

**PEMASARAN MAKLUMAT DAN
MEMENUHI KEPERLUAN PENGGUNA
DI PERPUSTAKAAN TUN ABDUL RAZAK
KAMPUS PUNCAK PERDANA:
PERSEPSI PENGGUNA**



IRDC

UNIVERSITI TEKNOLOGI MARA

DANG MERDUWATI HASHIM

MEI 2008

ISI KANDUNGAN

PERKARA

MUKA SURAT

Penghargaan	i
Isi kandungan	ii
Daftar jadual	iv
Abstrak	v

BAB 1: PENDAHULUAN

1.1	Latar belakang kajian	1
1.2	Objektif kajian	2
1.3	Penyataan masalah	2
1.4	Persoalan kajian	3
1.5	Kesimpulan	4

BAB 2: PERPUSTAKAAN TUN ABDUL RAZAK – KAMPUS PUNCAK PERDANA

5

2.1	Latar belakang	5
2.2	Koleksi PTAR-KPP	5
	2.2.1 Perkhidmatan dan kemudahan PTAR-KPP	7
2.3	Kesimpulan	15

BAB 3: KAJIAN LITERATUR

16

3.1	Pengenalan	16
3.2	Persepsi pengguna terhadap fungsi perpustakaan	17
3.3	Memahami keperluan maklumat pengguna	17
3.4	Kesimpulan	19

BAB 4: KAEDAH PENYELIDIKAN

4.0	Pengenalan	20
4.1	Reka bentuk kajian	20
	4.1.1 Temu bual kumpulan tumpuan	21
4.2	Reka bentuk persampelan	23
4.3	Reka bentuk temubual dan pengurusan teknik analisis	23
4.4	Pemerhatian	24
4.5	Penglibatan terus dengan perkhidmatan perpustakaan	24
4.6	Kesimpulan	24

BAB 5 : ANALISIS DAN DAPATAN

5.1	Pengenalan	25
5.2	Analisis temubual kumpulan tumpuan	25
5.3	Kesimpulan	38

BAB 6 : PERBINCANGAN, CADANGAN & KESIMPULAN

6.0	Pengenalan	39
6.1	Pemasaran maklumat	39
6.1.1	Produk	41
6.1.2	Harga	42
6.1.3	Tempat	42
6.1.4	Promosi	43
6.2	Cadangan	43
6.2.1	Pemetaan pengguna	44
6.2.2	Fungsi PTAR-KPP ditingkatkan	44
6.2.3	Penyebaran maklumat mengenai perkhidmatan perpustakaan	45
6.3	Kesimpulan	46

RUJUKAN	47
---------	----

SENARAI JADUAL

MUKA SURAT

JADUAL 2.2:	Koleksi PTAR-KPP	6
JADUAL 2.2.1:	Pangkalan data dalam talian	8
JADUAL 4.1.1:	Peserta	21
JADUAL 5.2:	Soalan moderator kepada kumpulan tumpuan	26
JADUAL 5.2.1:	Pentranskripsian dialog kumpulan tumpuan	28
JADUAL 6.0:	Jenis pengguna PTAR-KPP dan keperluan	40

ABSTRAK

Perpustakaan sebagai satu agensi maklumat bagi memenuhi keperluan maklumat warga universiti. Sewajarnya perpustakaan mempunyai perkhidmatan maklumat serta koleksi yang selari dengan keperluan semasa penggunaannya. Objektif kajian adalah : i) Mengetahui persepsi pengguna terhadap perkhidmatan PTAR-KPP; ii) Mengetahui cadangan pengguna bagi memenuhi keperluan maklumat mereka. Kajian ini telah dijalankan di UiTM, Kampus Puncak Perdana. Seramai 28 orang pelajar telah menjadi peserta tumpuan kajian. Pelbagai cadangan dan pandangan telah dikemukakan oleh peserta dan dapatan kajian dikategorikan kepada produk, promosi, penempatan dan harga / nilai.