Libratech: Journal of Library Archives and Technology
ISSN (P): - , ISSN (E): -
DOI : http://doi.org/10.32478/ Libratech. vxxix.xx-xx
Article Type : xxxx

PENGEMBANGAN GAMIFIKASI SEBAGAI MEDIA PROMOSI PERPUSTAKAAN SMP MARDI YUANA CILEGON

Sekar Dwi Gardini[1], Setiawan[2]
Universitas Negeri Malang; Jl. Cakrawala No.5, Sumbersari, Kec. Lowokwaru, Kota Malang, Jawa Timur
e-mail: 1. sekar.dwi.2002135@students.um.ac.id, 2. setiawan@um.ac.id

Corresponding author: Email: sekar.dwi.2002135@students.um.ac.id

Submission Track:
Submission : 10-10-2025
Accept Submission : 05-11-2025
Available Online : 25-11-2025

Copyright @ 2024 Author

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0

Abstrak.

Perpustakaan Nirmala SMP Mardi Yuana Cilegon telah mengimplementasikan permainan digital Ular Tangga sebagai media promosi layanan. Penggunaan gamifikasi, yaitu penerapan elemen permainan untuk memecahkan masalah, bertujuan untuk menarik perhatian siswa dan membuat mereka memahami layanan perpustakaan dengan cara yang menyenangkan. Penelitian ini menggunakan metode *Game Development Life Cycle* (GDLC) yang sistematis dan terdiri dari enam tahapan: inisiasi (penentuan masalah dan konsep), pra-produksi (pembuatan desain dan narasi), produksi (pembuatan visual, audio, dan kode), pengujian (mencari kesalahan teknis), beta (uji coba terbatas dengan pengguna), dan rilis (penyempurnaan produk). Data untuk penelitian ini dikumpulkan melalui pendekatan kuantitatif dan kualitatif. Dua dosen ahli di bidang teknologi pendidikan dilibatkan sebagai validator media dan materi, sementara siswa SMP Mardi Yuana Cilegon menjadi subjek penelitian. Hasil evaluasi menggunakan kuesioner skala Likert dan catatan statistik kunjungan menunjukkan bahwa produk yang dikembangkan, yaitu game Ular Tangga berbasis digital, sangat layak. Uji coba ahli media memperoleh validitas 97%, ahli materi 71,6%, dan uji coba skala kecil 90%. Secara keseluruhan, pengembangan gamifikasi ini terbukti efektif dalam menarik minat siswa untuk berkunjung ke perpustakaan. Game Ular Tangga ini tidak

hanya menjadi sarana promosi, tetapi juga media interaktif yang berhasil menyampaikan informasi layanan perpustakaan secara efisien.

The Nirmala Library at Mardi Yuana Junior High School in Cilegon has implemented a digital Snakes and Ladders game as a promotional medium for its services. The use of gamification, which is the application of game elements to solve problems, aims to attract students' attention and help them understand library services in a fun way. This study used a systematic Game Development Life Cycle (GDLC) method consisting of six stages: initiation (problem and concept determination), pre-production (design and narrative creation), production (visual, audio, and code creation), testing (searching for technical errors), beta (limited testing with users), and release (product refinement). Data for this study was collected through quantitative and qualitative approaches. Two lecturers who are experts in the field of educational technology were involved as media and material validators, while students from Mardi Yuana Cilegon Junior High School were the research subjects. The results of the evaluation using a Likert scale questionnaire and statistical records of visits showed that the developed product, namely the digital-based Snakes and Ladders game, was very feasible. The media expert trial obtained a validity of 97%, the material expert trial 71.6%, and the small-scale trial 90%. Overall, the development of this gamification proved to be effective in attracting students to visit the library. The Snakes and Ladders game is not only a promotional tool but also an interactive medium that successfully conveys library service information efficiently.

Keywords. *Game, Promotional Media, Library*

A. PENDAHULUAN.

Perpustakaan digital atau perpustakaan *online* membawa perubahan besar ke era modern (Borgman, 2003). Akses ke informasi menjadi lebih luas dan lebih mudah untuk menghubungi lebih banyak orang secara global. Dengan adanya koneksi internet, perpustakaan digital, *Google Books,* dan *Internet Archive* memberikan akses kepada siapa saja untuk menjelajahi koleksi perpustakaan tanpa harus keluar rumah.

Seiring dengan kemajuan teknologi, perpustakaan telah mengalami transformasi yang signifikan. Perpustakaan mulai dianggap sebagai pusat informasi pada akhir abad ke-20, sesuai dengan perkembangan teknologi digital (Dillon et al., 2005). Namun,

Vol. …. No. …. bulan ….. tahun ……

kemudian muncul pertanyaan tentang relevansi perpustakaan di era dimana teknologi informasi semakin mudah diakses (Palfrey, 2015).

Perpustakaan hanya tempat menyimpan buku. Sekarang ia telah menjadi pusat belajar yang aktif. Perpustakaan di perguruan tinggi, misalnya telah bertransformasi menjadi area "*Information Commons*" yang menyediakan layanan lengkap, termasuk akses daring, panduan belajar, dan tempat untuk berkolaborasi (Spencer, 2017).

Menurut Ibrahim Bafadal (2014:5) perpustakaan yang ada di sekolah tampaknya bermakna jika mereka membantu mencapai tujuan pendidikan sekolah dengan sungguh-sungguh. Pemustaka bukan sekedar mempunyai prestasi unggulan di bidang akademik, tetapi mereka juga memiliki kemampuan untuk, menemukan, menelusuri, memfilter, dan mengevaluasi informasi. Demikian pemustaka menjadi terbiasa dengan belajar mandiri, amanah, dan mudah beradaptasi dengan teknologi dan ilmu pengetahuan yang terus berkembang. Perpustakaan sekolah terletak di lembaga pendidikan sekolah menjadi bagian penting dari sekolah yang bersangkutan. Mereka juga berfungsi sebagai sumber belajar untuk membantu mencapai tujuan pendidikan sekolah yang bersangkutan.

Menurut penelitian, minat pemustaka untuk berkunjung ke perpustakaan dapat meningkat apabila mereka memiliki keinginan dalam berkunjung ke perpustakaan, fasilitas yang mendukung, serta kegiatan promosi yang menarik. Oleh karena itu, peneliti harus berpikir kreatif saat menyediakan media promosi. Namun, apa jadinya jika kita mengetahui bahwa pengunjung perpustakaan kurang tertarik, banyak institusi pendidikan memiliki perpustakaan, tetapi mereka tidak memperhatikan betapa pentingnya perpustakaan (Irawan, 2012), karena perpustakaan hanya didirikan sebagai formalitas, tanpa adanya dukungan dari pihak sekolah, perpustakaan hanya berfungsi sebagai penyimpanan buku, yang mengakibatkan penurunan minat pengunjung perpustakaan. Untuk mengatasi rendahnya minat kunjung pemustaka, pemerintah, lembaga pendidikan, dan masyarakat harus mengambil tindakan dan perhatian yang sangat penting (Ainun et al., 2024).

Dua faktor menurunnya kunjungan ke perpustakaan yaitu faktor internal dan eksternal. Faktor internal mencakup kesadaran masyarakat, sedangkan faktor eksternal mencakup fasilitas yang tidak memadai, tata buku yang tidak sesuai, dan pelayanan yang

buruk, waktu yang terbatas, dan keterbatasan akses terhadap teknologi yang semakin berkembang. Faktor-faktor inilah yang mengurangi keinginan pemustaka untuk mengunjungi perpustakaan (Efendi, 2023). Minat kunjung ke perpustakaan adalah tindakan mendatangi tempat tersebut dengan tujuan untuk mengetahui koleksi buku dan fasilitas yang tersedia (Inabah, 2020). Berkurangnya minat kunjungan perpustakaan menjadi salah satu permasalahan yang tak bisa diabaikan, tentunya akan berdampak pada pemanfaatan perpustakaan. Promosi yang baik sangat penting untuk meningkatkan minat kunjung serta kesadaran pemustaka mengenai pentingnya perpustakaan sebagai sumber belajar. Salah satu strategi yang bisa dipakai yaitu dengan membangun pengalaman menyenangkan dan memikat pemustaka. Umumnya pemustaka lebih sering memakai teknologi dan media sosial sehingga bisa menjadi saluran efektif untuk mempromosikan perpustakaan dan meningkatkan minat kunjung perpustakaan.

Promosi perpustakaan bertujuan guna memperkenalkan perpustakaan ke masyarakat umum, yang targetnya adalah pembaca tertentu (Putri & Irhandayaningsih, 2025). Promosi berarti upaya atau peningkatan aktivitas guna mengoptimalkan peran perpustakaan sebagai aktivitas pembelajaran (Munisah, 2019)

Salah satu kegiatan promosi di perpustakaan adalah dengan cara memanfaatkan teknologi. Hal ini bisa dilakukan oleh perpustakaan umum, perpustakaan perguruan tinggi, dan perpustakaan sekolah. Salah satu perpustakaan sekolah yang masih belum memanfaatkan teknologi secara optimal adalah SMP Mardi Yuana Cilegon.

Meskipun perpustakaan memiliki berbagai koleksi buku dan informasi yang bermanfaat, promosi yang kurang kreatif dapat menyebabkan minimnya kunjungan dan pemanfaatan sumber daya yang ada. Berdasarkan data pengunjung dari bulan Januari hingga bulan Agustus tahun 2024 dapat diketahui bahwa jumlah kunjungan pemustaka ke Perpustakaan Nirmala SMP Mardi Yuana Cilegon tidak konsisten setiap bulannya. Kita mendapat gambaran bahwa pada bulan Januari perpustakaan mengalami lonjakan pengunjung yang cukup signifikan. Namun pada bulan-bulan tertentu kunjungan di perpustakaan mengalami penurunan. Contohnya pada bulan Maret hanya terdapat 1 pengunjung, serta pada bulan Juni, dan Juli tidak terdapat pengunjung yang terdaftar di perpustakaan.

Beberapa hal yang dapat mempengaruhi minat pemustaka untuk mengunjungi perpustakaan termasuk koleksi yang lengkap, pelayanan pustakawan yang ramah, dan suasana yang nyaman. Untuk mendorong minat pemustaka terhadap kunjungan, guru dan pustakawan harus memotivasi pemustaka. Mereka juga harus memiliki cara kreatif untuk menciptakan minat dalam kunjungan untuk guru dan pemustaka. Sehingga, pustakawan bisa menjadi contoh yang lebih baik kepada pemustaka.

Sebagai upaya meningkatkan minat kunjung di perpustakaan, penerapan gamifikasi bisa dijadikan salah satu pilihan pengembangan lebih efektif. Implementasi unsur-unsur permainan dalam konteks non permainan untuk meningkatkan dorongan, partisipasi, dan hasil disebut gamifikasi. Pendekatan ini bisa mengubah pengalaman yang biasanya dianggap membosankan menjadi lebih menarik dan menyenangkan. Dengan gamifikasi perpustakaan, pengunjung lebih tertarik untuk menggunakan layanan dan belajar tentang lingkungan perpustakaan (Hartono, 2019).

Perpustakaan Nirmala yang bertempat di SMP Mardi Yuana Cilegon belum melakukan kegiatan promosi secara optimis. Perangkat yang terdapat di perpustakaan tersebut belum terpenuhi dengan sistem gamifikasi, sehingga perlu dilakukan pengembangan gamifikasi guna meningkatkan minat kunjung para pemustaka sesuai dengan misi dari perpustakaan yaitu menjadikan pusat literasi dan sumber informasi dalam peningkatan mutu pembelajaran dan meningkatkan sumber bacaan perpustakaan digital melalui *e-library* dan meningkatkan sarana dan prasarana perpustakaan.

Upaya untuk meningkatkan nilai kunjung perpustakaan dengan pengembangan gamifikasi guna mempromosikan perpustakaan yang diharapkan menarik minat kunjung pemustaka di Perpustakaan Nirmala SMP Mardi Yuana Cilegon. Identifikasi masalah yang diambil dari penelitian adalah rendahnya minat kunjung perpustakaan, keterbatasan sumber daya, persaingan dengan media hiburan digital, dan kurangnya inovasi dalam promosi perpustakaan.

Dari penjabaran di atas, maka perlu dilakukan pengembangan gamifikasi sebagai media promosi perpustakaan SMP Mardi Yuana Cilegon. Sehingga, penelitian ini bisa mengembangkan konsep gamifikasi yang efektif untuk dipakai menjadi media promosi Perpustakaan Nirmala SMP Mardi Yuana Cilegon, serta untuk mengeksplorasi

dampaknya terhadap kurangnya minat kunjung pemustaka dan keterlibatan pemustaka dalam menggunakan perpustakaan.

Berdasarkan berbagai informasi yang dijabarkan diatas, dirumusakan yaitu : bagaimana tahapan pengembangan gamifikasi sebagai media promosi perpustakaan SMP Mardi Yuana Cilegon dan bagaimana kelayakan gamifikasi sebagai media promosi perpustakaan SMP Mardi Yuana Cilegon. Tujuan penelitian berdasarkan informasi yang dijabarkan yaitu: untuk mengetahui tahapan pengembangan gamifikasi sebagai media promosi perpustakaan SMP Mardi Yuana Cilegon dan untuk mengetahui kelayakan gamifikasi sebagai media promosi di perpustakaan SMP Mardi Yuana Cilegon. Manfaat penelitian dibagi menjadi beberapa bagian yaitu ada manfaat bagi perpustakaan, bagi peneliti, dan bagi masyarakat. Berdasarkan spesifikasi produk pengembangan game ini peneliti melakukan proses pengkodean, menajemen data, dan animasi menggunakan website figma dan microssoft visual studio pemrograman #C penggabungan antara pengkodean dan aset melalui aplikasi unity.

Tinjauan Pustaka

Game adalah bentuk ekspresi seni yang memungkinkan pemain membuat keputusan strategis dalam mengelola sumber daya melalui elemen-elemen permainan guna meraih tujuan (Rizal & Aryato, 2017). Perkembangan teknologi telah memungkinkan pembuatan *game* yang lebih kompleks, sehingga makna *game* semakin meluas. *Game* memiliki peran penting dalam mengembangkan kemampuan generasi muda untuk menentukan pilihan, meningkatkan kemampuan pemahaman, membentuk kebiasaan yang baik, dan meningkatkan keterlibatan mereka dengan perpustakaan (Sari & Alfiyan, 2023). Dengan adanya layanan *game* di perpustakaan, diharapkan pengunjung dapat menikmati cara yang menyenangkan dan interaktif untuk menjelajahi informasi dan koleksi yang tersedia.

Permainan yang dikembangkan ini merupakan versi dua dimensi yang telah dimodifikasi untuk kepentingan promosi perpustakaan sekolah tergolong dalam *genre board game* edukatif. Di mana, menggabungkan keseruan permainan papan tradisional dengan unsur pembelajaran ringan melalui integrasi materi informatif seputar perpustakaan. *Game* ini termasuk ke dalam kategori *board game* karena dimainkan di atas papan yang memiliki kotak-kotak bernomor dan mengandalkan elemen seperti

dadu dan pion untuk menentukan jalannya permainan. *Board game* adalah permainan di atas meja yang biasanya menggunakan penghitung atau bidak yang dipindahkan melintasi permukaan yang telah ditandai (papan) sesuai dengan serangkaian aturan (Amalia et al., 2023).

Dalam permainan ular tangga, pemain bergiliran melempar dadu, memindahkan pion sesuai jumlah mata dadu, dan mengikuti aturan tangga (maju) serta ular (mundur), hingga salah satu pemain mencapai kotak terakhir. Ciri khas dari *board game* adalah interaksi antar pemain di atas papan permainan dengan aturan tertentu, memenuhi semua elemen ini:

1. Menggunakan papan permainan (*board*)
   Permainan ini dimainkan di atas media dua dimensi berbentuk papan berisi kotak-kotak yang bernomor dari 1-100.
2. Mengandalkan dadu dan pion
   Pemain melempar dadu untuk menentukan gerakan pion mereka sesuai jumlah mata dadu.
3. Memiliki aturan dan tujuan
   Tujuan permainan adalah mencapai kotak terakhir (biasanya kotak 100) terlebih dahulu. Terdapat elemen tantangan berupa ular yang membuat pemain mundur dan tangga yang mempercepat pergerakan.
4. Interaktif dan berbasis giliran
   Seperti *board game* pada umumnya, permainan ini bersifat sosial dan dimainkan secara bergiliran oleh dua orang atau lebih.

Gamifikasi merupakan penerapan elemen-elemen permainan yang mencakup produk, proses, pengalaman, desain, dan sistem ke dalam konteks *non-game* di kehidupan nyata bertujuan untuk menyelesaikan masalah (Marisa et al, 2020). Gamifikasi diresmikan sejak 2011, sebagai metode guna memotivasi keterlibatan komunitas dalam berbagai kegiatan. Gamifikasi memiliki tujuan guna menyertakan individu dalam aktivitas yang menyerupai kehidupan nyata yang dibuat lebih menarik. Gamifikasi adalah proses menggunakan pemikiran dan mekanika permainan untuk memecahkan masalah dan melibatkan *audiens* (Zichermann, 2011). Dalam konteks perpustakaan, gamifikasi bisa membantu mengoptimalkan keikutsertaan pemustaka,

memperkuat dorongan, serta membuat pemustaka tertarik untuk menarik minat kunjung pemustaka di perpustakaan. Istilah gamifikasi menurut para ahli menunjukkan bahwa, gamifikasi tak sebatas elemen permainan saja, tetapi menyertakan penerapan prinsip-prinsip desain permainan guna menumbuhkan pengalaman yang lebih asyik dan menginspirasi. Mengidentifikasi bahwa gamifikasi dapat meningkatkan dorongan intrinsik yang berasal dari dalam diri individu sebaliknya dorongan ekstrinsik berasal dari luar, bisa dari lingkungan.

Promosi menjadi hal yang paling krusial pada tiap institusi, terlebih lagi yang beroperasi di bidang usaha dan jasa. Produk ataupun jasa yang dibuat tidak akan ada manfaatnya apabila tak dikenal atau digunakan oleh khalayak luas (Uddin, 2022). Promosi, menurut KBBI (1998:702), berarti perkenalan. Promosi sebagai strategi pemasaran persuasif yang menggunakan strategi berikatan dengan publik. Promosi adalah forum pertukaran antara organisasi dan pelanggan memiliki tujuan utama untuk memberikan informasi tentang barang dan jasa yang ditawarkan oleh organisasi serta mendorong pelanggan untuk merespons barang atau jasa yang ditawarkan.

Namun, promosi didefinisikan sebagai penyampaian pesan tujuannya mengiklankan produk, layanan/gagasan melalui pendistribusian (Zulvikar, 2023). Singkatnya, tujuan promosi guna mempengaruhi tingkah laku pelanggan dan mendorong mereka untuk menyetujui ide atau produk. Menurut Munisah (2019). Pelayanan promosi memungkinkan publik melihat semua aktivitas perpustakaan yang ada. Promosi perpustakaan tidak boleh mengabaikan pelayanan dan seluruh aktivitas perpustakaan sebab merupakan corak manajemen penyajian yang khas. Dalam melakukan kegiatan promosi pustakawan tidak hanya menyebarkan brosur atau mendirikan iklan, promosi dapat secara efektif mempengaruhi kemajuan perpustakaan secara keseluruhan (Putri, 2020).

Salah satu upaya guna mengenalkan perpustakaan yaitu mengajarkan pemakainya, mencari lebih banyak pemustaka, dan mengoptimalkan layanan pemustaka adalah promosi perpustakaan (Sungadi, 2019). Promosi perpustakaan didefinisikan sebagai interaksi dengan pemustaka yang ada dan potensial serta *user* yang belum ada supaya bisa memahami ketersediaan layanan. Pada penelitian ini juga menjelaskan mengenai promosi memakai model AIDA (*Attention, Interest, Desire, dan Action*).

Pada tahun 1898, menurut Johar dkk (2015) E. St. Elmo Lewis menciptakan model komunikasi AIDA, merupakan kependekan dari *Attention*, *Interest, Desire* dan *Action*. Pertama, *Attention* gunanya memikat *user* agar mereka mengenali produk maupun ketersediaan layanan. Tahap kedua, *Interest* fokus pada peningkatan minat pelanggan dengan menunjukkan manfaat dan keuntungan, bukan hanya fitur. Tahap ketiga, Keinginan *(Desire)* bertujuan meyakinkan pelanggan bahwa produk atau layanan tersebut adalah yang mereka inginkan dan butuhkan. Tahap terakhir, Tindakan *(Action)* bertujuan untuk mendorong pelanggan melakukan aksi atau pembelian (Rofiq et al., 2013).

Model AIDA menjelaskan bagaimana pengguna memahami promosi, dan merupakan serangkaian tindakan yang dilakukan dalam promosi (Pramita & Manafe, 2022). Model ini termasuk model yang sudah lama dipakai dalam dunia pemasaran tradisional. Studi ini memperlihatkan model ini bisa dipakai dalam metode-metode yang baru seperti mengukur efektivitas dalam melakukan periklanan (Pramita & Manafe, 2022). Menurut (Jordan, 2023) ada berbagai indikator dalam model AIDA (*Attention, Interest, Desire, Action*) meliputi:

1. Sub-variabel *Attention*

   Tahapan pertama yang bisa diberikan pada pengguna menyadari akan maksud dalam promosi yitu melalui gambar maupun tulisan yang menarik juga mudah dipahami. Berikut indikatornya:

a. Tulisan atau gambar

   Menampilkan produk dalam sebuah rangkaian kata dengan disertai gambar yang membuat produk lebih menarik perhatian pengguna.

b. Mudah diingat

   Diperlukan jenis periklanan yang unik dan memikat supaya *user* mudah mengingat promosi yang sudah dilakukan.

c. Karakteristik

   Menjadi pembeda yang dimiliki tiap promosi perpustakaan, umumnya memiliki karakter yang khas pada rancangan atau motto dan tema promosi perpustakaan.

2. Sub-variabel *Interest*

Setelah berhasil menarik perhatian konsumen, tahap selanjutnya adalah memberikan pesan promosi yang menarik perhatian pelanggan (Jordan, 2023). Berikut indikatornya:

a. Rasa ingin tahu, setelah melihat informasi tentang promosi perpustakaan, rasa penasaran pengguna meningkat.
b. Rasa ingin melihat lebih dalam tentang promosi perpustakaan serta apa upayanya saat melakukan promosi.
c. Rasa ingin mendengar, berawal dari ingin tahu, lalu ingin mengamati berubah menjadi ingin mendengarkan pelaksanaan promosi perpustakaan via gambar maupun suara.

3. Sub-variabel *Desire*

Menjadi tahapan menyampaikan negosiasi pada *user*. Munculnya keinginan jika maksud dan dorongan konsumen membeli produk. Motif dibedakan menjadi dua jenis yaitu motif pembelian yaitu motif rasional dan motif emosional. Motif rasional sebagai pemikiran *user* tentang manfaat dan dampak yang diperoleh nanti. Sedangkan motif emosional mengacu pada keputusan pembelian yang dipengaruhi oleh perasaan dari pada pertimbangan rasional (Jordan, 2023). Indikator *Desire*:

a. Mempertimbangkan keuntungan atau kerugian

Mempertimbangkan untung rugi berarti perpustakaan mempersiapkan apa yang didapatkan pemustaka saat promosi berlangsung, sehingga mereka tertarik untuk datang.

b. Akibat

Dalam indikator "*desire*" akibat merujuk pada evaluasi pengguna setelah promosi perpustakaan yang memicu perasaan bahwa promosi tersebut efektif dalam menyampaikan informasi.

c. Motivasi

Motivasi adalah dorongan dari perpustakaan lewat periklanan agar menarik perhatian *user*. Promosi tersebut harus mengandung pesan yang membangkitkan semangat, sehingga pengguna terdorong untuk mengunjungi perpustakaan.

4. Sub-variabel *Action*

Tahap akhir dari proses ini adalah tindakan *(Action)*, dimana konsumen benar-benar membeli. Upaya promosi yang efektif harus mampu mendorong *customer* untuk mengambil langkah ini. Seringkali, tindakan ini dipicu oleh keinginan kuat konsumen,

yang mengarah pada keputusan membeli produk yang diajukan (Jordan, 2023). Berikut indikatornya:

a. Kunjungan

Kunjungan memperlihatkan minat *user* terhadap perpustakaan. Promosi perpustakaan bertujuan untuk meningkatkan kunjungan dengan menyebarkan informasi pada *user.*

b. Keinginan

Keinginan berupa perasaan yang mendorong pengguna untuk datang ke perpustakaan setelah promosi yang diperoleh selaras dengan yang diperlukan.

c. Keputusan

Keputusan sebagai bagian dari indikator *"Action"* adalah tindakan akhir pengguna untuk memutuskan apakah mereka akan datang ke perpustakaan atau tidak, setelah mempertimbangkan informasi promosi dan relevansinya dengan kebutuhan mereka.

Perpustakaan sebagai pusatnya dunia pendidikan dikarenakan berbagai jenis informasi dapat diakses di sana seperti buku dengan beragam koleksi dan majalah. Perpustakaan biasanya dianggap sebagai koleksi besar yang dibiayai dan dioperasikan oleh sebuah kota atau institusi, dan dapat dimanfaatkan oleh masyarakat yang rata-rata tidak mampu membeli sejumlah besar buku secara pribadi. Menurut Sulistio Basuki, bagian ruangan gedung yang dipakai menyimpan buku dan terbitan lainnya menurut tata susunan tertentu yang akan dibaca disebut perpustakaan.

Perpustakaan sekolah mencakup segala perpustakaan yang terselenggara di semua jenjang pendidikan mulai dari sekolah dasar hingga perguruan tinggi. Menurut (Darmono, 2007) "sarana pendidikan untuk menunjang pembelajaran mempunyai peranan krusial guna mendukung tujuan pendidikan di sekolah disebut perpustakaan sekolah" dengan kata lain, kehadiran perpustakaan sekolah selaras dengan tujuan pendidikan sekolah dan berfungsi sebagai tempat peserta didik dan guru belajar. Dari segi arti dan fungsinya, perpustakaan sekolah adalah alat pendidikan yang sangat penting.

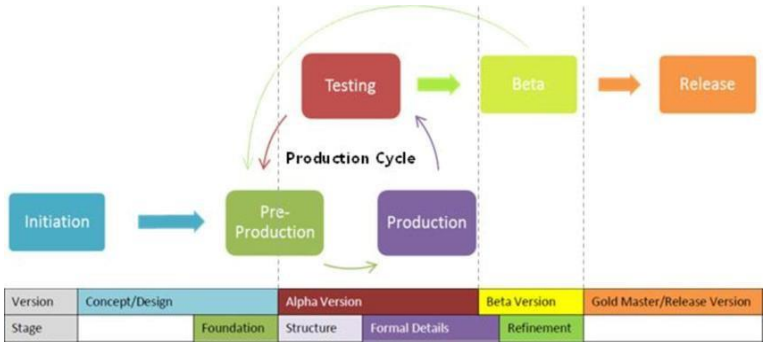
Usaha yang dilaksanakan oleh pustakawan sekolah supaya sumber pustaka dapat berfungsi dan diberdaya gunakan dengan optimal oleh *user* disebut pelayanan perpustakaan. Sehingga, perpustakan bisa mengelola seluruh fungsinya dengan baik (Prastowo, 2012).

Pelayanan perpustakaan sekolah yang prima menandakan pelayanan perpustakaan bisa memuaskan semua *user* yang memakai perpustakaan sekolah, termasuk pendidik, peserta didik maupun bahkan masyarakat sekitar (Prastowo, 2012). Pengertian layanan perpustakaan berkembang seiring dengan kebutuhan informasi manusia yang terus meningkat. Pada dasarnya, perpustakaan sekolah melakukan hal yang sama seperti perpustakaan umum, tetapi dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan pembacanya serta mencukupi keperluan masyarakat sekitar.

B. METODE PENELITIAN

Jenis pengembangan yang dipakai yaitu penelitian pengembangan (*Research and Development*). Tujuannya guna menghasilkan produk-produk tertentu, menguji, dan merevisi hasil uji coba (Sugiyono,2017). Fokus pada analisis kebutuhan yang diperlukan guna membuat produk dan menguji efektivitas produk. Oleh karena itu, jenis penelitian dan pengembangan (*Research and Development*) diperlukan dalam penelitian ini.

Model Pengembangan pada Pengembangan gamifikasi sebagai media promosi berbasis game memakai model GDLC (*Game Development Life Cycle*) yang dikembangkan oleh Heather Maxwell Chandler. Namun pada penelitian ini penulis melakukan 6 tahapan yaitu seperti digambarkan 3.1, Tahapan pada gambar diatas merupakan metode pengembangan *Game Development Life Cycle* (GDLC). Penjelasan pada setiap tahapan di atas sebagai berikut:



(Rommi Indira Putra, 2020)

Teknik dan Pengolahan Analisis Data

Teknik analisis adalah proses mempelajari suatu peristiwa, tindakan, atau hal lainnya untuk mengetahui keadaan yang sebenarnya. Proses mengolah data runtut untuk mendapatkan informasi bermanfaat dan membantu pengambilan keputusan disebut analisis data. Ini dapat dilakukan dalam berbagai konteks, seperti tugas

penelitian, skripsi, disertasi, dan tempat kerja. Penelitian ini memakai data kuantitatif untuk dianalisis.

Untuk mengukur persepsi responden memakai skala *likert*, menurut Sugiyono (2018:152) skala yang dipakai guna mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang disebut skala *likert*. Sehingga variabel yang dipakai diukur dan dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Berikut penjelasannya (Sugiyono, 2018:152):

Tabel 3. 1 Skor Skala Likert

Skor	Kategori
5	Sangat Baik
4	Baik
3	Cukup Baik
2	Kurang Baik
1	Tidak Baik

Sumber: Sugiyono (2019)

Berikut rumus menurut Arikunto (2010) perhitungan data angket dari ahli materi, ahli media dan pemustaka Perpustakaan Nirmala SMP Mardi Yuana Cilegon.

$$P = \frac{x}{xi} x\ 100\%$$

Keterangan:

P : Presentase

x : Jumlah jawaban responden dalam satu item

xi : Total nilai ideal dalam item

Setelah diketahui hasilnya selanjutnya mencari presentase kriteria validasi di bawah:

Tabel 3. 2 Kriteria Kategori Hasil Validasi Ahli Dan Praktisi

Interval	Kriteria
0%- 20%	Tidak Valid
21%- 40%	Kurang Valid
41%- 60%	Cukup Valid
61% - 80%	Valid
81% -100%	Sangat Valid

Sumber: Sugiyono (2019)

Angka yang diperoleh dari perhitungan tadi diubah bentuk kualitatif mengacu kriteria skor tabel skala *likert* (Ridwan, 2012)

Tabel 3.6 Kriteria Kategori Hasil Validasi Pemustaka

Interval	Kriteria
<20%	Tidak Layak
21%- 40%	Kurang Layak
41% - 60%	Cukup Layak
61%- 80%	Layak
81%- 100%	Sangat Layak

Sumber: Ridwan (2012)

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian dan pengembangan menggunakan model GDLC (Game Development Life Cycle) terdiri dari 6 tahapan yaitu: inisiasi, pre-production, production, testing, beta, release. Pada pengembangan gamifikasi sebagai media promosi perpustakaan SMP Mardi Yuana Cilegon adalah sebagai berikut:

1. Inisiasi

Pada tahap ini, dilakukan proses identifikasi ide dan konsep permainan. Peneliti menemukan data mengenai, data pengunjung Perpustakaan Nirmala dalam Bulan Januari sampai Agustus 2024. Jumlah pengunjung perpustakaan mengalami ketidakstabilan kunjungan ke Perpustakaan Nirmala

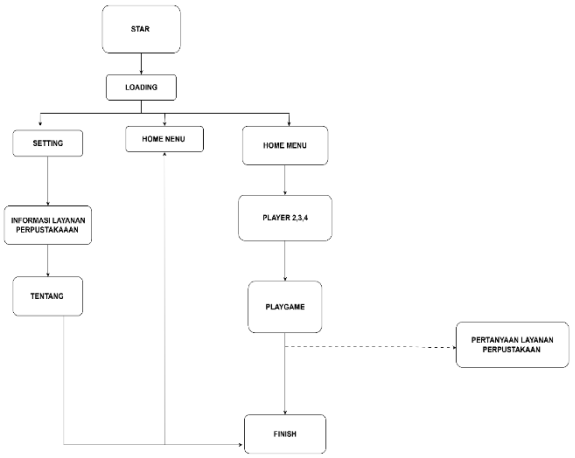
Proses identifikasi gagasan ini bermula dari hasil rekapitulasi jumlah kunjungan di Perpustakaan Nirmala SMP Mardi Yuana Cilegon yang menunjukkan adanya penurunan signifikan jumlah pengunjung, khususnya pada rentang usia 13-15 tahun, yang cenderung lebih tertarik pada aktivitas bermain *game.* Berdasarkan data tersebut, dikembangkan konsep permainan edukatif. Aktivitas mendidik yang dilaksanakan memakai alat permainan yang bersifat mendidik disebut permainan edukatif (Ismail et al., 2023)

Permainan *snake and ladder* dipilih sebagai media implementasi mengingat kesesuaiannya dengan preferensi usia target 13-15 tahun. Inisiatif ini berfokus pada pengembangan daya ingat dan penyampaian informasi perpustakaan secara interaktif. Tujuan utama dari pengembangan permainan ini adalah untuk melatih daya ingat serta mengedukasi informasi mengenai perpustakaan melalui mekanisme yang interaktif dan mudah diakses.

2. ***Pre-Production,*** tertuju pada *genre game,* alur cerita, *game design document* (GDD), dan karakter.

Genre yang akan dirancang yaitu perpaduan antara *board game* dan edukasi. Kombinasi ini bertujuan guna memaparkan pengalaman bermain yang tak hanya sebagai hiburan, tetapi juga memberikan nilai edukatif. Dari permainan ini, memberi peluang pemain untuk belajar dan mendapat pemahaman serta keterangan seputar perpustakaan. Dalam merancang *genre* ini, aspek-aspek penting seperti skenario permainan, karakter-karakter yang terlibat, serta pengalaman edukasi dan *challenge* yang dihadirkan.

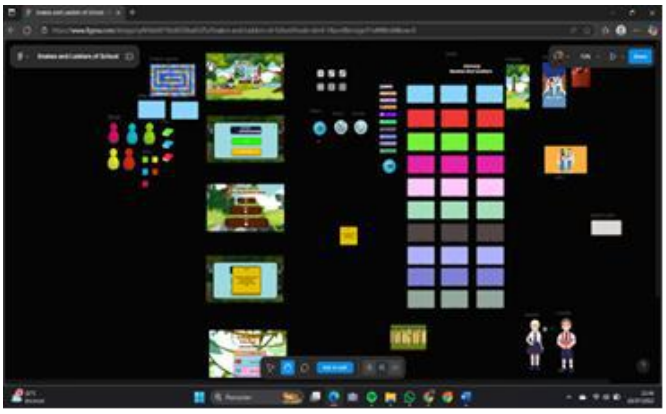
Selain itu penentuan target pemain yang tepat, pilihan *platform* yang sesuai dan penggunaan mesin permainan yang mendukung akan menjadi langkah-langkah strategi dalam menjalan produk ini dengan. sukses. Adapun alur cerita yang dibuat berawal dari identifikasi ide yang dimana kurangnya peserta didik yang berkunjung ke Perpustakaan Nirmala maka dibuatlah permainan berbasis *game* 2D untuk mempromosikan perpustakaan, agar mereka berkunjung ke Perpustakaan Nirmala. Pada alur *Game Development Life Cycle* (GDLC) yang digunakan pada gambar 4.5 Alur cerita permainan *snake and ladder.*



Sumber: Hasil Olahan Peneliti
Gambar 4. 1 Alur Permainan Snake and Ladder

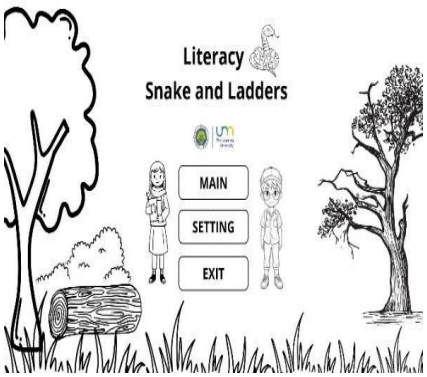
Berdasarkan gambar 4.7 *Flowchart* sistem pada *game snake and ladders* menggambarkan urutan-urutan penggunaan pada *game*, yang dimana dimulai dari *start* kemudian *loading screen*, muncul *home menu*. Pada *home menu* muncul 2 *menu* yaitu *home menu* (mulai permainan) dan *setting*. Dalam *home menu* (mulai permainan) terdapat pilihan yaitu *player* 2, *player* 3, dan *player* 4 setelah pilih jenis *player* nya mulai *play game*. Pemain bermain *snake and ladders library* sesuai jumlah papan permainannya. Kemudian pemain yang mendapatkan tangga pemustaka harus

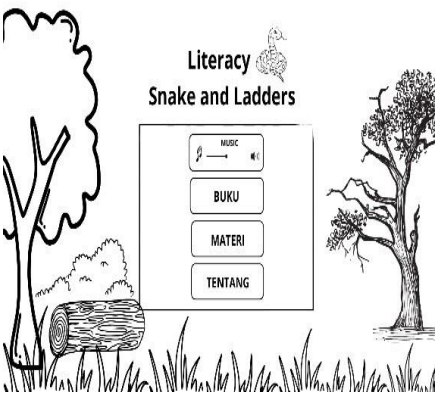
menjawab pertanyaan seputar layanan perpustakaan. Setelah pemain bisa menjawab pertanyaan seputar layanan pemain boleh melanjutkan permainan sampai di papan *finish*. Setelah pemain selesai bermain akan muncul *scoring*, dan permainan selesai. Adapun pilihan *menu setting* terdapat beberapa pilihan yaitu tentang informasi layanan perpustakaan. Selain alur cerita permainan terdapat *game design document* (GDD). Pembuatan *game design document* (GDD) menggunakan *website* figma. Berikut merupakan *game design document* (GDD).

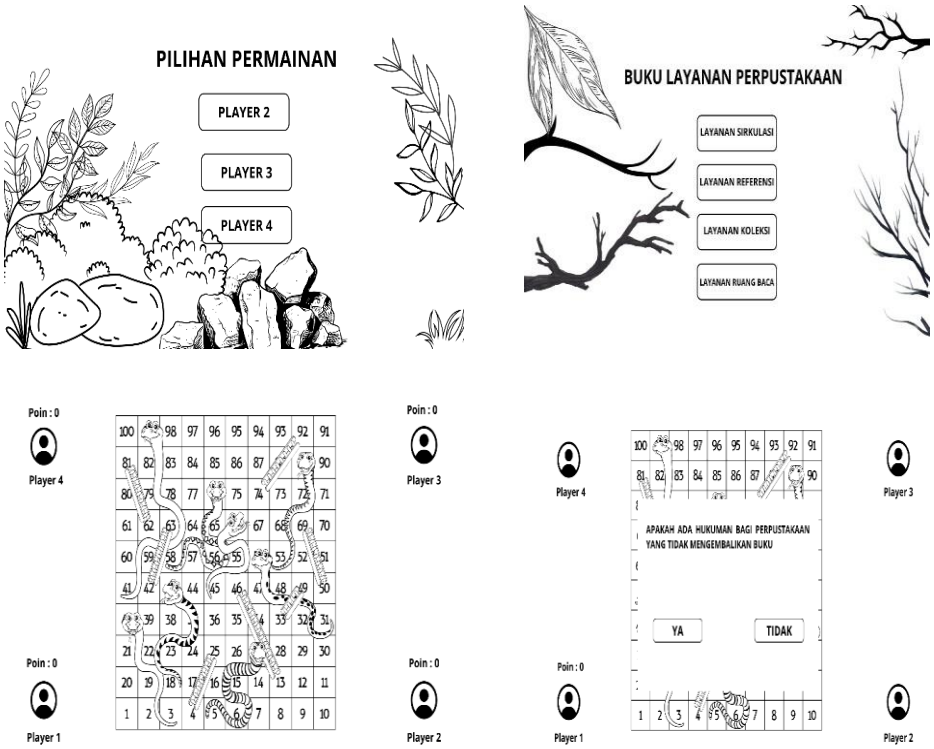


Sumber: Hasil Olahan Peneliti
Gambar 4. 2 Game Design Document (GDD)

Pada tahap ini peneliti membuat *prototype snake and ladder* menggunakan *Unity*. Setelah pembuatan *game design document* dilanjutkan pembuatan *storyboard* yang dibuat dalam *game snake and ladder*, pembuatan *storyboard* menggunakan *website* canva. Berikut adalah gambar 4.7 *storyboard snake and ladder*:







Sumber: Hasil Olahan Peneliti

Gambar 4. 3 Storyboard Snake and Ladder

Kemudian selain *storyboard* pada tahap ini dilakukan pembuatan *challenge. Challenge* dibuat dengan memberikan skor menggunakan skala guttman yaitu dengan memberikan opsi jawaban “Ya” atau “Tidak” kepada pemain.

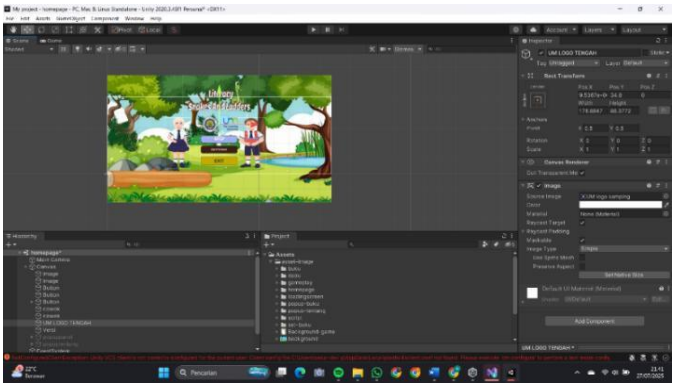
Tabel 4. 1 Pertanyaan Dalam *Game*

No	Layanan Perpustakaan	Pertanyaan
1	Layanan Sirkulasi	1. Apakah ada hukuman bagi perpustakaan yang tidak mengembalikan buku? 2. Apakah perpustakaan menyediakan kartu peminjaman buku? 3. Layanan sirkulasi adalah layanan yang mengelola peminjaman dan pengembalian bahan pustaka yang dapat dibawa pulang?
2	Layanan Koleksi	Apakah penataan koleksi buku sesuai dengan jenis-jenis buku?
3	Layanan Keanggotaan	Apakah anda sudah terdaftar sebagai anggota perpustakaan?

4	Layanan Referensi	1. Apakah anda pernah memakai layanan referensi untuk mencari tugas sekolah di perpustakaan? 2. Apakah koleksi referensi seperti kamus dan ensiklopedia umumnya boleh dipinjam untuk dibawa pulang? 3. OPAC (*online public access catalog*) adalah sistem yang digunakan untuk mencari informasi tentang keberadaan dan status bahan pustaka di perpustakaan?
5	Layanan Kunjungan Edukasi	Apakah perpustakaan pernah melakukan kegiatan kunjungan edukasi?
6	Layanan Perpustakaan Keliling	Apakah perpustakaan pernah di datangi perpustakaan keliling?
7	Layanan Bimbingan Membaca	Apakah anda pernah melakukan bimbingan membaca di perpustakaan Nirmala?
8	Layanan Ruang Baca	1. Apakah anda pernah memakai layanan ruang baca di perpustakaan? 2. Layanan ruang baca adalah layanan yang diberikan oleh perpustakaan berupa tempat untuk melakukan kegiatan membaca diperpustakaan?

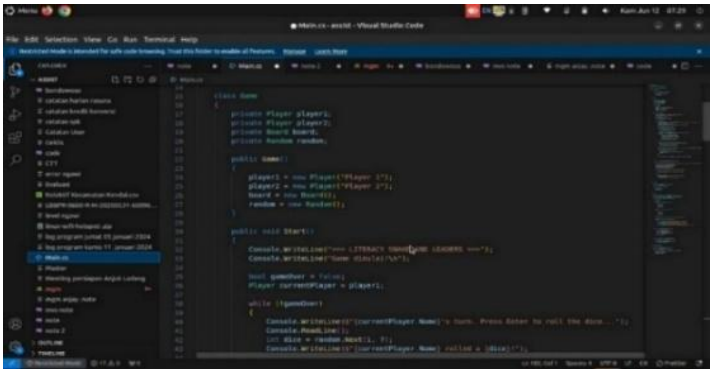
Sumber: Hasil Olahan Peneliti

3. ***Production,*** pada tahap ini peneliti merancang desain antarmuka diterapkan berdasarkan *wireframe* yang sudah dibentuk. Selanjutnya proses pengkodean, manajemen data, dan animasi dilakukan menggunakan *unity* 2D dan *Microsoft Visual Studio* pemrograman #C. Penggabungan antara pengkodean dan aset melalui aplikasi *Unity.* Berikut penggabungan *prototype* yang sudah dirancang menggunakan *website figma* lalu digabungan melalui aplikasi *unity.* Berikut 4.8 Tampilan Unity



Sumber: Hasil Olahan Peneliti
Gambar 4. 4 Tampilan Unity

Tahap selanjutnya adalah pengkodean yang akan dilakukan menggunakan *microsoft visual studio*. Dalam proses ini peneliti akan memanfaatkan fitur perangkat lunak untuk membuat diagram arsitektur yang bertujuan untuk memvisualisasikan struktur dan alur kerja produk. Fitur ini dalam perancangan dan pemodelan sistem perangkat lunak, karena memungkinkan peneliti untuk memetakan skema basis data, komponen-komponen perangkat lunak, dan interaksi antara elemen-elemen secara terperinci. Berikut gambar 4.9 Tampilan Coding



Sumber: Hasil Olahan Peneliti
Gambar 4. 5 Tampilan Coding

4. ***Testing*** pada tahap ini, peneliti melakukan pengujian internal untuk mengevaluasi fungsionalitas fitur dan tingkat kesulitan permainan. Pada tahap ini, angket instrumen yang sudah dibuat akan digunakan untuk menguji validitas kelayakan produk. Pengujian ini melibatkan para ahli di bidang media dan materi. Angket yang disusun peneliti berfungsi sebagai alat penilaian untuk mengukur seberapa valid produk yang telah dikembangkan. Berdasarkan penilaian dari ahli media dan ahli materi didapatkan data

untuk menentukan validitas dan kelayakan produk. Berikut adalah data lengkap dari penilaian produk tersebut:

Tab el 4. 2 D ata Hasil Keselu ruh an Penilaian Produk

No	Penilai	Jumlah	Skor Maksimal	Presentase	Kategori
1	Ahli Media	144	150	97%	Sangat Valid
2	Ahli Materi	61	85	71,67%	Valid

Sumber: Hasil Olahan Peneliti

Berdasarkan tabel 4.2 diatas dapat diperoleh hasil penilaian keseluruhan terhadap produk yang telah dikembangkan oleh peneliti. Terdapat 3 penilaian untuk menentukan kevalidan atau kelayakan terhadap produk yang telah dikembangkan. Setiap penilaian tersebut memperoleh nilai keseluruhan sebesar (1) ahli media 97% (2) ahli materi 71,67%. Dapat keseluruhan penilaian tersebut produk yang telah dikembangkan oleh peneliti dikategorikan **"Sangat Valid"** dan **"Valid"** atau layak untuk digunakan pemustaka SMP Mardi Yuana Cilegon.

5. ***Beta*** setelah tahapan pengujian testing, selanjutnya peneliti akan melakukan pengujian beta dengan melibatkan pemustaka akhir atau *end user* untuk melihat tingkat keberhasilan fungsi dan kepuasan pemustaka dalam menggunakan aplikasi *game* ini sebagai tambahan media pendukung dalam pembelajaran.

   Tahap pengujian aplikasi dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 25 pemustaka dari SMP Mardi Yuana Cilegon yang dipilih menggunakan metode *simple random sampling*. Dalam uji coba ini, pemustaka memainkan sebuah *game* pada perangkat yang disediakan. Sebelum bermain, pemustaka diberikan kesempatan untuk meninjau kembali materi layanan perpustakaan atau berdiskusi. *Game snake and ladder* yang telah dimodifikasi digunakan untuk mengevaluasi pemahaman pemustaka terhadap materi. Berikut hasil evaluasi dari responden disajikan pada tabel 4.3 Responden Pemustaka

Tab el 4. 3 Responden Pemustaka

Responden	Jumlah Skor	Kriteria
R.1	76,36%	Layak
R.2	75,45%	Layak

R.3	78,18%	Layak
R.4	78,18%	Layak

R.5	80,90%	Layak
R.6	77,27%	Layak
R.7	89,09%	Sangat Layak
R.8	80,09%	Layak
R.9	81,81%	Sangat Layak
R.10	82,72%	Sangat Layak
R.11	76,36%	Layak
R.12	78,18%	Layak
R.13	80,90%	Layak
R.14	80,90%	Layak
R.15	81,81%	Sangat Layak
R.16	81,80%	Sangat Layak
R.17	80,00%	Layak
R.18	80,90%	Layak
R.19	80,90%	Layak
R.20	83,63%	Sangat Layak
R.21	78,18%	Layak
R.22	76,36%	Layak
R.23	82,72%	Sangat Layak
R.24	80,90%	Layak
R.25	73,63%	Layak
Jumlah	**83,03%**	**Sangat Layak**

Sumber: Hasil Olahan Peneliti

6. ***Release,*** pada tahap ini perencanaan proses rilis aplikasi akan diberikan secara langsung pada pihak Perpustakaan Nirmala yang dimana melalui proses instalasi pada PC yang ada di Perpustakaan Nirmala SMP Mardi Yuana Cilegon.

   Setelah tahap pengembangan selesai, pada tahap ini, peneliti mempresentasikan hasil analisis data yang telah diolah dari validasi ahli media dan ahli materi, serta data dari uji coba skala kecil. Data tersebut diukur menggunakan skala *likert* dengan lima tingkatan untuk mengetahui presentase kelayakan produk. Berikut adalah hasil penilaian terhadap produk yang dikembangkan:

a. **Validasi ahli media**

   Berdasarkan hasil validasi ahli media pada tabel 4.4 yang diukur dari 11 indikator diperoleh persentase skor setiap indikatornya yang menunjukan tingkat kevalidan produk. Terdapat 5 indikator dengan peresentase skor sebesar 100% meliputi indikator (1) kesenangan; (2) daya tarik berulang; (3) pemahaman konsep/informasi; (4) perasaan

positif; dan (5) niat/tindakan lanjutan. sehingga dapat dikatakan **Sangat Valid** untuk digunakan ke tahap berikutnya. Beberapa kelayakan kualitasnya agar *game snake and ladder* dapat digunakan lebih baik dan bermanfaat secara tepat.

b. Validasi ahli materi

Hasil validasi ahli materi pada tabel 4.5 menunjukan bahwa produk memiliki tingkat kevalidan yang tinggi. Secara spesifik, indikator (1) Tulisan atau gambar; (2) Karakteristik; (3) Rasa ingin melihat lebih jauh (4) Mempertimbangkan keuntungan dan kerugian (5) Motivasi (6) Keputusan skor 80%. Hasil ini mengklasifikasikan produk sebagai **Valid** dan menunjukkan kelayakan untuk dilanjutkan ke tahap pengembangan berikutnya.

Pembahasan, Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa penerapan gamifikasi melalui permainan ular tangga terbukti efektif sebagai media promosi perpustakaan. Konsep ini sejalan dengan beberapa teori yang dibahas dalam dokumen: Gamifikasi adalah proses menggunakan elemen permainan untuk memecahkan masalah di luar konteks permainan, dengan tujuan utama untuk meningkatkan motivasi pengguna. Ini dapat mendorong motivasi intrinsik (seperti rasa pencapaian) dan ekstrinsik (seperti hadiah) yang penting untuk keterlibatan pengguna. Permainan yang dikembangkan termasuk dalam kategori *advergame*, yaitu permainan yang dirancang untuk mempromosikan suatu merek atau pesan. Dalam konteks ini, permainan tersebut mempromosikan perpustakaan dengan cara yang menyenangkan dan tidak membosankan. Keberhasilan media promosi diukur menggunakan model AIDA (Attention, Interest, Desire, Action), yang menjelaskan tahapan bagaimana pemustaka memahami promosi hingga akhirnya melakukan tindakan, yaitu mengunjungi perpustakaan. Pengembangan gamifikasi ini sejalan dengan pandangan para ahli bahwa *game* dapat menjadi alat strategis untuk meningkatkan interaksi generasi muda dengan perpustakaan, mengubah citra perpustakaan menjadi lebih modern, dan efektif dalam meningkatkan minat kunjungan.

D. KESIMPULAN

Penelitian ini berhasil mengembangkan media promosi perpustakaan berbasis gamifikasi dalam bentuk permainan ular tangga digital untuk Perpustakaan Nirmala SMP Mardi Yuana Cilegon. Produk ini dikembangkan melalui enam tahapan GDLC dan telah

terbukti sangat valid dan layak berdasarkan penilaian ahli media (97% "Sangat Valid"), ahli materi (71.67% "Valid"), dan uji coba lapangan skala kecil (90% "Sangat Layak"). Permainan ini efektif dalam menyajikan informasi layanan perpustakaan secara interaktif, meningkatkan pemahaman siswa, dan menarik minat mereka untuk berkunjung.

Implikasi dari penelitian ini adalah bahwa gamifikasi merupakan strategi yang menjanjikan untuk meningkatkan minat kunjungan dan keterlibatan pengguna di perpustakaan sekolah, terutama di tengah persaingan dengan media hiburan digital. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan untuk mengeksplorasi implementasi gamifikasi pada platform yang lebih luas (misalnya, seluler) dan mengukur dampak jangka panjang terhadap tingkat literasi dan pemanfaatan layanan perpustakaan secara keseluruhan.

Studi ini berhasil menunjukkan bahwa pengembangan gamifikasi merupakan strategi yang efektif dan inovatif untuk mempromosikan perpustakaan SMP Mardi Yuana Cilegon. Temuan utama menegaskan bahwa elemen-elemen gamifikasi seperti poin, lencana, dan papan peringkat memiliki daya tarik yang kuat untuk meningkatkan minat dan partisipasi siswa. Gamifikasi tidak hanya mengubah persepsi siswa terhadap perpustakaan, tetapi juga secara signifikan meningkatkan interaksi mereka dengan layanan yang ditawarkan.

Implikasi dari penelitian ini adalah bahwa perpustakaan sekolah perlu mengadopsi metode-metode promosi yang lebih dinamis dan relevan dengan audiensnya. Gamifikasi menyediakan kerangka kerja yang kuat untuk mencapai tujuan ini, mengubah perpustakaan menjadi pusat kegiatan yang menarik, bukan sekadar gudang buku.

Namun, penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan. Pendekatan kualitatif yang digunakan hanya berfokus pada subjek penelitian tertentu dan hasilnya mungkin tidak dapat digeneralisasi. Selain itu, penelitian ini tidak mengukur dampak jangka panjang dari gamifikasi terhadap kebiasaan membaca siswa.

Untuk penelitian di masa depan, disarankan untuk melakukan studi kuantitatif dengan sampel yang lebih besar untuk memvalidasi temuan ini. Penelitian selanjutnya juga

dapat mengeksplorasi model gamifikasi yang lebih kompleks, mengukur dampaknya terhadap prestasi akademik, atau membandingkan efektivitas gamifikasi dengan

metode promosi tradisional. Dengan demikian, pemahaman tentang potensi gamifikasi dalam pendidikan dapat terus berkembang.

Referensi

Ainun, F. P., Zahro, F. F., Mawarni, H. S., Fauzah, N. N., Sakinah, L., Rasiana, R., Rehnaningtyas, R., & Siburian, R. M. (2024). Dari Tren Hingga Transformasi: Dinamika Kenakalan Remaja di Era Digital dan Implikasinya Terhadap Masyarakat di Kota Cilegon. JERUMI: Journal of Education Religion Humanities and Multidiciplinary, 2(1), 379–387.

Amalia, L., Bangsa, P. G., & Rahayu, H. (2023). Perancangan Board Game Edukatif sebagai Media Pembelajaran Lagu Daerah Jawa untuk Siswa Sekolah Dasar Usia 9-11 Tahun. Jurnal Desain Komunikasi Visual, 1(2), 32–44.

Darmono. (2007). Pengembangan Perpustakaan Sekolah Sebagai Sumber Belajar. Jurnal Perpustakaan Sekolah, 1(1), 941–950.

Efendi, Z., Nur, H. W., & Risko, F. A. (2023). Kurangnya Minat Baca Buku Kalangan Mahasiswa. Student Scientific Creativity Journal, 1(4), 382–398.

Hartono, M. (2019). Perancangan Gamifikasi untuk Meningkatkan Engagement Pengunjung Fisik Perpustakaan Ubaya. Jurnal Akuntansi, 2(1), 12–18.

Irawan, O. (2012). Pengelolaan Perpustakaan Sekolah Sebagai Pusat Sumber Belajar Pada Jenjang Sd/Mi Di Kecamatan Lamongan. Jurnal Pendidikan, 1(1), 274–282. Ismail, M. H., Halimah, L., Hopiani, A., & AM, M. A. (2023). Penguatan Kompetensi Guru PAUD di Kabupaten Pangandaran dalam Implementasi Merdeka Bermain melalui Media Loose Parts. Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Bina Darma, 3(3), 223–232.

Jordan, S. K. (2023). Pengaruh Attention, Interest, Desire, Action (AIDA) terhadap Efektivitas Iklan Spotify. Journal of Accounting and Business Studies, 6(2), 22–37.

Khademi Zare, S., Varnaseri, A., & Bayati, N. (2024). Identifying the Applications of Gamification for Audience Attraction in Public Libraries, 74(2), 171–184.

Kim, B. (2016). Understanding Gamification. American Library Association.

Limantara, D., Heru, Waluyanto, D., & Zacky, A. (2015). Perancangan board game untuk menumbuhkan nilai-nilai moral pada remaja. Jurnal Desain Komunikasi Visual Adiwarna, 1(6), 18-22

Marisa, F., Akhriza, T. M., Maukar, A. L., Wardhani, A. R., Irianandа, S. W., & Andarwati, M. (2020). Gamifikasi (Gamification) Konsep dan Penerapan. JOINTECS (Journal of Information Technology and Computer Science), 5(3), 219.

Mislia, Riatmaja, D. S., Rukhmana, T., Ikhlas, A., Widoyo, H., & Nurcahyo, N. (2025). Implementasi Gamifikasi Dalam Pembelajaran Untuk Meningkatkan Motivasi Siswa. Jurnal Edu Research Indonesian Institute For Corporate Learning And Studies (IICLS), 6(1), 461–470.

Mospanyuk, V. (2021). Gamification in marketing: Categories and strategies. Journal of Marketing and Technology, 12(3), 101-115.

Pramita, K., & Manafe, L. A. (2022). Personal Selling Implementation and AIDA Model; Attention, Interest, Desire, Action. IJEBD: International Journal of Entrepreneurship and Business Development, 5(3), 487–494.

Ramadan, R., & Widyani, Y. (2013). Game development life cycle guidelines. 2013 International Conference on Advanced Computer Science and Information Systems, ICACSIS, 4(2), 95–100.

Rathod M.S., G. (2025). Gamification in Libraries: Strategies for User Engagement and Skill Development. SSRN Electronic Journal, 3(1), 24–34.

Rofiq, A., Arifin, Z., & Wilopo. (2013). Pengaruh Penerapan Aida (Attention, Interest, Desire, Action) terhadap Keputusan Pembelian. Jurnal Administrasi Bisnis, 3(1), 1–10.

Sari, D. N., & Alfiyan, A. R. (2023). Peran Adaptasi Game (Gamifikasi) dalam Pembelajaran untuk Menguatkan Literasi Digital: Systematic Literature Review. UPGRADE: Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi, 1(1), 43–52.

Satria, R., Dewi, N. P., & Hidayat, A. (2021). Efektivitas Media Game dalam Meningkatkan Kunjungan Perpustakaan Sekolah. Jurnal Ilmu Informasi Perpustakaan dan Kearsipan, 9(1), 24–30.

Setyowati, L. (2017). Pengajaran Literasi Informasi Dengan Konsep Gamification Di Perpustakaan Perguruan Tinggi. UNILIB: Jurnal Perpustakaan, 8(1), 39–50.

Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Alfabeta.

Suh, A., & Wagner, C. (2017). Educational board games: Enhancing engagement through gamified learning environments. Computers in Human Behavior, 73(1), 617–628.

Wicaksono, B., & Subari, F. A. (2021). Gamifikasi Dan Korelasinya Dengan Minat Mengunjungi Ulang Pada Marketplace “X.” Jurnal Administrasi Bisnis, 17(1), 101–114.

Zichermann, G., & Cunningham, C. (2011). Gamification by design: Implementing game mechanics in web and mobile apps. O’Reilly Media.