

BAB IV

TEMUAN DAN HASIL ANALISIS

Pada bab ini peneliti akan menjelaskan mengenai hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti dengan judul Efektivitas penggunaan instagram sebagai media promosi di perpustakaan Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. Peneliti menggunakan jenis penelitian deskriptif kuantitatif dan hasil data diperoleh dari penyebaran angket atau kuesioner yang sebar dengan cara online dan offline, adapun link penyebaran angket online yaitu <https://s.id/1YXST>.

Angket yang diisi secara online oleh responden adalah sebanyak 100. Untuk populasi berjumlah 22.394 namun peneliti hanya mengambil sampel sebanyak 100 sampel yang dihitung dengan menggunakan rumus slovin dengan menggunakan editing atau pemeriksaan, coding atau pemberian kode, pemberian skor atau nilai dan tabulasi data atau pembuatan tabel-tabel yang berisikan data dan telah diberi kode sesuai dengan analisis data yang dibutuhkan yang diolah oleh peneliti pada tanggal 2 November 2023

4.1. TEMUAN

Hasil penelitian yang ditemukan dilapangan telah dirangkum serta dianalisis oleh peneliti dengan berdasarkan rumusan masalah yakni: 1) Bagaimana penggunaan instagram sebagai media promosi di Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta 2) Bagaimana efektivitas penggunaan instragram sebagai media promosi di Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang mengacu pada Teori AISAS atau *Attention, Interest, Search, Action, Share*. Selanjutnya peneliti

ingin mengetahui bagaimana penggunaan instagram sebagai media promosi di Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta dan juga efektivitas penggunaan instragram sebagai media promosi di Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, maka peneliti menyebar angket pada 100 responden dengan menggunakan teknik random sampling dengan membuat sebanyak 15 pernyataan. kemudian skala likert digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang-pendeknya interval yang ada didalam alat ukur untuk menghasilkan data kuantitatif kemudian dilakukan pengolahan data yaitu dengan editing, coding dan tabulasi data digunakan metode analisis deskriptif persentase maka peneliti bisa mengkaji variabel pada efektivitas promosi melalui media sosial dengan menentukan rata-rata skor Untuk analisis data 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:

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

Pada penelitian ini adapun kriteria pengambilan suatu keputusan yang dapat diambil dari perhitungan terhadap persentase nilai kategori Tingkat Efektifitas standar sesuai acuan Litbang Depdagri 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

Berikut ini merupakan perhitungan dari tiap-tiap indikator yang mengacu pada AISAS yaitu untuk menjawab terkait penggunaan instagram sebagai media promosi di Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

4.1.1 Penggunaan instagram sebagai media promosi di Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Agar dapat diketahui bagaimana penggunaan instagram sebagai media promosi di Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, maka peneliti melakukan pengamatan atau observasi serta menganalisis dari hasil penyebaran angket atau kuesioner dari para responden sehingga dapat diketahui terkait bagaimana penggunaan instagram sebagai media promosi di Perpustakaan UIN

Sunan Kalijaga Yogyakarta. Adapun penjelasannya yaitu bahwa dari hasil jawaban para responden mengenai instagram sebagai media promosi ini sesuai dengan hasil penelitian pada kuesioner subvariabel pertama yaitu *Attention* atau perhatian dan juga subvariabel ketiga yaitu *Search* atau pencarian yang dibuktikan oleh hasil perhitungan yang disajikan dalam bentuk tabel.

A. *Attention* (Perhatian)

Pada indikator ini terdiri dari 4 pernyataan yang akan diberikan pada responden yaitu 1) saya melihat timeline instagram UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta 2) saya memperhatikan instagram story UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta 3) saya melihat postingan koleksi terbaru instagram UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta 4) saya memperhatikan informasi yang di posting di instagram UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Adapun perhitungan per item sebagai berikut:

a) Saya Melihat timeline instagram UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Agar kita dapat mengetahui seberapa efektif sebuah promosi melalui sosial media maka hal yang menjadi fokus utama ialah perhatian yang maksudnya adalah bagaimana seseorang dapat memperhatikan timeline dari instagram tersebut sehingga menimbulkan rasa penasaran dan rasa ingin tahu. Berikut perhitungan dari pernyataan ini:

Tabel 4.1 Saya Melihat timeline instagram UIN Sunan Kalijaga yogyakarta

Jawaban	Bobot Nilai	Frekuensi Kuesioner (N)	Nilai Kuesioner (ΣX)	Mean (X)
Sering	4	43	172	$X = \frac{\sum X}{N}$
Pernah	3	52	156	
Jarang	2	4	8	$X = \frac{337}{4}$
Tidak Pernah	1	1	1	$X = 84,25$
Total		100	336	

Sumber: Data primer yang diolah

Tabel 4.1 tersebut menunjukkan bahwa 100 responden telah memberikan tanggapan. 43 diantaranya memberikan tanggapan sering, 52 diantaranya memberikan tanggapan pernah, 4 diantaranya memberikan tanggapan jarang dan 1 tidak pernah. Dari hasil data ini dapat diketahui bahwa jumlah atau skor hasil kuesioner yakni 337 dengan menggunakan rumus berikut:

$$\text{Mean (x)} = \frac{\text{jumlah nilai yang ada } (\sum x)}{\text{jumlah pernyataan (n)}}$$

sehingga persentase menunjukkan angka 84,25%. Berdasarkan nilai total persentase ini dapat disimpulkan bahwa indikator saya melihat timeline instagram UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta berada di rasio efektivitas diatas 80 atau dengan kategori sangat efektif.

b) Saya memperhatikan instagram story UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Pada sosial media seperti instagram biasanya kebanyakan orang akan melihat story yang terkadang muncul tanpa disengaja di beranda kita, dari sinilah yang menentukan seseorang tertarik untuk mengunjungi profil instagram tersebut.

Tabel 4.2 saya memperhatikan instagram story UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Jawaban	Bobot Nilai	Frekuensi Kuesioner (N)	Nilai Kuesioner (ΣX)	Mean (X)
Sering	4	42	168	$X = \frac{\Sigma X}{N}$
Pernah	3	50	150	
Jarang	2	6	12	
Tidak Pernah	1	2	2	$X = \frac{332}{4}$
Total		100	328	$X = 83$

Sumber: Data primer yang diolah

Dari tabel 4.2 ini dinyatakan bahwa 100 responden telah memberikan tanggapan. 41 diantaranya memberikan tanggapan sering, 51 diantaranya memberikan tanggapan pernah, 7 diantaranya memberikan tanggapan jarang dan 1 responden memberikan tanggapan tidak pernah. Dari hasil data ini dapat diketahui bahwa jumlah atau skor hasil kuesioner yakni 332 dengan menggunakan rumus berikut:

$$\text{Mean (x)} = \frac{\text{jumlah nilai yang ada } (\Sigma x)}{\text{jumlah pernyataan (n)}}$$

Sehingga diperoleh nilai total persentase sebesar 83%. Jadi nilai total persentase ini dapat disimpulkan bahwa indikator saya memperhatikan instagram story UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta berada di rasio efektivitas diatas 80 atau dengan kategori sangat efektif.

c) Saya melihat postingan koleksi terbaru instagram UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya, setelah seseorang melihat cerita atau story instagram seseorang akan dengan sendirinya meliat-lihat postingan instaram yang berisikan koleksi-koleksi dari perpustakaan.

Tabel 4.3 saya melihat postingan koleksi terbaru instagram UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Jawaban	Bobot Nilai	Frekuensi Kuesioner (N)	Nilai Kuesioner (ΣX)	Mean (X)
Sering	4	40	160	$X = \frac{\Sigma X}{N}$ $X = \frac{319}{4}$ $X = 79,75$
Pernah	3	41	123	
Jarang	2	18	36	
Tidak Pernah	1			
Total		100	319	

Sumber: Data primer yang diolah

Dari tabel 4.3 ini dinyatakan bahwa 100 responden telah memberikan tanggapan. 39 diantaranya memberikan tanggapan sering, 43 diantaranya memberikan tanggapan pernah, dan 18 diantaranya memberikan tanggapan jarang. Dari hasil data ini dapat diketahui bahwa jumlah atau skor hasil kuesioner yakni 319 dengan menggunakan rumus berikut:

$$\text{Mean (x)} = \frac{\text{jumlah nilai yang ada } (\Sigma x)}{\text{jumlah pernyataan (n)}}$$

Sehingga diperoleh nilai total persentase sebesar 79,75 %. Jadi nilai total persentase ini dapat disimpulkan bahwa saya melihat postingan koleksi terbaru instagram UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta berada di rasio efektivitas 79,99-60 atau dengan kategori efektif.

d) Saya memperhatikan informasi yang di posting di instagram UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Karena sebuah rasa tertarik akan koleksi-koleksi terbaru yang di upload atau diunggah melalui media sosial perpustakaan sehingga seseorang akan terus memantau instagram perpustakaan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Tabel 4.4

saya memperhatikan informasi yang di posting di instagram UIN Sunan

Kalijaga Yogyakarta

Jawaban	Bobot Nilai	Frekuensi Kuesioner	Nilai Kuesioner	Mean (X)

		(N)	(ΣX)	
Sering	4	43	172	$X = \frac{\sum X}{N}$ $X = \frac{333}{4}$ $X = 83,25$
Pernah	3	48	144	
Jarang	2	8	16	
Tidak Pernah	1	1	1	
Total		100	332	

Sumber: Data primer yang diolah

Berdasarkan tabel 4.4 tersebut dinyatakan bahwa 100 responden telah memberikan tanggapan. 43 diantaranya memberikan tanggapan sering, 48 diantaranya memberikan tanggapan pernah, 8 diantaranya memberikan tanggapan jarang dan 1 tidak pernah. Dari hasil data ini dapat diketahui bahwa jumlah atau skor hasil kuesioner yakni 333 dengan menggunakan rumus berikut:

$$\text{Mean (x)} = \frac{\text{jumlah nilai yang ada } (\sum x)}{\text{jumlah pernyataan (n)}}$$

Sehingga diperoleh nilai total persentase sebesar 83,25% dengan tabel dibawah ini. Maka nilai total persentase ini dapat disimpulkan bahwa indikator saya memperhatikan informasi yang di posting di instagram UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta berada di rasio efektivitas diatas 80 atau dengan kategori sangat efektif. Dari hasil penelitian pada indikator perhatian, selanjutnya peneliti melakukan perhitungan rata – rata indikator seluruh item pernyataan untuk mengetahui hasil akhir dalam perhitungan persentase jawaban tiap item menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Nilai persentase} = \frac{\text{rata-rata skor jawaban responden}}{\text{skor maksimum}} \times 100$$

Adapun perhitungan tabel hasil analisis indikator attention ialah:

Tabel 4.5 Hasil analisis indikator attention atau perhatian

No item	Skor	Rata-rata skor	Nilai Persentase
1	336	3,36	84 %
2	332	3,32	83%
3	319	3,19	79 %
4	333	3,33	83,25 %
Rata-rata nilai indikator perhatian: $\frac{328}{4} = 82\%$ (sangat efektif)			

Sumber: Data primer yang diolah

Pada tabel 4.5 menunjukkan bahwa hasil perhitungan pada indikator attention atau perhatian mendapatkan kategori sangat efektif dengan nilai rata-rata persentase sebesar 82 % atau sangat efektif. Berdasarkan tabel 4.5 tersebut, dapat kita lihat bahwa rata-rata atau pada tiap-tiap indikator, yaitu:

- 1) saya melihat timeline instagram UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta diperoleh skor 336 dengan kategori sangat efektif.
- 2) saya memperhatikan instagram story UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta diperoleh sebesar 332 dengan kategori sangat efektif,
- 3) saya melihat postingan koleksi terbaru instagram UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta diperoleh sebesar 319 dengan kategori efektif dan
- 4) saya memperhatikan informasi yang di posting di instagram UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta diperoleh sebesar 332 dengan kategori sangat efektif.

Dari hasil perhitungan tersebut maka diperoleh nilai

persentase 82% atau masuk kategori sangat efektif. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Efektivitas penggunaan instagram sebagai media promosi di perpustakaan Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta pada sub variabel *attention* atau perhatian dapat dikategorikan sangat efektif.

Pada sub variabel Attention ini menunjukkan bahwa dalam mempromosikan sebuah produk haruslah mengikuti trend atau perkembangan teknologi yang sedang digemari oleh kalangan anak muda. Karena kebanyakan dari mereka, mudah menyukai informasi yang dikemas dengan menarik dan tampilan yang kekinian. Maka dari sini perpustakaan UIN Sunan Kalijaga sudah berhasil dalam mempromosikan perpustakannya yang bisa dilihat dari hasil perhitungan yang sudah tertera pada tabel diatas. Dari hal ini kita bisa mengetahui bahwa promosi perpustakaan sangatlah penting dalam menunjang berkembangnya perpustakaan melalui media sosial seperti instagram, termasuk memposting atau membagikan kegiatan dan program yang ada di perpustakaan. Hal ini akan menambah minat pemustaka untuk berkunjung ke perpustakaan dengan memanfaatkan media sosial dan trend terkini.

Kemudian perpustakaan dapat menggunakan sebuah cara atau strategi yang memungkinkan supaya informasi yang di *share* atau di sebarakan melalui instagram dapat tepat sasaran dengan cara membagikan informasi dalam bentuk infografis seperti yang sudah di terapkan di media sosial instagram UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Selain infografis perpustakaan

juga menggunakan *reels* atau video berdurasi pendek untuk membagikan kegiatan ataupun informasi terkait perpustakaan. dengan menggunakan *reels* pada instagram perpustakaan maka informasi bisa dikemas dengan durasi yang pendek namun informasi yang disampaikan jelas dan lugas. Hal ini sesuai dengan sub variabel Search yang akan dijelaskan yaitu sebagai berikut.

B. Search atau pencarian

Setelah seseorang tertarik akan media sosial instagram maka selanjutnya ia akan mulai mencari tahu lebih lanjut mengenai isi dari akun instagram tersebut bahkan juga mencari tahunya melalui website perpustakaan agar bisa mengetahui secara langsung terkait koleksi-koleksi dari perpustakaan. indikator search ini terdiri dari tiga pernyataan yaitu 1) saya pernah memberi tanda love pada postingan instagram UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta 2) saya tertarik dengan informasi mengenal atau mengetahui tentang perpustakaan di instagram UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta 3) saya pernah mencari informasi tentang koleksi perpustakaan di instagram UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Adapun perhitungan per item sebagai berikut:

- a) saya pernah memberi tanda love pada postingan instagram UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

setelah seseorang berminat akan mengunjungi perpustakaan, ia akan terus menyukai atau memberi love pada setiap berita yang di posting akun instagram UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Tabel 4.6 saya pernah memberi tanda love pada postingan instagram

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Jawaban	Bobot Nilai	Frekuensi Kuesioner (N)	Nilai Kuesioner (ΣX)	Mean (X)
Sering	4	56	224	$X = \frac{\Sigma X}{N}$ $X = \frac{347}{4}$ $X = 86,75$
Pernah	3	37	111	
Jarang	2	5	10	
Tidak Pernah	1	2	2	
Total		100	346	

Sumber: Data primer yang diolah

Berdasar dari tabel 4.6 ini maka dinyatakan bahwa 100 responden telah memberikan tanggapan. 56 diantaranya memberikan tanggapan sering, 37 diantaranya memberikan tanggapan pernah, dan 5 diantaranya memberikan tanggapan jarang dan 2 diantaranya memberi tanggapan tidak pernah. Dari hasil data ini dapat diketahui bahwa jumlah atau skor hasil kuesioner yakni 347 dengan menggunakan rumus berikut:

$$\text{Mean (x)} = \frac{\text{jumlah nilai yang ada } (\Sigma x)}{\text{jumlah pernyataan (n)}}$$

Sehingga diperoleh nilai total persentase sebesar 86,75%. Dari hasil nilai total persentase ini dapat disimpulkan bahwa saya pernah memberi tanda love pada postingan instagram UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta berada di rasio efektivitas diatas 80 atau dengan kategori sangat efektif.

- b) saya tertarik dengan informasi mengenal atau mengetahui tentang perpustakaan di instagram UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Ketika responden sudah merasa tertarik akan postingan media sosial instagram milik perpustakaan UIN Sunan Kalijaga maka ia akan terus memantau tiap informasi yang dibagikan admin instagram. Adapun perhitungan dari item ini:

Tabel 4.7 saya tertarik dengan informasi mengenal atau mengetahui tentang perpustakaan di instagram UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Jawaban	Bobot Nilai	Frekuensi Kuesioner (N)	Nilai Kuesioner (ΣX)	Mean (X)
Sering	4	39	156	$X = \frac{\Sigma X}{N}$
Pernah	3	54	162	
Jarang	2	6	12	
Tidak Pernah	1	1	1	$X = \frac{331}{4}$
Total		100	330	X= 80,25

Sumber: Data primer yang diolah

Berdasarkan tabel 4.7 tersebut dinyatakan bahwa 100 responden telah memberikan tanggapan. 39 diantaranya memberikan tanggapan sering,

55 diantaranya memberikan tanggapan pernah, dan 6 diantaranya memberikan tanggapan jarang dan 1 diantaranya memberi tanggapan tidak pernah. Dari hasil data ini dapat diketahui bahwa jumlah atau skor hasil kuesioner yakni 331 dengan menggunakan rumus berikut:

$$\text{Mean (x)} = \frac{\text{jumlah nilai yang ada } (\sum x)}{\text{jumlah pernyataan (n)}}$$

Sehingga diperoleh nilai total persentase sebesar 80,25% dengan tabel dibawah ini maka dari nilai total persentase ini dapat disimpulkan bahwa saya pernah memberi tanda love pada postingan instagram UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta berada di rasio efektivitas diatas 80 atau dengan kategori sangat efektif.

c) saya pernah mencari informasi tentang koleksi perpustakaan di instagram UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Koleksi yang menarik tentu banyak diminati terutama bagi para mahasiswa di sebuah universitas, namun ada trik atau cara agar mahasiswa mengetahui bahwa ada koleksi baru di perpustakaan yaitu dengan membagikan postingan berupa informasi koleksi-koleksi perpustakaan. dengan begitu mereka akan tertarik untuk mengetahui lebih lanjut.

Tabel 4.8 saya pernah mencari informasi tentang koleksi perpustakaan di instagram UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Jawaban	Bobot Nilai	Frekuensi Kuesioner (N)	Nilai Kuesioner (ΣX)	Mean (X)

Sering	4	36	144	$X = \frac{\sum X}{N}$
Pernah	3	48	144	
Jarang	2	13	26	$X = \frac{315}{4}$
Tidak Pernah	1	3	1	X= 78,75
Total		100	318	

Sumber: Data primer yang diolah

Sehingga bisa kita lihat pada tabel 4.8 ini dinyatakan bahwa 100 responden telah memberikan tanggapan. 36 diantaranya memberikan tanggapan sering, 48 diantaranya memberikan tanggapan pernah, 13 diantaranya memberikan tanggapan jarang dan 3 diantaranya memberi tanggapan tidak pernah. Dari hasil data ini dapat diketahui bahwa jumlah atau skor hasil kuesioner yakni 315 dengan menggunakan rumus berikut:

$$\text{Mean (x)} = \frac{\text{jumlah nilai yang ada } (\sum x)}{\text{jumlah pernyataan (n)}}$$

Sehingga diperoleh nilai total persentase sebesar 78,75%. Berdasarkan nilai total persentase ini dapat disimpulkan bahwa saya pernah mencari informasi tentang koleksi perpustakaan di instagram UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta berada di rasio efektivitas 79,99-60 atau dengan kategori efektif. Dari hasil penelitian pada indikator search selanjutnya peneliti melakukan perhitungan rata – rata indikator seluruh item pernyataan untuk mengetahui hasil akhir dalam perhitungan persentase jawaban tiap item menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Nilai persentase} = \frac{\text{rata-rata skor jawaban responden}}{\text{skor maksimum}} \times 100$$

Maka perhitungan tabel hasil analisis indikator search ialah:

Tabel 4.9 Hasil analisis indikator search

No item	Skor	Rata-rata skor	Nilai Persentase
1	347	3,47	86,75 %
2	331	3,31	82,75 %
3	315	3,15	78,75 %
Rata-rata nilai indikator search: $\frac{248}{4} = 62\%$ (efektif)			

Sumber: Data primer yang diolah

Pada tabel 4.9 menunjukkan bahwa hasil perhitungan pada indikator search mendapatkan kategori efektif dengan nilai rata-rata persentase sebesar 62% berada di rasio efektivitas 79,99-60. Berdasarkan tabel 4.9 tersebut, dapat kita lihat bahwa rata-rata atau pada tiap-tiap indikator, yaitu:

- 1) saya pernah memberi tanda love pada postingan instagram UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta diperoleh skor 347 dengan kategori sangat efektif.
- 2) saya tertarik dengan informasi mengenal atau mengetahui tentang perpustakaan di instagram UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta diperoleh sebesar 331 dengan kategori sangat efektif dan
- 3) saya pernah mencari informasi tentang koleksi perpustakaan di instagram UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta diperoleh sebesar 315 dengan kategori efektif.

Dari hasil perhitungan tersebut maka diperoleh nilai persentase 62% atau masuk kategori efektif. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Efektivitas penggunaan instagram sebagai media

promosi di perpustakaan Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta pada sub variabel search dapat dikategorikan efektif.

Selain itu, dalam membagikan atau menyebarkan informasi, baik berupa informasi kegiatan di perpustakaan maupun terkait pemberitahuan atau pengumuman haruslah dilakukan di waktu yang tepat. seperti pada saat jam istirahat atau jam kosong para mahasiswa sehingga mereka bisa bermain sosial media dan melihat informasi yang dibagikan tersebut. Hal ini dibuktikan dengan kuesioner dengan pernyataan saya memperhatikan instagram story UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Saya melihat postingan koleksi terbaru UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta dan saya memperhatikan informasi yang di posting di intagram UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Dengan adanya pernyataan ini, kita bisa mengetahui bahwa dalam memposting atau membagikan informasi dan juga kegiatan kita juga harus memperhatikan timing atau waktu dan situasi kondisi yang pas dan tepat sehingga banyak yang memperhatikan postingan kegiatan dan informasi tersebut.

Kemudian untuk mengetahui proses pelaksanaan strategi promosi perpustakaan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta maka staf perpustakaan memiliki perannya masing-masing dalam memajukan perpustakaan yang terpenting dalam mempromosikan sebuah perpustakaan dengan menggunakan instagram tentu haruslah bersifat unik atau memiliki ciri khas dan informasinya baru, hal inilah yang membuat responden tertarik untuk menggali akun instagram UIN Sunan Kalijaga lebih banyak lagi. Hal ini sesuai dengan pernyataan saya membaca bio perpustakaan di akun instagram

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Dengan adanya pernyataan ini, kita bisa mengetahui bahwa sepenting itu peran promosi dalam memajukan dan memperkenalkan perpustakaan agar pengguna perpustakaan mengetahui jika ada fasilitas, layanan dan koleksi baru di perpustakaan. Media sosial sangat penting dalam membantu promosi perpustakaan karena penyebaran informasi yang sangat cepat dan mudah didapatkan ketimbang hanya melalui manual atau tanpa media seperti instagram.

Dalam melakukan promosinya, instagram UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sudah melakukan berbagai strategi agar para mahasiswa tertarik untuk mengunjungi perpustakaan salah satunya dengan mewajibkan mahasiswanya untuk mengikuti kegiatan pendidikan pemakai atau *user education* karena dengan mengikuti kegiatan ini para mahasiswa akan mendapatkan kartu keanggotaan. Namun jika tidak mengikuti, maka kartu keanggotaan belum bisa diaktifkan. Hal ini sesuai dengan pernyataan saya pernah mencari informasi tentang cara menjadi anggota di perpustakaan melalui instagram UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, karena instagram perpustakaan selalu aktif membagikan informasi termasuk informasi menjadi anggota perpustakaan sehingga mendapatkan kartu keanggotaan.

Kemudian pada pernyataan saya pernah mencari informasi tentang koleksi perpustakaan di Instagram UIN Sunan Kalijaga membuktikan bahwa kebanyakan responden lebih banyak mencari tahu dulu apakah koleksi yang dibutuhkan sudah tersedia di perpustakaan atau belum tersedia, dari pada datang ke perpustakaan namun ternyata koleksi yang dibutuhkan belum ada,

maka instagram memiliki peran penting dalam hal menyebarkan informasi dengan cepat dan penyebarannya pun sangat cepat ketimbang informasi cetak yang biasanya di tempelkan di papan informasi perpustakaan.

Dari pernyataan ini kita dapat mengetahui bahwa dengan adanya instagram sebagai media promosi maka informasi mudah diterima dan dipahami bagi mereka yang sedang membutuhkan, karena biasanya yang belum membutuhkan akan membiarkan informasi itu lewat begitu saja. Kesimpulan yang bisa diambil ialah bahwa dalam membuat konten perpustakaan kita harus memiliki tingkat kreativitas yang tinggi serta mengerti situasi dan kondisi. Maksudnya adalah kita tau mana kegiatan ataupun hal yang sedang trending dan menarik yang harus segera di posting dan selalu mengupdate sosial media dengan mengikuti gaya kekinian, dan hindari membuat konten yang kuno atau jaman dulu yang terkesan membosankan sehingga anak muda terutama pengunjung perpustakaan lebih meningkat minatnya untuk berkunjung.

Dari sub variabel Attention atau perhatian dan Search atau pencarian maka dapat diketahui bahwa dalam penggunaan instagram sebagai media promosi perpustakaan sudah terjawab, bahwa dalam pelaksanaan dan juga pengaplikasiannya sendiri sudah menunjukkan efektif. Maka selanjutnya peneliti akan menjelaskan terkait bagaimana efektivitas penggunaan instagram sebagai media promosi di perpustakaan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta dengan penjelasan sebagai berikut:

4.1.2 Efektivitas penggunaan instgram sebagai media promosi di Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Agar kita dapat melihat seberapa Efektifitas instgram sebagai media promosi di Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga maka peneliti melakukan analisis data pada tiap – tiap indikator dan yang menjadi acuan angket dari hasil penelitian yaitu berdasar pada sub variabel interest atau ketertarikan, action atau tindakan dan juga share atau berbagi yang penjelasannya ialah sebagai berikut:

A. *Interest* (Ketertarikan)

Indikator ketertarikan merupakan indikator untuk melihat sejauh mana responden tertarik untuk mencari tahu mengenai profil perpustakaan yang mana terdiri dari tiga buah pernyataan dan diberikan pada 100 responden yaitu 1) Saya membaca bio perpustakaan di akun instgram UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2) saya membaca caption postingan instgram UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, dan 3) saya pernah memberikan commen pujian pada postingan yang menarik di instgram UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Adapun perhitungan per item sebagai berikut:

- a) Saya membaca bio perpustakaan di akun instgram UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Langkah selanjutnya setelah memperhatikan dan memantau akun instgram perpustakaan yaitu dengan membaca bio perpustakaan.

Berikut perhitungan dari pernyataan ini:

Tabel 4.10 Saya membaca bio perpustakaan di akun instagram UIN

Sunan Kalijaga Yogyakarta

Jawaban	Bobot Nilai	Frekuensi Kuesioner (N)	Nilai Kuesioner (ΣX)	Mean (X)
Sering	4	44	176	$X = \frac{\sum X}{N}$ $X = \frac{334}{4}$ $X = 83,5$
Pernah	3	49	147	
Jarang	2	4	8	
Tidak Pernah	1	3	3	
Total		100	334	

Sumber: Data primer yang diolah

Pada tabel 4.10 tersebut dinyatakan bahwa 100 responden telah memberikan tanggapan. 44 diantaranya memberikan tanggapan sering, 49 diantaranya memberikan tanggapan pernah, 4 diantaranya memberikan tanggapan jarang dan 3 diantaranya memberi tanggapan tidak pernah. Dari hasil data ini dapat diketahui bahwa jumlah atau skor hasil kuesioner yakni 334 dengan menggunakan rumus berikut:

$$\text{Mean (x)} = \frac{\text{jumlah nilai yang ada } (\sum x)}{\text{jumlah pernyataan (n)}}$$

Sehingga diperoleh nilai total persentase sebesar 83,5%. Maka nilai total persentase ini dapat disimpulkan bahwa indikator Saya membaca bio perpustakaan di akun instagram UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta berada di rasio efektivitas diatas 80 atau dengan kategori sangat efektif.

b) saya membaca caption postingan instagram UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Selanjutnya setelah membaca bio instagram yaitu membaca caption postingan instagram UIN Sunan Kalijaga . Berikut perhitungan dari pernyataan ini:

Tabel 4.11 saya membaca caption postingan instagram UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Jawaban	Bobot Nilai	Frekuensi Kuesioner (N)	Nilai Kuesioner (ΣX)	Mean (X)
Sering	4	66	264	$X = \frac{\Sigma X}{N}$ $X = \frac{359}{4}$ $X = 89,75$
Pernah	3	28	84	
Jarang	2	5	10	
Tidak Pernah	1	1	1	
Total		100	359	

Sumber: Data primer yang diolah

Berdasarkan tabel 4.11 tersebut dinyatakan bahwa 100 responden telah memberikan tanggapan. 66 diantaranya memberikan tanggapan sering, 28 diantaranya memberikan tanggapan pernah, 5 diantaranya memberikan tanggapan jarang dan 1 tidak pernah. Dari hasil data ini dapat diketahui bahwa jumlah atau skor hasil kuesioner yakni 359 dengan menggunakan rumus berikut:

$$\text{Mean } (x) = \frac{\text{jumlah nilai yang ada } (\sum x)}{\text{jumlah pernyataan } (n)}$$

Sehingga diperoleh nilai total persentase sebesar 89,75%. Berdasarkan nilai total persentase ini dapat disimpulkan bahwa indikator saya membaca caption postingan instagram UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta berada di rasio efektivitas diatas 80 atau dengan kategori sangat efektif.

c) saya pernah memberikan commen pujian pada postingan yang menarik di instagram UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Pada dasarnya manusia merupakan makhluk yang memiliki rasa ingin tahu yang besar. Setelah seseorang membaca caption postingan, secara spontan ia akan memberikan tanggapan atau komentar terkait postingan. Adapaun perhitungannya sebagai berikut:

Tabel 4.12 saya pernah memberikan commen pujian pada postingan yang menarik di instagram UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Jawaban	Bobot Nilai	Frekuensi Kuesioner (N)	Nilai Kuesioner (ΣX)	Mean (X)
Sering	4	36	144	$X = \frac{\sum X}{N}$
Pernah	3	9	27	
Jarang	2	6	12	
Tidak Pernah	1	49	49	$X=58$

Total		100	232	
-------	--	-----	-----	--

Sumber: Data primer yang diolah

Dapat kita lihat pada tabel 4.12 tersebut dinyatakan bahwa 100 responden telah memberikan tanggapan. 36 diantaranya memberikan tanggapan sering, 9 diantaranya memberikan tanggapan pernah, 6 diantaranya memberikan tanggapan jarang dan 49 diantaranya memberi tanggapan tidak pernah. Dari hasil data ini dapat diketahui bahwa jumlah atau skor hasil kuesioner yakni 232 dengan menggunakan rumus berikut:

$$\text{Mean (x)} = \frac{\text{jumlah nilai yang ada } (\Sigma x)}{\text{jumlah pernyataan (n)}}$$

sehingga diperoleh nilai total persentase sebesar 58%. Maka nilai total persentase ini dapat disimpulkan bahwa saya pernah memberikan commen pujian pada postingan yang menarik di instagram UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta berada di rasio efektivitas 59,99-40 atau dengan kategori tidak efektif.

Dari hasil penelitian pada indikator ketertarikan, selanjutnya peneliti melakukan perhitungan rata – rata indikator seluruh item pernyataan untuk mengetahui hasil akhir dalam perhitungan persentase jawaban tiap item menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Nilai persentase} = \frac{\text{rata-rata skor jawaban responden}}{\text{skor maksimum}} \times 100$$

Maka perhitungan tabel hasil analisis indikator Interest ialah:

Tabel 4.13 Hasil analisis indikator ketertarikan

No item	Skor	Rata-rata skor	Nilai Persentase
1	334	3,34	83,5 %
2	359	3,59	89,75 %
3	232	2,32	58 %
Rata-rata nilai indikator ketertarikan $\frac{231}{4} = 57,75\%$ (tidak efektif)			

Sumber: Data primer yang diolah

Pada tabel 4.13 menunjukkan bahwa hasil perhitungan pada indikator ketertarikan mendapatkan kategori tidak efektif dengan nilai rata-rata persentase sebesar 57,75 %. Sehingga dari tabel 4.13 tersebut, dapat kita lihat bahwa rata-rata atau pada tiap-tiap indikator, yaitu: 1)) Saya membaca bio perpustakaan di akun instagram UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta diperoleh skor 334 dengan kategori sangat efektif. 2 saya membaca caption postingan instagram UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta diperoleh sebesar 359 dengan kategori sangat efektif, 3) saya pernah memberikan commen pujian pada postingan yang menarik di instagram UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta diperoleh sebesar 232 dengan kategori tidak efektif.

Dari hasil perhitungan tersebut maka diperoleh nilai persentase 57,75% atau masuk kategori tidak efektif . Sehingga dapat disimpulkan bahwa Efektivitas penggunaan instagram sebagai media promosi di perpustakaan Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta pada sub variabel ketertarikan dapat dikategorikan tidak efektif.

B. Action atau tindakan

Ini merupakan tahap dimana dimana seseorang sudah memilih keputusan untuk melakukan suatu hal. Dalam hal ini, seseorang yang telah memantau dan mengamati akun instagram UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sudah memiliki minat dan keinginan untuk mengunjungi perpustakaan dan melihat-lihat secara langsung koleksi yang tersedia di perpustakaan. indikator ini terdiri dari 1) saya pernah mencari informasi jam buka perpustakaan di instagram UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2) saya pernah mencari informasi tentang cara menjadi anggota di perpustakaan melalui instagram UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta dan 3) saya pernah mengunjungi perpustakaan karena postingan di instagram UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. adapun perhitungan per item ialah sebagai berikut:

- a) saya pernah mencari informasi jam buka perpustakaan di instagram UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

dalam pencarian informasi di perpustakaan membutuhkan waktu yang tepat dan kondisi yang baik agar nantinya hasil dari informasi dapat bermanfaat. Dalam hal ini kita harus tahu dulu kapan saja dan jam berapa perpustakaan buka dan tutup. Adapun perhitungan item ini yaitu:

Tabel 4.14 saya pernah mencari informasi jam buka perpustakaan di instagram UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Jawaban	Bobot Nilai	Frekuensi Kuesioner (N)	Nilai Kuesioner (ΣX)	Mean (\bar{X})
Sering	4	37	148	

Pernah	3	61	183	$X = \frac{\sum X}{N}$
Jarang	2	2	4	
Tidak Pernah	1			$X = \frac{335}{4}$
Total		100	335	$X=83,75$

Sumber: Data primer yang diolah

Berdasarkan tabel 4.14 ini dinyatakan bahwa 100 responden telah memberikan tanggapan. 37 diantaranya memberikan tanggapan sering, 61 diantaranya memberikan tanggapan pernah, dan 2 diantaranya memberikan tanggapan jarang. Dari hasil data ini dapat diketahui bahwa jumlah atau skor hasil kuesioner yakni 335 dengan menggunakan rumus berikut:

$$\text{Mean (x)} = \frac{\text{jumlah nilai yang ada } (\sum x)}{\text{jumlah pernyataan (n)}}$$

Sehingga diperoleh nilai total persentase sebesar 83,75%. Berdasarkan nilai total persentase ini dapat disimpulkan bahwa saya pernah mencari informasi jam buka perpustakaan di instagram UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta berada di rasio efektivitas diatas 80 atau dengan kategori sangat efektif.

- b) saya pernah mencari informasi tentang cara menjadi anggota di perpustakaan melalui instagram UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Mencari informasi di perpustakaan merupakan hal yang paling utama dilakukan sebelum menentukan untuk menjadi anggota perpustakaan. Namun kita harus tahu dulu cara menjadi anggota

perpustakaan dan apa saja syarat agar bisa menjadi anggota perpustakaan. adapaun perhitungannya sebagai berikut:

Tabel 4.15 saya pernah mencari informasi tentang cara menjadi anggota di perpustakaan melalui instagram UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Jawaban	Bobot Nilai	Frekuensi Kuesioner (N)	Nilai Kuesioner (ΣX)	Mean (X)
Sering	4	38	152	$X = \frac{\sum X}{N}$ $X = \frac{319}{4}$ $X = 79,75$
Pernah	3	48	144	
Jarang	2	9	18	
Tidak Pernah	1	5	5	
Total		100	319	

Sumber: Data primer yang diolah

Dapat kita lihat bahwa pada tabel 4.15 ini dinyatakan bahwa 100 responden telah memberikan tanggapan. 38 diantaranya memberikan tanggapan sering, 48 diantaranya memberikan tanggapan pernah, 9 diantaranya memberikan tanggapan jarang dan 5 diantaranya memberikan tanggapan tidak pernah. Dari hasil data ini dapat diketahui bahwa jumlah atau skor hasil kuesioner yakni 319 dengan menggunakan rumus berikut:

$$\text{Mean (x)} = \frac{\text{jumlah nilai yang ada } (\sum x)}{\text{jumlah pernyataan (n)}}$$

Sehingga diperoleh nilai total persentase sebesar 79,75%. Dapat kita ketahui bahwa nilai total persentase ini dapat disimpulkan bahwa saya

pernah mencari informasi tentang cara menjadi anggota di perpustakaan melalui instagram UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta berada di rasio efektivitas 79,99-60 atau dengan kategori efektif.

c) saya pernah mengunjungi perpustakaan karena postingan di instagram UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

dengan adanya kreatifitas dan postingan yang menarik, instagram dapat menarik minat seseorang untuk datang mengunjungi langsung perpustakaan. adapun perhitungannya sebagai berikut:

Tabel 4.16 saya pernah mengunjungi perpustakaan karena postingan di instagram UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Jawaban	Bobot Nilai	Frekuensi Kuesioner (N)	Nilai Kuesioner (ΣX)	Mean (X)
Sering	4	36	144	$X = \frac{\Sigma X}{N}$
Pernah	3	50	150	
Jarang	2	12	24	
Tidak Pernah	1	2	2	$X = \frac{320}{4}$
Total		100	320	X=80

Sumber: Data primer yang diolah

Sehingga dari tabel 4.16 ini dinyatakan bahwa 100 responden telah memberikan tanggapan. 36 diantaranya memberikan tanggapan sering, 50 diantaranya memberikan tanggapan pernah, 12 diantaranya memberikan

tanggapan jarang dan 2 diantaranya memberikan tanggapan tidak pernah. Dari hasil data ini dapat diketahui bahwa jumlah atau skor hasil kuesioner yakni 320 dengan menggunakan rumus berikut:

$$\text{Mean (x)} = \frac{\text{jumlah nilai yang ada } (\Sigma x)}{\text{jumlah pernyataan (n)}}$$

Sehingga diperoleh nilai total persentase sebesar 80%. Maka Dapat kita lihat bahwa pada nilai total persentase ini dapat disimpulkan bahwa saya pernah mencari informasi tentang cara menjadi anggota di perpustakaan melalui instagram UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta berada di rasio efektivitas 79,99-60 atau dengan kategori efektif.

Dari hasil penelitian pada indikator action, selanjutnya peneliti melakukan perhitungan rata – rata indikator seluruh item pernyataan untuk mengetahui hasil akhir dalam perhitungan persentase jawaban tiap item menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Nilai persentase} = \frac{\text{rata-rata skor jawaban responden}}{\text{skor maksimum}} \times 100$$

Maka perhitungan tabel hasil analisis indikator action ialah

Tabel 4.17 Hasil analisis indikator action

No item	Skor	Rata-rata skor	Nilai Persentase
1	335	3,35	83,75 %
2	319	3,19	79,75 %
3	320	3,20	80%
Rata-rata nilai indikator action $\frac{243}{4} = 60,75\%$ (efektif)			

Sumber: Data primer yang diolah

Berdasar pada tabel 4.17 yang menunjukkan bahwa hasil perhitungan pada indikator action mendapatkan kategori efektif dengan nilai rata-rata persentase sebesar 60 % berada di rasio efektivitas 79,99-60. Berdasarkan tabel 4.17 tersebut, dapat kita lihat bahwa rata-rata atau pada tiap-tiap indikator, yaitu: 1) saya pernah mencari informasi jam buka perpustakaan di instagram UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta diperoleh sebesar 335 dengan kategori sangat efektif. 2) saya pernah mencari informasi tentang cara menjadi anggota di perpustakaan melalui instagram UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta diperoleh sebesar 319 dengan kategori efektif dan 3) saya pernah mengunjungi perpustakaan karena postingan di instagram UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta diperoleh sebesar 320 dengan kategori efektif. Dari hasil perhitungan tersebut maka diperoleh nilai persentase 60,75% atau masuk kategori efektif . Sehingga dapat disimpulkan bahwa Efektivitas penggunaan instagram sebagai media promosi di perpustakaan Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta pada sub variabel action dapat dikategorikan efektif.

C. *Share* atau berbagi

Setelah seseorang mengunjungi perpustakaan, yang berarti ia tertarik untuk mengetahui lebih banyak tentang perpustakaan dan sudah menjadi anggota perpustakaan maka dengan sendirinya ia akan berbagi mengenai informasi perpustakaan seperti pesan dan kesan dari perpustakaan tersebut. Indikator dari share terdiri dari 2 pernyataan yaitu 1) Saya pernah membagikan pengalaman

berkunjung melalui story di instagram pribadi lalu menandai instagram UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta dan 2) saya pernah merekomendasikan akun instagram UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta kepada teman-teman agar mau berkunjung. Adapun perhitungan per item ialah sebagai berikut:

- a) Saya pernah membagikan pengalaman berkunjung melalui story di instagram pribadi lalu menandai instagram UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Membagikan pengalaman yang seru dan menarik merupakan sebuah kesan tersendiri. Dengan moment ini kita bisa berbagi kebahagiaan dan informasi kepada orang lain. Nantinya orang yang melihat story kita akan mendatangi atau memantau akun instagram yang kita tag atau kita tandai.

Tabel 4.18 Saya pernah membagikan pengalaman berkunjung melalui story di instagram pribadi lalu menandai instagram UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Jawaban	Bobot Skor	Frekuensi Kuesioner (N)	Nilai Kuesioner (ΣX)	Mean (X)
Sering	4	40	160	$X = \frac{\Sigma X}{N}$
Pernah	3	42	126	
Jarang	2	12	24	$X = \frac{316}{4}$
Tidak Pernah	1	6	6	
Total		100	316	X=79

Sumber: Data primer yang diolah

Dari tabel 4.18 ini dinyatakan bahwa 100 responden telah memberikan tanggapan. 40 diantaranya memberikan tanggapan sering, 42 diantaranya memberikan tanggapan pernah, 12 diantaranya memberikan tanggapan jarang dan 6 diantaranya memberikan tanggapan tidak pernah. Dari hasil data ini dapat diketahui bahwa jumlah atau skor hasil kuesioner yakni 316 dengan menggunakan rumus berikut:

$$\text{Mean (x)} = \frac{\text{jumlah nilai yang ada } (\Sigma x)}{\text{jumlah pernyataan (n)}}$$

Sehingga diperoleh nilai total persentase sebesar 79%. Berdasarkan nilai total persentase ini dapat disimpulkan bahwa Saya pernah membagikan pengalaman berkunjung melalui story di instagram pribadi lalu menandai instagram UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta berada di rasio efektivitas 79,99-60 atau dengan kategori efektif.

b) saya pernah merekomendasikan akun instagram UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta kepada teman-teman agar mau berkunjung

setelah seseorang berkunjung ke perpustakaan ia akan mengajak teman-temannya untuk berkunjung juga untuk memenuhi kebutuhan informasi mereka di perpustakaan. adapun perhitungannya ialah sebagai berikut:

Tabel 4.19 saya pernah merekomendasikan akun instagram UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta kepada teman-teman agar mau berkunjung

Jawaban	Bobot Skor	Frekuensi Kuesioner (N)	Nilai Kuesioner (ΣX)	Mean (X)
Sering	4	40	160	$X = \frac{\Sigma X}{N}$
Pernah	3	40	120	
Jarang	2	15	30	$X = \frac{315}{4}$
Tidak Pernah	1	5	5	$X=78,75$
Total		100	315	

Sumber: Data primer yang diolah

Dari tabel 4.19 ini dinyatakan bahwa 100 responden telah memberikan tanggapan. 40 diantaranya memberikan tanggapan sering, 40 diantaranya memberikan tanggapan pernah, 15 diantaranya memberikan tanggapan jarang dan 5 diantaranya memberikan tanggapan tidak pernah. Dari hasil data ini dapat diketahui bahwa jumlah atau skor hasil kuesioner yakni 315 dengan menggunakan rumus berikut:

$$\text{Mean (x)} = \frac{\text{jumlah nilai yang ada } (\Sigma x)}{\text{jumlah pernyataan (n)}}$$

Sehingga diperoleh nilai total persentase sebesar 78,75%. Berdasarkan nilai total persentase ini dapat disimpulkan bahwa saya pernah merekomendasikan akun instagram UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta kepada teman-teman agar mau berkunjung berada di rasio efektivitas 79,99-60 atau dengan kategori efektif.

Dari hasil penelitian pada indikator Share atau membagikan informasi, selanjutnya peneliti melakukan perhitungan rata – rata indikator seluruh item pernyataan untuk mengetahui hasil akhir dalam perhitungan persentase jawaban tiap item menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Nilai persentase} = \frac{\text{rata-rata skor jawaban responden}}{\text{skor maksimum}} \times 100$$

Maka perhitungan tabel hasil analisis indikator share ialah:

Tabel 4.20 Hasil analisis indikator share

No item	Skor	Rata-rata skor	Nilai Persentase
1	316	3,16	79 %
2	315	3,15	78,75 %
Rata-rata nilai indikator share $\frac{155}{4} = 38,75\%$ (sangat tidak efektif)			

Sumber: Data primer yang diolah

Pada tabel 4.20 menunjukkan bahwa hasil perhitungan pada indikator share mendapatkan kategori sangat tidak efektif dengan nilai rata-rata persentase sebesar 39,43% berada di rasio efektivitas dibawah 40. Berdasarkan tabel 4.20 tersebut, dapat kita lihat bahwa rata-rata atau pada tiap-tiap indikator, yaitu: 1) Saya pernah membagikan pengalaman berkunjung melalui story di instagram pribadi lalu menandai instagram UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta diperoleh sebesar 316 dengan efektif. 2) Saya pernah membagikan pengalaman berkunjung melalui story di instagram pribadi lalu menandai instagram UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta diperoleh sebesar 38,75 dengan kategori efektif. Sedangkan untuk mengetahui hasil

akhir dalam perhitungan persentase jawaban tiap item menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Nilai persentase} = \frac{\text{rata-rata skor jawaban responden}}{\text{skor maksimum}} \times 100$$

Dari hasil perhitungan tersebut maka diperoleh nilai persentase 38,75% atau masuk kategori tidak efektif . Sehingga dapat disimpulkan bahwa Efektivitas penggunaan instagram sebagai media promosi di perpustakaan Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta pada sub variabel share dapat dikategorikan tidak efektif. Dari hasil perhitungan ini,peneliti akan menjabarkan secara keseluruhan hasil dari per item atau per indikator agar lebih jelas yaitu:

Tabel 4.21 Hasil Analisis Seluruh Sub Indikator Pada Efektivitas penggunaan instragram sebagai media promosi di Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

No.	Sub Variabel	Indikator	Nilai Persentase
1.	Attention	Saya melihat timeline Instagram UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta	84%
		Saya memperhatikan Instagram story UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta	83%

		Saya melihat postingan koleksi terbaru Instagram UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta	79%
		Saya memperhatikan informasi yang di Instagram UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta	83,25%
2.	Interest	Saya membaca bio perpustakaan di akun Instagram UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta	83,5%
		Saya membaca caption postingan Instagram UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta	89,75%
		Saya pernah memberikan komen pujian pada postingan yang menarik di Instagram UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta	58%
3.	Search	Saya pernah memberi tanda love pada postingan	86,75%

		Instagram UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta	
		Saya tertarik dengan informasi mengenal/mengetahui tentang perpustakaan di Instagram UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta	82,75%
		Saya pernah mencari informasi tentang koleksi perpustakaan di Instagram UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta	78,75%
4.	Action	Saya pernah mencari informasi jam buka jam buka perpustakaan di Instagram UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta	83,75%
		Saya pernah mencari informasi tentang cara menjadi anggota di perpustakaan melalui	79,75%

		Instagram UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta	
		Saya pernah mengunjungi perpustakaan karena postingan di instagram UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta	80%
5.	Share	Saya pernah membagikan pengalaman berkunjung melalui story di Instagram pribadi lalu menandai Instagram UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta	79%
		Saya pernah merekomendasikan akun Instagram UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta kepada teman-teman agar mau berkunjung	78,75%

Sumber: Data primer yang diolah

Pada tabel 4.21 diatas dapat disimpulkan bahwa nilai persentase tertinggi terdapat pada indikator Saya membaca caption postingan Instagram UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta dengan nilai persentase

sebanyak 89,75% dan dengan kategori sangat efektif. Sedangkan untuk nilai persentase terendah berada pada indikator Saya pernah memberikan komen pujian pada postingan yang menarik di Instagram UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta dengan nilai persentase 58% dengan kategori tidak efektif. Adapun hasil analisisnya ialah sebagai berikut:

4.2. HASIL ANALISIS

Berdasarkan temuan dari hasil perhitungan, telah menunjukkan bahwa penggunaan instagram sebagai media promosi di Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta dapat dikatakan baik atau efektif. Data juga menunjukkan bahwa efektivitas penggunaan instagram sebagai media promosi di Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta memang terdapat hubungan antara promosi perpustakaan dengan media promosi yaitu instagram.

Sementara itu, Efektivitas penggunaan instragram sebagai media promosi di Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta menunjukkan kategori efektif dengan tingkat 75,06 % yang dapat dilihat dari data yang telah diolah juga menunjukkan bahwa hampir keseluruhan indikator memiliki kategori efektif. Namun, ada satu indikator Saya pernah memberikan komen pujian pada postingan yang menarik di Instagram UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta dengan nilai persentase 58% dengan kategori tidak efektif. Dengan menggunakan AISAS yang merupakan model perilaku konsumen online yang dikembangkan oleh Dentsu Group untuk menjelaskan perilaku konsumen secara lebih akurat. Penyebab Indikator ini dikategorikan tidak efektif karena sangat jarang seseorang mau memberikan komentar di media sosial apalagi media sosial milik instansi.

Karena biasanya mereka segan untuk mengungkapkan suatu komentar dan malu jika nantinya identitas mereka dikenali atau diketahui sehingga tentu mereka memiliki penilaian yang berbeda di point ini. Namun hal ini tidak mempengaruhi Efektivitas penggunaan Instagram sebagai media promosi di Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta karena Instagram memiliki peran penting sekaligus banyak membantu instansi perpustakaan dalam mempromosikan kegiatan maupun koleksi perpustakaan. Adapun Efektivitas penggunaan Instagram sebagai media promosi di Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta analisis tiap indikator ialah sebagai berikut:

5.1 Attention (perhatian)

Dari hasil perhitungan data yang efektivitas promosi pada indikator perhatian dapat dikategorikan sangat efektif dengan persentase sebesar 82%. Hal ini bisa kita lihat pada indikator perhatian dengan 4 buah pernyataannya yaitu Saya melihat timeline Instagram UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang mendapat skor 336 dengan persentase sebesar 84%, Saya memperhatikan Instagram story UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta dengan skor 332 dengan persentase 83%, Saya melihat postingan koleksi terbaru Instagram UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta dengan skor 319 dan persentase 79%, yang terakhir yaitu Saya memperhatikan informasi yang di Instagram UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta dengan skor 333 dengan persentase 83,25%.

Dari perhitungan ini dapat disimpulkan bahwa indikator saya melihat timeline Instagram UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta memberikan dan membagikan konten yang sangat menarik perhatian responden sehingga responden selalu

memantau hal-hal, kegiatan maupun pemberitahuan informasi yang dibagikan dengan persentase 84% atau sangat efektif. Seperti yang kita lihat bahwa instagram ini aktif dalam membagikan informasinya. Kemudian untuk indikator Saya memperhatikan Instagram story UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta mendapatkan persentase 83% atau sangat efektif. Hal ini karena biasanya mayoritas kebanyakan orang lebih suka informasi yang jelas dan lugas tidak banyak basa basi. Story di instagram disajikan dengan mudah dicerna oleh responden sehingga mereka suka memantau story.

Kemudian untuk indikator Saya melihat postingan koleksi terbaru Instagram UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta memiliki tingkat persentase sebesar 79% dengan kategori efektif. Perpustakaan selalu memperbarui postingan terkait koleksi agar pengguna perpustakaan dapat mengetahui informasi secara cepat apabila mereka membutuhkan koleksi tersebut, bahkan dengan postingan ini responden akan spontan meminta suatu koleksi untuk disediakan di perpustakaan sehingga perpustakaan dapat mengetahui koleksi yang dibutuhkan pemustakanya. Lalu untuk indikator Saya memperhatikan informasi yang di Instagram UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta mendapat persentase 83,25% atau sangat efektif. Dengan memantau informasi melalui media sosial kita bisa mendapatkan informasi terbaru tanpa datang ke lokasi atau ke perpustakaan, maka apabila data atau koleksi yang dibutuhkan sudah ada barulah kita berkunjung ke perpustakaan.

5.2 Interest (ketertarikan)

Berdasar dari hasil analisis data, kita dapat mengetahui bahwa hasil efektivitas promosi perpustakaan pada indikator ketertarikan atau interest

mendapatkan persentase sebesar 57,75% dengan kategori tidak efektif. Dapat dilihat dari tiap-tiap pernyataan yang ditunjukkan dengan 4 buah pernyataan yaitu Saya membaca bio perpustakaan di akun Instagram UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta dengan skor 334 dan persentase sebesar 83,5%, Saya membaca caption postingan Instagram UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta dengan skor 359 dengan persentase 89,75%, Saya pernah memberikan komen pujian pada postingan yang menarik di Instagram UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta dengan skor 232 dan persentase 58%.

Dari perhitungan ini dapat disimpulkan bahwa pernyataan Saya membaca bio perpustakaan di akun Instagram UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta dengan skor 334 dan persentase sebesar 83,5% yang dikategorikan sangat efektif. Hal ini karena mayoritas responden pasti akan memperhatikan bio perpustakaan melalui akun instagram UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta karena itu informasi yang tertera paling atas. Kemudian untuk pernyataan Saya membaca caption postingan Instagram UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta dengan skor 359 dengan persentase 89,75% dengan kategori sangat efektif hal ini karena mayoritas responden akan membaca isi dari caption postingan apalagi jika instagram lewat diberanda responden. Kemudian untuk pernyataan Saya pernah memberikan komen pujian pada postingan yang menarik di Instagram UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta dengan skor 232 dan persentase 58% tergolong rendah karena minoritas orang kurang tertarik untuk memberikan komentar pada postingan instagram, pun biasanya komentar berisikan pengajuan pertanyaan.

5.3 Pencarian (search)

Dari hasil analisis dapat diketahui bahwa efektivitas promosi perpustakaan pada indikator pencarian atau search dapat dikategorikan efektif dengan persentase sebesar 62%. Hal ini bisa kita perhatikan pada 4 buah pernyataannya yaitu Saya pernah memberi tanda love pada postingan Instagram UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta dengan skor 347 dengan persentase 86,75%, kemudian Saya tertarik dengan informasi mengenal/mengetahui tentang perpustakaan di Instagram UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta dengan skor 331 dengan persentase 82,75% dan Saya pernah mencari informasi tentang koleksi perpustakaan di Instagram UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta dengan skor 315 dan persentase 78,75%. Dari indikator ini dapat disimpulkan bahwa pernyataan Saya pernah memberi tanda love pada postingan Instagram UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta dengan skor 347 dengan persentase 86,75% yang mendapatkan kategori sangat efektif karena mayoritas responden akan lebih mudah menyukai postingan dan memberi tanda love yang mana berarti mereka mendukung dan melihat informasi yang disampaikan melalui postingan.

Kemudian pernyataan Saya tertarik dengan informasi mengenal/mengetahui tentang perpustakaan di Instagram UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta dengan skor 331 dengan persentase 82,75% dengan kategori sangat efektif karena mayoritas responden yang membutuhkan informasi biasanya akan secara spontan mencari tahu seperti para mahasiswa tingkat akhir yang sedang menyelesaikan tugas akhirnya. Kemudian pernyataan Saya pernah mencari informasi tentang koleksi perpustakaan di Instagram UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta dengan skor 315 dan

persentase 78,75% dengan kategori efektif, hal ini relevan dengan penjelasan sebelumnya bahwa kebanyakan mahasiswa semester akhir akan mencari tahu buku-buku yang biasanya mereka jadikan panduan yang menunjang informasi dalam menyelesaikan tugas akhir.

5.4 Action (tindakan)

Berdasarkan hasil analisis data dapat diketahui bahwa hasil perhitungan efektivitas promosi perpustakaan dengan indikator tindakan atau action dapat dikategorikan efektif dengan persentase sebesar 60,25%. Dibuktikan dari tiap-tiap pernyataan dari indikator action dengan 3 buah pernyataannya yaitu Saya pernah mencari informasi jam buka perpustakaan di Instagram UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta dengan skor 332 dan persentase 83%, lalu ada pernyataan Saya pernah mencari informasi tentang cara menjadi anggota di perpustakaan melalui Instagram UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta dengan skor 316 dan persentase 79% dan pernyataan Saya pernah mengunjungi perpustakaan karena postingan di instagram UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta dengan skor 317 dengan persentase 79%.

Pada pernyataan Saya pernah mencari informasi jam buka perpustakaan di Instagram UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta dengan skor 332 dan persentase 83% yang mendapatkan kategori sangat efektif karena kebanyakan responden akan mencari tahu pada jam berapa dan pada hari apa perpustakaan buka. Kemudian pada pernyataan Saya pernah mencari informasi tentang cara menjadi anggota di perpustakaan melalui Instagram UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta dengan skor 316 dan persentase 79% dengan kategori efektif karena pada responden

yang ingin meminjam koleksi pada perpustakaan biasanya membutuhkan kartu anggota perpustakaan sebagai identitas pengunjung perpustakaan dan terdaftar di perpustakaan.

Kemudian untuk pernyataan Saya pernah mengunjungi perpustakaan karena postingan di instagram UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta dengan skor 317 dengan persentase 79% dengan kategori efektif karena secara tidak langsung responden sudah tertarik akan isi dari postingan tersebut. Contohnya informasi mengenai koleksi buku tentang manajemen perpustakaan karya elva rahmah yang sudah tersedia di perpustakaan, otomatis responden yang merasa membutuhkan buku ini akan datang ke perpustakaan.

5.5 Share (berbagi)

Berdasarkan hasil analisis indikator share dapat kita ketahui bahwa hasil perhitungan efektivitas promosi perpustakaan dapat dikategorikan sangat tidak efektif dengan persentase 39,43%. Karena kebanyakan responden jarang membagikan informasi. Cukup informasi ini bagi dirinya maka sangat jarang sekali ia akan membagikan informasi tersebut. Contohnya pada mahasiswa tingkat akhir yang biasanya membutuhkan buku tertentu sebagai referensi maka ia tidak mau apabila buku yang tersedia ini akan dipinjam temannya atau bahkan orang lain. Adapun indikator ini terdiri dari 2 pernyataan yaitu Saya pernah membagikan pengalaman berkunjung melalui story di Instagram pribadi lalu menandai Instagram UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta dengan skor 316 dan persentase sebesar 79% dan Saya pernah merekomendasikan akun Instagram UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

kepada teman-teman agar mau berkunjung dengan skor 315 dengan persentase 78,75%.

Adapun analisis dari pernyataan ini ialah bahwa pada pernyataan Saya pernah membagikan pengalaman berkunjung melalui story di Instagram pribadi lalu menandai Instagram UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta dengan skor 316 dan persentase sebesar 79% dengan kategori efektif dan pernyataan Saya pernah merekomendasikan akun Instagram UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta kepada teman-teman agar mau berkunjung dengan skor 315 dengan persentase 78,75% dengan kategori efektif juga namun apabila dijumlahkan dan dibagi nilai maksimum dan dikalikan 100 maka hasil analisis indikator share 39,43 atau sangat tidak efektif. Hal ini karena mayoritas responden belum tentu dan sangat jarang mau menandai akun instagram perpustakaan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta karena tidak mau identitas mereka terungkap, pun jika menandai ini karena mereka diminta pihak perpustakaan untuk menandai perpustakaan. Kemudian dalam hal menyarankan atau merekomendasikan perpustakaan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta melalui postingan instagram UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta juga sangat jarang karena mereka lebih condong mencari informasi untuk dirinya sendiri.

Dari hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa dalam melakukan promosi, Perpustakaan memerlukan media untuk mendukung berhasil atau tidaknya promosi tersebut. Selain melakukan pendidikan pemakai, pustakawan dapat mengaplikasikan kekreatifan lewat media sosial dengan memposting hal yang berguna dan menarik minat pengguna media sosial. Hal ini tentu sesuai dengan

penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Hary Supriyanto pada tahun 2019 dengan judul “ Strategi Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Perpustakaan UIN Sunan Ampel ” yang mana dalam penelitian ini memiliki relevansi dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Adapun hasil penelitian yang dilakukan oleh Hary Supriyanto ini menunjukkan bahwa diperoleh hasil sebesar 85,7% dengan responden berjumlah 100 orang yang berarti bahwa media sosial efektif dalam mempromosikan perpustakaan dengan menggunakan metode atau strategi, hal ini juga sama halnya dengan Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang melihat peluang waktu dan kesempatan sehingga bisa memposting atau menyebarkan informasi di waktu yang tepat sehingga banyak responden yang melihat atau mengetahui informasi tersebut.

Kemudian pada penelitian selanjutnya yang dilakukan oleh Hafilah pada 2019 lalu dengan judul “ Pengaruh Promosi Perpustakaan Melalui Instagram Terhadap Pemanfaatan Koleksi ” yang juga memiliki relevansi dengan penelitian yang dilakukan peneliti yang mana hasil penelitiannya menunjukkan bahwa ternyata dengan adanya instagram kita dapat memanfaatkannya sebagai media promosi untuk koleksi-koleksi yang ada di perpustakaan. hal ini sesuai dengan hasil penelitian pada UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta bahwa dengan adanya instagram ini perpustakaan dapat memposting atau mengunggah informasi bahwa koleksi sudah tersedia atau koleksi sedang dipinjam, sehingga pemustaka tidak perlu datang ke perpustakaan untuk sekedar mengetahui apakah koleksi yang dibutuhkan sudah tersedia atau belum. Adanya instagram sebagai media promosi ini berdampak positif bagi perpustakaan, karena selain sebagai media promosi namun juga

menambah pengunjung perpustakaan dengan mempromosikan perpustakaan sekreatif mungkin yang mana hal ini tentu akan merambah pada kalangan milenial.

Selain itu ada juga penelitian terdahulu yang memiliki kesinambungan dengan penelitian ini yaitu dari Martalia Arimbi tahun 2018 dengan judul “ Studi Kelayakan Penggunaan Instagram Sebagai Media Promosi Kegiatan Di Balai Layanan Perpustakaan Grhatarama Pustaka Yogyakarta ” yang menjelaskan bahwa kesimpulan dari penelitian menunjukkan bahwa penggunaan instagram sebagai media promosi kegiatan perpustakaan di Balai Layanan Grhatama Pustaka Yogyakarta dikatakan layak untuk dijalankan yang mana hal ini ditinjau dari aspek pemasaran, aspek teknis, aspek manajemen, aspek hukum, aspek ekonomi sosial dan aspek keuangan. Hal ini bersinggungan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu bahwa instagram layak dijadikan media promosi perpustakaan karena membantu pustakawan dalam menyebarkan informasi dengan cepat sehingga pemustaka pun ikut merasakan dampaknya dengan bisa mengetahui terkait jam buka - tutup perpustakaan, koleksi perpustakaan maupun informasi lain terkait perpustakaan seperti mahasiswa tingkat akhir yang biasanya lebih banyak mengunjungi perpustakaan untuk mencari bahan referensi tugas akhirnya.

Dari beberapa penelitian terdahulu ini bila kita hubungkan dengan penelitian ini maka dapat disimpulkan bahwa dalam melakukan promosi perpustakaan pustakawan perlu mengikuti perkembangan zaman dengan mengikuti trend terkini sehingga tujuan dari penyebaran informasi lebih tepat sasaran bahkan hal ini secara tidak langsung juga membantu tugas pustakawan dalam mempromosikan perpustakaan dengan cukup memanfaatkan media sosial seperti

instagram yang cukup efektif sebagai sarana Promosi Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

