupan manusia dalam berorganisasi seperti di lingkungan perpustakaan. Semakin jelas dan efektif berlangsungnya komunikasi, semakin banyak pula informasi yang dibutuhkan. Oleh karena itu, keberadaan perpustakaan sebagai unit informasi memerlukan bentuk komunikasi yang efektif dan efisien untuk berjalannya organisasi tersebut dengan baik. Komunikasi merupakan bagian penting pendukung keberadaan suatu organisasi, termasuk perpustakaan. Tanpa adanya komunikasi dalam organisasi, maka semua pihak hampir tidak mungkin bekerjasama satu sama lain.

⁵Tessa Simehate. "Efektivitas Komunikasi Persuasif Pustakawan dan Komunikasi Pemasaran Perpustakaan Unimed terhadap Kepuasan Pengguna," *Jurnal Pendidikan Ilmu-ilmu Sosial* 7, no. 1(2015): 108, <http://jurnal.unimed.ac.id/2012/index.php/jupiis/article/view/2304>

⁶Hafied Cangara. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada. 2007), 4.

Berbagai bentuk komunikasi akan tercipta dalam perpustakaan, misalnya komunikasi antara pustakawan dan pengguna perpustakaan. Komunikasi tersebut kadang berlangsung secara formal, ketika pengguna mendapatkan pengarahan berupa data bibliografi oleh pustakawan. Namun dapat juga bersifat non formal atau santai, seperti sekedar sapaan oleh pustakawan kepada pengguna perpustakaannya. Jika dianalisa ke dalam komunikasi di perpustakaan formulasi Harold D. Laswell tentang unsur komunikasi ialah sebagai berikut:

1. *Who* (siapa)

Unsur siapa di sini ialah siapa yang mengirimkan pesan tersebut atau yang sering disebut komunikator. Dalam konteks perpustakaan yang menjadi pengirim pesan atau komunikator adalah pustakawan. Dalam perpustakaan, informasi yang ada atau yang menjadi koleksi perpustakaan yang dibutuhkan oleh pengguna wajib dilayankan secara maksimal oleh pustakawan. Dalam proses ini, peran pustakawan sebagai komunikator sangat penting agar komunikasi yang disampaikan kepada pengguna dapat diterima secara efektif. Pustakawan sangat berperan dalam penyampaian informasi baik secara langsung maupun tidak langsung. Pustakawan dapat mengemas sedemikian rupa suatu informasi agar dapat diterima dengan jelas oleh pengguna. Pada dasarnya pustakawan harus sering berkomunikasi dengan para pengguna agar dapat menjalin relasi yang baik antar pustakawan dan pengguna di dalam perpustakaan.

2. *Says what* (mengatakan apa)

Yang dimaksud mengatakan apa pada unsur ini dalam konteks perpustakaan ialah pesan atau informasi apa yang akan dikirimkan kepada pengguna. Pesan atau informasi ini dapat berupa verbal maupun non verbal. Informasi verbal atau langsung yang dapat disampaikan pustakawan kepada pengguna contohnya ialah tentang letak suatu bahan rujukan. Pustakawan dapat secara langsung menyampaikan kepada pengguna yang bertanya letak dari bahan rujukan yang akan dicari oleh pengguna. Informasi non verbal yang disampaikan pustakawan kepada pengguna dapat berupa kode-kode atau nomor-nomor yang diletakkan pada masing-masing rak di

perpustakaan. Hal ini merupakan suatu bentuk komunikasi atau pesan non verbal dari pustakawan kepada pengguna tentang letak buku di dalam rak yang akan dicari oleh pengguna.

3. *In Which Channel* (dengan saluran apa)

Unsur ini merupakan media yang digunakan untuk brekomunikasi atau menyampaikan informasi pustakawan kepada penggunanya. Di dalam perpustakaan, media yang sering digunakan oleh pustakawan untuk menyampaikan pesan atau informasi kepada pengguna salah satunya ialah dengan pengeras suara. Sebagai contoh, pustakawan memberitahukan bahwa perpustakaan pada kondisi tertentu tiba-tiba tutup tidak sesuai dengan jadwal yang tertera. Dengan media atau saluran pengeras suara ini, pesan yang disampaikan pustakawan akan dapat di dengar oleh para pengguna yang ada di dalam perpustakaan.

4. *To whom* (kepada siapa)

Dalam konteks perpustakaan, unsur ini ialah pengguna perpustakaan. Pengguna merupakan pihak yang menerima pesan atau informasi yang disampaikan oleh pustakawan. Dalam komunikasi di perpustakaan, pustakawan wajib mengetahui dan memperhatikan siapa yang diajak berkomunikasi. Hal ini terkait dengan simbol-simbol atau informasi-informasi yang disampaikan, serta ekspresi yang digunakan dalam komunikasi tersebut. Pustakawan harus mampu menyesuaikan hal tersebut sesuai dengan latar belakang pengguna.

5. *With what effect* (efek apa yang diharapkan)

Efek ialah respon terhadap informasi yang diterima oleh pihak penerima. Dalam konteks perpustakaan, ini adalah respon pengguna terhadap informasi yang diberikan oleh pustakawan. Respon ini sangat penting sebagai bahan evaluasi untuk pihak perpustakaan terkait dengan kepuasan pengguna mereka. Respon positif yang bisa dihasilkan dari informasi yang diberikan pustakawan ialah rasa lega atau puas dari pengguna setelah mendapatkan informasi yang mereka cari.

Eastabrook dalam Pawit M. Yusup⁷ menggambarkan model pelayanan informasi ini dengan mengibaratkan bahwa pustakawan diibaratkan sebagai operator telepon yang setiap saat bertugas menghubungkan antara sumber-sumber informasi dengan pemanggilnya atau pengguna. Sedangkan pengguna diibaratkan sebagai pemanggil yang mencoba memperoleh kemungkinan terbaik yang dihubungkan dengan lingkungan item informasi secara khusus. Pustakawan adalah tombol-tombol, garis-garis, dan stop kontak, yang mewakili pilihan-pilihan yang harus dibuat dalam rangka menyediakan informasi yang bernilai. Namun tugas pustakawan tidak sama dengan tugas operator telepon. Operator telepon kegiatannya pasif, sedangkan pustakawan tidak hanya pasif, karena bekerjanya atas dasar permintaan, namun juga aktif, yakni mencari dan berusaha menemukan informasi yang bermanfaat, kemudian dilayankan kepada anggota atau pengguna yang membutuhkan.

Pembahasan

Komunikasi Persuasif Pustakawan

Dedy Djamaluddin Malik dalam buku komunikasi persuasif⁸ mengutarakan beberapa definisi komunikasi persuasif. Diantaranya yang dikutip dari Ronald L. Applbaum dan Karl W.e. Anatol, persuasi adalah proses komunikasi yang kompleks ketika individu atau kelompok mengungkapkan pesan (sengaja atau tidak sengaja) melalui cara-cara verbal dan nonverbal untuk memperoleh respons tertentu dari individu atau kelompok lain. Sementara itu, Bettinghous merumuskan persuasi sebagai komunikasi manusia yang dirancang untuk memengaruhi orang lain dengan usaha mengubah keyakinan, nilai, atau sikap mereka. Sementara Wiston Brembeck dan William Howell dalam *Persuasion: A Means of Social Change* (1952) mendefinisikan persuasi sebagai usaha sadar untuk mengubah pikiran dan tindakan dengan memanipulasi motif-motif orang ke arah tujuan yang sudah ditetapkan. Namun pengertian tersebut kemudian

⁷ Pawit M. Yusuf. *Ilmu Informasi, Komunikasi, dan Kepustakaan*. (Jakarta: Bumi Aksara. 2009), 357-369

⁸Dedy Djamaluddin Malik. *Komunikasi Persuasif*. (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya. 1994), v-vi

direvisi menjadi komunikasi yang dimaksudkan untuk memengaruhi pilihan orang.

Dari beberapa definisi yang dikutip di atas, tampaknya terdapat dua orientasi pragmatis yang cukup menonjol untuk diamati. Pertama, ada rumusan-rumusan persuasi yang menitikberatkan pada orientasi sumber atau *persuader*. Orientasi pragmatis ini memandang proses persuasi sebagai suatu yang linier dan satu arah. Kecenderungan orientasi ini melihat khalayak yang dipersuasi (*Persuadee*) sebagai benda tak berdaya, atau pasif, yang siap menerima manipulasi peran dari para pembujuk, tanpa melibatkan konteks, dinamika, dan umpan balik penerima pesan. Sedangkan orientasi kedua, cenderung melihat persuasus sebagai hasil dinamika aktif dari sumber pesan dan penerima pesan. Komunikasi tidak dipandang sebagai pesan dan penerima pesan. Komunikasi tidak dipandang sebagai sesuatu yang linier, tetapi bersifat circular, yang sangat memperhatikan umpan balik, konteks, dan aktivitas si penerima pesan. Antara pemberi pesan dan penerima pesan terjadi proses saling memengaruhi melalui interaksi dan interrelasi antar sesama. Jadi, komunikasi persuasif disini dimaksudkan selain untuk memengaruhi keputusan seseorang, juga untuk mendapatkan timbal balik antara penerima dan pemberi pesan tersebut.

Kemampuan komunikasi persuasif ini merupakan salah satu keterampilan sosial yang seharusnya dimiliki oleh setiap pustakawan guna menunjukkan eksistensinya bahwa pustakawan sebagai tenaga profesi. Berdasarkan teori komunikasi persuasif diatas, komunikasi persuasif ini dapat mempengaruhi seseorang untuk melakukan suatu hal atau tidak, serta mengajak seseorang untuk mengikuti atau tidak. Ajakan pustakawan dapat membuat pemustaka/masyarakat lebih mengenal perpustakaan dan akan menggunakan sumber-sumber perpustakaan untuk memenuhi kebutuhannya. Sebagai contoh, dalam suatu perpustakaan sekolah terdapat seorang siswa yang menanyakan masalah dalam tugasnya kepada seorang pustakawan. Seorang pustakawan yang mampu berkomunikasi secara persuasif tidak langsung memberikan jawaban secara mentah kepada siswa tersebut, namun ia akan mengajak siswa tersebut menelusuri informasi pada sumber-sumber yang terdapat di dalam perpustakaan. Dengan memandu siswa untuk menelusur informasi

yang diinginkan oleh siswa, berarti hal tersebut sudah melatih siswa untuk gemar membaca.

Komunikasi yang dilakukan oleh pustakawan dan pemustaka tersebut disebut dengan komunikasi persuasif dan juga informatif karena mengandung informasi yang akurat dan dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya, selain itu juga bersifat mengajak atau membujuk pemustaka untuk menemukan solusi dari permasalahan-permasalahannya dengan memanfaatkan jasa perpustakaan. Komunikasi ini akan mempengaruhi para pemustakanya untuk gemar mencari informasi di perpustakaan, yaitu informasi ilmiah yang dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya.

Dengan adanya kemampuan komunikasi persuasif, pustakawan akan mampu meningkatkan minat baca bagi pemustakanya. Ajakan pustakawan dapat membuat pemustaka/masyarakat lebih mengenal perpustakaan dan akan menggunakan sumber-sumber perpustakaan untuk memenuhi kebutuhannya. Sebagai contoh, dalam suatu perpustakaan sekolah terdapat seorang siswa yang menanyakan masalah dalam tugasnya kepada seorang pustakawan. Seorang pustakawan yang mampu berkomunikasi secara persuasif tidak langsung memberikan jawaban secara mentah kepada siswa tersebut, namun ia akan mengajak siswa tersebut menelusuri informasi pada sumber-sumber yang terdapat di dalam perpustakaan. Dengan memandu siswa untuk menelusur informasi yang diinginkan oleh siswa, berarti hal tersebut sudah melatih siswa untuk gemar membaca.

Komunikasi persuasif pustakawan juga dapat dilakukan dengan cara *storytelling* dimana pustakawan dapat mengajak pengguna untuk membaca buku yang telah dibacakan terlebih dahulu. Apalagi jika itu adalah perpustakaan SD, pengguna akan sangat antusias dengan kegiatan ini. Dengan melakukan *storytelling*, pengguna akan semakin penasaran dengan isi buku tersebut dan secara tidak langsung hal tersebut akan mempengaruhi untuk membacanya sendiri.

Kemampuan komunikasi persuasif secara non verbal juga dapat dilakukan oleh pustakawan untuk mempengaruhi penggunanya agar gemar membaca antara lain dengan menempelkan spanduk atau sejenisnya. Media ini digunakan untuk promosi yang tujuannya

mengajak pengguna perpustakaan untuk gemar membaca. Dengan menempelkan media tersebut sebagai komunikasi persuasif secara non verbal, diharapkan minat baca pengguna perpustakaan semakin meningkat. Selain itu, dengan membuat desain perpustakaan semenarik mungkin juga dapat mengajak pengguna untuk datang ke perpustakaan. Seperti, mengecat dinding perpustakaan khususnya pada perpustakaan SD, sehingga perpustakaan akan semakin hidup dan menarik para siswa untuk datang ke perpustakaan.

Berdasarkan yang telah dijelaskan, keterampilan ini dirasa penting untuk dimiliki oleh pustakawan mengingat tugasnya yaitu untuk mencerdaskan kehidupan bangsa melalui bahan-bahan informasi yang dikelolanya di perpustakaan.

Komunikasi Persuasif Pustakawan dalam Masyarakat

Kemampuan komunikasi persuasif penting dimiliki oleh seorang pustakawan yang bukan hanya di dalam perpustakaan ketika pustakawan itu bekerja. Tetapi yang lebih penting di tengah-tengah masyarakat dimana pustakawan tersebut menjalani proses sosial. Ini merupakan salah satu keterampilan sosial yang sangat mungkin dimiliki oleh seorang pustakawan untuk menunjukkan eksistensinya memiliki profesi sebagai pustakawan di tengah-tengah masyarakat. Kemampuan ini juga akan menjadikan pustakawan memiliki ciri tertentu di tengah masyarakat. Jika dilihat dari teori komunikasi persuasif di atas, komunikasi ini merupakan komunikasi yang mempengaruhi keputusan orang lain, mempengaruhi pengetahuan orang lain dari yang semula tidak tahu menjadi tahu. Bagi pustakawan, mempengaruhi pengetahuan pengguna di dalam perpustakaan merupakan hal yang hampir setiap hari kerja dilakukan. Hal ini akan berbeda jika pustakawan berada di tengah-tengah masyarakat.

Kemampuan komunikasi persuasif ini dapat dilatih oleh pustakawan. Pustakawan di tengah-tengah masyarakat yang memiliki kemampuan ini akan mendapat perhatian lebih. Sebagai contoh, jika dalam sebuah rapat RT yang sedang menyelesaikan sebuah permasalahan tentang hama tanaman di sawah para warga. Pustakawan yang memiliki kemampuan komunikasi persuasif tentu akan menyampaikan beberapa solusi yang mungkin dilakukan oleh para warga, kemudian sebagai tindak lanjut, pustakawan akan

mempengaruhi serta membujuk para warga-warga tersebut untuk mencari sumber-sumber bacaan tentang hama tanaman yang ada di perpustakaan daerah misalnya. Hal tersebut merupakan salah satu contoh kecil dari kemampuan pustakawan dalam memecahkan masalah yang sedang di hadapi warga dimana pustakawan terserbut menjalani proses sosial. Pustakawan akan memberikan solusi berupa rujukan ke perpustakaan sebagai sumber informasi yang jelas dan akurat untuk menyelesaikan beberapa permasalahan-permasalahan yang dihadapi warga sekitar. Komunikasi yang disampaikan pustakawan kepada warga sekitar merupakan komunikasi yang informatif, atau mengandung informasi yang tentunya dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya. Pustakawan juga dapat menyaring atau mengemas terlebih dahulu informasi yang disampaikan agar dapat dipahami oleh masyarakat.

Kesimpulan

Dari uraian diatas, penulis dapat mengambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Kemampuan komunikasi persuasif pustakawan merupakan salah satu keterampilan sosial yang seharusnya dimiliki oleh setiap pustakawan guna menunjukkan eksistensinya bahwa pustakawan sebagai tenaga profesi.
2. Dengan melakukan komunikasi persuasif, pustakawan mampu mengajak atau membujuk pemustaka untuk menemukan solusi dari permasalahan-permasalahannya dengan memanfaatkan jasa perpustakaan.
3. Komunikasi persuasif pustakawan akan mempengaruhi para pemustakanya untuk gemar mencari informasi di perpustakaan, yaitu informasi ilmiah yang dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya.
4. Pustakawan sebagai makhluk sosial tentu tidak hanya berinteraksi dengan para pengguna di dalam perpustakaan. Pustakawan juga akan melakukan proses sosial dalam masyarakat di mana pustakawan itu tinggal.
5. Komunikasi persuasif seorang pustakawan di tengah-tengah masyarakat bisa menjadi salah satu keterampilan sosial yang dapat dimiliki. Pustakawan harus mampu mempengaruhi

masyarakat sekitar untuk menggunakan informasi yang tepat untuk menyelesaikan masalah-masalah yang dihadapi.

Daftar Pustaka

- Cangara, Hafied. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada. 2007.
- Malik, Dedy Djamiludin. *Komunikasi Persuasif*. Bandung: Remaja Rosdakarya. 1994.
- Muhammad, Arni. *Komunikasi Organisasi*. Jakarta: Bumi Kasara. 2007.
- Simehate, Tessa. "Efektivitas Komunikasi Persuasif Pustakawan dan Komunikasi Pemasaran Perpustakaan Unimed terhadap Kepuasan Pengguna," *Jurnal Pendidikan Ilmu-ilmu Sosial* 7, no. 1(2015): 108,<http://jurnal.unimed.ac.id/2012/index.php/jupiis/article/view/2304>
- Yusuf, Pawit M. *Ilmu Informasi komunikasi dan kepastakawanan*. Jakarta: Bumi Aksara. 2009.
- Zamroni, Muhammad. *Filsafat Komunikasi : Pengantar Ontologis, Epistemologis, Aksiologis*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009