

**ANALISIS PEMANFAATAN INSTAGRAM SEBAGAI
PROMOSI MENGGUNAKAN MODEL AISAS
DI PERPUSTAKAAN POLITEKNIK NEGERI MALANG**

SKRIPSI



**Oleh:
RAHMANIA AINUR ROSIDA
NIM. 19680056**

**PROGRAM STUDI PERPUSTAKAAN DAN ILMU INFORMASI
FAKULTAS SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG
2023**

**ANALISIS PEMANFAATAN INSTAGRAM SEBAGAI
PROMOSI MENGGUNAKAN MODEL AISAS
DI PERPUSTAKAAN POLITEKNIK NEGERI MALANG**

SKRIPSI

**Oleh:
RAHMANIA AINUR ROSIDA
NIM. 19680056**

**Diajukan kepada :
Fakultas Sains dan Teknologi
Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam
Memperoleh Gelar Sarjana Sains Informasi (S.S.I)**

**PROGRAM STUDI PERPUSTAKAAN DAN ILMU INFORMASI
FAKULTAS SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG
2023**

HALAMAN PERSETUJUAN

**ANALISIS PEMANFAATAN INSTAGRAM SEBAGAI PROMOSI
MENGUNAKAN MODEL AISAS DI PERPUSTAKAAN POLITEKNIK
NEGERI MALANG**

SKRIPSI

Oleh:
RAHMANIA AINUR ROSIDA
NIM : 19680056

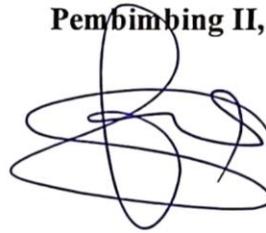
Telah Diperiksa dan Disetujui untuk Diuji:
Tanggal: 12 Desember 2023

Pembimbing I,



Wahyu Hariyanto, M.M
NIP. 19890721 201903 1 007

Pembimbing II,



Dr. Ir. M. Amin Hariyadi, M.T
NIP. 196701182005011001

Mengetahui,
**Ketua Program Studi Perpustakaan dan Ilmu Informasi
Fakultas Sains dan Teknologi
Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang**



Dr. Ir. M. Amin Hariyadi, M.T
NIP. 196701182005011001

LEMBAR PENGESAHAN

**ANALISIS PEMANFAATAN INSTAGRAM SEBAGAI PROMOSI
MENGUNAKAN MODEL AISAS DI PERPUSTAKAAN POLITEKNIK
NEGERI MALANG**

SKRIPSI

Oleh:
RAHMANIA AINUR ROSIDA
NIM : 19680056

**Telah Dipertahankan di Depan Dewan Penguji
Dan Dinyatakan Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Sains dan Informasi (S.S.I)
Pada tanggal 12 Desember 2023**

Susunan Dewan Penguji

Ketua Penguji : Firman Jati Pamungkas, M.Kom
NIP. 19900112 201903 1 010
Anggota Penguji I : Fakhris Khusnu Reza Mahfud, M.Kom
NIP. 19900506 201903 1 007
Anggota Penguji II : Wahyu Hariyanto, M.M
NIP. 19890721 201903 1 007
Anggota Penguji III : Dr. Ir. M. Amin Hariyadi, M.T
NIP. 196701182005011001

Tanda Tangan

()
()
()
()

Mengetahui,
Ketua Program Studi Perpustakaan dan Ilmu Informasi
Fakultas Sains dan Teknologi
Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang


Dr. Ir. M. Amin Hariyadi, M.T
NIP. 196701182005011001

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rahmania Ainur Rosida
NIM : 19680056
Prodi : Perpustakaan dan Ilmu Informasi
Fakultas : Sains dan Teknologi
Judul Skripsi : Analisis Pemanfaatan Instagram Sebagai Promosi Menggunakan Model AISAS di Perpustakaan Politeknik Negeri Malang

Menyatakan bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil tulisan saya melalui penelitian dan observasi secara langsung yang telah saya lakukan. Bukan merupakan plagiasi, pengambilan data orang lain, ataupun ide orang lain yang saya akui sebagai tulisan ilmiah saya sendiri. Seluruh data rujukan dan sumber informasi sekunder telah saya cantumkan melalui sitasi dan tertera pada daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari terbukti bahwa tulisan skripsi ini merupakan hasil plagiasi, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Malang, 12 Desember 2023
Yang membuat pernyataan,



Rahmania Ainur Rosida
NIM : 19680056

HALAMAN PERSEMBAHAN

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Puji Syukur senantiasa penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Pemanfaatan Instagram Sebagai Promosi Menggunakan Model AISAS di Perpustakaan Politeknik Negeri Malang”. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Perpustakaan dan Ilmu Informasi Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, izinkan penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. M. Zainuddin, M.A., selaku Rektor UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Prof. Dr. Sri Harini, M.Si., Selaku Dekan Fakultas Sains dan Teknologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Dr. Ir. M. Amin Hariyadi, M.T., selaku Ketua Program Studi Perpustakaan dan Ilmu Informasi Fakultas Sains dan Teknologi UIN Maliki Malang.
4. Bapak Wahyu Hariyanto, M.M, selaku Dosen Pembimbing I yang telah berkenan meluangkan waktu dan tenaganya untuk membimbing penulis hingga skripsi ini terselesaikan.
5. Dr. Ir. M. Amin Hariyadi, M.T., selaku Dosen Pembimbing II yang telah membimbing penulis hingga skripsi ini terselesaikan.
6. Bapak Firman Jati Pamungkas, M.Kom, selaku Dosen Penguji I dan Bapak Fakhris Khusnu Reza Mahfud, M.Kom, selaku Dosen Penguji II yang senantiasa memberikan kritik dan saran yang membangun dalam skripsi ini.
7. Kepada Kedua Orang Tua yang paling berjasa dalam hidup penulis, Ayah Suhartoyo dan Ibu Sofiyatul Islamiyah serta Kakak Fikri Arifudin Halim. Terima kasih atas doa, dukungan, pengorbanan, serta perjuangannya untuk

kehidupan penulis. Terima kasih telah menjadi orang tua yang suportif terhadap keputusan dan pilihan hidup penulis. Semoga Allah SWT senantiasa menjaga dan memberikan umur yang panjang untuk menemani penulis di pencapaian-pencapaian berikutnya. Serta terima kasih kepada keluarga besar penulis atas segala dukungan dan motivasinya.

8. Teman-teman seperjuangan Maharani, Yenni Azmil, Hanifiyah, Karina Fitria, Mahlul, Wardha Intan, dan Aulia. Terima kasih atas segala waktu, dukungan, kebersamaan, dan pengalaman yang diberikan kepada penulis dari awal masa perkuliahan sampai saat ini. Sehat-sehat orang baik.
9. Kepada teman-teman Program Studi Perpustakaan dan Ilmu Informasi yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu. Terima kasih atas segala pengalaman dan pembelajaran selama di bangku kuliah ini.
10. Seluruh informan yang terlibat, terima kasih telah meluangkan waktu dan membantu penulis dalam memenuhi kebutuhan data serta informasi selama melakukan penelitian ini sampai skripsi ini terselesaikan.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, atas segala nikmat yang telah diberikan karena berkat nikmat dan hidayah-Nyalah penulis bisa menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Pemanfaatan Instagram Sebagai Promosi Menggunakan Model AISAS di Perpustakaan Politeknik Negeri Malang”. Dalam skripsi ini membahas mengenai pemanfaatan media sosial sebagai promosi oleh mahasiswa di Perpustakaan Politeknik Negeri Malang. Adapun maksud dan tujuan dari penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat gelar sarjana, jurusan Perpustakaan dan Ilmu Informasi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

Selama melakukan penelitian dan penulisan skripsi ini, peneliti memiliki banyak hambatan yang penulis alami, akan tetapi berkat bantuan, dorongan, serta bimbingan dari berbagai pihak, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.

Penulis menyadari bahwasanya penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, hal itu didasari karena keterbatasan kemampuan dan pengetahuan yang dimiliki penulis. Oleh karena itu kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan oleh penulis. Besar harapan penulis, semoga skripsi ini bermanfaat bagi para penulis khususnya digunakan untuk sebagai bahan rujukan dan juga bagi pihak lainnya

Malang, 12 Desember 2023
Penulis,

Rahmania Ainur Rosida

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
ABSTRAK	xiii
ABSTRACT.....	xiv
مستخلص البحث.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.5 Batasan Masalah.....	7
1.6 Sistematika Penulisan.....	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	9
2.1 Hasil Penelitian Terdahulu	9
2.2 Landasan Teori	14
2.2.1 Perpustakaan Perguruan Tinggi.....	14
2.2.2 Promosi Perpustakaan	15
2.2.3 Media Sosial.....	16
2.2.4 Layanan Informasi.....	19
2.2.5 Model AISAS	20
2.2.6 Indikator Model AISAS	21

BAB III METODE PENELITIAN	23
3.1 Jenis Penelitian	23
3.2 Alur Penelitian.....	23
3.3 Tempat dan Waktu Penelitian	25
3.4 Subjek dan Objek Penelitian	25
3.5 Sumber Data	25
3.6 Populasi dan Sampel	26
3.7 Instrumen Penelitian.....	27
3.8 Teknik Pengumpulan Data	30
3.9 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	31
3.10 Analisis Data	32
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	35
4.1 Hasil Penelitian	35
4.1.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian	35
4.1.2 Visi, Misi dan Tujuan Perpustakaan POLINEMA	36
4.1.3 Layanan Perpustakaan POLINEMA	37
4.1.4 Media Sosial Perpustakaan POLINEMA	37
4.1.5 Karakteristik Responden	40
4.1.6 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	41
4.1.7 Hasil Analisis Menggunakan Model AISAS	43
4.2 Pembahasan	55
BAB V PENUTUP.....	61
5.1 Kesimpulan	61
5.2 Saran	61
DAFTAR PUSTAKA.....	63
LAMPIRAN.....	66

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 : Penelitian Terdahulu.....	12
Tabel 3.1 : Kuesioner Penelitian	28
Tabel 3.2 : Skala Likert	29
Tabel 3.3 : Tabel Penilaian	33
Tabel 4.1 : Hasil Uji Validitas	42
Tabel 4.2 : Hasil Uji Reliabilitas	43
Tabel 4.3 : Hasil Pengolahan Data Kuesioner Dengan Mean	43

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Akun Instagram Polinema	4
Gambar 2.1 Model AISAS	20
Gambar 3.1 Alur Penelitian.....	23
Gambar 4.1 Lobby Perpustakaan.....	36
Gambar 4.2 Akun Tik Tok Polinema	38
Gambar 4.3 Akun Instagram Polinema	39
Gambar 4.4 Akun Facebook Polinema	39
Gambar 4.5 Website Polinema	40
Gambar 4.6 Rincian Angkatan Responden	41
Gambar 4.7 Indikator <i>Attention</i> (pernyataan 1)	46
Gambar 4.8 Indikator <i>Attention</i> (pernyataan 2)	46
Gambar 4.9 Indikator <i>Attention</i> (pernyataan 3)	47
Gambar 4.10 Indikator <i>Attention</i> (pernyataan 4)	47
Gambar 4.11 Indikator <i>Interest</i> (pernyataan 1)	48
Gambar 4.12 Indikator <i>Interest</i> (pernyataan 2)	49
Gambar 4.13 Indikator <i>Interest</i> (pernyataan 3)	49
Gambar 4.14 Indikator <i>Search</i> (pernyataan 1)	50
Gambar 4.15 Indikator <i>Search</i> (pernyataan 2)	50
Gambar 4.16 Indikator <i>Search</i> (pernyataan 3)	51
Gambar 4.17 Indikator <i>Search</i> (pernyataan 4)	52
Gambar 4.18 Indikator <i>Action</i> (pernyataan 1)	52
Gambar 4.19 Indikator <i>Action</i> (pernyataan 2)	53
Gambar 4.20 Indikator <i>Share</i> (pernyataan 1)	54
Gambar 4.21 Indikator <i>Share</i> (pernyataan 2)	54
Gambar 4.22 Indikator <i>Share</i> (pernyataan 3)	55

ABSTRAK

Rosida, Rahmania Ainur. 2023. **Analisis Pemanfaatan Instagram Sebagai Promosi Menggunakan Model AISAS di Perpustakaan Politeknik Negeri Malang. Skripsi. Program Studi Perpustakaan dan Ilmu Informasi Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Pembimbing: (I) Wahyu Hariyanto, M.M, (II) Dr. Ir. Mokhamad Amin Hariyadi, M.T.**

Kata Kunci: Promosi, Media sosial, AISAS, Perpustakaan Politeknik Negeri Malang

Media sosial yang digunakan Perpustakaan Politeknik Negeri Malang yaitu Instagram, Tik Tok, Facebook dan Website. Adanya media sosial diharapkan dapat memberi kemudahan untuk promosi. Namun ditemukan adanya kendala seperti kurangnya strategi promosi di media sosial sehingga perlu dilakukan analisis pada media sosial Perpustakaan Politeknik Negeri Malang untuk mengetahui apa masalah yang terjadi. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui analisis pemanfaatan sosial media sebagai promosi di perpustakaan Politeknik Negeri Malang menggunakan model AISAS (*Attention, Interest, Search, Action, dan Share*). Jenis penelitian yang menggunakan metode kuantitatif deskriptif. Sumber data diperoleh dari responden dan dokumen-dokumen yang mendukung. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara survey kuesioner dan dokumentasi. Setiap pernyataan pada indikator penelitian ini mempunyai kategori mean yang tinggi.

Tiga pernyataan dengan nilai mean terendah yang menjadi temuan masalah diantaranya tingkat pemberian *like* dan komen dari responden pada postingan di media sosial untuk menanggapi postingan promosi perpustakaan Politeknik Negeri Malang kurang, masih kurangnya antusias responden untuk mengunjungi perpustakaan Politeknik Negeri Malang setelah melihat promosi di akun media sosial dan masih kurangnya responden untuk mencari informasi dengan memanfaatkan *direct message*. Kemudian saran perbaikan yang dapat dilakukan pihak perpustakaan diantaranya yang pertama dengan membuat strategi dalam melakukan promosi di media sosial.

ABSTACT

Rosida, Rahmania Ainur. 2023. **Analysis of the Use of Instagram as Promotion Using the AISAS Model in the Malang State Polytechnic Library.** Thesis. Library and Information Science Study Program, Faculty of Science and Technology, Maulana Malik Ibrahim State Islamic University, Malang. Supervisors: (I) Wahyu Hariyanto, M.M, (II) Dr. Ir. Mokhamad Amin Hariyadi, M.T.

Keywords: Promotion, Social media, AISAS, Malang State Polytechnic Library

The social media used by the Malang State Polytechnic Library are Instagram, Tik Tok, Facebook and Website. It is hoped that the existence of social media will make promotion easier. However, obstacles were found such as a lack of promotional strategies on social media, so it was necessary to conduct an analysis on the social media of the Malang State Polytechnic Library to find out what problems were occurring. The purpose of this research is to determine the analysis of the use of social media as promotion in the Malang State Polytechnic library using the AISAS (Attention, Interest, Search, Action and Share) model. This type of research uses descriptive quantitative methods. Data sources were obtained from respondents and supporting documents. Data collection techniques are carried out by means of questionnaire surveys and documentation. Each statement in this research indicator has a high mean category.

The three statements with the lowest mean values which are problematic findings include the level of likes and comments from respondents on posts on social media in response to promotional posts for the Malang State Polytechnic library, there is still a lack of enthusiasm among respondents to visit the Malang State Polytechnic library after seeing promotions on social media accounts and still lack of respondents to search for information by utilizing direct messages. Then, suggestions for improvements that can be made by the library include the first by creating a strategy for carrying out promotions on social media.

Translator,	Date,	Director of Language Center,
Norma Noviana	04-12-2023	<u>Prof. Dr. H.M. Abdul Hamid, MA.</u> CSID 19730201 1998031007

مستخلص البحث

الرشيدة، رحمانية عين. 2023. في مكتبة الفنون AISAS تحليل استخدام انستغرام كترويج باستخدام نموذج التطبيقية بولاية مالانج. البحث الجامعي. قسم علوم المكتبات والمعلومات، كلية العلوم والتكنولوجيا بجامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية مالانج. المشرف الأول: وحي هاريانطو، الماجستير. المشرف الثاني: د. محمد أمين هاريادي، الماجستير.

الكلمات الرئيسية: ترويج، وسائل التواصل الاجتماعي، AISAS، مكتبة المعهد التقني الحكومي مالانج.

وسائل التواصل الاجتماعي التي استخدمتها مكتبة المعهد التقني الحكومي مالانج هي انستغرام، تيك توك، فيسبوك وموقع إلكتروني. من المتوقع أن يوفر وجود وسائل التواصل الاجتماعي السهولة للترويج. ومع ذلك، فقد وجد أن هناك عقبات مثل عدم وجود استراتيجيات ترويجية على وسائل التواصل الاجتماعي، لذلك كان من الضروري تحليل وسائل التواصل الاجتماعي لمكتبة المعهد التقني الحكومي مالانج لمعرفة ماهية المشاكل. الهدف من هذا البحث هو معرفة تحليل استخدام وسائل التواصل الاجتماعي كترويج في مكتبة المعهد التقني الحكومي مالانج باستخدام نموذج AISAS (الانتباه والاهتمام والبحث والأداء والنشر). استخدم هذا البحث منهجا كميًا وصفيًا. تم الحصول على هناك أدنى المؤشرات التي تمثل نتائج المشكلة، بما في ذلك مستوى إبداء الإعجاب والتعليقات من المشاركين، على المنشورات على وسائل التواصل الاجتماعي ردًا على المنشورات الترويجية لمكتبة ولاية مالانج للفنون التطبيقية لا يزال هناك نقص في الحماس بين المشاركين لزيارة مالانج مكتبة الولاية للفنون التطبيقية بعد رؤية العروض الترويجية على حسابات وسائل التواصل الاجتماعي وما زالت تفتقر إلى المستجيبين للبحث عن المعلومات من خلال استخدام الرسائل المباشرة. بعد ذلك، تتضمن اقتراحات التحسينات التي يمكن أن تقوم بها المكتبة الاقتراح الأول. من خلال إنشاء استراتيجيات للترويج على وسائل التواصل الاجتماعي

Penerjemah, M.Mubasysyir Munir, MA NIDT.19860513201802011215	Tanggal 04-12-2023	Validasi Kepala PPB, Prof. Dr. H. M. Abdul Hamid, MA NIP: 19730201 1998031007
--	-----------------------	---

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Hadirnya teknologi menjadikan kehidupan setiap orang menjadi semakin maju. Segala sesuatu bisa didapatkan dan diselesaikan dengan sangat mudah dan praktis dengan adanya teknologi saat ini. Salah satu contoh dalam perkembangan teknologi di bidang informasi yaitu penggunaan media sosial yang bisa dikatakan telah merambah ke semua bidang. Menurut Rafi Saumi Rustian (2018) media sosial adalah salah satu media yang digunakan untuk menghubungkan antara satu sama lain dan semua kegiatannya dilakukan secara online yang berarti harus membutuhkan jaringan internet agar bisa terhubung dengan orang lain, agar tetap bisa bersosialisasi di mana saja dan kapan saja tanpa terbatas oleh ruang dan waktu. Media sosial tidak hanya membawa dampak positif saja bagi pengguna, tetapi juga memiliki dampak negatif seperti banyak sekali informasi-informasi yang tidak akurat atau sering dikatakan hoax tersebar di media sosial. Selain itu media sosial juga sering digunakan untuk melakukan tindak kejahatan oleh oknum yang tidak bertanggung jawab.

Islam pun memberikan perhatian yang besar terhadap penyebaran informasi. Sebagai pedoman yang kompleks, al-Qur'an tidak hanya mengatur penyebaran informasi menggunakan media sosial dalam satu ayat. Tetapi, ada beberapa ayat yang menjadi cerminan hal tersebut, sebagaimana yang terkandung pada Al-Qur'an Surah Ali 'Imran ayat 187 yang berbunyi:

وَأَذِّقْ الْإِنسَانَ أَلْحَادًا لِغِيْبِهِ إِذْ أَمَّا كَانَتْ أُمَّةً لِيَلْبَسَهَا ۚ وَكَانَ الْبَشَرُ خَلْقًا كَافِرًا ۝ فَتَبَدُّوهُ وَرَاءَ ظُهُورِهِمْ وَاشْتَرَوْا بِهِ ۖ ثُمَّ قَلِيلًا ۖ فَيُنْسِنَ مَا يَشْتَرُونَ

Artinya:

“Dan (ingatlah), ketika Allah mengambil janji dari orang-orang yang telah diberi Kitab (yaitu), “Hendaklah kamu benar-benar menerangkannya (isi Kitab itu) kepada manusia, dan janganlah kamu menyembunyikannya,” lalu mereka melemparkan (janji itu) ke belakang punggung mereka dan menjualnya dengan

harga murah. Maka itu seburuk-buruk jual-beli yang mereka lakukan.” (QS. Ali 'Imran/3 : 187).

Pada ayat ini dijelaskan gangguan dan tipu daya orang-orang Yahudi terhadap Nabi, pada ayat ini Allah menjelaskan kelengahan dan pengabaian mereka terhadap ajaran Taurat. Dan ingatlah ketika Allah mengambil janji yang kuat berupa aturan-aturan dari orang-orang Yahudi dan Nasrani yang telah diberi Kitab, berupa perintah, "Hendaklah kamu benar-benar menerangkannya, yakni isi Kitab itu, kepada manusia, tentang amar makruf nahi mungkar, halal dan haram sebagaimana termaktub dalam kitab suci yang diturunkan dari Allah. Dan diperintahkan pula janganlah kamu menyembunyikannya, yakni isi kandungan kitab suci tersebut, seperti berita kedatangan Nabi Muhammad, dan hukum-hukum syariat tentang halal dan haram. Lalu mereka melemparkan janji itu ke belakang punggung mereka dengan tidak mengindahkan perintah-perintah Allah serta mengabaikan aturanaturan yang telah ditetapkan dan bahkan mereka menjualnya dengan harga murah. Mereka mengubah ketentuan hukum yang telah ditetapkan Allah untuk kepentingan sekelompok orang berpengaruh demi mendapatkan imbalan duniawi. Maka itu seburuk-buruk jual-beli yang mereka lakukan karena mereka rela menukar kemuliaan ilmu, agama, pujian di sisi Allah serta mahluk-Nya, dan kekekalan di surga yang penuh nikmat, dengan kesenangan duniawi yang fana. atau penafsiran tuntunan agama yang bertentangan dengan yang semestinya (Kemenag, 2022).

Ayat ini walaupun turun mengecam ahli Al-Kitab, tetapi hukumnya mencakup pula kaum muslimin yang melakukan hal yang sama (Shihab, 2002). Seorang ilmuwan dalam istilah islam adalah ulama atau di Indonesia dinamakan sarjana atau cendekiawan seharusnya menjadi penegak kebenaran. Oleh karena itu, Nabi Muhammad SAW memberikan kedudukan yang tinggi bagi penerima ilmu. Mereka tidak boleh menyembunyikan kebenaran dengan wajib menerangkan yang sebenarnya, jika tidak akan membawa kebinasaan atau mereka telah berkhianat (Hamka, 1983).

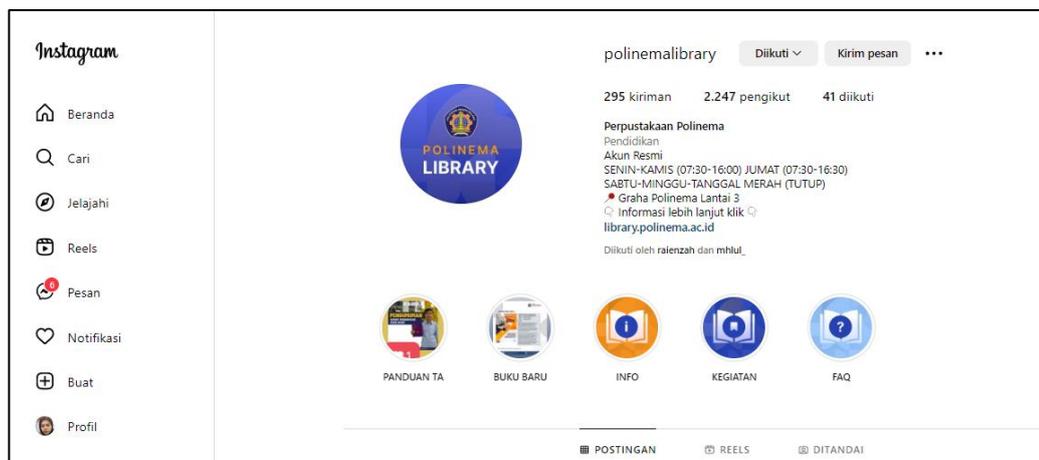
Jadi kewajiban menyampaikan kebenaran atau ilmu yang terkandung dalam surat Ali 'Imran ayat 187 ditafsirkan bahwa menyampaikan kebenaran atau ilmu adalah suatu kewajiban. Ilmu disampaikan kepada orang lain hendaklah dengan

jelas, dengan terang, dan janganlah disembunyikan (Hadhiri, 2005). Sehingga menyebarkan keilmuan yang benar kepada khalayak luas memang telah diperintahkan oleh Allah.

Media sosial juga dapat dijadikan sebagai ajang untuk media promosi. Teknologi membawa perubahan pada kehidupan manusia yang semakin modern. Semuanya bisa didapatkan dan dilakukan dengan mudah dan praktis dengan teknologi modern (Hariyanto et al., 2022). Dampak kemajuan teknologi dalam hal promosi membuat perpustakaan harus mampu mengikuti kemajuan tersebut, walaupun selama ini perpustakaan sering didefinisikan sebagai gedung atau ruangan yang didalamnya terdapat sekumpulan koleksi, yang mana ukuran baik buruknya perpustakaan dikaitkan dengan jumlah bahan perpustakaan, penekanan lebih pada jumlah (kuantitas) atau wadah, sebelum pada mutu atau kandungan informasi yang dimiliki perpustakaan sebagai lembaga yang memberikan layanan (Iskandar, 2018). Dalam hal ini promosi menggunakan media Instagram, Tik Tok, Facebook dan Website menjadikan sebuah program yang bisa menjadi titik ukur bahwa perpustakaan juga mampu mengikuti perkembangan zaman agar tetap memberikan informasi kepada pengguna secara mudah.

Promosi perpustakaan adalah salah satu rancangan yang dapat dilakukan dalam mengoptimalkan informasi di perpustakaan. Menurut Ariany (2018) Program kegiatan yang dilakukan oleh perpustakaan sudah seharusnya menjadi sebuah cara dalam mempromosikan perpustakaan serta penyampaian informasi yang ada di perpustakaan. Promosi perpustakaan sesungguhnya merupakan suatu aktivitas untuk menarik dan meningkatkan penggunaan perpustakaan. Promosi perpustakaan juga dapat dilakukan dengan mengimplementasikan kegiatan yang ada di perpustakaan. Promosi perpustakaan yang biasanya dilakukan adalah dengan menggunakan poster atau kegiatan pendidikan pemakai. Sebenarnya kecanggihan ilmu pengetahuan yang menghadirkan produk baru dalam perkembangan teknologi yaitu internet dapat dimanfaatkan oleh perpustakaan dalam kegiatan promosi perpustakaan. Penggunaan media online ini sudah merupakan kebutuhan sehari-hari masyarakat dalam mencari informasi karena pada kenyataannya media online dapat memberikan informasi dengan cepat, lebih efisien dan akurat.

Perpustakaan Universitas Politeknik Negeri Malang (POLINEMA) merupakan salah satu perpustakaan yang berada di tengah-tengah kota Malang dengan jumlah mahasiswa kurang lebih 9.122. Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti saat melakukan kegiatan Program Kerja Lapangan (PKL) bahwa diantara banyaknya media sosial, media komunikasi dan penyebaran informasi kepada pemustaka yang digunakan Perpustakaan Politeknik Negeri Malang saat ini adalah media sosial berupa Instagram, Tik Tok dan Website.



Gambar 1.1 Akun Instagram Polinema Library
(Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2023)

Media sosial Instagram menjadi salah satu media sosial yang paling sering digunakan untuk bahan promosi. Interaksi antara pustakawan dan pemustaka yang ada pada akun Instagram POLINEMA sangatlah rendah dikarenakan jumlah followers yang cukup sedikit dan komentar yang sangat minim. Media sosial Instagram memiliki fitur *direct message* dan kolom komentar yang berguna untuk menampung segala pertanyaan dari followers atau pengunjung Instagram. Dengan adanya fitur tersebut dapat membuat adanya interaksi pustakawan dan pemustaka kemudian pustakawan mendapat informasi untuk lebih berinovasi sehingga proses promosi yang dilakukan dapat lebih inovatif dan berkembang lagi. Ditambah fitur tersebut dapat digunakan sebagai kolom kritik dan saran yang dapat membangun atau mengembangkan proses promosi di perpustakaan POLINEMA. Akun Instagram milik Perpustakaan POLINEMA memiliki 2.197 pengikut dengan 262 postingan, sedangkan akun Tik Tok hanya memiliki 22 pengikut dengan 27

postingan. Hal tersebut sangat berpengaruh terhadap proses penyebaran informasi di media sosial POLINEMA.

Namun berdasarkan hasil wawancara dengan salah satu pustakawan yang ada di Perpustakaan Politeknik Negeri Malang narasumber menyebutkan bahwa media komunikasi yang digunakan bukan hanya Instagram, Tik Tok dan Website saja melainkan juga menggunakan Youtube dan Facebook. Akun tersebut tidak aktif dan hanya terdapat beberapa postingan saja. Bukan hanya Instagram saja, *followers* pada setiap media sosial juga dikatakan rendah. Sedangkan tingkat pengguna instagram dan facebook yang tinggi di kalangan mahasiswa harusnya bisa digunakan untuk mendukung kelancaran proses studi yang mereka lakukan, tidak sekedar menjadi hiburan atau pengisi kegiatan di waktu senggang. Sebagaimana diketahui bahwa salah satu penunjang utama studi mahasiswa adalah perpustakaan. Perpustakaan merupakan faktor utama pendukung dalam proses literasi mahasiswa.

Penggunaan media Instagram sebagai sarana promosi lebih efektif dan efisien sehingga masyarakat sangat gencar menggunakan media Instagram sebagai media promosi (Iskandar, 2018). Instagram, Tik Tok, Facebook, dan Website digunakan sebagai media promosi dikarenakan sudah digunakan oleh sebagian masyarakat sebagai sarana komunikasi, informasi dapat diekspos langsung secara cepat dalam hitungan detik dan sarana komunikasi interaktif yang mampu menjaring, mengenalkan lebih dekat kepada pengguna media sosial setiap waktu. Pembinaan promosi media sosial oleh instansi terkait menjadi sebuah keharusan, untuk menilai tingkat keberhasilan promosi dengan melihat tingkat layanan informasi yang selalu diberikan, hal ini dikarenakan agar semua program dan kegiatan dapat diketahui secara utuh dan jelas oleh pengguna media sosial. Selanjutnya, mendapat respon dan tanggapan, bentuk respon tersebut dapat berupa sarana chat individual maupun melalui media komentar. Media sosial sangat penting digunakan untuk suatu lembaga dikarenakan penyampaian informasi serta kegiatan yang sedang atau telah dilakukan oleh perpustakaan dapat dengan mudah disampaikan kepada masyarakat pengguna. Hal tersebut yang melatarbelakangi peneliti memilih Instagram, Tik Tok dan Website sebagai sarana strategi promosi perpustakaan perguruan tinggi.

Menurut Era, dkk (2022) aspek AISAS (*Attention, Interest, Search, Action, dan Share*) adalah bukti nyata pentingnya media internet dalam kehidupan saat ini. Aspek AISAS ini memiliki nilai yang memperkenalkan tentang cara konsumen dalam kehidupan media sosial secara lebih spesifik dari aspek sebelumnya (Khotijah, 2022). Menurut Sugiyama dan Andree (2011) berpendapat bahwa AISAS adalah model yang dirancang untuk melakukan pendekatan secara efektif kepada target audiens dengan melihat perubahan perilaku yang terjadi khususnya terkait dengan latar belakang kemajuan teknologi internet. AISAS merupakan kepanjangan dari *Attention, Interest, Search, Action dan Share*. Model ini ditujukan sebagai refleksi atas besarnya pengaruh internet terhadap kehidupan manusia di zaman sekarang. Aktivitas *search* dan *share* menjadi kegiatan penting dari pengguna internet. *Search* dan *share* merupakan elemen yang transparan, dalam mencari informasi berupa pengalaman pemakai, tingkat pelayanan, kepuasan dan lain-lain.

Penelitian terkait analisis pemanfaatan media sosial menggunakan aspek AISAS pernah dilakukan diantaranya yakni, pengaruh promosi perpustakaan melalui media sosial Instagram terhadap pemanfaatan perpustakaan di perpustakaan universitas Muhammadiyah Surakarta. Tujuan penelitian ini guna mengetahui dengan adanya aspek AISAS memiliki pengaruh atau tidak terhadap pemanfaatan perpustakaan dalam memenuhi kebutuhan informasi. Dari hasil penelitian yang dilakukan didapatkan bahwa promosi perpustakaan melalui media sosial Instagram berdasarkan aspek indikator memiliki pengaruh positif dan hubungan yang kuat terhadap pemanfaatan perpustakaan di perpustakaan Universitas Muhammadiyah Surakarta (Khotijah et al., 2022).

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, peneliti tertarik untuk mengetahui lebih lanjut mengenai pemanfaatan penggunaan media sosial sebagai promosi di perpustakaan dalam skripsi berjudul “Analisis Pemanfaatan Instagram Sebagai Promosi Menggunakan Model AISAS di Perpustakaan Politeknik Negeri Malang”. Penulis melakukan penelitian menggunakan metode kuantitatif deskriptif dengan melakukan penyebaran kuesioner. Peneliti menggunakan kuesioner dari model AISAS (*Attention, Interest, Search, Action, dan Share*). Oleh karena itu,

dapat diketahui penelitian yang dilakukan penulis ditujukan untuk mengetahui hasil nilai analisis dan dilanjutkan dengan pemberian saran perbaikan sesuai dengan hasil analisis yang telah dilakukan.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan maka berikut ini identifikasi masalah yaitu bagaimana analisis pemanfaatan instagram sebagai promosi menggunakan model AISAS di perpustakaan Politeknik Negeri Malang?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki tujuan yang ingin dicapai yaitu untuk menganalisis pemanfaatan instagram sebagai promosi menggunakan model AISAS di perpustakaan Politeknik Negeri Malang.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang ingin dicapai, maka diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak. Adapun manfaat penelitian ini diantaranya yaitu manfaat teoritis yang bagi penelitian ini bisa dijadikan referensi untuk penelitian selanjutnya pada bidang media sosial dan manfaat praktis yang dapat memberikan masukan bagi perpustakaan POLINEMA dalam hal pemanfaatan media sosial sebagai promosi.

1.5 Batasan Masalah

Adapun penelitian ini terfokus membahas mengenai pemanfaatan media sosial yang berupa Instagram sebagai sarana untuk promosi di Perpustakaan Politeknik Negeri Malang.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penelitian ini menggunakan pendoman penulisan skripsi dengan membagi penulisan meliputi bab I sampai dengan bab V yang diuraikan sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisikan beberapa sub bab yang terdiri dari latar belakang, identifikasi masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah, dan sistematika penulisan. Pada bagian latar belakang masalah peneliti menjelaskan mengenai permasalahan yang akan dikaji dan diteliti. Selain itu, peneliti juga

menambahkan ayat-ayat Al-Qur'an yang sesuai dengan pembahasan untuk melengkapi dan memperkuat gagasan. Pada bagian identifikasi masalah, peneliti menuliskan beberapa pertanyaan yang nantinya akan dicari jawabannya melalui penelitian. Pada bagian tujuan penelitian, peneliti menjelaskan mengenai tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini. Pada bagian manfaat penelitian, peneliti menjelaskan mengenai kegunaan dari penelitian yang dilakukan. Selanjutnya, peneliti membuat batasan masalah untuk memfokuskan penelitian yang dilakukan. Pada bagian sub bab yang terakhir yaitu sistematika penulisan, peneliti menyajikan outline penulisan yang meliputi bab I sampai bab V.

BAB II : KAJIAN PUSTAKA

Bab ini memuat hasil penelitian terdahulu dan landasan teori. Pada bagian hasil penelitian terdahulu ada beberapa hasil penelitian terdahulu milik peneliti lain berupa artikel ilmiah dan skripsi. Pada bagian ini memuat perbedaan penelitian dengan peneliti diantaranya selain perbedaan objek tempat yang digunakan juga terdapat perbedaan antara penelitian terdahulu dengan peneliti yaitu peneliti melakukan penelitian mengenai bagaimana analisis pemanfaatan sosial media pada perpustakaan Polinema. Sedangkan penelitian terdahulu berfokus pada Analisis Pemanfaatan Jejaring Media Sosial Facebook Sebagai Promosi Perpustakaan (Studi Kasus di Perpustakaan Masjid Raya Baiturrahman). Kemudian untuk landasan teori, peneliti menyajikan teori yang membahas konsep-konsep untuk mendukung penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini berisikan beberapa sub bab yang terdiri dari jenis penelitian, alur penelitian, tempat dan waktu penelitian, subjek dan objek penelitian, sumber data, populasi dan sampel, instrumen penelitian, teknik pengumpulan data, serta analisis data. Pada jenis penelitian ini, peneliti menuliskan jenis yang digunakan yaitu kuantitatif. Pada bagian alur penelitian, peneliti memasukkan tahap-tahap pelaksanaan penelitian. Pada bagian tempat dan waktu penelitian, peneliti menuliskan lokasi penelitian dan waktu penelitian yang dimulai sejak peneliti menyusun proposal skripsi sampai dengan sidang skripsi. Pada bagian subjek dan objek penelitian, peneliti menuliskan subjek dan objek yang akan diteliti. Pada

bagian sumber data penelitian, peneliti menuliskan sumber-sumber informasi yang digunakan dalam penelitian ini. Pada bagian populasi dan sampel, peneliti menuliskan populasi, sampel, dan teknik pengambilan sampel yang digunakan. Pada bagian instrumen penelitian, peneliti menuliskan instrumen-instrumen yang digunakan dalam penelitian. Pada bagian teknik pengumpulan data, peneliti menuliskan cara-cara pengumpulan data yang sesuai dengan jenis penelitian dan tiga teknik pengumpulan data yaitu observasi, wawancara dan survei kuesioner. Pada bagian analisis data, peneliti menjelaskan teknik analisis data yang digunakan yaitu menggunakan bantuan SPSS untuk menghindari kesalahan hitungan.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Merupakan isi dari hasil penelitian yang dikaji dan dianalisis secara sistematis berdasarkan identifikasi masalah yang dipaparkan, yakni mengenai analisis pemanfaatan instagram sebagai promosi yang digunakan perpustakaan POLINEMA.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisikan kesimpulan dan saran. Peneliti akan menuliskan kesimpulan berupa pernyataan singkat dari hasil penelitian yang sudah dituliskan untuk menjawab masalah. Sedangkan pada bagian saran, peneliti akan menuliskan saran-saran yang dibuat berdasarkan pengalaman dan pertimbangan dari peneliti yang ditujukan kepada responden, lembaga terkait, dan peneliti lain dibidang yang sejenisnya.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Hasil Penelitian Terdahulu

Penelitian yang berjudul “Analisis Pemanfaatan Instagram Sebagai Promosi Menggunakan Model AISAS di Perpustakaan Politeknik Negeri Malang”, tidak terlepas dari penelitian terdahulu yang menjadi bahan rujukan dan referensi dalam melakukan penelitian ini yang dijadikan sebagai pembanding.

Pada penelitian yang pertama yang diteliti oleh Era Bratadjaya Nur Khotijah (2022) yang berjudul “Pengaruh Promosi Perpustakaan Melalui Media Sosial Instagram terhadap Pemanfaatan Perpustakaan di Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Surakarta”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah promosi perpustakaan melalui media sosial instagram dengan aspek AISAS (*Attention, Interest, Search, Action, Share*) memiliki pengaruh atau tidak terhadap pemanfaatan perpustakaan di Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Surakarta dalam memenuhi kebutuhan informasi tugas kuliah maupun dalam penyusunan tugas akhir mahasiswa. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif dengan analisis regresi linier sederhana dengan Software *IBM SPSS Statistic 22*. Pengambilan sampel menggunakan teknik sampling random dengan jumlah sampel 100 responden. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa dalam perhitungan menjelaskan promosi perpustakaan melalui media sosial instagram berdasarkan aspek indikator memiliki pengaruh positif dan hubungan yang kuat terhadap pemanfaatan perpustakaan di Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Surakarta. Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi melalui media sosial instagram memiliki nilai rata-rata sebesar 3,46 sedangkan pemanfaatan perpustakaan memiliki nilai rata-rata sebesar 3,66. Kedua variabel memiliki nilai yang berada pada skala 3,43 – 4,23 yang berarti tinggi (Khotijah et al., 2022).

Penelitian kedua yang diteliti oleh M. Taufikrahman Akbar, Martutik, Moh. Safii (2018) yang berjudul “Konten Akun Media Sosial Twitter Perpustakaan Universitas Perguruan Tinggi di Indonesia”. Tujuan dari penelitian ini untuk mendeskripsikan konten akun media sosial Twitter Perpustakaan Universitas

Indonesia @UI_Library dan Perpustakaan Universitas Airlangga @Unairlibrary yang termasuk dalam katagori sifat konten, layanan perpustakaan, dan bentuk berita. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian analisis isi kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa konten informasi, event, bimbingan pemakai, humas dan tulisan bergambar adalah konten dari masing-masing unit analisis yang jumlah komentar, retweet dan like lebih dominan diminati oleh pemustaka daripada konten ajakan, layanan referensi, sirkulasi, dan tulisan (Akbar et al., 2018).

Penelitian ketiga yang diteliti oleh Hary Supriyanto (2019) yang berjudul “Strategi Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Perpustakaan: Studi Analisis Persepsi Pemustaka Tentang Efektifitas Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Layanan Perpustakaan UIN Sunan Ampel”. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif deskriptif yang pengumpulan datanya menggunakan observasi dan interview kepada akun media sosial dan pengelola akun (Administrator) dan penyebaran kuesioner kepada para follower/friend media sosial. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui media sosial apa saja dan stategi yang digunakan Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya dalam upaya penyebaran promosi layanan. Sekaligus mengetahui persepsi mahasiswa tentang efektifitas pemanfaatan media sosial sebagai sarana penyebaran promosi layanan di Perpustakaan UIN Sunan Ampel. Hasil dari penelitian ini adalah strategi yang dilakukan dalam pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi perpustakaan oleh Perpustakaan UIN Sunan Ampel ada empat diantaranya penunjukan Admin bagi masing-masing akun medsos yang memiliki tugas menentukan konsep, mencari/menerima berita/informasi, menyiapkan berita/informasi pra posting, posting, dan mengelola hasil postingan, Adanya variasi konsep postingan seperti story, info layanan, lomba/challenge berhadiah, liputan kegiatan, pengumuman, ucapan selamat hari penting dan duka cita, Pemberian reward bagi anggota, Konsultasi kepustakawan online. Sedangkan menurut pemustaka Instagram dan Facebook milik UIN Sunan Ampel Surabaya ini sudah efektif sekali dijadikan sebagai sarana promosi jasa, layanan, dan produk perpustakaan. Hasil penelitian berdasarkan hitungan total angket yang disebar kepada responden kemudian

dimasukkan ke dalam rumus maka diperoleh hasil sebesar 85.7% yang berarti memiliki kategori baik sekali (Supriyatno, 2019).

Penelitian keempat yang diteliti oleh Helen dan Farid Rusdi (2018) yang berjudul “Pengaruh Penggunaan Media Sosial Akun Instagram @Jktinfo Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers”. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh penggunaan akun instagram @jktinfo terhadap pemenuhan kebutuhan informasi followers. Teori yang digunakan dalam penelitian ini mencakup teori komunikasi massa, media baru, uses and gratification, penggunaan media sosial, instagram, dan kebutuhan informasi. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu dengan cara menyebarkan kuesioner kepada 100 responden yang ditentukan melalui nonprobability sampling dan teknik sampling insidental. Data yang diperoleh dianalisis dengan menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, analisis regresi linear sederhana, koefisien korelasi, koefisien determinasi, dan uji t. Hasil dari penelitian ini adalah penggunaan media sosial Instagram akun @jktinfo memiliki pengaruh yang sangat kuat terhadap pemenuhan kebutuhan informasi followers. Selain itu penggunaan media sosial menjadi salah satu faktor pengaruh yang besar terhadap pemenuhan kebutuhan informasi (Helen & Rusdi, 2019).

Penelitian kelima yang diteliti oleh Alexandros Koulouris, Eftichia Vraimaki dan Maria Koloniari (2020) yang berjudul “COVID-19 dan penggunaan media sosial perpustakaan”. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengeksplorasi keberadaan media sosial perpustakaan Yunani dan pengoperasian perpustakaan serta penggunaan media sosial selama penguncian penyakit coronavirus 2019 (COVID-19). Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan metode survei dipilih. Data dikumpulkan melalui kuesioner semi terstruktur online. Pendekatan ini memungkinkan untuk menjangkau sejumlah besar peserta yang tersebar secara geografis dan umumnya sulit untuk bertemu secara langsung, terutama mengingat keadaan saat studi dilakukan, yaitu selama lockdown. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Facebook adalah platform yang paling banyak digunakan, sedangkan media sosial terutama digunakan untuk berbagi pengumuman tentang operasional perpustakaan dan untuk promosi acara. Selama

penguncian COVID 19, perpustakaan merespons dengan cepat keadaan baru dengan mengambil banyak layanan mereka secara online. Namun, mereka tidak sepenuhnya menggunakan media sosial untuk penyediaan layanan melainkan menggunakan media sosial sebagai saluran komunikasi statis (Koulouris et al., 2020).

Penelitian terdahulu mengenai analisis pemanfaatan media sosial sebagai promosi di perpustakaan POLINEMA yang telah dipaparkan pada uraian di atas dapat dilihat melalui tabel berikut ini:

Table 2.1 : Penelitian Terdahulu

No.	Peneliti	Judul	Metode	Hasil
1.	Era Bratadjaya Nur Khotijah (2022)	Pengaruh Promosi Perpustakaan Melalui Media Sosial Instagram terhadap Pemanfaatan Perpustakaan di Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Surakarta	Metode kuantitatif deskriptif	Dalam penelitian ini promosi perpustakaan melalui media sosial <i>instagram</i> memiliki pengaruh terhadap pemanfaatan perpustakaan di Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2.	M. Taufikrahman Akbar, Martutik, Moh. Safii (2018)	Konten Akun Media Sosial Twitter Perpustakaan Universitas Perguruan Tinggi di Indonesia	Metode kuantitatif deskriptif	Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa konten informasi, event, bimbingan pemakai, humas dan tulisan bergambar adalah konten dari masing-masing unit analisis yang jumlah komentar, retweet dan like lebih dominan diminati oleh pemustaka daripada konten ajakan, layanan

No.	Peneliti	Judul	Metode	Hasil
				referensi, sirkulasi, dan tulisan.
3.	Hary Supriyanto (2019)	Strategi Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Perpustakaan: Studi Analisis Persepsi Pemustaka Tentang Efektifitas Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Layanan Perpustakaan UIN Sunan Ampel	Metode kuantitatif deskriptif	Perpustakaan UIN Sunan Ampel memiliki strategi yang dalam pemanfaatan media sosial yaitu penunjukan admin, adanya variasi konsep postingan, pemberian reward bagi anggota, dan konsultasi kepustakawan online.
4.	Helen dan Farid Rusdi (2018)	Pengaruh Penggunaan Media Sosial Akun Instagram @Jkinfo Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers	Metode kuantitatif	Penggunaan media sosial Instagram akun @jkinfo memiliki pengaruh yang sangat kuat terhadap pemenuhan kebutuhan informasi followers. Selain itu penggunaan media sosial menjadi salah satu faktor pengaruh yang besar terhadap pemenuhan kebutuhan informasi.
5.	Alexandros Koulouris, Eftichia Vraimaki dan	COVID-19 dan penggunaan media sosial perpustakaan	Metode kuantitatif	Dalam penelitian ini media sosial hanya digunakan untuk berbagi pengumuman

No.	Peneliti	Judul	Metode	Hasil
	Maria Koloniari (2020)			tentang operasional perpustakaan dan untuk promosi acara. Di penelitian ini platform yang banyak digunakan adalah media sosial Facebook.

Dari penelitian terdahulu yang telah dipaparkan pada tabel 2.1 maka dapat disimpulkan bahwa media sosial terutama Instagram merupakan media yang berguna dalam penyebaran informasi terutama pada promosi. Persamaan dari beberapa penelitian sebelumnya dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah sama-sama membahas mengenai pemanfaatan media sosial terutama pada platform media sosial yang digunakan. Mudahnya penggunaan media sosial dalam penyebaran informasi dalam hal promosi sehingga pengguna mampu mendapatkan informasi yang dibutuhkan dengan mudah dan cepat. Sedangkan perbedaan dari beberapa penelitian sebelumnya dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti saat ini terletak pada objeknya. Objek pada penelitian ini adalah pemanfaatan media sosial di Perpustakaan Politeknik Negeri Malang (POLINEMA) dan terletak pada platform media sosial yang digunakan untuk penyebaran informasi kepada pemustaka yakni Instagram, Tik Tok, Facebook dan Website.

2.2 Landasan Teori

Menurut Wiliam Wiersma (1986) dalam buku Sugiyono (2011) teori adalah generalisasi atau kumpulan generalisasi yang dapat digunakan untuk menjelaskan berbagai fenomena secara sistematis. Landasan teori ini perlu ditegakkan agar penelitian itu mempunyai dasar yang kokoh, dan bukan sekedar perbuatan coba-coba (*trial and error*). Adanya landasan teoritis ini merupakan ciri bahwa penelitian itu merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data.

2.2.1 Perpustakaan Perguruan Tinggi

a. Pengertian Perpustakaan Perguruan Tinggi

Perpustakaan Perguruan Tinggi merupakan sebuah sarana penunjang yang didirikan guna mendukung kegiatan Civitas Akademik, dimana Perguruan Tinggi itu berada. Perpustakaan perguruan tinggi adalah perpustakaan yang tergabung dalam lingkungan lembaga pendidikan tinggi, baik berupa perpustakaan universitas, perpustakaan fakultas, perpustakaan akademik, perpustakaan sekolah tinggi (Pamuntjak-Sjahrial, 2000).

Pada buku pedoman Perpustakaan Perguruan Tinggi disebutkan bahwa, Perpustakaan Perguruan Tinggi merupakan unsur penunjang Perguruan Tinggi dalam kegiatan pendidikan, penelitian dan pengabdian kepada masyarakat. Berdasarkan pada Peraturan Pemerintah/PP No.5 tahun 1980 tentang pokok-pokok organisasi universitas atau institute, bahwa Perpustakaan Perguruan Tinggi termasuk kedalam Unit Pelayanan Teknis (UPT), yaitu sarana penunjang teknis yang merupakan perangkat kelengkapan universitas atau institute dibidang pendidikan dan pengajaran, penelitian dan pengabdian pada masyarakat (Yusuf, 2005).

b. Tujuan Perpustakaan Perguruan Tinggi

Menurut Hasugian (2009) dalam bukunya Dasar-Dasar Ilmu Perpustakaan dan Informasi bahwa secara umum tujuan perpustakaan perguruan tinggi adalah:

- 1) Memenuhi keperluan informasi masyarakat perguruan tinggi, lazimnya staf pengajar dan mahasiswa. Sering pula mencakup tenaga administrasi perguruan tinggi.
- 2) Menyediakan bahan pustaka rujukan (referens) pada semua tingkat akademis, artinya mulai dari mahasiswa tahun pertama hingga mahasiswa program pasca sarjana dan pengajar.
- 3) Menyediakan ruang belajar untuk pemakai perpustakaan.
- 4) Menyediakan jasa peminjaman yang tepat guna bagi berbagai jenis pemakai.

- 5) Menyediakan jasa informasi aktif yang tidak saja terbatas pada lingkungan perguruan tinggi tetapi juga lembaga industri lokal.

c. Fungsi Perpustakaan Perguruan Tinggi

Menurut Mahmudin (2006) fungsi perpustakaan perguruan tinggi adalah mendukung pelaksanaan Tri Dharma Perguruan Tinggi yang diantaranya menyediakan informasi ilmiah untuk para mahasiswa, dosen dan staf maupun pengguna dari luar. Baik koleksi buku, majalah, surat kabar dan jenis koleksi lainnya. Akan tetapi besarnya fungsi perpustakaan tersebut terkadang belum dibarengi dengan perhatian lebih kepada perpustakaan. Masih ada sebagian Perpustakaan Perguruan Tinggi yang belum bisa melakukan tugas dan fungsinya secara optimal. Hal ini diakibatkan adanya kendala yang terkadang sulit dipecahkan, misalnya dalam memenuhi kebutuhan sumber daya manusia (SDM) dan sarana dalam pelaksanaan tugas.

2.2.2 Promosi Perpustakaan

a. Pengertian Promosi Perpustakaan

Promosi perpustakaan merupakan bagian dari sistem pelayanan perpustakaan secara keseluruhan. Dengan demikian konsep pemasaran (marketing) dan publisitas pun menjadi bagian dalam sistem pelayanan perpustakaan. Di perpustakaan, pemasaran setidaknya harus sampai kepada pembangkitan para pengguna potensial (dan juga pengguna aktual supaya lebih aktif lagi menggunakannya) (Ariany, 2018).

Promosi adalah mekanisme komunikatif persuatif pemasaran dengan memanfaatkan teknik-teknik hubungan masyarakat. Kinnear dan Kenneth 1990 didalam Ari Setiyaningrum et.al (2015) mendefinisikan sebagai sebuah mekanisme komunikasi pemasaran, pertukaran informasi antara penjual dan pembeli. Promosi dalam bentuk apapun merupakan suatu usaha untuk memengaruhi pihak lain. Secara lebih spesifik, promosi adalah salah satu elemen bauran pemasaran sebuah perusahaan.

b. Tujuan Promosi Perpustakaan

Menurut Sudariyah Nasution dalam Mustafa (2012) tujuan promosi perpustakaan adalah untuk menggairahkan minat baca serta menambahkan jumlah orang yang gemar membaca agar koleksi perpustakaan dapat dimanfaatkan secara maksimal. Sedangkan menurut Edsall dalam Mustafa (2012) tujuan promosi perpustakaan adalah memberikan kesadaran kepada masyarakat tentang adanya pelayanan perpustakaan, mendorong masyarakat untuk menggunakan perpustakaan, mengembangkan pengertian masyarakat agar mendukung kegiatan perpustakaan dan perannya dalam masyarakat.

Menurut Ulumi (2014) tujuan promosi perpustakaan tersebut sebagai berikut:

- 1) Menarik perhatian masyarakat akan pentingnya perpustakaan sebagai lembaga penyedia jasa layanan informasi.
- 2) Menciptakan kesan yang baik, bagi pelanggan aktual maupun potensial.
- 3) Membangkitkan minat masyarakat dalam memperoleh informasi dan pengetahuan melalui membaca.
- 4) Untuk memperoleh tanggapan dari masyarakat luas. Promosi mengenai apa yang dimiliki perpustakaan seharusnya sampai kepada masyarakat sebagai pelanggan perpustakaan.

2.2.3 Media Sosial

a. Pengertian Media Sosial

Andreas Kaplan dan Michael Haenlein mendefinisikan media sosial sebagai sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun di atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0 dan memungkinkan penciptaan pertukaran user-generated content (Haenlein, 2010).

Media sosial memiliki kemampuan yang lebih dibandingkan media yang lain untuk membantu perpustakaan dalam meningkatkan kualitas layanan yang akan diberikan kepada pemustakanya. Menurut Sirly dalam Fajriyati (2021), secara garis besar media sosial dapat dimanfaatkan untuk mempromosikan keberadaan perpustakaan atau untuk mengenalkan bahkan

mempromosikan koleksi yang ada di perpustakaan kepada penggunanya. Melalui media sosial, akses untuk mempromosikan kedua hal tersebut dapat dilakukan lebih cepat dan efisien.

b. Fungsi Media Sosial

Media sosial dalam perannya saat ini, telah membangun sebuah kekuatan besar dalam membentuk pola perilaku dan berbagai bidang dalam kehidupan manusia (Arum Wahyuni Purbohastuti, 2017). Hal ini yang membuat fungsi media sosial sangat besar. Adapun fungsi media sosial diantaranya sebagai berikut:

- 1) Media sosial adalah media yang didesain untuk memperluas interaksi sosial manusia dengan menggunakan internet dan teknologi web.
- 2) Media sosial berhasil mentransformasi praktik komunikasi searah media siaran dari satu institusi media ke banyak *audience (one to many)* ke dalam praktik komunikasi dialogis antara banyak audience (*many to many*).
- 3) Media sosial mendukung demokratisasi pengetahuan dan juga informasi. Mentranformasi manusia dari pengguna isi pesan menjadi pembuat pesan itu sendiri.

c. Jenis Media Sosial

Menurut Kotler dan Keller dalam jurnal Tirtayasa Ekonomika (Arum Wahyuni Purbohastuti, 2017) bahwa terdapat tiga macam platform yang utama untuk media sosial:

- 1) *Online Communities And Forums*. Komunitas online dan forum tersebut datang dalam segala bentuk dan ukuran dimana banyak dibuat oleh pelanggan ataupun kelompok yang pelanggan tanpa adanya bunga komersial ataupun dengan afiliasi perusahaan. Sebagian hal ini disponsori oleh perusahaan yang anggotanya berkomunikasi dengan perusahaan dan dengan satu sama lain yang melalui *posting, instant, messaging*, dan juga *chatting* yang

berdiskusi mengenai minat khusus yang dapat berhubungan dengan produk perusahaan dan merek.

- 2) *Blogs*. Terdapat tiga juta pengguna *blog* dan mereka yang sangat beragam, yang beberapa pribadi untuk teman-teman dekat dan keluarga, lainnya dirancang untuk menjangkau dan juga mempengaruhi khalayak luas.
- 3) *Social Networks*. Jaringan sosial telah menjadi kekuatan yang penting baik dalam bisnis konsumen dan juga pemasaran bisnis ke bisnis. Salah satunya dari *facebook*, *messenger*, *twitter* dan juga *Blackberry* dll. Jaringan yang berbeda tersebut menawarkan manfaat yang berbeda pula untuk perusahaan.

d. Pemanfaatan Media Sosial

Pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi merupakan upaya dalam meningkatkan promosi dan menjawab perkembangan zaman. Dengan kemajuan teknologi dan informasi akan mempermudah pekerjaan manusia dan teknologi informasi dapat dimanfaatkan oleh perpustakaan dengan menggunakan media sosial sebagai upaya untuk mempermudah akses bagi pemustaka dalam mendapatkan informasi terkait layanan perpustakaan dan dapat memberikan pengaruh terhadap peningkatan kunjungan pemustaka ke perpustakaan (Budi et al., 2019).

Pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi perpustakaan antara lain:

1) Penggunaan website untuk promosi

Website ialah pilihan media yang sangat cocok saat ini untuk memberitahukan layanan perpustakaan sekaligus promosi. Kurangnya sumber daya manusia bahkan anggaran yang dikelolanya, website ini sebagai solusi untuk melakukan pemasaran layanan perpustakaan yang efektif. Hal terpenting agar website selalu dikunjungi oleh pemustaka, perpustakaan dituntut untuk berperan aktif menjaga kemutakhiran dan kebaruan informasi- informasi yang ditampilkan dari isi websitenya.

2) Penggunaan jejaring sosial untuk promosi

Pemanfaatan jejaring sosial ini digunakan sebagai saluran dalam promosi perpustakaan, serta untuk memberikan informasi bagi pengunjung/pemustaka terkait koleksi yang dipunyai, prosedur dan tata cara meminjam dan mengembalikan buku, serta menginformasikan berbagai kegiatan yang dilaksanakan perpustakaan.

2.2.4 Layanan Informasi

a. Pengertian Layanan Informasi

Menurut Prayitno (2004) layanan informasi adalah kegiatan memberikan pemahaman kepada individu-individu yang berkepentingan tentang berbagai hal yang diperlukan untuk menjalani suatu tugas atau kegiatan, atau untuk menentukan arah suatu tujuan atau rencana yang dikehendaki. Menurut Hariastuti dalam Mudirul (2021) menjelaskan bahwa layanan informasi adalah suatu bantuan yang diberikan kepada seseorang sebagai bekal untuk memahami diri, merancang dan mengembangkan pola kehidupan sebagai seorang pelajar, anggota keluarga dan masyarakat.

b. Tujuan Layanan Informasi

Menurut Nursalim (2002) “Layanan informasi bertujuan untuk membekali individu dengan berbagai hal yang berguna untuk mengenal diri, merencanakan dan mengembangkan pola kehidupan sebagai pelajar, anggota keluarga dan masyarakat”. Tugas utama perpustakaan ialah melayani pemustaka dalam mencari kebutuhan informasi yang diperlukan dengan menyediakan fasilitas seperti jurnal, majalah, karya ilmiah, buku maupun media-media elektronik.

2.2.5 Model AISAS

Menurut Meilyana (2018), model AISAS pertama kali digagas oleh Dentsu pada tahun 2004. AISAS merupakan singkatan dari *Attention, Interest, Search, Action, and Share* yang ternyata berasal dari perkembangan model pemasaran AIDMA (*Attention, Interest, Desire, Memory, dan Action*) yang sebelumnya juga berkembang dari model pemasaran AIDA (*Attention, Interest, Desire, dan Action*). Menurut Sugiyama dan Andree (2011) AISAS

adalah formula yang dirancang untuk melakukan pendekatan secara efektif kepada target audiens dengan melihat perubahan perilaku yang terjadi khususnya terkait dengan latar belakang kemajuan teknologi internet.



Gambar 2.2: Model AISAS

Dalam AISAS Model pada bagian *attention* dan *interest* merupakan perubahan psikologikal yang sifatnya pasif yakni timbul dari stimulus yang diberikan oleh komunikasi marketing yang dilakukan oleh pemasar. Sedangkan pada bagian *search*, *action* dan *share* merupakan bagian yang sifatnya aktif dilakukan oleh pelanggan itu sendiri setelah muncul keminatannya terhadap produk yang ditawarkan. Yang paling penting dari AISAS model adalah ketika proses *attention* dan *interest* sudah dilalui selanjutnya tidak harus selalu berurut misalnya ketika *attention* kemudian *interest* kemudian *action* jikalau ternyata melalui iklan tersebut bisa langsung membuat pelanggan berangkat menuju tempat penjualan. Bisa juga modelnya menjadi *attention* kemudian *interest* kemudian *share* yaitu ketika pelanggan menemukan iklannya (Bella, 2020).

2.2.6 Indikator Model AISAS

Menurut Sugiyama dan Andree (2011) terdapat indikator-indikator yang terdapat dalam model AISAS (*Attention, Interest, Search, Action, Share*) diantara sebagai berikut:

a. *Attention* (Perhatian)

Tahap ini merupakan kondisi ketika konsumen menyadari (*aware*) terhadap suatu promosi. Konsumen hanya sekadar tahu dan belum

memiliki ketertarikan sama sekali. Pada tahap ini, iklan dilihat, ditonton atau didengar. Dapat dikatakan tahap ini adalah tahap paling penting karena tahap ini membuka jalan bagi pesan iklan untuk memiliki efek berikutnya pada diri khalayak.

b. *Interest* (Minat)

Pada tahap *interest*, pesan komunikasi membangkitkan minat khalayak untuk mengetahui dan mengenal lebih lanjut tentang pesan tersebut atau tentang produk yang dikomunikasikan. Sebuah pesan yang efektif, adalah pesan yang memancing keingintahuan dan menimbulkan rasa penasaran khalayak, yang kemudian termotivasi untuk lebih jauh terlibat.

c. *Search* (Pencarian)

Konsumen biasanya langsung menuju berbagai *search engine*, seperti Google ataupun YouTube untuk mencari informasi lebih lanjut. Dengan bekal informasi yang didapat. *Search engine* telah dimanfaatkan oleh para pemasang iklan untuk mempromosikan produknya, pemanfaatan *search engine* sebagai media iklan secara online.

d. *Action* (Tindakan)

Action adalah tindakan konsumen dimana disinilah pengalaman yang sesungguhnya dapat tercipta. Tujuan pemasaran dari tahap ini adalah untuk menyediakan suatu kesempatan bagi konsumen untuk melakukan pembelian produk tersebut.

e. *Share* (Berbagi)

Share adalah hasil yang diperoleh setelah konsumen merasakan semua pengalaman interaksi mereka dengan produk, mereka akan membagi pengalamannya kepada orang lain baik itu melalui email, chat, blogs, mailist, online forum, dan lain-lain. Sehingga pengalaman baik ataupun buruk akan mudah tersebar ke banyak orang. Tujuan dari fase ini adalah untuk mendorong konsumen mengirimkan informasi berkualitas tinggi tentang produk tersebut.

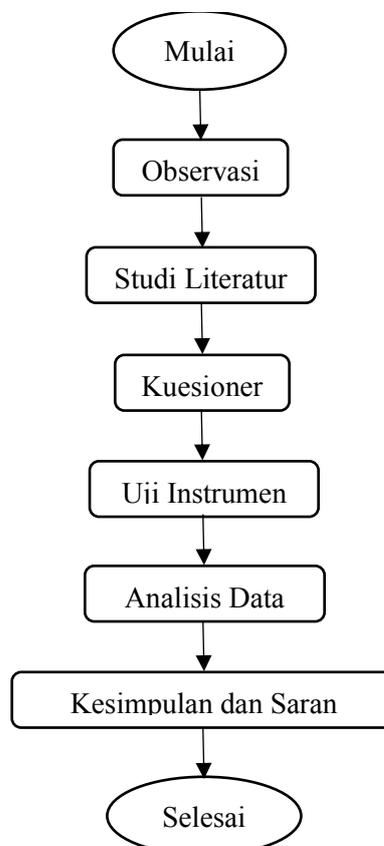
BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian bersifat kuantitatif deskriptif. Menurut Sugiyono (2011) metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan. Menurut Sugiyono (2020) data kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan positivistic (data konkrit), data penelitian berupa angka-angka yang akan diukur menggunakan statistik sebagai alat uji penghitungan, berkaitan dengan masalah yang diteliti untuk menghasilkan suatu kesimpulan.

3.2 Alur Penelitian

Alur penelitian ini digunakan sebagai pedoman penulis dalam pelaksanaan penelitian ini agar hasil yang dicapai tidak menyimpang dari tujuan yang telah ditentukan sebelumnya.



Gambar 3.1 : Alur Penelitian

Berikut penjelasan tahap yang dilaksanakan dalam penelitian ini, diantaranya:

3.2.1 Observasi

Dalam tahap ini, peneliti melakukan pengamatan pada lokasi penelitian yaitu Perpustakaan POLINEMA. Observasi dilakukan pada saat kegiatan PKL berlangsung selama 2 bulan, yakni dimulai pada tanggal 27 Juni 2022 – 26 Agustus 2022. Pada saat pelaksanaan PKL tersebut, peneliti mendapatkan tema yang menarik untuk dilakukannya sebuah penelitian.

3.2.2 Studi Literatur

Studi literatur merupakan tahapan penelitian yang ditujukan untuk melakukan studi kepustakaan yang serupa dengan konsep yang digunakan dalam penelitian yang dilakukan oleh peneliti.

3.2.3 Kuesioner

Kuesioner Menurut Sugiyono (2011) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Pada tahap ini kuesioner akan disebarakan kepada responden. Pemilihan responden ini yaitu pengunjung perpustakaan Universitas Politeknik Negeri Malang yang aktif kemudian jumlah responden dihitung berdasarkan jumlah populasi yang didapatkan. Pada penyebaran kuesioner ini data pernyataan yang digunakan adalah menggunakan model AISAS (*Attention, Interest, Search, Action, and Share*).

3.2.4 Uji Instrumen

Pada tahap uji instrumen, menguji semua data yang diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner kepada responden. Uji instrumen terdiri uji validitas dan uji reliabilitas. Uji validitas dilakukan untuk mengetahui kevalidan instrumen. Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui apakah kuesioner yang digunakan sudah reliabel atau tidak.

3.2.5 Analisis Data

Analisis data merupakan salah satu proses penelitian yang dilakukan setelah semua data yang diperlukan guna memecahkan permasalahan yang diteliti

sudah diperoleh secara lengkap (Sugiyono, 2020). Tahap ini peneliti menggunakan rumus grandmean untuk mendeskripsikan hasil tiap pernyataan.

3.2.6 Kesimpulan dan Saran

Tahap terakhir pada penelitian ini adalah tahap kesimpulan dan saran. Pada tahap ini, peneliti menarik kesimpulan sesuai dengan analisis data yang sudah dilakukan sebelumnya. Pada tahap saran, peneliti dianjurkan bisa memberikan sebuah saran yang bisa dipertimbangkan kepada Perpustakaan POLINEMA.

3.3 Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Perpustakaan Perguruan Tinggi Politeknik Negeri Malang yang berlokasi di Jl. Soekarno Hatta No.9, Jatimulyo, Kec. Lowokwaru, Kota Malang, Jawa Timur. Sedangkan waktu penelitian ini dilaksanakan mulai bulan Juni 2022 hingga bulan Mei 2023. Mulai dari penyusunan, pelaksanaan dan pengumpulan data dilakukan.

3.4 Subjek dan Objek Penelitian

Menurut Sugiyono (2011) subjek penelitian merupakan suatu bukti baik dari sifat atau nilai orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variabel tertentu yang ditetapkan untuk dipelajari dan ditarik kesimpulan. Objek penelitian adalah sesuatu yang menjadi pemusatan kegiatan penelitian, atau dengan kata lain segala sesuatu menjadi sasaran penelitian.

a. Subjek

Subjek dalam penelitian ini melibatkan mahasiswa Universitas Politeknik Negeri Malang. Mahasiswa yang diambil dalam penelitian ini adalah pemustaka yang aktif di Universitas Politeknik Negeri Malang.

b. Objek

Objek dalam penelitian ini adalah analisis pemanfaatan instagram sebagai promosi menggunakan model AISAS di Perpustakaan Politeknik Negeri Malang.

3.5 Sumber Data

Menurut Sugiyono (2019) terdapat dua macam sumber data pada penelitian ini, yaitu sumber data primer dan sekunder.

a. Sumber Data Primer

Data primer merupakan data yang didapatkan langsung oleh peneliti dari responden. Karena penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, maka peneliti mendapatkan data tersebut melalui kuesioner yang disebarakan oleh peneliti. Sehingga pada penelitian ini, data primer didapatkan langsung melalui kuesioner yang diisi oleh pengunjung perpustakaan Politeknik Negeri Malang.

b. Sumber Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang didapatkan secara tidak langsung. Data sekunder digunakan untuk mendukung data primer. Beberapa data sekunder tersebut berasal dari literatur ataupun dokumen lainnya yang berhubungan dengan analisis pemanfaatan media sosial.

3.6 Populasi dan Sampel

a. Populasi

Menurut Sugiyono (2020) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subjek yang mempunyai ukuran nilai dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk diteliti dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah followers Instagram perpustakaan POLINEMA pada akun *@polinemalibrary* dengan jumlah 2.215.

b. Sampel

Menurut Sugiyono (2020) sampel ialah bagian dari populasi yang menjadi sumber data dalam penelitian, dimana sampel merupakan bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Penentuan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling, yang merupakan teknik penarikan sampel yang didasarkan pada pengetahuan penulis terhadap sampel yang diambil. Teknik sampling menurut Sugiyono (2020) ialah pemilihan sampel yang akan digunakan berdasarkan pertimbangan tertentu. Teknik pengambilan sampel diperuntukan guna mempermudah ketika mengambil sampel atau menentukan siapa saja yang dapat menjadi sampel pada

penelitian. Peneliti menggunakan pengembangan Slovin dalam penentuan jumlah sampel dengan *margin error* 10%.

Berikut rumus pengambilan sampel menurut Slovin:

$$n = \frac{N}{1+Ne^2} \quad (3.1)$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel yang diperlukan

N = Jumlah Populasi

e = *margin of error* (tingkat kesalahan yang diperlukan)

Perhitungan dalam pengambilan sampel dengan menggunakan *margin error* 10% adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned} n &= \frac{N}{1+Ne^2} & (3.2) \\ n &= \frac{2.215}{1 + 2.215(0,1)^2} \\ n &= \frac{2.215}{1 + 2.215(0,01)} \\ &= \frac{2.215}{23,15} \\ &= 95,6 \end{aligned}$$

Maka sampel yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah 100 orang responden.

3.7 Instrumen Penelitian

Pada prinsipnya meneliti adalah melakukan pengukuran terhadap fenomena sosial maupun alam. Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang akan diamati (Sugiyono, 2020). Instrumen penelitian digunakan oleh peneliti melakukan pengukuran untuk mengumpulkan data agar penelitian yang dilakukan menjadi sistematis. Adapun instrumen penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah observasi dan Kuesioner. Observasi yang dilakukan dalam penelitian ini untuk mengamati penyebaran informasi pada media sosial Instagram, Tik Tok, Facebook dan Website. Kuesioner digunakan untuk mengetahui respon pemustaka terhadap media sosial Instagram,

Tik Tok, Facebook dan Website milik Perpustakaan POLINEMA dalam penyebaran informasi.

Peneliti menggunakan kuesioner dari model AISAS (*Attention, Interest, Search, Action, and Share*) dengan 5 indikator untuk memperoleh nilai analisis pemanfaatan media sosial sebagai promosi di perpustakaan Politeknik Negeri Malang (Khotijah, 2022). Adapun kuesioner dalam model AISAS seperti tabel 3.1 ini:

Table 3.1 : Kuesioner Penelitian

Variabel	Indikator	Pernyataan
Pemanfaatan media sosial	<i>Attention</i> (perhatian)	Promosi perpustakaan melalui media sosial menarik perhatian saya
		Akun media sosial perpustakaan menampilkan informasi yang beragam dan berkualitas
		Saya mengetahui kegiatan yang ada di perpustakaan
		Bahasa yang dipakai di media sosial perpustakaan dapat dipahami dan dimengerti
	<i>Interest</i> (Ketertarikan)	Postingan di sosial media perpustakaan membuat saya ingin mengetahui lebih tentang perpustakaan POLINEMA
		Saya menanggapi postingan promosi dengan memberikan like dan komen pada postingan di media sosial
		Saya tertarik karena melihat keterangan/caption yang mudah dipahami
	<i>Search</i> (Pencarian)	Saya mencari informasi dengan melihat keseluruhan konten di media sosial
		Saya mencari informasi dengan memanfaatkan <i>direct message</i>

Variabel	Indikator	Pernyataan
		Saya mencari informasi yang dibutuhkan dengan berkunjung ke perpustakaan POLINEMA
		Saya mencari informasi yang dipromosikan dengan bertanya kepada rekan yang sering berkunjung ke perpustakaan POLINEMA
	<i>Action</i> (Aksi)	Saya mengunjungi perpustakaan POLINEMA untuk melihat yang dipromosikan di akun media sosial perpustakaan
		Saya melihat postingan di media sosial perpustakaan untuk menemukan informasi
	<i>Share</i> (Berbagi)	Saya membagikan konten promosi dengan men-tag teman pada kolom postingan
		Saya membagikan informasi tentang perpustakaan POLINEMA melalui media sosial lainnya
		Saya mengajak teman/rekan untuk mengunjungi media sosial perpustakaan POLINEMA

Berdasarkan indikator pada tabel 3.1 kuesioner tersebut memiliki 5 skala likert. Responden akan diminta untuk mengisi dan memberikan penilaian dari kuesioner tersebut. Responden diminta untuk memberikan penilaian "Sangat Tidak Setuju (STS)", "Tidak Setuju (TS)", "Netral (N)", "Setuju (S)", dan "Sangat Setuju (SS) atas seluruh item pernyataan sesuai dengan penilaian subjektifnya.

Table 3.2 : Skala Likert

Skala Ukur	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3

Skala Ukur	Skor
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

3.8 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2019), teknik pengumpulan data dilakukan pada kondisi yang alamiah, sumber data primer, dan teknik pengumpulan data lebih banyak pada observasi berperan serta, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Teknik pengumpulan data menurut Sugiyono (2011) terdiri atas observasi, wawancara, angket dan dokumentasi. Adapun dibawah ini adalah pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti:

a. Observasi

Observasi merupakan teknik pengumpulan data yang mempunyai ciri signifikan dibandingkan dengan teknik lain, yaitu wawancara dan kuesioner. Teknik wawancara dan kuesioner selalu berkomunikasi langsung dengan orang, sedangkan teknik observasi tidak terbatas pada orang, tetapi juga obyek-obyek alam yang lain (Sugiyono, 2020). Teknik observasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi non-participan tidak terstruktur, yaitu peneliti tidak terlibat langsung dengan aktivitas responden. Tidak terstruktur karena peneliti belum mengetahui secara pasti tentang apa yang akan diamati. Peneliti hanya melakukan pengamatan bebas, mencatat apa yang tertarik, melakukan analisis dan membuat kesimpulan (Sugiyono, 2020).

b. Kuesioner

Menurut Sugiyono (2020), kuesioner merupakan teknik pengumpulan dengan memberikan seperangkat pernyataan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab. kuesioner dapat berupa pertanyaan atau pernyataan tertutup. Kuesioner dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui pos, atau internet. Dalam penelitian ini kuesioner disebarkan kepada sejumlah sampel yaitu pengguna perpustakaan Politeknik Negeri Malang.

3.9 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

a. Uji Validitas

Uji validitas merupakan uji yang berfungsi untuk melihat apakah suatu alat ukur tersebut valid (sahih) atau tidak valid. Alat ukur yang dimaksud disini merupakan pertanyaan-pertanyaan yang ada dalam kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan tersebut pada kuesioner dapat mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner (Janna & Herianto, 2021). Menurut Sugiyono (2011) menyatakan bahwa valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur.

Pengujian validitas ini menggunakan *Statistical Product and Service Solution* (SPSS) dengan teknik analisis *Product Moment Correlation*. Adapun rumus yang dikemukakan oleh Pearson, yaitu:

$$r_{xy} = \frac{n(\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[n(\sum x^2) - (\sum x)^2][n(\sum y^2) - (\sum y)^2]}} \quad (3.3)$$

Keterangan:

r_{xy} = Koefisien korelasi antara X dan Y

n = Jumlah responden

$\sum xy$ = jumlah hasil perkalian antara skor x dan y

x = skor total semua pernyataan variabel x

y = skor total semua pernyataan variabel y

b. Uji Reliabilitas

Menurut Notoatmodjo (2005) reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau diandalkan. Sehingga uji reliabilitas dapat digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat ukur tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang. Alat ukur dikatakan reliabel jika menghasilkan hasil yang sama meskipun dilakukan pengukuran berkali-kali. Biasanya sebelum dilakukan uji reliabilitas data, dilakukan uji validitas data. Hal ini dikarenakan data yang akan diukur harus valid, dan baru dilanjutkan dengan uji reliabilitas data. Namun, apabila data yang diukur tidak valid, maka tidak perlu dilakukan uji reliabilitas data (Janna & Herianto, 2021).

Penelitian ini dalam pengujian instrumen yang digunakan untuk *reliable* yaitu menggunakan t sebagai rumus koefisiensi reliabilitas *alpha cronbach* dengan dibantu *Statistical Product and Service Solution* (SPSS).

Rumus *Alpha Cronbach*:

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_{2b}}{\sigma_{t2}} \right) \quad (3.4)$$

Keterangan:

r_{11} = Koefisien reliabilitas alpha

k = Jumlah item pertanyaan

$\sum \sigma_{2b}$ = Jumlah varian butir

σ_{t2} = Varian skor total

3.10 Analisis Data

Menurut Sugiyono (2020) analisis data merupakan suatu kegiatan penyusunan dan pengelolaan data untuk menafsirkan data yang diperoleh. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif. Kuantitatif deskriptif merupakan penelitian yang digunakan untuk mendeskripsikan data yang terkumpul sebagaimana adanya.

Selanjutnya untuk analisis data pada metode kuantitatif adalah dengan menggunakan rumus mean untuk mendapatkan nilai rata-rata pada setiap butir pernyataan.

$$\text{Mean } x = \sum x / N \quad (3.5)$$

Keterangan:

X = Rata-rata hitung (mean)

$\sum x$ = Jumlah semua nilai kuesioner

N = Jumlah responden

Setelah rata-rata nilai didapatkan, perlu diketahui skala dari jawaban setiap butir pernyataan responden. Tabel penilaian berguna untuk mengetahui hasil nilai analisis data masuk ke dalam kriteria tinggi atau rendah. Berikut rumus yang digunakan untuk memperoleh nilai rentang skala penilaian (Sugiyono, 2012):

$$\begin{aligned}
 RS &= m - n / b & (3.6) \\
 &= 5 - 1 / 5 \\
 &= 4 / 5 \\
 &= 0,8
 \end{aligned}$$

Keterangan:

RS = Rentang Skala

m = Skor Tertinggi

n = Skor Terendah

b = Skala Penilaian

Berdasarkan hasil perhitungan, maka rentang skala di penilaian ini adalah 0,8. Sehingga tabel penilaiannya adalah seperti pada tabel 3.3 ini:

Table 3.3 : Tabel Penilaian

No.	Skor	Kategori
1.	1,00 – 1,80	Sangat Rendah
2.	1,81 – 2,61	Rendah
3.	2,62 – 3,42	Cukup
4.	3,43 – 4,23	Tinggi
5.	4,24 – 5	Sangat Tinggi

Contoh Perhitungan

Berikut ini merupakan contoh penghitungan analisis data dari salah satu pernyataan dari kuesioner dengan sampel sebanyak 100 mahasiswa:

- a. Contoh pernyataan: Saya menanggapi postingan promosi dengan memberikan *like* dan komen pada postingan di media sosial.
- b. Hasil jawaban:
 - STS (sangat tidak setuju) : 24
 - TS (Tidak Setuju) : 20
 - N (Netral) : 27
 - S (Setuju) : 19
 - SS (Sangat Setuju) : 10
- c. Hasil perhitungan jawaban responden:
 - Responden yang menjawab sangat tidak setuju (STS) = $24 \times 1 = 24$

- Responden yang menjawab tidak setuju (TS) = $20 \times 2 = 40$
- Responden yang menjawab netral (N) = $27 \times 3 = 81$
- Responden yang menjawab setuju (S) = $19 \times 4 = 76$
- Responden yang menjawab sangat setuju (SS) = $10 \times 5 = 50$

$$\text{Total skor} = 24 + 40 + 81 + 76 + 50 = 271$$

d. Rumus Mean:

$$\text{Mean } x = \frac{\sum x}{N}$$

$$\text{Mean } x = \frac{271}{100}$$

$$\text{Mean } x = 2,71$$

Hasil penghitungan menggunakan rumus mean, diketahui hasilnya adalah 2,71 maka dapat disimpulkan bahwa besar atau tingkat menanggapi postingan promosi dengan memberikan like dan komen pada postingan di media sosial termasuk ke dalam kategori CUKUP.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Institusi Politeknik Negeri Malang sebelum berdiri menjadi salah satu institusi berbasis vokasi di kota Malang dulu merupakan satu kesatuan di bawah naungan Universitas Brawijaya Malang atau yang disebut Politeknik Universitas Brawijaya Malang. Sejarah mengenai perpustakaan sendiri, sebelumnya perpustakaan bernama Perpustakaan Politeknik Universitas Brawijaya yang didirikan pada tahun 1982, namun secara resmi perpustakaan dibuka tahun 1984 yang ditandai dengan dibukanya unit untuk mengumpulkan buku-buku hibah dari Swiss yang kemudian disebutlah Perpustakaan Politeknik Universitas Brawijaya.

Tahun 1985-1996 secara operasional pelayanan perpustakaan masih terbatas dalam hal sumber daya manusia (SDM) dalam melakukan layanan perpustakaan hanya memiliki dua orang staf. Sistem manajemen terutama pengelolaan koleksi pada waktu itu pun masih manual dan belum terdapat sistem pengelolaan yang baku. Tahun 1987 dapat dikatakan merupakan masa-masa di mana perpustakaan mengalami suatu penurunan. Pada saat itu koleksi perpustakaan dikembalikan ke jurusan-jurusan, kebijakan tersebut dilakukan dengan dasar pertimbangan bahwa antara jumlah tenaga pengelola, ruangan koleksi dan jumlah koleksi yang ada tidak seimbang. Namun seiring dengan berjalannya waktu pada tahun 1989 dengan melalui beberapa proses yang cukup panjang akhirnya dibukalah kembali Perpustakaan Politeknik Negeri Brawijaya Malang.

Tahun 2007 merupakan awal yang cukup baik bagi perkembangan Perpustakaan Politeknik Negeri Brawijaya Malang, hal ini ditandai dengan berdirinya institusi Politeknik Negeri Brawijaya Malang menjadi Politeknik Negeri Malang. Perpustakaan yang secara administratif berada di bawah naungan Politeknik Negeri Malang secara formal dalam perkembangannya

pun berubah menjadi salah satu UPT (Unit Pelaksana Teknis) Politeknik Negeri Malang. Pada perkembangannya perpustakaan perlahan mulai menemukan peningkatan-peningkatan secara berkala. Beberapa peningkatan-peningkatan meliputi bertambahnya tenaga SDM yang secara khusus terdapat tenaga-tenaga pustakawan, jumlah koleksi yang terus mengalami penambahan tiap tahunnya. Perkembangan-perkembangan tersebut terus berlanjut sampai pada perkembangan dan penerapan teknologi informasi di perpustakaan. Perpustakaan yang sebelumnya dikelola dengan sistem manual kini berubah menjadi sistem otomatisasi dan bahkan sampai pengelolaan koleksi digital.



Gambar 4.1 *Lobby* Perpustakaan
(Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2023)

4.1.2 Visi, Misi dan Tujuan Perpustakaan Politeknik Negeri Malang

A. Visi

Perpustakaan Politeknik menjadi salah satu unit pendukung utama proses belajar mengajar untuk mewujudkan tercapainya Tridharma Perguruan Tinggi.

B. Misi

1. Memberikan pelayanan prima kepada semua anggota.

2. Menyediakan informasi dan ilmu pengetahuan dalam bidang teknologi, sosial, budaya dan seni.
3. Menyiapkan sistem otomatisasi manajemen perpustakaan yang sempurna dan terintegrasi.

C. Tujuan

1. Mendukung Tridharma Perguruan Tinggi.
2. Memilih dan menghimpun, mengolah dan merawat bahan pustaka.
3. Melayangkan sumber informasi kepada lembaga induk khususnya dan anggota umumnya.
4. Menjadikan Politeknik Negeri Malang terkenal baik internal maupun eksternal.

4.1.3 Layanan Perpustakaan Politeknik Negeri Malang

Secara umum layanan dan fasilitas pengguna UPA Perpustakaan

Politeknik Negeri Malang terdiri dari berikut:

- a) Layanan Loker dan Sirkulasi
- b) Layanan Koleksi Referensi dan Laporan Akhir
- c) Ruang Koleksi Tandon
- d) Layanan Koleksi Umum
- e) Ruang Multimedia
- f) Layanan Administrasi Perpustakaan

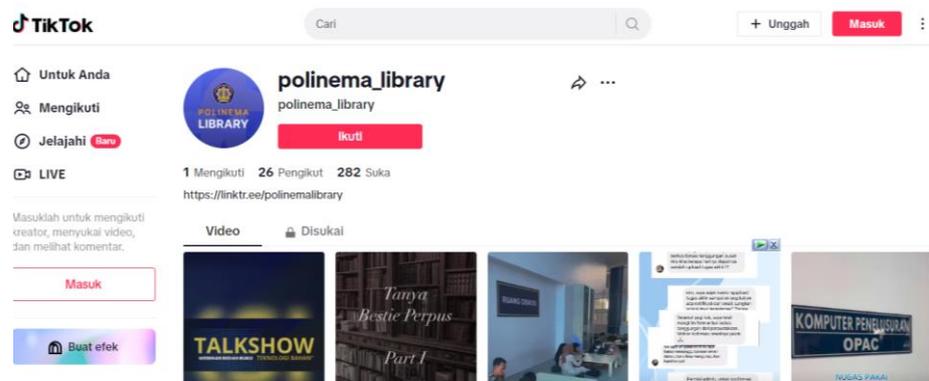
4.1.4 Media Sosial Perpustakaan Politeknik Negeri Malang

Terdapat beberapa media sosial yang dipakai oleh Perpustakaan Politeknik Negeri Malang, antara lain:

1) Tik Tok

Tiktok merupakan sebuah aplikasi yang memberikan efek spesial yang unik, menarik, dan bisa digunakan oleh para pengguna aplikasi ini dengan mudah untuk membuat video pendek yang keren dan bisa menarik perhatian banyak orang yang melihatnya. Hasil dari video pendek ini bisa diperlihatkan ke teman-teman di sosial media dan pengguna Tiktok lainnya (Malimbe et al., 2021). Aplikasi Tiktok ini bisa juga digunakan untuk mempromosikan bisnis seperti membuat video

yang kreatif agar supaya menarik pelanggan. Akun Tik Tok milik Polinema memiliki pengikut sebanyak 26 dan 27 postingan. Di dalam akun Tik Tok POLINEMA terdapat beberapa postingan yang berisikan video seperti tutorial mengurus surat bebas tanggungan, tutorial membuat kartu sakti, tutorial peminjaman buku secara mandiri, informasi jam buka, dan lain sebagainya. Pada *bio* Tik Tok POLINEMA mencantumkan link yang apabila di buka masuk dalam website Perpustakaan POLINEMA.



Gambar 4.2 Akun Tik Tok Polinema @polinema_library
(Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2023)

2) Instagram

Instagram adalah sebuah kelompok aplikasi menggunakan basis internet dan teknologi yang memungkinkan pertukaran dan penciptaan *usergenerated content*. Instagram adalah sebuah aplikasi yang digunakan untuk membagi-bagikan foto dan video. Instagram juga sendiri masih merupakan bagian dari facebook yang memungkinkan teman, facebook itu mengikuti kita dalam akun sosial media Instagram (Gustiandi et al., 2022). Instagram hampir sama dengan facebook juga bisa dikatakan memanfaatkan dalam membuat usaha atau bisnis yang berbasis online. Akun Instagram milik perpustakaan POLINEMA memiliki 2.430 pengikut dengan postingan 306. Di dalam akun Instagram POLINEMA terdapat beberapa postingan dengan bentuk *photo*, *video* dan *reels* yang memiliki tujuan masing-masing saat di *upload*. Pada *bio* Instagram tertulis informasi jam buka dari

perpustakaan POLINEMA yaitu hari senin hingga kamis buka pada pukul 07.30 – 16.00 dan pada hari jum'at buka pada 07.30 – 16.30. Pada bio Instagram @polinemalibrary terdapat link *library.polinema.ac.id* yang apabila di klik akan menuju website perpustakaan POLINEMA. Instagram perpustakaan POLINEMA juga terdapat *highlight* yang berisi berbagai informasi yang dapat dibaca oleh pemustaka, *highlight* tersebut diantaranya memuat panduan tugas akhir, informasi buku baru, info perpustakaan, kegiatan perpustakaan, dan faq.



Gambar 4.3 Akun Instagram Polinema @polinemalibrary
(Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2023)

3) Facebook

Menurut Wati dan Rizky (2009) facebook merupakan jejaring sosial (social network) yang bisa dimanfaatkan oleh para pengguna untuk saling mengenal dan berkomunikasi dalam berbagai keperluan dan juga bersifat rekreasi. Facebook adalah situs jejaring sosial yang diluncurkan pada 4 Februari 2004 dan didirikan oleh Mark Zuckerberg, seorang lulusan *Harvard* dan mantan murid *Ardslet High School*. Akun Facebook milik perpustakaan POLINEMA memiliki pengikut sebanyak 632. Pada *bio* Facebook POLINEMA tidak ada keterangan yang dicantumkan.



Gambar 4.4 Akun Facebook Polinema @polinemalibrary
(Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2023)

4) Website

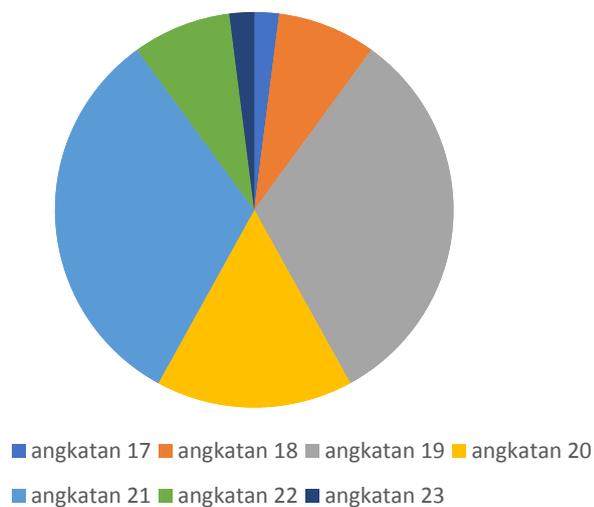
Website sebagai bagian dari teknologi informasi dapat difungsikan sebagai sistem informasi di perpustakaan, yaitu sebagai sarana untuk menginformasikan segala hal yang terdapat di perpustakaan kepada pemustaka. Data dan dokumen yang disimpan di perpustakaan, agar dapat di *access* oleh pemustaka dapat dilakukan melalui website, sehingga pemustaka mendapatkan kemudahan (Astria Firman, 2016). Website akan menjangkau pemustaka yang sangat luas. Dengan website pemustaka tidak harus secara langsung datang ke perpustakaan sudah dapat mengetahui jasa layanan dan koleksi yang terdapat di perpustakaan (Sukirno, 2016). Melalui website dapat difungsikan sebagai sarana informasi di perpustakaan, dengan semakin kompleksnya koleksi perpustakaan, informasi yang disimpan di perpustakaan bisa diakses oleh masyarakat secara online. Di dalam website POLINEMA terdapat fitur katalog pusat, repositori, jumlah koleksi perpustakaan, informasi jam layanan, lokasi perpustakaan, pengumuman mengenai perpustakaan, ada beberapa artikel dan berita.



Gambar 4.5 Website Polinema
(Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2023)

4.1.5 Karakteristik Responden

Responden yang telah mengisi kuesioner berjumlah sebanyak 100 orang dengan datanya sebagai berikut:



Gambar 4.6 Rincian Angkatan Responden
(Sumber: Data Peneliti, 2023)

Pada gambar 4.6 dapat diketahui responden yang mengisi kuesioner berasal dari angkatan 17 sebanyak 2%, angkatan 18 sebanyak 8%, angkatan 19 sebanyak 32%, angkatan 20 sebanyak 16%, angkatan 21 sebanyak 32%, angkatan 22 sebanyak 8% dan angkatan 23 sebanyak 2%.

4.1.6 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Proses uji validitas dan reliabilitas akan diawali dengan penyebaran kuesioner yang ditujukan untuk responden yang sesuai subjek penelitian. Selanjutnya pengisian kuesioner oleh para responden, lalu akan dilakukan uji validitas. Uji dilakukan guna mengukur ketelitian atau valid tidaknya suatu alat ukur (Darma, 2021). Sedangkan uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui apakah kuesioner yang digunakan dapat dipercaya dan bersifat tangguh untuk digunakan mengumpulkan data (Darma, 2021). Tahapan yang dijelaskan sebelumnya merupakan salah satu bagian dari syarat melakukan uji validitas dan reliabilitas. Pengujian validitas dan reliabilitas dapat dilakukan apabila kuesioner telah disebarkan dan telah diisi minimal 30 responden guna hasil pengujian dapat mendekati kurva normal (Sugiyono, 2012).

a. Uji Validitas

Setelah peneliti mendapatkan 30 data pengisian oleh responden, dilakukan pengolahan data menggunakan SPSS untuk mencari nilai r-hitung setiap butir kuesioner. Pada uji validitas penelitian digunakan nilai r-tabel sebesar 0,3061 karena nilai signifikansinya adalah 5%. Berikut hasil dari pengujian validitas yang telah dilakukan adalah seperti pada tabel 4.1.

Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas

Indikator	Pernyataan	Korelasi		Kriteria
		r-Hitung	r-Tabel	
Attention	AT1	0,859	0,3061	Valid
	AT2	0,873	0,3061	Valid
	AT3	0,880	0,3061	Valid
	AT4	0,581	0,3061	Valid
Interest	I1	0,705	0,3061	Valid
	I2	0,766	0,3061	Valid
	I3	0,899	0,3061	Valid
Search	S1	0,789	0,3061	Valid
	S2	0,651	0,3061	Valid
	S3	0,795	0,3061	Valid
	S4	0,491	0,3061	Valid
Action	AC1	0,812	0,3061	Valid

Indikator	Pernyataan	Korelasi		Kriteria
		r-Hitung	r-Tabel	
	AC2	0,764	0,3061	Valid
Share	SH1	0,767	0,3061	Valid
	SH2	0,863	0,3061	Valid
	SH3	0,827	0,3061	Valid

Berdasarkan tabel 4.1, dapat diketahui bahwa semua pernyataan kuesioner dari setiap variabel dan indikator mendapat kriteria valid, karena nilai r-hitung dari setiap pernyataan lebih besar dari nilai r-tabel. Hal sejalan dengan yang dijelaskan sebelumnya bahwa kuesioner dinyatakan valid apabila nilai r-hitung lebih besar dari nilai r-tabel (Darma,2021).

b. Uji Reliabilitas

Setelah tahapan uji validitas dilakukan, analisis data dilanjutkan untuk mengetahui nilai Cronbach alpha dari setiap variabel. Berikut hasil dari uji reliabilitas pada tabel 4.2.

Tabel 4.2 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai Hitung Cronbach Alpha	Batas Cronbach Alpha	Kriteria
Pemanfaatan media sosial	0,866	0,60	Reliabel

Berdasarkan tabel 4.2, dapat diketahui variabel dari kuesioner penelitian dinyatakan reliabel, karena nilai cronbach alpha yang didapatkan setiap variabel lebih dari 0,60. Hal berarti sesuai dengan penjelasan bahwa instrumen dapat dikatakan reliabel apabila nilai cronbach alpha lebih besar dari nilai signifikansi (Darma, 2021). Jadi dapat dipahami jika kuesioner tersebut dapat dipercaya sebagai instrumen penelitian.

4.1.7 Hasil Analisis Menggunakan Model AISAS

Pada bab ini, akan memaparkan hasil analisis terkait pemanfaatan media sosial sebagai promosi di Perpustakaan Politeknik Negeri Malang menggunakan model AISAS yang meliputi *attention, interest, search, action, share*. Serta menyajikan hasil dari pengisian keusioner oleh responden. Setelah itu, dilanjutkan dengan analisis data menggunakan rumus mean.

a. Mean

Pada tahap awal penulis melakukan pengolahan data menggunakan mean untuk mencari nilai rata-rata setiap pernyataan. Berikut hasil dapat dilihat pada tabel 4.3.

Tabel 4.3 Hasil Pengolahan data Kuesioner Dengan Mean

Variabel	Indikator	Pernyataan	Pilihan Jawaban					Total Nilai	Mean	Kriteria
			STS	TS	N	S	SS			
Pemanfaatan media sosial	Attention	AT1	7	13	9	48	23	367	3,67	Tinggi
		AT2	4	18	19	30	29	362	3,62	Tinggi
		AT3	4	18	16	40	22	358	3,58	Tinggi
		AT4	3	11	30	35	21	360	3,6	Tinggi
	Interest	I1	2	20	19	42	17	352	3,52	Tinggi
		I2	3	25	23	29	20	338	3,38	Tinggi
		I3	4	16	19	40	21	358	3,58	Tinggi
	Search	S1	3	13	24	38	22	363	3,63	Tinggi
		S2	7	17	17	46	13	341	3,41	Tinggi
		S3	5	16	18	38	23	358	3,58	Tinggi
		S4	5	19	21	37	18	344	3,44	Tinggi
	Action	AC1	7	20	19	34	20	340	3,4	Tinggi
		AC2	5	14	24	38	19	352	3,52	Tinggi
	Share	SH1	9	17	17	37	20	342	3,42	Tinggi
		SH2	7	15	17	48	13	345	3,45	Tinggi
		SH3	8	16	22	31	23	345	3,45	Tinggi

b. Analisa Data Hasil Analisis Model AISAS

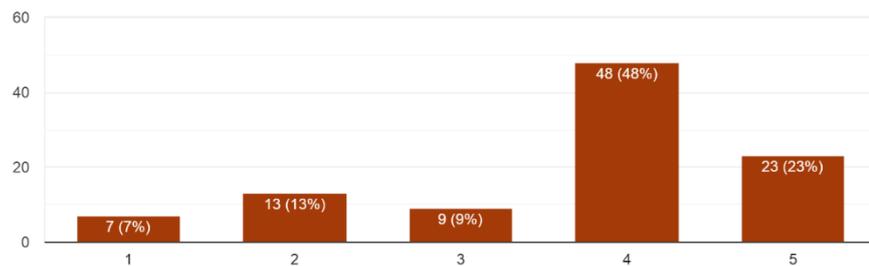
Terdapat 5 (lima) bagian kuesioner yang dipisahkan berdasarkan masing-masing indikator penelitian, yaitu *attention* (perhatian), *interest* (ketertarikan), *search* (pencarian), *action* (aksi), dan *share* (berbagi). Data hasil pengisian kuesioner selanjutnya akan dianalisis menggunakan rumus mean untuk kuesioner dari model AISAS dengan dijelaskan dengan diagram.

1) Indikator *Attention* (Perhatian)

Pada indikator *attention* akan diukur kepuasan pengguna yang dilihat dari sisi perhatian dari media sosial yang digunakan Perpustakaan

Politeknik Negeri Malang. Berikut hasil analisis jawaban kuesioner dari setiap pernyataan:

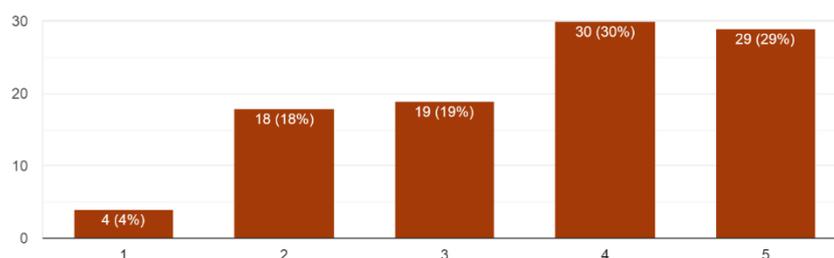
- a) Promosi perpustakaan melalui media sosial menarik perhatian saya
Berikut hasil analisis pernyataan dari indikator *attention* dijelaskan pada gambar 4.7



Gambar 4.7 Indikator *Attention* (pernyataan 1)

Pada gambar 4.7 menunjukkan bahwa sebanyak 7 responden (7%) menyatakan sangat tidak setuju, 13 responden (13%) menyatakan tidak setuju, 9 responden (9%) menyatakan netral, 48 responden (48%) menyatakan setuju, dan 23 responden (23%) menyatakan sangat setuju. Berdasarkan hasil pengolahan data kuesioner didapatkan nilai rata-rata 3,67.

- b) Akun media sosial perpustakaan menampilkan informasi yang beragam dan berkualitas
Berikut hasil analisis pernyataan dari indikator *attention* dijelaskan pada gambar 4.8.



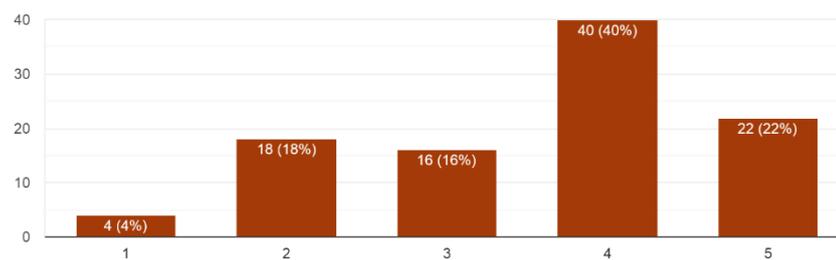
Gambar 4.8 Indikator *Attention* (pernyataan 2)

Pada gambar 4.8 menunjukkan bahwa sebanyak 4 responden (4%) menyatakan sangat tidak setuju, 18 responden (18%) menyatakan

tidak setuju, 19 responden (19%) menyatakan netral, 30 responden (30%) menyatakan setuju, dan 29 responden (29%) menyatakan sangat setuju. Berdasarkan hasil pengolahan data kuesioner didapatkan nilai rata-rata 3,62.

c) Saya mengetahui kegiatan yang ada di perpustakaan

Berikut hasil analisis pernyataan dari indikator *attention* dijelaskan pada gambar 4.9.

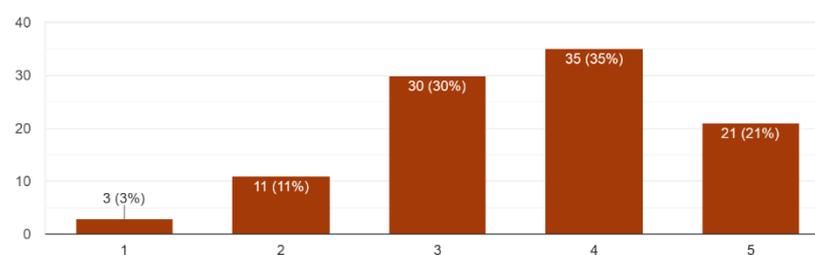


Gambar 4.9 Indikator *Attention* (pernyataan 3)

Pada gambar 4.9 menunjukkan bahwa sebanyak 4 responden (4%) menyatakan sangat tidak setuju, 18 responden (18%) menyatakan tidak setuju, 16 responden (16%) menyatakan netral, 40 responden (40%) menyatakan setuju, dan 22 responden (22%) menyatakan sangat setuju. Berdasarkan hasil pengolahan data kuesioner didapatkan nilai rata-rata 3,58.

d) Bahasa yang dipakai di media sosial perpustakaan dapat dipahami dan dimengerti

Berikut hasil analisis pernyataan dari indikator *attention* dijelaskan pada gambar 4.10.



Gambar 4.10 Indikator *Attention* (pernyataan 4)

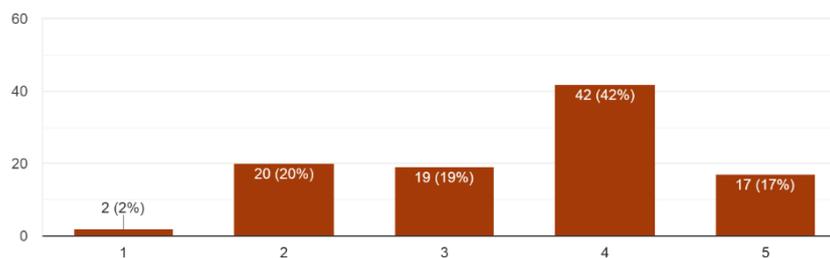
Pada gambar 4.10 menunjukkan bahwa sebanyak 3 responden (3%) menyatakan sangat tidak setuju, 11 responden (11%) menyatakan tidak setuju, 30 responden (30%) menyatakan netral, 35 responden (35%) menyatakan setuju, dan 21 responden (21%) menyatakan sangat setuju. Berdasarkan hasil pengolahan data kuesioner didapatkan nilai rata-rata 3,6.

2) Indikator *Interest* (Ketertarikan)

Pada indikator *interest* akan diukur kepuasan pengguna yang dilihat dari sisi ketertarikan dalam menggunakan media sosial yang digunakan Perpustakaan Politeknik Negeri Malang. Berikut hasil analisis jawaban kuesioner dari setiap pernyataan:

a) Postingan di sosial media perpustakaan membuat saya ingin mengetahui lebih tentang perpustakaan POLINEMA

Berikut hasil analisis pernyataan dari indikator *interest* dijelaskan pada gambar 4.11.

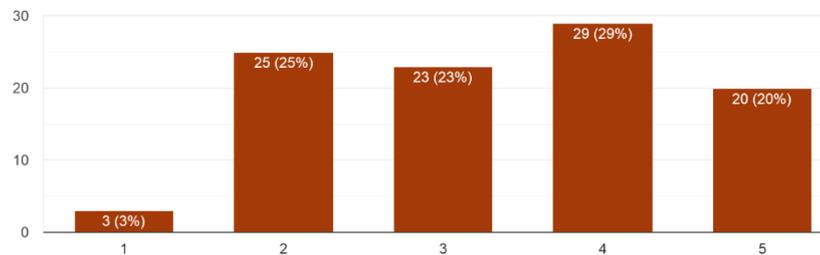


Gambar 4.11 Indikator *Interest* (pernyataan 1)

Pada gambar 4.11 menunjukkan bahwa sebanyak 2 responden (2%) menyatakan sangat tidak setuju, 20 responden (20%) menyatakan tidak setuju, 19 responden (19%) menyatakan netral, 42 responden (42%) menyatakan setuju, dan 17 responden (17%) menyatakan sangat setuju. Berdasarkan hasil pengolahan data kuesioner didapatkan nilai rata-rata 3,52.

b) Saya menanggapi postingan promosi dengan memberikan *like* dan komen pada postingan di media sosial

Berikut hasil analisis pernyataan dari indikator *interest* dijelaskan pada gambar 4.12.

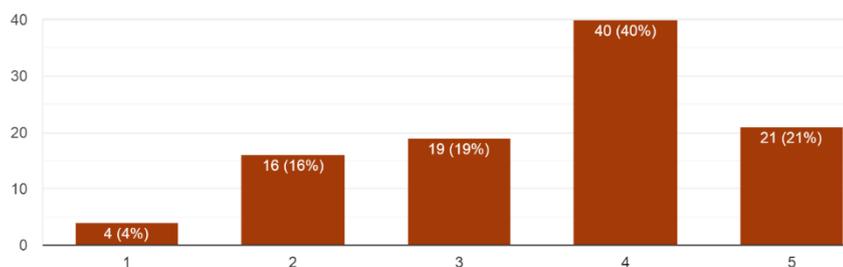


Gambar 4.12 Indikator *Interest* (pernyataan 2)

Pada gambar 4.12 menunjukkan bahwa sebanyak 3 responden (3%) menyatakan sangat tidak setuju, 25 responden (25%) menyatakan tidak setuju, 23 responden (23%) menyatakan netral, 29 responden (29%) menyatakan setuju, dan 20 responden (20%) menyatakan sangat setuju. Berdasarkan hasil pengolahan data kuesioner didapatkan nilai rata-rata 3,38.

- c) Saya tertarik karena melihat keterangan/*caption* yang mudah dipahami

Berikut hasil analisis pernyataan dari indikator *interest* dijelaskan pada gambar 4.13.



Gambar 4.13 Indikator *Interest* (pernyataan 3)

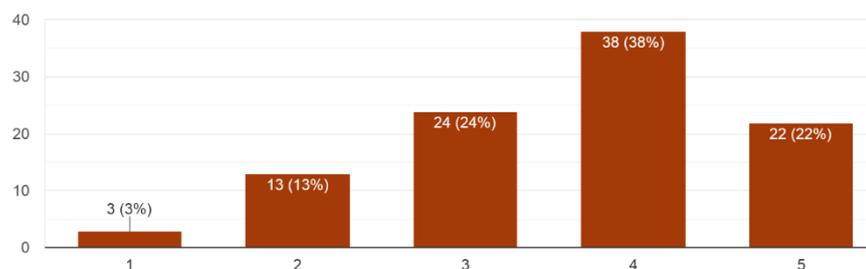
Pada gambar 4.13 menunjukkan bahwa sebanyak 4 responden (4%) menyatakan sangat tidak setuju, 16 responden (16%) menyatakan tidak setuju, 19 responden (19%) menyatakan netral, 40 responden (40%) menyatakan setuju, dan 21 responden (21%) menyatakan sangat setuju. Berdasarkan hasil pengolahan data kuesioner didapatkan nilai rata-rata 3,58.

3) Indikator *Search* (Pencarian)

Pada indikator *search* akan diukur kepuasan pengguna yang dilihat dari sisi pencarian dalam menggunakan media sosial yang digunakan Perpustakaan Politeknik Negeri Malang. Berikut hasil analisis jawaban kuesioner dari setiap pernyataan:

- a) Saya mencari informasi dengan melihat keseluruhan konten di media sosial

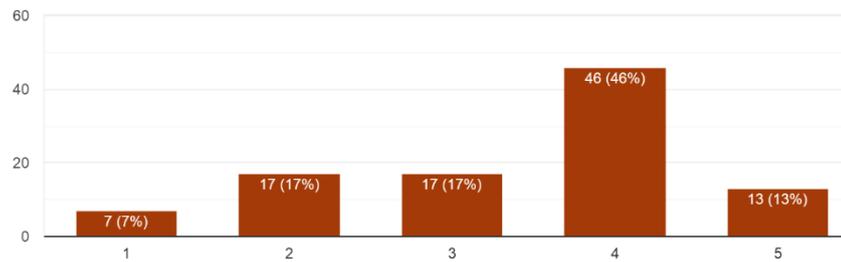
Berikut hasil analisis pernyataan dari indikator *search* dijelaskan pada gambar 4.14.



Gambar 4.14 Indikator *Search* (pernyataan 1)

Pada gambar 4.14 menunjukkan bahwa sebanyak 3 responden (3%) menyatakan sangat tidak setuju, 13 responden (13%) menyatakan tidak setuju, 24 responden (24%) menyatakan netral, 38 responden (38%) menyatakan setuju, dan 22 responden (22%) menyatakan sangat setuju. Berdasarkan hasil pengolahan data kuesioner didapatkan nilai rata-rata 3,63.

- b) Saya mencari informasi dengan memanfaatkan *direct message*
Berikut hasil analisis pernyataan dari indikator *search* dijelaskan pada gambar 4.15.

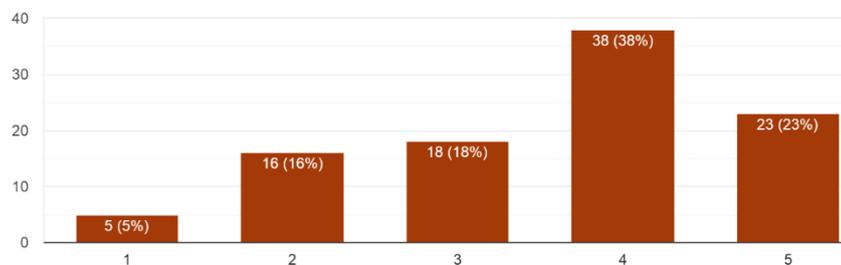


Gambar 4.15 Indikator *Search* (pernyataan 2)

Pada gambar 4.15 menunjukkan bahwa sebanyak 7 responden (7%) menyatakan sangat tidak setuju, 17 responden (17%) menyatakan tidak setuju, 17 responden (17%) menyatakan netral, 46 responden (46%) menyatakan setuju, dan 13 responden (13%) menyatakan sangat setuju. Berdasarkan hasil pengolahan data kuesioner didapatkan nilai rata-rata 3,41.

- c) Saya mencari informasi yang dibutuhkan dengan berkunjung ke perpustakaan POLINEMA

Berikut hasil analisis pernyataan dari indikator *search* dijelaskan pada gambar 4.16.

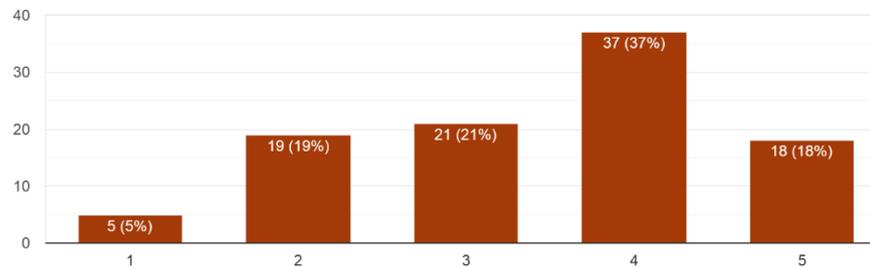


Gambar 4.16 Indikator *Search* (pernyataan 3)

Pada gambar 4.16 menunjukkan bahwa sebanyak 5 responden (5%) menyatakan sangat tidak setuju, 16 responden (16%) menyatakan tidak setuju, 18 responden (18%) menyatakan netral, 38 responden (38%) menyatakan setuju, dan 23 responden (23%) menyatakan sangat setuju. Berdasarkan hasil pengolahan data kuesioner didapatkan nilai rata-rata 3,58.

- d) Saya mencari informasi yang dipromosikan dengan bertanya kepada rekan yang sering berkunjung ke perpustakaan POLINEMA

Berikut hasil analisis pernyataan dari indikator *search* dijelaskan pada gambar 4.17.



Gambar 4.17 Indikator *Search* (pernyataan 4)

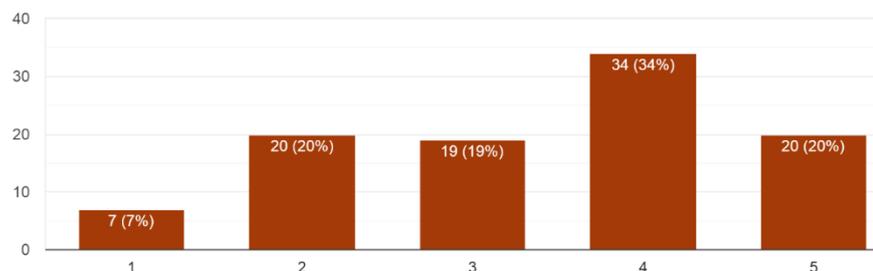
Pada gambar 4.17 menunjukkan bahwa sebanyak 5 responden (5%) menyatakan sangat tidak setuju, 19 responden (19%) menyatakan tidak setuju, 21 responden (21%) menyatakan netral, 37 responden (37%) menyatakan setuju, dan 18 responden (18%) menyatakan sangat setuju. Berdasarkan hasil pengolahan data kuesioner didapatkan nilai rata-rata 3,44.

4) Indikator *Action* (Aksi)

Pada indikator *action* akan diukur kepuasan pengguna yang dilihat dari sisi aksi dalam menggunakan media sosial yang digunakan Perpustakaan Politeknik Negeri Malang. Berikut hasil analisis jawaban kuesioner dari setiap pernyataan:

- a) Saya mengunjungi perpustakaan POLINEMA untuk melihat yang dipromosikan di akun media sosial perpustakaan

Berikut hasil analisis pernyataan dari indikator *action* dijelaskan pada gambar 4.18.

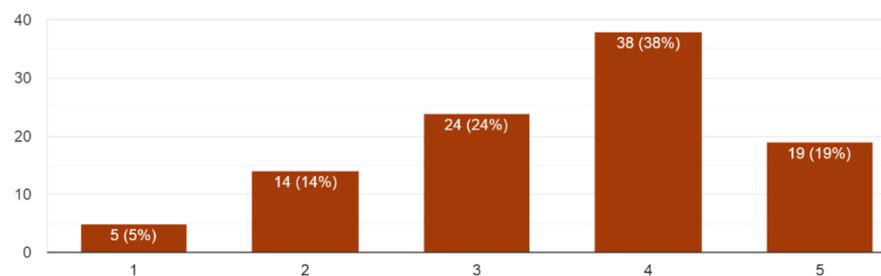


Gambar 4.18 Indikator *Action* (pernyataan 1)

Pada gambar 4.18 menunjukkan bahwa sebanyak 7 responden (7%) menyatakan sangat tidak setuju, 20 responden (20%) menyatakan tidak setuju, 19 responden (19%) menyatakan netral, 34 responden (34%) menyatakan setuju, dan 20 responden (20%) menyatakan sangat setuju. Berdasarkan hasil pengolahan data kuesioner didapatkan nilai rata-rata 3,4.

- b) Saya melihat postingan di media sosial perpustakaan untuk menemukan informasi

Berikut hasil analisis pernyataan dari indikator *action* dijelaskan pada gambar 4.19



Gambar 4.19 Indikator *Action* (pernyataan 2)

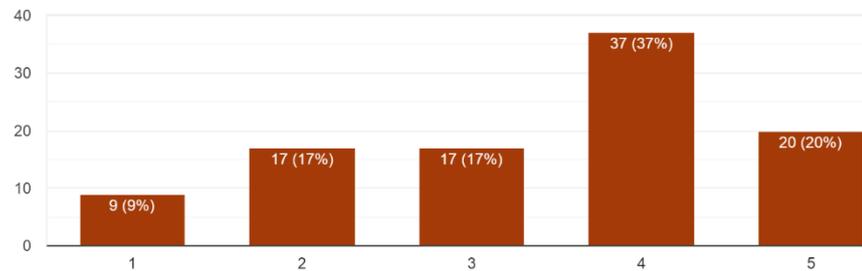
Pada gambar 4.19 menunjukkan bahwa sebanyak 5 responden (5%) menyatakan sangat tidak setuju, 14 responden (14%) menyatakan tidak setuju, 24 responden (24%) menyatakan netral, 38 responden (38%) menyatakan setuju, dan 19 responden (19%) menyatakan sangat setuju. Berdasarkan hasil pengolahan data kuesioner didapatkan nilai rata-rata 3,52.

- 5) Indikator *Share* (Berbagi)

Pada indikator *share* akan diukur kepuasan pengguna yang dilihat dari sisi berbagi dalam menggunakan media sosial yang digunakan Perpustakaan Politeknik Negeri Malang. Berikut hasil analisis jawaban kuesioner dari setiap pernyataan:

- a) Saya membagikan konten promosi dengan men-*tag* teman pada kolom postingan

Berikut hasil analisis pernyataan dari indikator *share* dijelaskan pada gambar 4.20

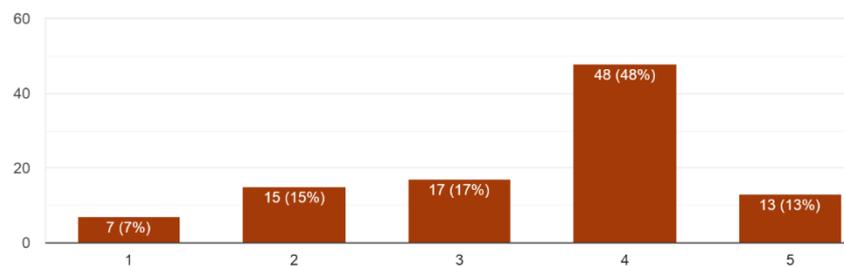


Gambar 4.20 Indikator *Share* (pernyataan 1)

Pada gambar 4.20 menunjukkan bahwa sebanyak 9 responden (9%) menyatakan sangat tidak setuju, 17 responden (17%) menyatakan tidak setuju, 17 responden (17%) menyatakan netral, 37 responden (37%) menyatakan setuju, dan 20 responden (20%) menyatakan sangat setuju. Berdasarkan hasil pengolahan data kuesioner didapatkan nilai rata-rata 3,42.

- b) Saya membagikan informasi tentang perpustakaan POLINEMA melalui media sosial lainnya

Berikut hasil analisis pernyataan dari indikator *share* dijelaskan pada gambar 4.21.

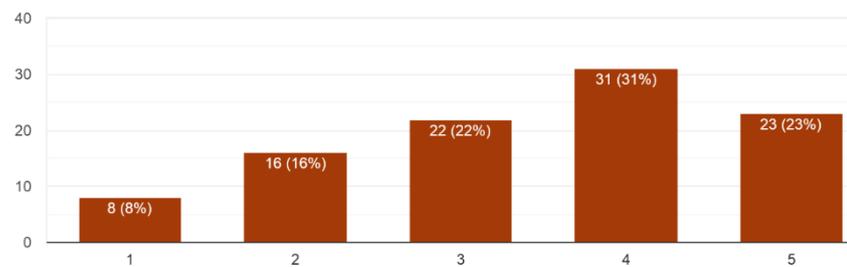


Gambar 4.21 Indikator *Share* (pernyataan 2)

Pada gambar 4.21 menunjukkan bahwa sebanyak 7 responden (7%) menyatakan sangat tidak setuju, 15 responden (15%) menyatakan tidak setuju, 17 responden (17%) menyatakan netral, 48 responden (48%) menyatakan setuju, dan 13 responden (13%) menyatakan sangat setuju. Berdasarkan hasil pengolahan data kuesioner didapatkan nilai rata-rata 3,45.

- c) Saya mengajak teman/rekan untuk mengunjungi media sosial perpustakaan POLINEMA

Berikut hasil analisis pernyataan dari indikator *share* dijelaskan pada gambar 4.22.



Gambar 4.22 Indikator *Share* (pernyataan 3)

Pada gambar 4.22 menunjukkan bahwa sebanyak 8 responden (8%) menyatakan sangat tidak setuju, 16 responden (16%) menyatakan tidak setuju, 22 responden (22%) menyatakan netral, 31 responden (31%) menyatakan setuju, dan 23 responden (23%) menyatakan sangat setuju. Berdasarkan hasil pengolahan data kuesioner didapatkan nilai rata-rata 3,45.

4.2 Pembahasan

Setelah proses analisis Instagram sebagai promosi di Perpustakaan Politeknik Negeri Malang menggunakan model AISAS telah dilaksanakan, maka tingkat hasil nilai analisis dan masalah yang ada di media sosial berhasil didapatkan. Hal tersebut membuktikan bahwa AISAS dapat digunakan untuk melakukan analisis sebuah media sosial.

Pada indikator pertama yaitu *attention* (perhatian) terdapat 4 pernyataan. Indikator *attention* masuk ke dalam kategori “tinggi”. Indikator *attention* mendapatkan nilai tinggi karena promosi yang dilakukan perpustakaan melalui media sosial menarik perhatian pengunjung. Selain itu, akun media sosial perpustakaan menampilkan informasi yang beragam dan berkualitas, pengunjung mengetahui setiap kegiatan yang ada di perpustakaan, dan bahasa yang dipakai di media sosial perpustakaan dapat dipahami oleh pengunjung. Alasan-alasan tersebut didapatkan dari

pernyataan kuesioner tiap indikator. Namun meskipun indikator ini masuk ke dalam kategori tinggi, terdapat beberapa responden yang menjawab sangat tidak setuju, tidak setuju, maupun netral.

Pada indikator kedua yaitu *interest* (ketertarikan) terdapat 3 pernyataan. Indikator *interest* masuk ke dalam kategori “tinggi”. Namun pada pernyataan kedua dari indikator ini terdapat temuan masalah karena nilai rata-rata cenderung dekat dengan batas bawah dari interval kriteria tinggi, hal tersebut berarti pengunjung kurang menanggapi postingan promosi dengan memberikan *like* dan komen pada postingan di media sosial POLINEMA. Sedangkan pernyataan pertama dan ketiga pada indikator ini tidak terdapat temuan masalah maka dari itu dapat diartikan bahwa postingan di sosial media perpustakaan membuat pengunjung ingin mengetahui lebih tentang perpustakaan dan pengunjung tertarik karena keterangan dan caption pada postingan mudah untuk dipahami. Alasan-alasan tersebut didapatkan dari pernyataan kuesioner tiap indikator. Namun meskipun indikator ini masuk ke dalam kategori tinggi, terdapat beberapa responden yang menjawab sangat tidak setuju, tidak setuju, maupun netral.

Pada indikator ketiga yaitu *search* (pencarian) terdapat 4 pernyataan. Indikator *search* masuk ke dalam kategori “tinggi”. Namun pada pernyataan kedua dari indikator ini terdapat temuan masalah karena nilai rata-rata cenderung dekat dengan batas bawah dari interval kriteria tinggi, hal tersebut berarti pengunjung kurang mencari informasi dengan memanfaatkan *direct message*. Sedangkan pernyataan pertama, ketiga dan keempat pada indikator ini tidak terdapat temuan masalah maka dari itu dapat diartikan bahwa pengunjung dapat mencari informasi dengan melihat keseluruhan konten media sosial POLINEMA, pengunjung dapat mencari informasi yang dibutuhkan dengan berkenjung ke perpustakaan dan pengunjung dapat mencari informasi yang dipromosikan dengan bertanya kepada rekan. Alasan-alasan tersebut didapatkan dari pernyataan kuesioner tiap indikator. Namun meskipun indikator ini masuk ke dalam kategori

tinggi, terdapat beberapa responden yang menjawab sangat tidak setuju, tidak setuju, maupun netral.

Pada indikator keempat yaitu *action* (aksi) terdapat 2 pernyataan. Indikator *action* masuk ke dalam kategori “tinggi”. Namun pada pernyataan pertama dari indikator ini terdapat temuan masalah karena nilai rata-rata cenderung dekat dengan batas bawah dari interval kriteria tinggi, hal tersebut berarti pengunjung minim mengunjungi perpustakaan untuk melihat yang dipromosikan di akun media sosial POLINEMA. Sedangkan pernyataan pertama pada indikator ini tidak terdapat temuan masalah maka dari itu dapat diartikan bahwa pengunjung melihat postingan di media sosial perpustakaan untuk menemukan informasi. Alasan-alasan tersebut didapatkan dari pernyataan kuesioner tiap indikator. Namun meskipun indikator ini masuk ke dalam kategori tinggi, terdapat beberapa responden yang menjawab sangat tidak setuju, tidak setuju, maupun netral.

Pada indikator kelima yaitu *share* (berbagi) terdapat 3 pernyataan. Indikator *share* masuk ke dalam kategori “tinggi”. Indikator *share* mendapatkan nilai tinggi karena pengunjung membagikan konten promosi dengan men-tag pada kolom postingan, selain itu, pengunjung dapat membagikan informasi tentang perpustakaan melalui media sosial lainnya serta pengunjung mengajak rekan/teman untuk mengunjungi media sosial perpustakaan. Alasan-alasan tersebut didapatkan dari pernyataan kuesioner tiap indikator. Namun meskipun indikator ini masuk ke dalam kategori tinggi, terdapat beberapa responden yang menjawab sangat tidak setuju, tidak setuju, maupun netral.

Berdasarkan hasil dari analisis pernyataan-pernyataan terdapat indikator terbawah yang menjadi temuan masalah seperti pada indikator *interest* pernyataan kedua “saya menanggapi postingan promosi dengan memberikan *like* dan komen pada postingan di media sosial”, indikator *action* pada pernyataan pertama “saya mengunjungi perpustakaan POLINEMA untuk melihat yang dipromosikan di akun media sosial perpustakaan” dan pada indikator *search* pernyataan kedua “saya mencari

informasi dengan memanfaatkan *direct message*". Hasil dari temuan masalah akan dijadikan sebagai dasar untuk memberikan saran perbaikan dari media sosial tersebut. Adapun saran perbaikan yang dapat dilakukan pihak perpustakaan diantaranya yang pertama dengan membuat strategi dalam melakukan promosi di media sosial, misalnya dengan menentukan waktu-waktu unggahan yang memiliki *traffic* tinggi dan dapat memanfaatkan Instagram *Story* untuk membangun komunikasi dengan *followers* guna sebagai alat pemikat agar *followers* mau berinteraksi ke postingan utama di beranda (Amriel & Ariescy, 2021). Kedua, upaya yang dapat dilakukan oleh pihak perpustakaan yaitu dengan meningkatkan jumlah atau variasi konten di media sosial sehingga dapat memperluas jangkauan pemasaran untuk meningkatkan jumlah kunjungan (Candra et al., 2022). Ketiga, upaya yang dapat dilakukan adalah dengan membuat video cara penggunaan. Media video merupakan media pembelajaran yang paling tepat dan akurat dalam menyampaikan pesan dan akan sangat membantu pemahaman peserta didik. Adanya media video, pengguna akan lebih paham dengan materi yang disampaikan (Yudianto, 2017). Usaha ini diharapkan menunjang pengunjung perpustakaan untuk melakukan pencarian informasi yang selama ini masih belum tahu dan paham bagaimana cara penggunaan. Berdasarkan uraian tersebut saran perbaikannya berupa penambahan strategi promosi pada media sosial perpustakaan Politeknik Negeri Malang.

Membuat strategi dalam melakukan promosi di media sosial merupakan sebuah bentuk penerapan dari ayat al-Quran Surat Al-Hasyr ayat 18 yang berbunyi :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَلْتَنْظُرْ نَفْسٌ مَّا قَدَّمَتْ لِغَدٍ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۚ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan hendaklah dia memperhatikan apa yang telah diperbuatnya untuk hari esok dan bertaqwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah maha mengetahui apa yang kamu kerjakan! (Q.S Al-Hasyr : 18).

Quraish Shihab dalam tafsirnya “al-Misbah”, menafsirkan bahwa ayat tersebut berbicara mengenai perencanaan. Beliau mengatakan bahwa kata “*waltandzur’ nafsumma koddamat lighod*”, mempunyai arti bahwa manusia harus memikirkan terhadap dirinya dan merencanakan dari segala apa yang menyertai perbuatan selama hidupnya, sehingga ia akan memperoleh kenikmatan dalam kehidupan ini. Kepada orang-orang yang beriman diperintahkan agar bertakwa kepada Allah. Dalam Al-Qur'an ungkapan kata takwa mempunyai beberapa arti, di antaranya Pertama, melaksanakan perintah Allah dan menjauhi larangan-Nya, sebagaimana yang disebutkan dalam Al-Qur'an dan diajarkan Rasulullah saw seperti contoh ayat di atas. Kedua, takut melanggar perintah Allah dan memelihara diri dari perbuatan maksiat. Orang yang bertakwa kepada Allah hendaklah selalu memperhatikan dan meneliti apa yang akan dikerjakan, apakah ada manfaat untuk dirinya di akhirat nanti atau tidak. Tentu yang akan dikerjakannya semua bermanfaat bagi dirinya di akhirat nanti (Kemenag, 2022).

Berdasarkan ayat dan tafsir di atas, dapat dipahami bahwa setiap manusia termasuk pustakawan harus dapat memperhatikan, mempersiapkan, serta merencanakan dengan baik apa yang harus dilakukan kedepannya sebelum melakukan kegiatan atau layanan di perpustakaan. Hal ini tentu saja menuntut pustakawan untuk dapat meningkatkan strategi dalam melakukan promosi di media sosial dengan cara-cara yang mudah dipahami dan diterima oleh pemustaka. Peningkatan strategi promosi pada suatu layanan ini juga dilakukan agar tujuan atau target promosi suatu layanan tersebut dapat terlaksana semaksimal mungkin.

Sebuah promosi dirancang untuk membuat konsumen mengingat produk yang ditawarkan, selain itu kegiatan promosi diharapkan akan dapat mempertahankan isi yang dipromosikan. Promosi, sebagaimana didefinisikan dalam Syariah Islam, adalah upaya untuk memberikan informasi yang akurat kepada konsumen tentang barang atau jasa. Berkaitan dengan hal tersebut, ajaran Islam sangat ditekankan untuk menghindari unsur penipuan dan menghindari pemberian Informasi yang tidak benar

kepada konsumen. Hal tersebut dijelaskan dalam HR. Bukhari sebagai berikut:

وعن ابن عمر أن رجلاً شكاً إلى النبي فقال: أنا خدع في البيع والشراء. فقال؛ "أخبر الشخص الذي دعوته بيع وشراء، "لا للغش!" ومنذ ذلك الحين، إذا قام بمعاملة بيع وشراء، يقول ذلك

Artinya: "Ibnu Umar berkata, seorang laki-laki mengadu kepada nabi, "Aku telah tertipu dalam jual beli". Maka Beliau bersabda; "Katakanlah pada orang yang kamu ajak jual beli, "Tidak boleh menipu!" Sejak itu, jika ia bertransaksi jual beli, ia mengatakannya. (HR. Bukhari)

Hadist diatas dapat menjadi acuan kegiatan promosi yang dilakukan oleh perpustakaan baik dalam hal mempromosikan kegiatan dan layanan yang tersedia di perpustakaan dengan menyediakan informasi yang nyata dan terpercaya, sehingga tidak ada kepalsuan yang dapat merugikan konsumen.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan dari penelitian penulis adalah mengenai analisis pemanfaatan Instagram sebagai promosi Perpustakaan Politeknik Negeri Malang menggunakan model AISAS (*Attention, Interest, Search, Action, dan Share*) mendapatkan nilai yang masuk dalam kriteria tinggi. Penilaian analisis diantaranya pada pernyataan “promosi perpustakaan melalui media sosial menarik perhatian” dengan nilai 3,67. Pernyataan “mencari informasi dengan melihat keseluruhan konten di media sosial” dengan nilai 3,63. Pernyataan “akun media sosial perpustakaan menampilkan informasi yang beragam dan berkualitas” dengan nilai 3,62. Pernyataan “bahasa yang dipakai di media sosial perpustakaan dapat dipahami dan dimengerti” dengan nilai 3,6. Pernyataan “mengetahui kegiatan yang ada di perpustakaan” dengan nilai 3,58. Pada pernyataan “tertarik melihat keterangan/*caption* yang mudah dipahami” dan “mencari informasi yang dibutuhkan dengan berkunjung ke perpustakaan” mendapatkan nilai 3,58. Pada pernyataan “postingan di sosial media perpustakaan membuat pengunjung ingin mengetahui lebih tentang perpustakaan” dan “melihat postingan di media sosial perpustakaan untuk menemukan informasi” mendapatkan nilai 3,52. Pada pernyataan “membagikan informasi tentang perpustakaan melalui media sosial lainnya” dan “mengajak teman/rekan untuk mengunjungi media sosial perpustakaan” mendapatkan nilai 3,45. Pernyataan “mencari informasi yang dipromosikan dengan bertanya kepada rekan” dengan nilai 3,44. Pernyataan “membagikan konten promosi dengan men-tag teman pada kolom postingan” dengan nilai 3,42. Pernyataan “membagikan informasi tentang perpustakaan melalui media sosial lainnya” dengan nilai 3,41. Pernyataan “mengunjungi perpustakaan POLINEMA untuk melihat yang dipromosikan di akun media sosial perpustakaan” dengan nilai 3,4. Pernyataan “menanggapi postingan promosi dengan memberikan *like* dan komen” dengan nilai 3,38. Berdasarkan 3 pernyataan yang mempunyai nilai

mean terendah diperoleh beberapa temuan masalah yang diantaranya yaitu tingkat pemberian *like* dan komen dari responden pada postingan di media sosial kurang, masih kurangnya antusias responden untuk mengunjungi perpustakaan POLINEMA setelah melihat promosi di akun media sosial dan masih kurangnya responden untuk mencari informasi dengan memanfaatkan *direct message*. Kemudian saran perbaikan yang diberikan diantaranya dengan menentukan waktu-waktu unggahan yang memiliki *traffic* tinggi, meningkatkan jumlah dan variasi konten di media sosial serta upaya yang dapat dilakukan adalah dengan membuat video cara penggunaan.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan penulis, beberapa saran diantaranya sebagai berikut:

- a. Bagi pihak Perpustakaan Politeknik Negeri Malang dapat membuat strategi dalam melakukan promosi seperti menentukan waktu-waktu unggahan yang memiliki *traffic* tinggi, meningkatkan jumlah dan variasi konten di media sosial dan membuat video cara penggunaan. Tujuannya agar dapat meningkatkan pemanfaatan media sosial sebagai promosi.
- b. Bagi penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian dengan model selain AISAS (*Attention, Interest, Search, Action, dan Share*) misalnya AIDA (*Awareness, Interest, Desire, Action*) dan AIDMA (*Attention, Interest, Desire, Memory, Action*) untuk mengetahui perbandingan maupun mengoptimalkan hasil penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Alam, U. F. (2016). Kemampuan Literasi Informasi Mahasiswa dan Peranan Perpustakaan Dalam Proses Belajar Mengajar di Perguruan Tinggi. *Pustakaloka*, 5(1), 92-105.
- Amriel, E. E. Y., & Ariescy, R. R. (2021). Analisa Engagement Rate Di Instagram: Fenomena Like Dan Komentar. *Media Manajemen Jasa*, 9(2), 1-10.
- Akbar, M. T., Martutik, M., & Safii, M. (2018). Konten Akun Media Sosial Twitter Perpustakaan Universitas Perguruan Tinggi Di Indonesia. *BIBLIOTIKA : Jurnal Kajian Perpustakaan Dan Informasi*, 2(1), 41–49. <https://doi.org/10.17977/um008v2i12018p041>
- Ari Setiyaningrum, J. U. (2015). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Andi Offset.
- Ariany, I. M. (2018). Strategi Promosi dalam Upaya Mengoptimalkan Informasi di Perpustakaan Perguruan Tinggi Melalui Media Sosial Instagram (Studi Kasus di Perpustakaan Institut Teknologi Nasional dan Telkom University Bandung).
- Arum Wahyuni Purbohastuti. (2017). Vol. 12, No. 2, Oktober 2017. *Ekonomika*, 12(2), 212–231.
- Astria Firman, Hans F. Wowor, X. N. (2016). Sistem informasi perpustakaan. *E-Journal Teknik Elektro Dan Komputer*, 5, 21–31.
- Bella, A. P. (2020). *Pengaruh Attention, Interest, Search, Action Dan Share (Aisas) Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Produk Makanan Impor Yang Tidak Berlabel Halal Pada Masyarakat Muslim Di Kota Jambi*. Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin.
- Budi, B. B., Arif, E., & Roem, E. R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial. *Jurnal Ranah Komunikasi (JRK)*, 3(1), 34. <https://doi.org/10.25077/rk.3.1.34-44.2019>
- Candra, Y. T. A., Wulandari, I., Budiantara, M., & Airawaty, D. (2022). Service Community Collaboration: Peningkatan Minat Kunjungan Wisatawan Telaga Jonge Gunung Kidul Melalui Digital Marketing. *Jurnal Abdimas BSI*.
- Darma, B. (2021). *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji F, R2*. Guepedia.
- Fajriyati, F. (2021). Peningkatan Kualitas Perpustakaan melalui Media Sosial dalam Menghadapi Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmu Perpustakaan*.
- Gustiandi, S., Kurniadi, T., Lubis, A. R., & Rohmah, N. A. F. (2022). Pengaruh Penggunaan Sosial Media Instagram Dimasyarakat Kampung Kandaga. *Kampret Journal*, 1(1), 17–23. <https://doi.org/10.35335/kampret.v1i1.10>
- Hadhiri, C. (2005). *Klasifikasi Kandungan Al-Qur'an Jilid I*. Gema Insani Press.
- Haenlein, M. (2010). *Users of the world, unite! The challenges and opportunities*

of Social Media. Business Horizons.

- Hamka. (1983). *Tafsir Al-Alzhar Juz IV*. Pustaka Panjimas.
- Hariyanto, W., Ghifary, A., & Puspitadewi, G. C. (2022). Pengaruh penggunaan social media instagram dan facebook pada Perpustakaan Unisma terhadap tersebarnya informasi di kalangan pemustaka. ... *Science Journal*, 2(2).
- Helen, H., & Rusdi, F. (2019). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Akun Instagram @Jktinfo Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. *Prologia*, 2(2), 355. <https://doi.org/10.24912/pr.v2i2.3712>
- Iskandar. (2018). *Analisis Pemanfaatan Jejaring Media Sosial Facebook Sebagai Sarana Promosi Perpustakaan (Studi Kasus Di Perpustakaan Mesjid Raya Baiturrahman)*.
- Janna, N. M., & Herianto. (2021). Artikel Statistik yang Benar. *Jurnal Darul Dakwah Wal-Irsyad (DDI)*, 18210047, 1–12.
- Jonner, H. (2009). *Dasar-Dasar Ilmu Perpustakaan dan Informasi*. USU Press.
- Kemenag. (2022). *Lajnah Pentashihan mushaf Al-Qur'an*.
- Khotijah, E. B. N. (2022). *Pengaruh Promosi Perpustakaan Melalui Media Sosial Instagram terhadap Pemanfaatan Perpustakaan di Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Surakarta*. 10, 111–142.
- Khotijah, E. B. N., Koerniawati, T., & Lestari, E. S. (2022). Pengaruh Promosi Perpustakaan melalui Media Sosial Instagram terhadap Pemanfaatan Perpustakaan di Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Surakarta. *LIBRARIA: Jurnal Perpustakaan*, 10(1), 111. <https://doi.org/10.21043/libraria.v10i1.14296>
- Koulouris, A., Vraimaki, E., & Koloniari, M. (2020). *COVID-19 and library social media use. Reference*.
- Mahmudin. (2006). *Pengantar Ilmu Perpustakaan*. Unpas.
- Malimbe, A., Waani, F., & Suwu, E. A. A. (2021). Dampak Penggunaan Aplikasi Online Tiktok (Douyin) Terhadap Minat Belajar di Kalangan Mahasiswa Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Sam Ratulangi Manado. *Jurnal Ilmiah Society*, 1(1), 1–10.
- Meilyana, E. (2018). AISAS Model. *Binus University Business School*.
- Mudirul, A. P. (2021). Pelaksanaan Layanan Informasi Dengan Tema Peluang Bonus Demografi Dalam Mengembangkan Perencanaan Karier Mahasiswa Program Studi Bimbingan Dan Konseling Pendidikan Islam Fakultas Tarbiyah Dan Keguruan Uin Raden Intan Lampung Angkatan 2017. *Undergraduate, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung*.
- Mustafa, B. (2012). *Promosi Jasa Perpustakaan*. Universitas Terbuka.
- Notoatmodjo. (2005). *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Rineka Cipta.
- Nursalim, M., & Suradi. (2002). *Layanan Bimbingan dan Konseling*. Unesa

University Press.

- Pamuntjak-Sjahrial, N. R. (2000). *Pedoman Penyelenggaraan Perpustakaan*. Penerbit Djambatan.
- Prayitno. (2004). *Layanan Informasi*. Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Padang.
- Rustian, R. S. (2018). *Pelatihan Pemanfaatan Media Sosial Edmodo Sebagai Media Pendukung Pembelajaran bagi Guru Di Smp Tamansiswa Palembang*.
- Shihab, M. Q. (2002). *Tafsir Al-Misbah : Pesan, Kesan dan keserasian Al-Qulr 'an*. Lentera Hati.
- Sugiyama, K., & Andree, T. (2011). *The dentsu way: Secrets of cross switch marketing from the worlds most innovative advertising agency*. McGraw-Hill.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). Teknik Analisis Kualitatif. *Teknik Analisis*, 1–7.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sukirno, S. (2016). Optimalisasi Web untuk Promosi Perpustakaan | Sukirno | Pustakaloka. *Pustakaloka*, 1, 245–258.
- Supriyatno, H. (2019). Strategi pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi perpustakaan: Studi analisis persepsi pemustaka tentang efektifitas pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi layanan Perpustakaan UIN Sunan Ampel. *Indonesian Journal of Academic Librarianship*, 3(3), 33–45.
- Ulumi, B. (2014). *Pemasaran Jasa Informasi Perpustakaan*. Universitas Terbuka.
- Wati, R., & Rizky, A. . (2009). Jam menjadi Terkenal Lewat Facebook. *CV. Yrama Widya*.
- Yusuf, M. P. (2005). *Mengenal Dunia Perpustakaan dan Informasi*. RinekaCipta.
- Yenianti, I. (2019). Promosi perpustakaan melalui media sosial di perpustakaan IAIN Salatiga. *Pustabilia: Journal of Library and Information Science*, 3(2), 223-237.
- Yudianto, A. (2017). Penerapan video sebagai media pembelajaran.

LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner

KUESIONER PENELITIAN

ANALISIS PEMANFAATAN INSTAGRAM SEBAGAI PROMOSI MENGUNAKAN MODEL AISAS DI PERPUSTAKAAN POLITEKNIK NEGERI MALANG

Responden yang terhormat, saya Rahmania Ainur Rosida dari mahasiswa S1 Jurusan Perpustakaan dan Ilmu Informasi UIN Malang sedang melakukan penelitian mengenai “Analisis Pemanfaatan Instagram Sebagai Promosi Menggunakan Model AISAS di Perpustakaan Politeknik Negeri Malang”. Untuk tercapainya sasaran penelitian ini, kami membutuhkan kesediaan anda untuk memberikan informasi sesuai dengan yang pernah anda alami. Kami harapkan anda dapat melakukan pengisian kuesioner dengan sejujurjujurnya. Atas perhatian dan kesediaan anda mengisi kuesioner ini, kami mengucapkan banyak terima kasih. Semoga Tuhan membalas kebaikan anda.

A. Petunjuk Pengisian

1. Berilah tanda *checklist* (✓) pada pendapat yang anda anggap sesuai
2. Silahkan memberi salah satu alternatif jawaban berikut:

STS : Sangat Tidak Setuju

TS : Tidak Setuju

N : Netral

S : Setuju

SS : Sangat Setuju

B. Karakteristik Responden

Nama :

Jurusan/Angkatan :

Jenis Kelamin :

No. hp :

C. Kuesioner

ATTENTION (PERHATIAN)

No.	Aspek Pernyataan	Penilaian				
		STS	TS	N	S	SS
1.	Promosi perpustakaan melalui media sosial menarik perhatian saya					
2.	Akun media sosial perpustakaan menampilkan informasi yang beragam dan berkualitas					
3.	Saya mengetahui kegiatan yang ada di perpustakaan					
4.	Bahasa yang dipakai di media sosial perpustakaan dapat dipahami dan dimengerti					

INTEREST (KETERTARIKAN)

No.	Aspek Pernyataan	Penilaian				
		STS	TS	N	S	SS
1.	Postingan di sosial media perpustakaan membuat saya ingin mengetahui lebih tentang perpustakaan POLINEMA					
2.	Saya menanggapi postingan promosi dengan memberikan like dan komen pada postingan di media sosial					
3.	Saya tertarik karena melihat keterangan/caption yang mudah dipahami					

SEARCH (PENCARIAN)

No.	Aspek Pernyataan	Penilaian				
		STS	TS	N	S	SS

1.	Saya mencari informasi dengan melihat keseluruhan konten di media sosial					
2.	Saya mencari informasi dengan memanfaatkan <i>direct message</i>					
3.	Saya mencari informasi yang dibutuhkan dengan berkunjung ke perpustakaan POLINEMA					
4.	Saya mencari informasi yang dibutuhkan dengan berkunjung ke perpustakaan POLINEMA					

ACTION (AKSI)

No.	Aspek Pernyataan	Penilaian				
		STS	TS	N	S	SS
1.	Saya mengunjungi perpustakaan POLINEMA untuk melihat yang dipromosikan di akun media sosial perpustakaan					
2.	Saya melihat postingan di media sosial perpustakaan untuk menemukan informasi					

SHARE (BERBAGI)

No.	Aspek Pernyataan	Penilaian				
		STS	TS	N	S	SS
1.	Saya membagikan konten promosi dengan men-tag teman pada kolom postingan					

2.	Saya membagikan informasi tentang perpustakaan POLINEMA melalui media sosial lainnya					
3.	Saya mengajak teman/rekan untuk mengunjungi media sosial perpustakaan POLINEMA					

Lampiran 2. Kuesioner

Bagian 1 dari 2

Penelitian Tugas Akhir Skripsi

Assalamuallaikum Wr.Wb.

Perkenalkan saya Rahmania Ainur Rosida mahasiswa UIN Malang prodi Perpustakaan dan Ilmu Informasi, sedang melaksanakan penelitian dalam rangka pengerjaan skripsi dengan judul : "ANALISIS PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI PROMOSI DI PERPUSTAKAAN POLITEKNIK NEGERI MALANG".

sehubungan dengan hal tersebut, saya sangat mengharapkan kesediaan teman-teman untuk meluangkan waktu sejenak untuk berpartisipasi dalam penelitian ini dengan mengisikan kuesioner dibawah ini.

Adapun kriteria responden yang dibutuhkan yaitu:

1. Pengunjung Perpustakaan POLINEMA

Semua yang saudara informasikan dalam angket ini akan terjamin kerahasiaannya, dan hanya akan saya gunakan untuk kepentingan penelitian saja.

Atas perhatian dan kerjasamanya, saya ucapkan terima kasih.

Nama *

Teks jawaban singkat

NIM *

Teks jawaban singkat

Angkatan *

Teks jawaban singkat

Setelah bagian 1 Lanjutkan ke bagian berikut

PERNYATAAN



Petunjuk Pengisian

- 1 = Sangat Tidak Setuju
- 2 = Tidak Setuju
- 3 = Netral
- 4 = Setuju
- 5 = Sangat Setuju

1. Promosi perpustakaan melalui media sosial menarik perhatian saya *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	Sangat Setuju				

2. Akun media sosial perpustakaan menampilkan informasi yang beragam dan berkualitas *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	Sangat Setuju				

3. Saya mengetahui kegiatan yang ada di perpustakaan *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	Sangat Setuju				

4. Bahasa yang dipakai di media sosial perpustakaan dapat dipahami dan dimengerti *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	Sangat Setuju				

5. Postingan di sosial media perpustakaan membuat saya ingin mengetahui lebih tentang perpustakaan POLINEMA *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	Sangat Setuju				

6. Saya menanggapi postingan promosi dengan memberikan like dan komen pada postingan *
di media sosial

1 2 3 4 5
Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

7. Saya tertarik karena melihat keterangan/caption yang mudah dipahami *

1 2 3 4 5
Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

8. Saya mencari informasi dengan melihat keseluruhan konten di media sosial *

1 2 3 4 5
Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

9. Saya mencari informasi dengan memanfaatkan direct message *

1 2 3 4 5
Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

10. Saya mencari informasi yang dibutuhkan dengan berkunjung ke perpustakaan
POLINEMA *

1 2 3 4 5
Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

11. Saya mencari informasi yang dipromosikan dengan bertanya kepada rekan yang sering
berkunjung ke perpustakaan POLINEMA *

1 2 3 4 5
Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

12. Saya mengunjungi perpustakaan POLINEMA untuk melihat yang dipromosikan di akun media sosial perpustakaan *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	Sangat Setuju				

13. Saya melihat postingan di media sosial perpustakaan untuk menemukan informasi *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	Sangat Setuju				

14. Saya membagikan konten promosi dengan men-tag teman pada kolom postingan *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	Sangat Setuju				

15. Saya membagikan informasi tentang perpustakaan POLINEMA melalui media sosial lainnya *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	Sangat Setuju				

16. Saya mengajak teman/rekan untuk mengunjungi media sosial perpustakaan POLINEMA *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	Sangat Setuju				

50	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
51	3	4	2	2	5	5	4	4	1	1	3	4	3	3	4	4	4
52	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
53	5	5	3	4	4	4	4	4	4	5	3	2	5	4	4	5	5
54	5	5	5	3	3	4	4	4	4	5	3	2	5	4	4	5	5
55	4	5	4	5	4	5	4	2	5	2	4	5	5	4	4	5	5
56	5	5	4	4	3	5	4	4	3	5	5	4	3	3	4	4	4
57	5	4	5	4	5	4	5	1	2	5	4	5	4	2	4	3	3
58	4	3	5	4	2	3	4	4	3	3	4	4	4	5	5	3	3
59	4	3	2	4	3	5	5	5	4	2	4	4	5	3	2	5	5
60	2	4	4	2	2	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
61	4	5	5	4	3	4	5	3	4	3	4	5	5	5	4	3	3
62	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
63	4	4	5	4	3	2	3	1	3	4	4	2	2	5	4	5	5
64	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5
65	4	4	5	3	4	2	1	4	4	3	5	4	1	4	4	4	4
66	4	5	3	5	4	4	5	2	4	4	3	5	4	4	3	3	3
67	4	4	3	2	4	5	5	3	2	4	2	2	4	4	4	4	4
68	4	5	5	4	5	4	5	3	5	4	3	5	4	4	5	4	4
69	5	5	4	3	2	4	4	4	3	3	3	2	1	1	1	1	1
70	4	5	5	4	4	3	4	5	3	4	3	3	3	4	3	1	1
71	4	5	4	3	5	4	3	3	4	4	2	2	4	5	4	2	2
72	2	4	2	4	2	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
73	4	5	4	3	3	1	2	5	4	4	3	5	2	4	3	2	2
74	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
75	5	4	4	4	4	3	5	3	4	5	3	2	2	3	3	3	3
76	4	4	3	3	5	2	3	4	4	3	2	3	4	4	2	4	4
77	3	4	4	4	2	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	2	5
78	4	3	5	4	4	5	3	3	4	3	2	1	3	2	2	2	2
79	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	4
80	5	4	3	4	5	4	2	2	4	3	4	2	4	4	3	3	3
81	4	4	4	3	4	2	4	4	2	3	3	2	2	2	3	3	3
82	5	2	4	5	4	2	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4
83	4	5	4	3	4	2	4	4	2	4	3	1	4	1	3	3	3
84	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5
85	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	2	2
86	4	4	3	3	2	2	4	2	2	4	3	4	4	2	2	2	2
87	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
88	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5
89	4	5	4	4	2	2	4	3	2	3	2	4	4	2	4	4	4
90	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4
91	5	4	4	3	4	2	2	3	3	4	4	2	4	2	4	2	2
92	4	4	4	3	2	2	2	4	5	4	3	4	4	2	4	2	2
93	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
94	4	3	4	3	4	3	4	2	2	3	3	3	3	3	4	4	4
95	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
96	5	5	4	3	4	3	4	3	3	2	5	4	3	4	2	2	2
97	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
98	4	3	5	3	4	2	3	4	3	4	5	4	2	4	4	3	3
99	5	4	3	4	2	2	4	3	4	4	4	4	5	1	1	2	2
100	4	3	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4
Total	370	365	357	361	352	337	359	359	343	364	342	341	358	341	347	344	344

Lampiran 4. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

VALIDITAS ASPEK ATTENTION

		Correlations				
		Attention1	Attention2	Attention3	Attention4	Attention
Attention1	Pearson Correlation	1	,733**	,626**	,315	,859**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,090	,000
	N	30	30	30	30	30
Attention2	Pearson Correlation	,733**	1	,779**	,239	,873**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,204	,000
	N	30	30	30	30	30
Attention3	Pearson Correlation	,626**	,779**	1	,419*	,880**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,021	,000
	N	30	30	30	30	30
Attention4	Pearson Correlation	,315	,239	,419*	1	,581**
	Sig. (2-tailed)	,090	,204	,021		,001
	N	30	30	30	30	30
Attention	Pearson Correlation	,859**	,873**	,880**	,581**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,001	
	N	30	30	30	30	30

VALIDITAS ASPEK INTEREST

		Correlations			
		Interest1	Interest2	Interest3	Interest
Interest1	Pearson Correlation	1	,216	,553**	,705**
	Sig. (2-tailed)		,252	,002	,000
	N	30	30	30	30
Interest2	Pearson Correlation	,216	1	,551**	,766**
	Sig. (2-tailed)	,252		,002	,000
	N	30	30	30	30
Interest3	Pearson Correlation	,553**	,551**	1	,899**
	Sig. (2-tailed)	,002	,002		,000
	N	30	30	30	30
Interest	Pearson Correlation	,705**	,766**	,899**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	30	30	30	30

VALIDITAS ASPEK SEARCH

		Correlations				
		Search1	Search2	Search3	Search4	Search
Search1	Pearson Correlation	1	,478**	,652**	,387*	,782**
	Sig. (2-tailed)		,008	,000	,035	,000
	N	30	30	30	30	30
Search2	Pearson Correlation	,478**	1	,655**	,355	,786**
	Sig. (2-tailed)	,008		,000	,054	,000
	N	30	30	30	30	30
Search3	Pearson Correlation	,652**	,655**	1	,388*	,848**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,034	,000
	N	30	30	30	30	30
Search4	Pearson Correlation	,387*	,355	,388*	1	,714**
	Sig. (2-tailed)	,035	,054	,034		,000
	N	30	30	30	30	30
Search	Pearson Correlation	,782**	,786**	,848**	,714**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	30	30	30	30	30

VALIDITAS ASPEK ACTION

		Correlations		
		Action1	Action2	Action
Action1	Pearson Correlation	1	,587**	,904**
	Sig. (2-tailed)		,001	,000
	N	30	30	30
Action2	Pearson Correlation	,587**	1	,877**
	Sig. (2-tailed)	,001		,000
	N	30	30	30
Action	Pearson Correlation	,904**	,877**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	
	N	30	30	30

VALIDITAS ASPEK SHARE

		Correlations			
		Share1	Share2	Share3	Share
Share1	Pearson Correlation	1	,540**	,390*	,767**

	Sig. (2-tailed)		,002	,033	,000
	N	30	30	30	30
Share2	Pearson Correlation	,540**	1	,593**	,863**
	Sig. (2-tailed)	,002		,001	,000
	N	30	30	30	30
Share3	Pearson Correlation	,390*	,593**	1	,827**
	Sig. (2-tailed)	,033	,001		,000
	N	30	30	30	30
Share	Pearson Correlation	,767**	,863**	,827**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	30	30	30	30

RELIABILITAS TOTAL

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,866	16

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Attention1	48,07	100,961	,453	,862
Attention2	48,33	104,644	,383	,864
Attention3	48,13	100,533	,583	,854
Attention4	48,03	104,240	,485	,859
Interest1	48,23	102,875	,677	,853
Interest2	48,33	106,989	,342	,865
Interest3	48,13	99,637	,643	,852
Search1	47,77	100,392	,642	,852
Search2	48,13	99,154	,628	,852
Search3	48,00	97,724	,693	,849
Search4	48,50	101,914	,407	,864
Action1	47,90	99,817	,649	,852
Action2	47,83	104,764	,486	,859
Share1	48,37	109,895	,214	,870
Share2	47,93	103,582	,491	,859
Share3	48,30	106,079	,319	,867

A