

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi semakin cepat sehingga tingkat kebutuhan informasi setiap manusia pun semakin meningkat. Pada saat ini kita bisa memperoleh informasi yang cepat dengan bantuan jaringan internet. Kelebihan dari internet adalah informasi dapat diperoleh secara cepat, tanpa batasan waktu dan tepat. Teknologi informasi dan komunikasi seolah tidak bisa lagi dipisahkan dari kehidupan manusia. Setiap orang tidak asing lagi dengan perangkat teknologi seperti *handphone*, *smartphone*, laptop dan jenis *gadget* yang lain. Kehadiran perangkat teknologi tersebut memberi kemudahan untuk mengakses berbagai informasinya. Hadirnya internet juga mempermudah mendapatkan informasi yang seolah kita berada dalam suatu perpustakaan.

Perpustakaan masih dianggap sebagai sumber utama informasi, baik oleh masyarakat umum maupun oleh institusi pendidikan dan penelitian. Namun, untuk tetap relevan, perpustakaan harus mampu menyediakan akses yang mudah dan cepat terhadap koleksi mereka. Dengan jumlah dan keragaman informasi yang terus berkembang, mencari informasi bisa menjadi tugas yang rumit. Perpustakaan memiliki peran penting dalam membantu pengguna menyaring dan menavigasi informasi yang relevan dan dapat dipercaya. Informasi tidak lagi hanya tersedia dalam bentuk buku cetak. Perpustakaan harus dapat menyediakan akses ke berbagai format informasi, termasuk e-book, jurnal elektronik, database, dan sumber daya digital lainnya.

Kemudahan masyarakat dalam mencari informasi mengakibatkan bergesernya peran utama perpustakaan sebagai lembaga penyedia informasi. Masyarakat akan lebih cenderung memanfaatkan dan menggunakan perangkat yang mereka miliki untuk mencari informasi. Kemunculan internet di satu sisi menimbulkan kekhawatiran bagi eksistensi perpustakaan. Masyarakat menjadi lebih mudah mendapat informasi tanpa perlu datang ke perpustakaan. Akibatnya, jumlah pengunjung perpustakaan pun menurun yang berdampak pada semakin rendahnya pemanfaatan berbagai sumber informasi dan layanan yang dimiliki oleh perpustakaan. Di sisi lain, hal ini justru menjadi tantangan bagi perpustakaan agar mampu memanfaatkan perkembangan teknologi sebagai peluang yang ada guna menjaga eksistensi perpustakaan. Penggunaan media sosial oleh perpustakaan dapat menjadi tantangan sekaligus peluang bagi perpustakaan dalam menjalankan perannya sebagai sumber informasi masyarakat.

Perpustakaan harus terus beradaptasi dengan preferensi dan kebiasaan generasi yang lebih muda dalam mengonsumsi informasi dan terlibat dalam kegiatan sosial. Agar perpustakaan dapat sering dikenal, maka harus menjaga eksistensinya seperti melakukan digitalisasi koleksi, membangun komunitas, melakukan promosi perpustakaan, melakukan kolaborasi, memanfaatkan inovasi teknologi dan lain sebagainya. Perpustakaan tidak hanya diam menanti kedatangan pengunjung ke perpustakaan untuk mencari informasi ketika pelaksanaan kegiatannya. Dari berbagai cara tersebut promosi perpustakaan menjadi cara yang paling efektif agar perpustakaan dapat lebih banyak dikenal.

Promosi perpustakaan adalah segala kegiatan yang dilaksanakan oleh perpustakaan dengan maksud untuk menyampaikan, memperkenalkan atau mengkomunikasikan produk atau jasa yang ada di perpustakaan.¹ Promosi yang dilakukan perpustakaan cukup beragam bentuk medianya baik tercetak atau manual dan dengan menggunakan media sosial. Jangkauan media sosial tidak mengenal batas dan dapat diakses kapan saja menjadi keunggulan tersendiri bagi Perpustakaan untuk manfaatnya.² Ada beberapa media sosial yang umum digunakan untuk media promosi perpustakaan seperti *Instagram, Facebook, Twitter, Website* dan *Youtube*.

Salah satu media sosial yang paling banyak digunakan oleh masyarakat khususnya generasi muda adalah Instagram.³ Instagram termasuk dalam media sosial yang berfokus pada konten berupa gambar dan video. Kebiasaan masyarakat era digital yang lebih menyukai hal ringkas dan berbentuk visual yang menarik membuat Instagram kian disukai oleh banyak kalangan muda. Dengan memiliki berbagai fitur dan kemudahan yang ditawarkan, Instagram semakin banyak digunakan.

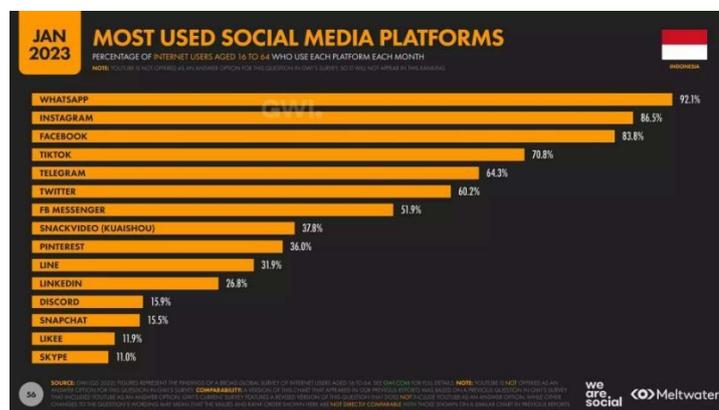
Indonesia saat ini merupakan salah satu pengguna Instagram paling aktif di dunia. Menurut laporan We Are Social Media menunjukan jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia sebanyak 167 juta pada Januari 2023. Jumlah tersebut

¹ Mustofa, M. (2017). Promosi Perpustakaan Melalui Media Sosial: Best Practice. Publication Library and Information.

² Laksimawati, I. d. (2020). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai sarana Promosi Layanan Perpustakaan Institut Seni Indonesia Surakarta. Nusantara Journal of Information and Library Student, 75-87

³ Matthews, C. (2014). Facebook: More Than 11 Million Young People Have Fled Facebook Since 2011. Time Magazine.

setara dengan 60,4% dari populasi dalam negeri. Jumlah pengguna aktif media sosial pada Januari 2023 mengalami penurunan 12,57% dibanding tahun sebelumnya yang sebanyak 191 juta jiwa. Penurunan itupun menjadi pertama kali dalam satu decade terakhir. Indonesia saat ini menjadi negara dengan jumlah pengguna Instagram terbanyak ke-4 di dunia, yakni 89,15 juta pengguna. Sementara untuk penggunaan sosial media khususnya Instagram di Indonesia mencapai 86,5% pada Januari 2023. Dapat dilihat pada gambar berikut.



Sumber : <https://wearesocial.com/id/blog/2023/01/digital-2023/>

Hasil survey yang dilakukan oleh Hootsuite dan We Are Social Media, sebuah situs layanan manajemen konten yang menyediakan layanan online yang terhubung dengan banyak situs jejaring sosial media seperti Facebook, YouTube, WhatsApp, Instagram, TikTok, Line dan situs media sosial lainnya.⁴ Dapat dilihat dari data di atas bahwa Instagram sangat populer di Indonesia. Instagram saat ini banyak dimanfaatkan oleh institusi dan organisasi sebagai media promosi dan komersial, selain digunakan individu untuk informasi dan komunikasi antar teman. Instagram merupakan saluran pribadi sebagai kesempatan yang baik untuk menciptakan citra

⁴ Kaur, G. (2016). Social Media Marketing. Asian Journal of Multidisciplinary Studies, 4, 34–36.

merek kepada konsumen, keuntungan tersebut berguna bagi sebuah institusi atau perusahaan.⁵

Pengguna Instagram yang aktif cukup banyak, maka Instagram diproyeksikan bertambah menjadi 2 (dua) miliar dalam 5 (lima) tahun kedepan. Salah satu faktornya adalah Instagram sangat populer dikalangan anak muda atau mahasiswa, bahkan pamornya melebihi Facebook yang mana perkembangan penggunanya lebih lamban dan stagnan. Akan tetapi penggunaan media sosial pada Perpustakaan Perguruan Tinggi masih belum dilakukan secara maksimal padahal ini dapat menjadi peluang besar bagi perpustakaan dapat meningkatkan citra juga membantu meningkatkan literasi serta pengetahuan bagi mahasiswa.⁶ Dengan aktif di media sosial kesan perpustakaan pun dapat berubah menjadi kekinian dan tidak melulu kuno.

Perpustakaan Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta merupakan salah satu perpustakaan yang memanfaatkan media sosial untuk mempromosikan keunggulan perpustakaannya. Media sosial yang digunakan diantaranya adalah *Facebook, Youtube, Whatshapp* dan *Instagram*. Dari beberapa media sosial yang digunakan, Instagram merupakan media sosial yang paling aktif digunakan oleh perpustakaan Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta dalam mempromosikan perpustakaannya. Akun Instagram @perpusuinyogyakarta hingga saat ini sudah memiliki 22.394 *followers*. Dengan banyaknya pengikut di media

⁵ Bjorkgren, C. (n.d.). *Kommunicera Ratt Med Instagram (Panduan Berkomunikasi Tepat Dengan Instagram)*. In Diakses pada Tanggal 25 Oktober 2020. Retrieved from <http://internetworld.idg.se/2.1006/1.669591/helsingborgdigitalisering-internet>.

⁶ Suharso, P. (2019). Pemanfaatan Drone Emprit dalam Melihat Tred Perkembangan Bacaan Digital ME melalui Akun Twitter. *ANUVA: Jurnal Kajian Budaya, Perpustakaan, Dan Informasi*, 4, 333–346

sosial Instagram ini perpustakaan dapat meningkatkan citra juga membantu meningkatkan literasi serta pengetahuan mahasiswa. Jika promosi melalui media sosial dengan tingkat efektivitasnya tinggi dapat dipertahankan namun jika efektivitasnya rendah dapat ditingkatkan.

Hasil pengamatan peneliti pada akun Instagram @perpusuinyogyakarta menunjukkan jika konten yang diunggah pada akun Instagram terdiri dari koleksi perpustakaan, sosialisasi pengguna perpustakaan, hingga kegiatan yang dilaksanakan di perpustakaan. Saat ini konten yang sudah diunggah oleh perpustakaan Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta mencapai lebih dari tiga ribu unggahan.

Penelitian ini bermaksud untuk mengetahui bagaimana promosi perpustakaan melalui media sosial Instagram di Perpustakaan Universitas Islam negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. Karena pada dasarnya penggunaan instargram oleh perpustakaan selain mempermudah penyebaran informasi, juga memudahkan dalam mempromosikan layanan yang ada. Namun yang menjadi permasalahan pada penelitian ini yaitu apakah penggunaan Instagram sebagai media promosi perpustakaan sudah efektif atau belum dilakukan oleh Perpustakaan Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. Berdasarkan hal tersebut, penulis tertarik untuk mengetahui bagaimana promosi perpustakaan melalui media sosial Instagram di Perpustakaan Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yaogyakarta yang hasilnya digunakan untuk mengambil keputusan apakah penggunaan Instagram layak dijalankan atau tidak dijalankan sebagai media promosi kegiatan perpustakaan. Dengan demikian peneliti tertarik melakukan peneliitian lebih lanjut

mengenai **“Efektivitas Penggunaan Instagram Sebagai Media Promosi di Perpustakaan Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Di lihat dari latar belakang penelitian maka ditentukan identifikasi masalah sebagai berikut:

- 1.2.1 Rendahnya kesadaran masyarakat tentang keberadaan perpustakaan dan layanan yang ditawarkan melalui platform Instagram.
- 1.2.2 Kurangnya keterlibatan pengguna, seperti sedikitnya like, komentar, atau berbagi konten yang diposting.
- 1.2.3 Konten yang kurang menarik bagi audiens atau pemustaka, yang dapat mengakibatkan kurangnya respon atau interaksi.
- 1.2.4 Tidak memanfaatkan fitur dengan optimal seperti IGTV, Reels, atau fitur status (stories).

1.3 Batasan Masalah

Peneliti membatasi ruang lingkup permasalahan, yaitu mengenai penelitian pengguna Instagram sebagai media promosi perpustakaan dan kendala yang dihadapi dalam promosi perpustakaan menggunakan media sosial istagram. Keterbatasan masalah ini berusaha untuk memfokuskan perhatian yang diangkat peneliti dan membuatnya sederhana untuk diterapkan sehingga penelitian tidak mengakibatkan kesalahpahaman.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut dapat dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut:

1.4.1 Bagaimana penggunaan Instagram sebagai media promosi di Perpustakaan Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta?

1.4.2 Bagaimana efektivitas penggunaan Instagram sebagai media promosi di Perpustakaan Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta?

1.5 Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian

1.5.1 Tujuan Penelitian

Adapun berdasarkan tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana penggunaan Instagram sebagai media promosi di Perpustakaan Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Untuk mengetahui bagaimana efektivitas penggunaan Instagram sebagai media promosi di Perpustakaan Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta,

1.5.2 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademik

Peneliti berharap agar penelitian ini bermanfaat dalam kegiatan akademik, yaitu seperti memberikan wawasan tentang perkembangan teknologi informasi yaitu media sosial Instagram dalam konteks masyarakat dan penggunaannya, atau pemanfaatannya dalam kegiatan perpustakaan. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat membantu kemajuan ilmu perpustakaan, khususnya di bidang yang terkait dengan promosi perpustakaan dan teknologi informasi.

2. Manfaat Praktis

Dengan melihat perkembangan disekitarnya dan menjadikan promosi perpustakaan lebih efektif, peneliti berharap penelitian ini bermanfaat dan menjadi masukan bagi pustakawan untuk mencitakan inovasi dalam memperkenalkan perpustakaan dan memberikan layanan kepada penggunanya, serta memberikan inspirasi untuk penelitian lebih lanjut terkait tema yang sama.

1.5 Tinjauan Penelitian

Pada analisis terdahulu, peneliti menyadari bahwa mungkin ada kesamaan pada penelitian terdahulu dan peneliti menggabungkan beberapa konsep dari yang sudah ada. Meskipun memiliki kesamaan namun peneliti menggunakan variabel yang berbeda dengan topik yang spesifik. Terlihat pada judul penelitian yaitu “Efektivitas Penggunaan Instagram Sebagai media Promosi di Perpustakaan Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta”.

Nafa Nurlailati Hafilah, dengan judul penelitian “Pengaruh Promosi Perpustakaan Melalui Instagram Terhadap Pemanfaatan Koleksi”. Menemukan adanya pemanfaatan media sosial Instagram untuk koleksi di perpustakaan, namun Hafilah melakukan penelitian di perpustakaan sekolah. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa promosi perpustakaan dalam pemanfaatan layanan koleksi perpustakaan ini dikategorikan kuat dengan menggunakan sampel sebanyak 85 responden.⁷

Hary Supriyanto, “Strategi Pemanfaatan Media Sosial sebagai Sarana Promosi Perpustakaan UIN Sunan Ampel”. Hasil penelitian berdasarakan hitungan total

⁷ Nafa Nurlailati Fadilah, “Pengaruh Promosi Perpustakaan Melalui Instagram Terhadap Pemanfaatan Koleksi,” 2019.

angket yang disebar kepada 100 pemustaka diperoleh angka 2831 dari kemungkinan total yang bisa diperoleh sebesar 3300. Angka ini seterusnya dimasukkan ke dalam rumus : $p = 2831/3300 \times 100\%$ dan diperoleh hasil sebesar 85.7% yang berarti memiliki kategori baik sekali. Dengan demikian, media sosial baik sekali atau efektif sekali jika digunakan sebagai sarana promosi perpustakaan di Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya.⁸

Martalia Arimbi, dengan judul “Studi Kelayakan Pengguna Instagram Sebagai Media Promosi Kegiatan Di Balai Layanan Perpustakaan Grhatama Pustaka Yogyakarta”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan Instagram sebagai media promosi kegiatan perpustakaan di Balai Layanan Perpustakaan Grhatama Pustaka Yogyakarta dikatakan layak untuk dijalankan. Dalam penelitian ini beliau meninjau dari studi kelayakan berdasarkan beberapa aspek yaitu : aspek pemasaran, aspek teknis, aspek manajemen, aspek hukum, aspek ekonomi sosial dan aspek keuangan.⁹

Juli Anggraini , dengan judul “ Pemanfaatan Media Sosial Instagram sebagai Sarana Promosi Pada Perpustakaan Universitas Islam Negeri Sumatera Utara”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perpustakaan telah memanfaatkan Instagram sebagai sarana promosi dengan baik. Konten yang dipromosikan berupa informasi dan kegiatan terkait perpustakaan UIN-SU. Kendala yang dihadapi perpustakaan UIN-SU dalam pemanfaatan media sosial Instagram sebagai sarana promosi adalah

⁸ Hary Supriyanto, “Strategi Pemanfaatan Media Sosial sebagai Sarana Promosi Perpustakaan UIN Sunan Ampel. 2019

⁹ Martalia Arimbi, “Studi Kelayakan Pengguna Instagram Sebagai Media Promosi Kegiatan Di Balai Layanan Perpustakaan Grhatama Pustaka Yogyakarta. 2018

terkait dengan kurangnya SDM yang kompeten dibidang desain grafis untuk mengoptimalkan kegiatan promosi perpustakaan.¹⁰

Adapun persamaan penelitian ini dengan penelitian ini dengan peneliti sebelumnya yaitu baik penelitian saat ini maupun sebelumnya memiliki tujuan yang sama, yaitu untuk memperluas pengetahuan dan pemahaman tentang fenomena promosi perpustakaan menggunakan media sosial Instagram. Dan kedua jenis penelitian berusaha untuk menjaga standar ketat dalam penelitian, termasuk keakuratan data, validitas hasil, dan interpretasi yang cermat.

Perbedaan pada penelitian saat ini mungkin menggunakan metodologi yang lebih maju atau kompleks dibandingkan dengan penelitian sebelumnya, karena adanya perkembangan dalam ilmu pengetahuan dan teknologi. Dan juga penelitian saat ini mungkin didasarkan pada teori-teori yang lebih mutakhir atau perspektif yang lebih maju, sementara penelitian sebelumnya mungkin lebih terkait dengan teori-teori yang sudah mapan atau paradigma yang sudah ada.

1.6 Kerangka Teori

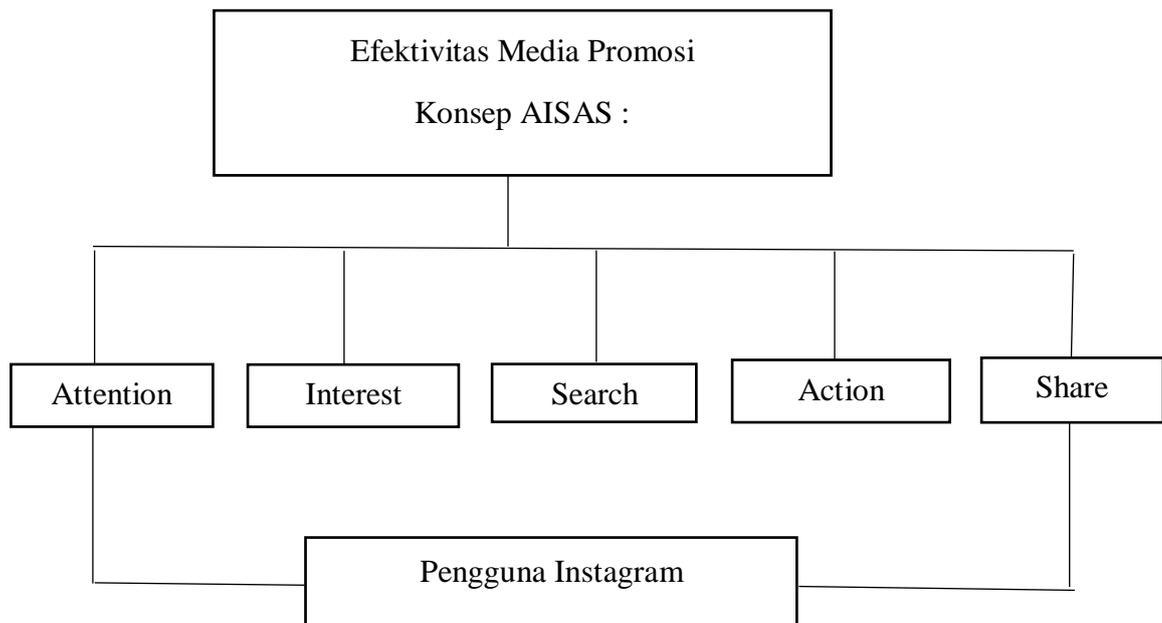
Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan efektivitas penggunaan Instagram sebagai media promosi di perpustakaan Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. Penelitian ini jenis deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Variabel pada penelitian ini adalah variabel tunggal yaitu efektivitas penggunaan Instagram sebagai media promosi di perpustakaan Universitas Islam Negeri Sunan

¹⁰ Juli Anggraini , “ Pemanfaatan Media Sosial Instagram sebagai Sarana Promosi Pada Perpustakaan Universitas Islam Negeri Sumatera Utara”. 2021

Kalijaga Yogyakarta. Sub variabel dalam penelitian ini menggunakan teori AISAS yang digagas oleh Dentsu tahun 2004.¹¹

1.1. Bagan

Bagan Kerangka Teori



Sumber: Sugiyama, K. & Andree. (2011). The dentsu way: secret of cross switch marketing from the world's most innovative advertising agency. New York, United Staed: McGraw Hill Professional.

Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta merupakan salah satu perpustakaan yang memanfaatkan media sosial untuk mempromosikan keunggulan perpustaannya. Adapun media sosial yang digunakan diantaranya adalah Facebook, Youtube, Website, dan juga Instagram. Dari beberapa media sosial yang digunaka

¹¹ Sugiyama, K. & Andree. (2011). The dentsu way: secret of cross switch marketing from the world's most innovative advertising agency. New York, United Staed: McGraw Hill Professional.

oleh Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta Instagram merupakan media sosial yang paling aktif digunakan dalam mempromosikan perpustakaan, dengan nama akun Instagram @perpusuinyogyakarta. Perpustakaan dapat meningkatkan citra juga meningkatkan literasi serta pengetahuan mahasiswa atau pemustakanya.

Promosi dilakukan untuk menarik minat bagi konsumen atau disini diartikan sebagai mahasiswa atau pemustaka dengan cara semenarik mungkin. Berdasarkan teori dan penelitian terdahulu, promosi dikatakan efektif dilihat dari bukti media sosial Instagram melalui aktivitas promosi yang dilakukan oleh Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Aktivitas promosi yang dilakukan bertujuan untuk memberi informasi dan memperkenalkan fasilitas dan layanan kepada pemustaka, yang selanjutnya akan berhubungan dengan efektivitas promosi yang dilihat melalui konsep AISAS (Attention, Interest, Search, Action and Share). Adapun aspek-aspek AISAS adalah Attention (perhatian) pada tahap ini, hampir semua pengguna belum menyadari atau mengerti merek dan produk atau disini diartikan sebagai perpustakaan. Interest (ketertarikan) yaitu calon konsumen tertarik dengan produk. Search (mencari informasi) setelah target konsumen mulai tertarik dengan produk. Action (Tindakan) ini adalah tahap konsumen sudah memilih keputusan untuk melakukan Tindakan dalam membeli sebuah barang atau disini berkunjung ke perpustakaan. Share (membagikan informasi) setelah melakukan pembelian atau action terhadap produk, konsumen bereaksi dengan produk apakah produk bagus atau tidak. Dan teori Users' Engagement Based of AISAS Model Users' Dimensi perhatian terdiri dari pengaruh sosial terhadap perhatian merek dan komunitas identifikasi. Dimensi minat terdiri dari keinformatifan dan efektivitas,

figur dan kelompok niat, identitas sosial, rasa ingin tahu, dan menguntungkan. Dan dimensi Pencarian terdiri dari media sosial mengetik dan mengunjungi kesempatan.

Komunikasi akan berjalan lancar dengan komunikasi dua arah model AISAS. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah random sampling. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan kuesioner, wawancara dan observasi. Perhitungan data validitas dan reliabilitas menggunakan aplikasi SPSS.

1.7 Metode Penelitian

1.7.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian deskriptif bersifat mandiri, dilakukan dengan variabel mandiri yaitu tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan antar variabel lain.¹² Penelitian deskriptif digunakan karena sesuai tujuan dari penelitian yaitu untuk mengetahui tingkat efektivitas promosi melalui sosial media Instagram. Penelitian deskriptif merupakan metode penelitian yang berusaha menggambarkan dan menginterpretasikan objek sesuai dengan apa adanya.¹³ Kuantitatif dapat diartikan sebagai metode yang penelitiannya berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

¹² Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta. Hlm 1

¹³ Sukardi. (2007). *Metode Penelitian Pendidikan*. Yogyakarta: Bumi Aksara. Hlm 157

1.7.2 Lokasi Penelitian

Penelitian ini berlokasi di Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Jalan Marsda Adisucipto, Demangan, Gondokusuman, Papringan, Caturtunggal, Kec. Depok, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta 55221.

1.7.3 Populasi dan Sampel

Populasi merupakan keseluruhan objek atau subjek yang berada pada wilayah dan memenuhi syarat-syarat tertentu berkaitan dengan masalah penelitian atau keseluruhan unit individu dalam ruang lingkup yang akan di teliti.¹⁴ Sampel penelitian merupakan sebagian dari populasi yang diambil peneliti yaitu jumlah anggota aktif Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Berdasarkan system database. Adapun jumlah pengikut Instagram saat ini sebanyak 22.394. penelitian diambil dari sebagian populasi, dan teknik pengambilan sampel menggunakan random sampling. Sampel yang digunakan penelitian adalah dengan teknik slovin. Adapun rumus slovin sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + N (e)^2}$$

$$n = \frac{22.394}{1 + 22.394 (0,1)^2}$$

$$= \frac{22.394}{224,94}$$

$$= 99,55$$

Keterangan :

n : ukuran sampel

¹⁴ Martono, Nanang. 2012. Metode Penelitian Kuantitatif. Jakarta: PT Raya Grafindo Persada. Hlm 74

N : ukuran populasi

E : nilai presisi 10% atau signifikansi 0,1

Dari hasil perhitungan sampel dapat disimpulkan bahwa jumlah sampel sebanyak 99,55 atau dibulatkan menjadi 100 orang responden.

1.7.4 Sumber Data Penelitian

1. Data Primer

Data primer merupakan data yang real-time atau data yang didapatkan secara langsung di tempat survey ataupun responden langsung. Dalam hal ini sumber data primer diperoleh dari survey langsung ke Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta dengan membagikan kuesioner baik secara langsung ataupun tidak langsung bagi pengikut Instagram @perpusuinyogyakarta dan juga melakukan wawancara kepada pustakawan yang menjadi admin sosial media Instagram tersebut.

2. Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah data yang didapat secara tidak langsung dari sumbernya. Data sekunder biasanya diambil dari literatur-literatur, dokumen, buku-buku, artikel yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.

1.7.5 Teknik Pengumpulan Data

Guna memperoleh data penelitian yang luas serta mendalam, maka upaya yang dapat dilakukan adalah melakukan penggalan data sebagai berikut :

1. Observasi

Observasi merupakan teknik pengumpulan data mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain. Teknik pengumpulan data observasi dilakukan apabila penelitian berkenaan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan bila responden yang diamati tidak terlalu besar.¹⁵

Dalam hal ini, penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah observasi langsung ke Perpustakaan Pusat UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk memperoleh data dan fakta yang ada dilapangan atau perpustakaan itu sendiri. Terkhususnya terkait tentang Efektivitas Penggunaan Instagram Sebagai Media Promosi di Perpustakaan Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

2. Angket/Kuesioner

Angket merupakan daftar pertanyaan yang diberikan kepada orang lain dengan maksud agar orang yang diberi tersebut bersedia memberikn respon sesuai dengan permintaan pengguna. Terdapat tiga jenis angket yaitu angket terbuka, angket tertutup dan angket campuran. Angket terbuka adalah angket yang disajikan dalam bentuk sedemikian rupa sehingga responden dapat memberi isian sesuai dengan kehendak dan keadaannya. Angket tertutup adalah angket yang disajikan dalam bentuk sedemikian rupa sehingga responden tinggal memberi tanda centang pada kolom atau tempat yang sesuai. Sedangkan angket campuran adalah gabungan dari angket terbuka dan angket tertutup.¹⁶

¹⁵ Ibid, Hlm. 145.

¹⁶ Suharsimi, Arikunto. 2007. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta:Rineka Cipta hlm 102-103

Pada penelitian ini, pengumpulan data menggunakan angket/kuesioner. Metode angket (questionnaires). Angket atau kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Jika dilihat dari cara menjawab, maka termasuk angket tertutup, sebab subyek tinggal memilih jawaban yang sudah disediakan oleh peneliti.
- b. Jika dilihat dari jawaban responden, maka kategori kuesioner tidak langsung dan langsung, sebab subyek memberikan jawaban tentang orang lain dan juga tentang diri sendiri.
- c. Jika dilihat dari bentuk, kuesioner dalam penelitian ini berbentuk check list dan rating scale, yaitu sebuah pernyataan yang diikuti kolom-kolom yang menunjukkan tingkatan-tingkatan, misalnya mulai dari setuju ke sangat tidak setuju maupun selalu ke tidak pernah.

3. Dokumentasi

Dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan sumber-sumber yang mendukung yang berhubungan dengan proses penelitian. Dokumen ini bisa berbentuk tertulis, gambar atau karya-karya monumental. Dokumentasi yang diambil oleh peneliti yaitu jumlah dari pengikut Instagram Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

1.7.6 Instrument dan Variabel Penelitian

1. Instrument Penelitian

Instrumen penelitian adalah salah satu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun fenomena sosial yang diamati. Instrument penelitian yang

akan digunakan untuk mengukur sehingga mendapat data kuantitatif yang akurat harus memiliki skala. Penelitian ini menggunakan skala pengukuran likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial ditetapkan secara spesifik oleh peneliti yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian.¹⁷

Tabel 1.1 Pedoman Pemberian Skor Alternatif Jawaban Tabel

No	Pernyataan	Nilai
1.	Sering	4
2.	Pernah	3
3.	Jarang	2
4.	Tidak Pernah	1

Sumber : Sugiyono, Op.Cit., hlm.94.

2. Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan.¹⁸ Kuesioner penelitian digunakan untuk menjawab rumusan masalah menggunakan teori. Adapun teori yang digunakan pada penelitian ini yaitu AISAS (Attention. Interest, Search. Action, Share). Sehingga dibuatlah instrument penelitian sebagai berikut :

Tabel 1.2 Jabaran Indikator Instrumen Penelitian

Variabel	Sub Variabel	Indikator

¹⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*, Hlm. 29.

¹⁸ Ibid., hlm. 39.

Efektivitas penggunaan Instagram	1. Attention	1.1. Melihat timeline Instagram 1.2. Memperhatikan story Instagram 1.3. Melihat postingan terbaru 1.4. Ketertarikan postingan
	2. Interest	2.1 Membaca bio perpustakaan di media sosial Instagram 2.2 Membaca caption 2.3 Memberikan komentar di postingan
	3. Search	3.1 Mencari informasi koleksi 3.2 Memberi ulasan 3.3 Memiliki ketertarikan untuk mengenal
	4. Action	4.1 mengetahui jam buka perpustakaan keyanikan berkunjung 4.2 minat menjadi anggota 4.3 minat terhadap koleksi
	5. Share	5.1 membagikan pengalaman melalui story di media sosial pribadi 5.2 merekomendasikan kepada teman

Sumber : Sugiyama, K. & Andree. (2011). The dentsu way: secret of cross switch marketing from the world's most innovative advertising agency. New York, United Staed: McGraw Hill Professional.'

1.7.7 Uji Validitas

Validitas atau keabsahan adalah suatu hal yang menunjukkan sejauh mana alat ukur mampu mengukur apa yang ingin di ukur (*a valid measure if it successfully measure the phenomenon*). Dalam suatu penelitian, baik yang bersifat deskriptif maupun eksplanatif yang melibatkan variabel/konsep yang tidak bisa diukur secara langsung, masalah validitas tidak sederhana, didalamnya menyangkut penjabaran konsep dari tingkat teoritis sampai empiris (indicator) namun bagaimana tidak suatu instrument penelitian harus valid agar hasilnya dapat dipercaya.¹⁹

Uji validitas dapat dilakukan dengan menghitung nilai korelasi antara data yang terdapat pada masing-masing pernyataan dengan skor total. Valid atau tidaknya suatu item dapat diketahui dengan membandingkan antara indeks korelasi produk moment (r_{hitung}) dengan nilai probabilitasnya. Jika angka korelasi yang diperoleh lebih besar dari $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka item tersebut dikatakan valid. Uji validitas penelitian menggunakan SPSS 26 for windows.

Tabel 1.3 Nilai-Nilai r Product Moment

N	Taraf Siginifikan
30	0,361

Pada Tabel r menunjukkan bahwa untuk nilai r product moment penelitian ini mengambil jumlah sampel untuk uji validitas sebanyak 30 responden dan menggunakan taraf signifikan sebesar 5% atau dalam angka sebesar 0,361. Uji

¹⁹ Bungin, Burhan. 2005. Metode Penelitian Kuantitatif. Jakarta: Kencana Darmono.2001. Manajemen dan Tata Kerja Perpustakaan Sekolah. Jakarta: Gramedia Widiaswara hlm 107

validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan Korelasi Bivariate Pearson dengan alat bantu program SPSS versi 23.0 for windows. Setelah dilakukan proses uji validitas kemudian langkah berikutnya yaitu membandingkan r hitung dengan r tabel. R tabel dengan N = 30 pada signifikansi 0,05 atau 5% adalah 0,425. Maka jika $r \text{ hitung} \geq r \text{ tabel}$ maka dapat dikatakan butir instrumen valid dan jika $r \text{ hitung} \leq r \text{ tabel}$ maka butir instrumen tersebut tidak valid

Tabel 1.4 Uji Validitas

No Item	R Hitung	R Tabel	Keterangan
1	0,857	0,425	Valid
2	0,893	0,425	Valid
3	0,736	0,425	Valid
4	0,709	0,425	Valid
5	0,763	0,425	Valid
6	0,459	0,425	Valid
7	0,925	0,425	Valid
8	0,551	0,425	Valid
9	0,743	0,425	Valid
10	0,723	0,425	Valid
11	0,965	0,425	Valid
12	0,768	0,425	Valid
13	0,833	0,425	Valid
14	0,745	0,425	Valid

15	0,725	0,425	Valid
----	-------	-------	--------------

Sumber : Data primer yang diolah

1.7.8 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama pula. Uji reliabilitas alat ukur dapat dilakukan secara eksternal maupun internal.²⁰ reliabilitas adalah alat ukur dengan yang diukur, sehingga alat ukur itu dapat dipercaya dan dapat diandalkan.²¹

Tabel 1.5 Reabilitas

Alpha Cronbach	R Tabel 5% (30)	Keterangan
0,936	0,425	Reliabel

Sumber : Hasil pengolahan data menggunakan SPSS versi 26.0

Menunjukkan bahwa hasil dari uji reliabilitas yaitu reliabel dengan angka sebesar 0,937 dari R tabel 0,425.

1.7.9 Analisis Data

Menurut Bungin terdapat tahap-tahap pengolahan data penelitian kuantitatif yaitu sebagai berikut²² :

1. Tahap memeriksa (*Editing*)

²⁰ Siregar, Syofian. 2012. Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS. Jakarta: Prenadamedia Group hlm 55

²¹ Bungin, Burhan. 2005. Metode Penelitian Kuantitatif. Jakarta: Kencana Darmono.2001. Manajemen dan Tata Kerja Perpustakaan Sekolah. Jakarta: Gramedia Widiaswara hlm 106

²² Bungin, Burhan. 2005. Metode Penelitian Kuantitatif. Jakarta: Kencana Darmono.2001. Manajemen dan Tata Kerja Perpustakaan Sekolah. Jakarta: Gramedia Widiaswara hlm 55

Editing adalah pengecekan atau pengoreksian data yang telah terkumpul, tujuannya untuk menghilangkan kesalahan-kesalahan yang terdapat pada pencatatan di lapangan dan bersifat koreksi. Editing pada penelitian ini yaitu mengecek atau mengoreksi kuesioner penelitian yang telah disebar. Kegiatan ini penting untuk dilakukan untuk mengukur sejauh mana tingkat keabsahan data yang terkumpul. Pada tahap ini tingkat kesalahan instrumen data dapat diminimalkan.

2. Tahap Pengkodean (*Coding*)

Coding adalah pemberian kode-kode pada tiap-tiap data yang termasuk dalam kategori yang sama. Kode adalah isyarat yang dibuat dalam bentuk angka atau huruf yang memberikan petunjuk atau identitas pada suatu informasi atau data yang akan dianalisis. Adapun analisis data angket pada tahap ini dilakukan dengan pemberian kode dalam bentuk skor untuk setiap jawaban angket dengan menggunakan pedoman skala likert.

3. Tahap Skoring Data (*Scoring*)

Tahap ini merupakan sebuah langkah selanjutnya setelah angket yang disebarkan terkumpul, kemudian penilaian terhadap jawaban setiap peserta untuk mengetahui jumlah persentase setiap sub variabel.

4. Tabulasi

Tabulasi adalah pembuatan tabel-tabel yang berisi data yang telah diberi kode sesuai dengan analisis yang dibutuhkan. Dalam melakukan tabulasi diperlukan ketelitian agar tidak terjadi kesalahan. Tabulasi dalam penelitian ini yaitu jawaban dari kuesioner yang telah disebar di masukkan ke dalam tabel sesuai dengan analisis contohnya tabulasi karakteristik responden yang meliputi usia, jenis kelamin, pekerjaan, dan pendidikan terakhir.

Statistik deskriptif adalah bagian dari ilmu statistik yang mempelajari tata cara penyusunan, pengolahan, dan penyajian data, dengan tujuan untuk menggambarkan ciri, sifat, kondisi, atau karakteristik dari suatu masyarakat, siswa, masyarakat dan kesimpulan

hasil penelitian tersebut diberlakukan umum terhadap populasi.²³ Dalam penelitian ini metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif persentase. Metode ini digunakan untuk mengkaji variabel yang ada pada penelitian yaitu Efektivitas promosi melalui media sosial. Untuk menentukan rata-rata skor diolah dengan cara menggunakan rumus *Grand mean* yaitu:

$$\bar{X} = \frac{\sum x}{n}$$

Keterangan :

\bar{X} : Mean yang akan dicari

$\sum x$: Jumlah nilai yang ada

n : Banyaknya frekuensi yang ada

Setelah didapat dan diketahui rata-rata dari jawaban para responden, maka lakukan perhitungan dengan rumus *Grand Mean* sehingga dapat diketahui rata-rata umum dari masing-masing butir dari pernyataan.

Dalam penelitian ini yang menggunakan rumus persentase adalah jawaban dari kuesioner yang telah disebar, kemudian masing-masing jawaban dianalisis dengan rumus persentase yaitu banyaknya jawaban dibagi dengan jumlah keseluruhan responden kemudian dikali dengan bilangan tetap yaitu 100%. Sedangkan untuk mengetahui hasil akhir dalam perhitungan persentase jawaban tiap item menggunakan rumus sebagai berikut :

$$\text{Nilai Presentase} = \frac{\text{Rata - rata skor jawaban responden}}{\text{Skor maksimum}} \times 100\%$$

²³ Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D, Cetakan ke-24. Bandung: Alfabeta. Hlm 147

Pada penelitian ini adapun “kriteria pengambilan suatu keputusan” yang dapat diambil dari perhitungan terhadap “persentase nilai kategori Tingkat Efektivitas” standar sesuai acuan Litbang Depdagri (1991) sebagaimana terdapat pada tabel di bawah ini :

Rasio Efektivitas	Tingkat Capaian
Diatas 80	Sangat efektif
79,99 – 60	Efektif
59,99 – 40	Tidak efektif
Dibawah 40	Sangat tidak efektif

1.8 Sistematika Penelitian

BAB I LATAR BELAKANG pada bagian ini berisikan tentang Latar Belakang Masalah, Batasan Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Definisi Operasional, Tinjauan Pustaka, Kerangka Teori, Metodologi Penelitian dan Sistematika Penelitian.

BAB II LANDASAN TEORI pada bagian ini terdapat teori-teori yang membahas tentang Efektivitas Penggunaan Instagram Sebagai Media Promosi di Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta menggunakan teori AISAS (*Attention, Interest, Seacrh, Action, Share*)

BAB III DESKRIPSI WILAYAH PENELITIAN pada bagian ini menjelaskan tentang deskripsi wilayah mengenai profil umum tempat penelitian

meliputi sejarah, visi dan misi perpustakaan, struktur organisasi perpustakaan, keadaan dan sarana prasarana kondisi tempat penelitian tersebut.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN pada bagian ini akan menjelaskan mengenai temuan-temuan pada saat melakukan penelitian dan membahas mengenai hasil-hasil dari penelitian.

BAB V PENUTUP berisikan kesimpulan dan saran.

