



PENGARUH PROMOSI PERPUSTAKAAN DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP PEMANFAATAN PERPUSTAKAAN: Studi pada Perpustakaan Politeknik Negeri Malang

Safrilia Hilda Rosyida^{1*}; Dewi Anggraeni²

¹Politeknik Negeri Malang

²Politeknik Negeri Malang

¹Perpus Graha Lt.3 Jl. Soekarno Hatta No.9 Malang

²Perpus Graha Lt.3 Jl. Soekarno Hatta No.9 Malang

*Korespondensi: safrilia@gmail.com, dewiang2017@gmail.com

Disubmit : 31-03-2019

Direview : 14-04-2019

Direvisi : 22-10-2019

Diterima : 21-12-2019

ABSTRACT

Introduction. Promotion by the library there is various ways such as using existing social media facilities and growing at this time, such as Facebook, Instagram, and Twitter because most users already have and use the account of social media. State Polytechnic Library of Malang has a variety of collections and facilities that support the process of supporting the needs of information pemustaka. Therefore, social media such as Instagram in conveying the latest information to visitors aimed to increase the visit and utilization of the collection and facilities provided will be as useful as possible.

Research Methods. This research is quantitative research that aims to determine the level of utilization in the Polytechnic Library of Malang.

Results and Discussion. The results of this study in the form of information about promotions that have been done by the library through social media Instagram can affect the utilization of libraries in the library State Polytechnic of Malang.

ABSTRAK

Pendahuluan. Promosi yang dilakukan perpustakaan terdapat berbagai macam cara seperti menggunakan fasilitas media sosial yang ada dan berkembang pada saat ini, seperti Facebook, Instagram, Twitter karena pemustaka kebanyakan sudah mempunyai dan menggunakan akun dari media sosial tersebut. Perpustakaan Politeknik Negeri Malang yang memiliki berbagai macam koleksi dan fasilitas yang mendukung proses menunjang kebutuhan informasi pemustaka. Maka dari itu digunakanlah media sosial seperti Instagram dalam menyampaikan informasi terkini kepada pemustaka yang bertujuan agar dapat meningkatkan kunjungan dan pemanfaatan koleksi dan fasilitas yang disediakan akan bermanfaat sebaik mungkin.

Metode penelitian. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui tingkat pemanfaatan pada perpustakaan Politeknik Negeri Malang.

Hasil dan Pembahasan. Hasil dari penelitian ini berupa informasi mengenai promosi yang sudah dilakukan oleh pihak perpustakaan melalui media sosial instagram dapat mempengaruhi pemanfaatan perpustakaan di perpustakaan Politeknik Negeri Malang

Keywords: *Promotion; Instagram; Library Services.*

1. PENDAHULUAN [Times New Roman 12; tebal]

Pada era globalisasi pada saat, informasi telah berkembang sangat cepat dan menjadi kebutuhan pokok manusia. Kebutuhan informasi perlu dipenuhi untuk melengkapi kebutuhan informasi pemustaka. Pemustaka merupakan istilah yang biasa digunakan untuk pengunjung perpustakaan.

Informasi yang dibutuhkan pemustaka bisa didapatkan di mana saja bisa melalui media *online* maupun media cetak namun sebaiknya informasi yang didapatkan dan digunakan berasal dari sumber yang bisa dipertanggungjawabkan kebenaran dari informasi tersebut, seperti perpustakaan perguruan tinggi.

Menurut UU NO 43 tahun 2007 perpustakaan perguruan tinggi adalah perpustakaan yang memiliki koleksi, baik jumlah judul maupun jumlah eksemplarnya, yang mencukupi untuk mendukung pelaksanaan pendidikan, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat. Perpustakaan perguruan tinggi merupakan perpustakaan yang bertugas sebagai suatu unit pelaksana teknis,



mengemban tugas mendukung tujuan lembaga induknya, yaitu memberikan layanan kepada sivitas akademika dan masyarakat pemakai di sekitarnya, yang relevan dengan program Tri Dharma Perguruan Tinggi.

Perpustakaan perguruan tinggi agar dapat menarik pemustaka dalam hal ini civitas akademika untuk berkunjung dan memanfaatkan semua fasilitas yang tersedia secara maksimal maka perpustakaan perlu mempromosikan tentang layanan, fasilitas, kegiatan apa saja yang terdapat di perpustakaan. Promosi yang dilakukan perpustakaan terdapat berbagai macam cara. Salah satunya yaitu menggunakan fasilitas media sosial, seperti *Facebook*, *Instagram*, *Twitter* karena pemustaka kebanyakan sudah mempunyai dan menggunakan akun dari media sosial tersebut. Perpustakaan Politeknik Negeri Malang menggunakan media sosial seperti *Instagram* dalam menyampaikan informasi terkini kepada pemustaka yang bertujuan agar dapat meningkatkan kunjungan dan pemanfaatan koleksi dan fasilitas yang disediakan akan bermanfaat sebaik mungkin.

Berdasarkan dari uraian diatas penulis terdorong untuk menulis penelitian di bidang promosi informasi yang dilakukan oleh Perpustakaan Politeknik Negeri Malang sehingga penulis mengangkat judul penelitian: “Pengaruh Promosi Perpustakaan Berbasis Sosial Media *Instagram* Terhadap Pemanfaatan Perpustakaan (Studi Pada Perpustakaan Politeknik Negeri Malang)”.

Rumusan masalah yang digunakan untuk penelitian ini adalah “Apakah Ada Pengaruh Promosi Perpustakaan Di Media Sosial *Instagram* Terhadap Pemanfaatan Perpustakaan Politeknik Negeri Malang?”.

Penelitian ini dikhususkan hanya untuk promosi media sosial instagram di “Perpustakaan Politeknik Negeri Malang”. Populasi yang digunakan adalah *followers* dari instagram Perpustakaan Politeknik Negeri Malang pada Bulan Maret 2017 – Maret 2018 dan *followers* tersebut telah mengetahui promosi di instagram Perpustakaan Politeknik Negeri Malang. Penelitian digunakan untuk mengetahui pengaruh promosi perpustakaan di media sosial *Instagram* terhadap pemanfaatan Perpustakaan Politeknik Negeri Malang.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh Promosi Perpustakaan Di Media Sosial Instagram Terhadap Pemanfaatan Perpustakaan Politeknik Negeri Malang Manfaat yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh Promosi Perpustakaan Di Media Sosial Instagram Terhadap Pemanfaatan Perpustakaan Politeknik Negeri Malang. Selain itu juga dapat memberikan saran dan masukan bagi Perpustakaan Politeknik Negeri Malang dalam melakukan evaluasi terkait promosi perpustakaan dengan menggunakan Media Sosial dalam upaya meningkatkan pemanfaatan perpustakaan.

2. METODE [Times New Roman 12; tebal]

Penelitian ini dilakukan dalam bidang pemanfaatan Perpustakaan Politeknik Negeri Malang. Peneliti menitik beratkan pada penelitian mengenai pengaruh kegiatan promosi menggunakan media sosial *Instagram* terhadap Pemanfaatan Perpustakaan Politeknik Negeri Malang. Sesuai dengan penelitian judul yang diambil maka variabel-variabel tersebut ditujukan kepada pengguna Perpustakaan Politeknik Negeri Malang pada akun *instagram*.

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif, dengan penelitian survei metode *explanation research*. Populasi adalah data *followers* Instagram Perpustakaan Politeknik Negeri Malang yang telah mengetahui promosi di instagram @polinomalibrary. Data yang diambil adalah data selama 1 tahun yang dimulai pada bulan Maret 2017 – Maret 2018. Jumlah populasi yang didapatkan adalah 132 orang.

Dalam menentukan ukuran sampel dari suatu populasi menggunakan rumus yang dikemukakan oleh Slovin akan dijabarkan sebagai berikut:



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

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

$$n = \frac{132}{1 + (132 \cdot (0.1)^2)}$$

$$n = \frac{132}{1 + (132 \cdot 0,01)}$$

$$n = \frac{132}{1 + 1,32}$$

$$n = \frac{132}{2,32}$$

$$n = 56,896$$

$$n = 57$$

Dalam penelitian ini pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* karena pengambilan anggota sampel menggunakan teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu.

Hipotesis penelitian adalah sebagai berikut:

- a. $H_0 > 0$, maka tidak ada pengaruh secara signifikan antara promosi di media sosial instagram terhadap pemanfaatan Perpustakaan Politeknik Negeri Malang.
- b. $H_a \leq 0$, maka terdapat pengaruh secara signifikan antara antara promosi di media sosial instagram terhadap pemanfaatan Perpustakaan Politeknik Negeri Malang

Dalam penelitian ini yang merupakan variabel bebas (X) adalah promosi di media sosial instagram, sedangkan untuk variabel terikat (Y) adalah pemanfaatan perpustakaan. Dalam mengumpulkan data yang akurat dalam penelitian pengembangan ini peneliti menggunakan beberapa instrumen. Instrumen penelitian tersebut adalah pedoman wawancara, dan pedoman angket. Pedoman wawancara dilakukan untuk mendapat informasi mengenai analisis kebutuhan pada pelayanan referensi sehingga dapat digunakan untuk mengetahui pengaruh promosi media sosial Instagram terhadap pemanfaatan perpustakaan di Perpustakaan Politeknik Negeri Malang.

Skala yang digunakan pada jawaban angket adalah skala likert dengan tingkatan nilai 1 sampai 4. Kriteria dari masing-masing penilaian adalah sebagai berikut.

Tabel 3.1 Skala Likert

Skala Angka	Keterangan
4	sangat baik atau sangat menarik atau sangat layak atau sangat mudah atau sangat sesuai atau sangat cepat.
3	baik atau menarik atau layak atau mudah atau sesuai atau tepat.
2	Kurang baik atau kurang menarik atau kurang layak atau kurang mudah atau kurang sesuai atau kurang tepat.
1	sangat kurang baik atau sangat kurang menarik atau sangat kurang layak atau sangat kurang mudah atau sangat kurang sesuai atau sangat kurang tepat.

Sumber: (Azwar, 2007:139)

Berdasarkan jenis data dalam penelitian ini, metode pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, angket (kuesioner), dan dokumentasi.

Uji validitas adalah suatu bentuk pengujian terhadap kualitas data primer dengan tujuan untuk mengukur sah tidaknya suatu pernyataan dalam penelitian (Hasyim dan Anindita, 2009:92). Secara konsep suatu pernyataan dianggap sah jika pernyataan tersebut mengukur indikator/dimensi setiap variabel yang akan diukur. Secara statistik suatu pernyataan dikatakan sah jika memiliki nilai tertentu. Suatu instrumen dinyatakan valid apabila koefisien korelasi r_{hitung} lebih besar dibanding dengan koefisien r_{tabel} pada taraf signifikan 1% atau 5%.

Uji validitas dilakukan dengan metode korelasi product moment dari *Pearson* dimana pengujian dilakukan dengan melihat angka koefisien korelasi yang menyatakan hubungan antara skor instrumen pernyataan dengan skor total. Adapun rumus uji validitas adalah sebagai berikut:

$$r_{ix} = \frac{N \cdot \sum ix - (\sum i) \cdot (\sum x)}{\sqrt{[N \cdot \sum i^2 - (\sum i)^2] \cdot [N \cdot \sum x^2 - (\sum x)^2]}}$$

Keterangan:

- r_{ix} = Koefisien korelasi item-total (*bivariate pearson*)
- i = Skor item
- x = Skor total
- N = Banyaknya subjek

Adapun kriteria yang terapkan adalah:

- a. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka pernyataan pada kuesioner dinyatakan valid
- b. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka pernyataan pada kuesioner dinyatakan tidak valid

Uji reliabilitas adalah suatu bentuk pengujian terhadap kualitas data primer dengan tujuan untuk mengukur konsistensi seluruh pernyataan dalam penelitian (Hasyim dan Anindita, 2009:99). Menurut Arikunto dalam Sunyoto (2013:133) “Reliabilitas menunjukkan suatu pengertian bahwa suatu instrumen dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data karena instrumen tersebut sudah baik”. Secara konsep pernyataan dianggap konsisten jika menghasilkan jawaban yang sama atau hampir sama dari kelompok responden yang berbeda.

Untuk menguji tingkat reliabilitas dapat menggunakan metode *Alpha Cronbach* yang dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$r_{11} = \left[\frac{n}{n-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_i^2}{\sigma_r^2} \right]$$

Keterangan:

- r_{11} = reliabilitas instrumen
- n = banyaknya butir pernyataan atau banyaknya soal
- $\sum \sigma_i^2$ = jumlah varians butir
- σ_r^2 = varians total.¹³

Analisis regresi linier sederhana adalah hubungan secara linier antara satu variabel independent (X) dengan variabel dependent (Y). Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independent dengan variabel dependent apakah positif atau negatif serta untuk memprediksi nilai dari variabel dependent apabila nilai variabel independent mengalami kenaikan atau penurunan. Data yang digunakan biasanya berskala interval atau rasio. Menurut Sugiyono (2014:188) rumus regresi linier sederhana adalah sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

- Y = Nilai yang diprediksikan (Pemanfaatan perpustakaan)
- X = Nilai variabel independen (Promosi media instagram)



a = Konstanta

b = Koefisien regresi

Pengujian hipotesis dilakukan untuk menguji signifikansi hubungan. Hal ini yang dimaksud adalah hubungan yang terjadi antar variabel tersebut apakah berlaku untuk seluruh populasi yang berjumlah 132 orang, maka dari itu perlu dilakukan uji signifikansi. Menurut Sugiyono (2014:184) terdapat rumus korelasi product moment yaitu:

$$r_{xy} = \frac{\sum xy}{\sqrt{(\sum x^2)(\sum y^2)}}$$

Keterangan:

r_{xy} = Koefisiensi korelasi yang dicari

x = nilai X_{ke-t} - mean

y = nilai Y_{ke-t} - mean

$\sum xy$ = Jumlah perkalian x dengan y

x^2 = Kuadrat dari x (deviasi x)

y^2 = Kuadrat dari y (deviasi y)

3. HASIL DAN PEMBAHASAN [Times New Roman 12; tebal]

3.1 Hasil Penelitian

Teknik analisis data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah pengambilan data promosi dari pengikut atau *follower instagram* perpustakaan Politeknik Negeri Malang dengan pemanfaatan perpustakaan. Promosi yang menggunakan media sosial instagram memiliki beberapa hal yang perlu diketahui antara lain:

a. *Hastag* (#)

Dengan menggunakan fitur hastag di media *Instagram* pihak Perpustakaan Polinema dapat menyebarluaskan foto agar dapat dilihat oleh *followers/following* maupun yang bukan *followers/following*

b. *Geotag* atau lokasi

Penggunaan geotag ini disediakan oleh media sosial *Instagram* agar perpustakaan Polinema dapat mencantumkan lokasi yang bisa dilihat banyak orang dengan memakai GPS (*Global Positioning System*).

c. *Followers* atau pengikut

Fitur yang ada di media sosial *Instagram* yang memiliki tujuan untuk mengikuti akun *Instagram* dari perpustakaan Polinema. Semakin banyak pengikut di *Instagram* maka akun *Instagram* akan semakin populer dan dikenal oleh banyak orang.

d. *Share* atau berbagi

Pihak perpustakaan Polinema dapat memanfaatkan fitur *share* ini agar postingan atau unggahan foto dapat dilihat oleh pengguna media sosial lainnya sehingga menambah wawasannya.

e. *Like* atau suka

Like atau suka merupakan salah satu fitur yang digunakan untuk mengetahui apakah unggahan yang dilakukan oleh pihak perpustakaan Polinema tersebut diminati dan menarik follower sehingga dapat dikatakan unggahan tersebut memiliki kualitas yang baik

f. Komentar

Melalui fitur komentar ini pihak perpustakaan polinema dapat mengetahui umpan balik dari *followers* atau pengikut atas unggahan foto yang telah perpustakaan lakukan.

g. *Mention* atau arroba

Admin Instagram perpustakaan Polinema menambahkan tanda arroba @ dan memasukkan akun Instagram dari pengguna lain. Penggunaan ini bertujuan agar pengguna dapat menyinggung pengguna lainnya dengan memasukkan akun Instagram dari pengguna tersebut sehingga dapat berkomunikasi.

Dari hasil interview guide mengenai promosi menggunakan media sosial Instagram di perpustakaan Polinema yang dilakukan selama 3 bulan dari 2 Juli 2018 sampai dengan 28 September 2018. Instagram perpustakaan polinema bisa diikuti dan dilihat melalui alamat <https://www.instagram.com/polinemalibrary/>.

Jumlah responden yang dianalisis dalam penelitian ini berjumlah 57 orang. Jumlah sampel tersebut diperoleh dari jumlah responden yang mengisi kuisisioner online yang dilakukan pada tanggal 3 bulan dari 2 Juli 2018 sampai dengan 28 September 2018. Adapun sajian distribusi frekuensi jawaban responden terhadap item-item pernyataan masing-masing variabel penelitian.

3.2 Pembahasan

Analisis deskriptif disajikan untuk memberikan gambaran lebih rinci dari skor jawaban responden pada setiap pernyataannya dalam kuisisioner. Berikut hasil kuisisioner yang didapat dari jawaban responden:

Tabel 3.1 Tabel Frekuensi

Frequencies

		Statistics																	
		Item1	Item2	Item3	Item4	Item5	Item6	Item7	Item8	Item9	Item10	Item11	Item12	Item13	Item14	Item15	Item16	Item17	Item18
N	Valid	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57
	Missing	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Mean	3,32	3,39	3,32	3,33	3,33	3,32	3,39	3,32	3,35	3,33	3,33	3,39	3,39	3,37	3,42	3,35	3,35	
	Median	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	
	Mode	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
	Std. Deviation	,572	,559	,540	,607	,577	,602	,590	,572	,582	,577	,577	,526	,559	,587	,565	,551	,551	
	Variance	,327	,313	,291	,369	,333	,363	,348	,327	,339	,333	,333	,277	,313	,344	,320	,303	,303	
	Range	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	
	Minimum	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	
	Maximum	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
	Sum	189	193	189	190	190	189	193	189	191	190	190	193	193	192	195	191	191	

Terdapat 18 pernyataan yang terdiri dari 8 pernyataan untuk variabel X (media Instagram) dan 10 pernyataan untuk variabel Y (pemanfaatan perpustakaan). Untuk mengetahui lebih rinci frekuensi jawaban responden pada setiap pertanyaannya, maka dibawah ini terdapat tabel-tabel yang berisi jabaran informasi yang oleh penulis diberi judul “item” untuk setiap nomer pernyataannya serta mengenai jawaban responden yang sudah penulis olah dengan menggunakan aplikasi SPSS. Terdapat 18 item (sesuai jumlah pernyataan) yang akan tersaji dibawah ini. Item1 ini merupakan sebuah pertanyaan yang mewakili variabel X yakni “Saya menggunakan hastag (#) untuk mengkategorikan kumpulan foto yang sama”. Dari pernyataan tersebut 57 responden menjawab sesuai tabel dibawah ini yang telah penulis olah dalam SPSS.

Tabel 3.2 Tabel Frekuensi Item1

		item1			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	3	5,3	5,3	5,3

	S	33	57,9	57,9	63,2
	SS	21	36,8	36,8	100,0
	Total	57	100,0	100,0	

Sedangkan untuk item2 ini merupakan sebuah pertanyaan yang mewakili variabel X yakni “ Saya memanfaatkan hastag (#) untuk menyebarluaskan foto saya agar dapat dilihat oleh followers/following ataupun yang bukan followers/following”. Dari pernyataan tersebut 57 responden menjawab sesuai tabel dibawah ini yang telah penulis olah dalam SPSS.

Tabel 4.3 Tabel Frekuensi Item2

item2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	2	3,5	3,5	3,5
	S	31	54,4	54,4	57,9
	SS	24	42,1	42,1	100,0
	Total	57	100,0	100,0	

Pada item3 ini merupakan sebuah pertanyaan yang mewakili variabel X yakni “Saya memanfaatkan geotag/lokasi untuk berbagi informasi kepada semua orang mengenai lokasi perpustakaan Politeknik Negeri Malang”. Dari pernyataan tersebut 57 responden menjawab sesuai tabel dibawah ini yang telah penulis olah dalam SPSS.

Tabel 4.4 Tabel Frekuensi Item3

item3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	2	3,5	3,5	3,5
	S	35	61,4	61,4	64,9
	SS	20	35,1	35,1	100,0
	Total	57	100,0	100,0	

Untuk item4 ini merupakan sebuah pertanyaan yang mewakili variabel X yakni “Memiliki followers yang banyak maka kualitas foto yang perpustakaan Politeknik Negeri Malang unggah adalah baik dan menarik”. Dari pernyataan tersebut 57 responden menjawab sesuai tabel dibawah ini yang telah penulis olah dalam SPSS.

Tabel 4.5 Tabel Frekuensi Item4

item4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	4	7,0	7,0	7,0

S	30	52,6	52,6	59,6
SS	23	40,4	40,4	100,0
Total	57	100,0	100,0	

Selanjutnya item5 yang merupakan sebuah pertanyaan yang mewakili variabel X yakni “Pemanfaatan fitur share bertujuan untuk melihat unggahan foto oleh pengguna media sosial lainnya guna menambah wawasan”. Dari pernyataan tersebut 57 responden menjawab sesuai tabel dibawah ini yang telah penulis olah dalam SPSS.

Tabel 4.6 Tabel Frekuensi Item5

item5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	3	5,3	5,3	5,3
	S	32	56,1	56,1	61,4
	SS	22	38,6	38,6	100,0
	Total	57	100,0	100,0	

Berikutnya adalah item6 yang merupakan sebuah pertanyaan yang mewakili variabel X yakni “Jika foto yang diunggah mendapatkan like yang banyak, maka foto tersebut menarik dan memiliki kualitas yang baik”. Dari pernyataan tersebut 57 responden menjawab sesuai tabel dibawah ini yang telah penulis olah dalam SPSS.

Tabel 4.7 Tabel Frekuensi Item6

item6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	4	7,0	7,0	7,0
	S	31	54,4	54,4	61,4
	SS	22	38,6	38,6	100,0
	Total	57	100,0	100,0	

Item7 yang merupakan sebuah pertanyaan yang mewakili variabel X yakni “Melalui komentar kita bisa mengetahui umpan balik dari followers”. Dari pernyataan tersebut 57 responden menjawab sesuai tabel dibawah ini yang telah penulis olah dalam SPSS.

Tabel 4.8 Tabel Frekuensi Item7

item7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	3	5,3	5,3	5,3
	S	29	50,9	50,9	56,1
	SS	25	43,9	43,9	100,0
	Total	57	100,0	100,0	

Item berikutnya adalah Item8 yang merupakan sebuah pertanyaan yang mewakili variabel X yakni “Saya menggunakan mantion/arroba dengan pengguna lain yang disinggung”. Dari

pernyataan tersebut 57 responden menjawab sesuai tabel dibawah ini yang telah penulis olah dalam SPSS.

Tabel 4.9 Tabel Frekuensi Item8

Item8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	3	5,3	5,3	5,3
	S	33	57,9	57,9	63,2
	SS	21	36,8	36,8	100,0
	Total	57	100,0	100,0	

Tabel berikutnya adalah tabel untuk mempresentasikan variabel Y, dimana untuk tabel yang pertama berisi pernyataan “Saya mengunjungi akun Instagram karena saya baru mengetahui beberapa waktu dekat ini”. Dari pernyataan tersebut 57 responden menjawab sesuai tabel dibawah ini yang telah penulis olah dalam SPSS.

Tabel 4.10 Tabel Frekuensi Item9

Item9

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	3	5,3	5,3	5,3
	S	33	57,9	57,9	63,2
	SS	21	36,8	36,8	100,0
	Total	57	100,0	100,0	

Selanjutnya item10 yang merupakan sebuah pertanyaan yang mewakili variabel Y yakni “Saya mengunjungi akun Instagram karena saya mengetahuinya dari orang-orang disekitar saya”. Dari pernyataan tersebut 57 responden menjawab sesuai tabel dibawah ini yang telah penulis olah dalam SPSS.

Tabel 4.11 Tabel Frekuensi Item10

item10

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	3	5,3	5,3	5,3
	S	31	54,4	54,4	59,6
	SS	23	40,4	40,4	100,0
	Total	57	100,0	100,0	

Berikutnya yaitu item10 yang merupakan sebuah pertanyaan yang mewakili variabel Y yakni “Saya mencari informasi melalui Instagram”. Dari pernyataan tersebut 57 responden menjawab sesuai tabel dibawah ini yang telah penulis olah dalam SPSS.

Tabel 4.12 Tabel Frekuensi Item11**item11**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	3	5,3	5,3	5,3
	S	32	56,1	56,1	61,4
	SS	22	38,6	38,6	100,0
	Total	57	100,0	100,0	

Pada item12 yang merupakan sebuah pertanyaan yang mewakili variabel Y yakni “Saya mencari informasi melalui event-event yang pernah saya ikuti”. Dari pernyataan tersebut 57 responden menjawab sesuai tabel dibawah ini yang telah penulis olah dalam SPSS.

Tabel 4.13 Tabel Frekuensi Item12**item12**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	3	5,3	5,3	5,3
	S	32	56,1	56,1	61,4
	SS	22	38,6	38,6	100,0
	Total	57	100,0	100,0	

Untuk item13 yang merupakan sebuah pertanyaan yang mewakili variabel Y yakni “Saya mempertimbangkan keunggulan dalam pelayanannya”. Dari pernyataan tersebut 57 responden menjawab sesuai tabel dibawah ini yang telah penulis olah dalam SPSS.

Tabel 4.14 Tabel Frekuensi Item13**item13**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	1	1,8	1,8	1,8
	S	33	57,9	57,9	59,6
	SS	23	40,4	40,4	100,0
	Total	57	100,0	100,0	

Sedangkan untuk item14 yang merupakan sebuah pertanyaan yang mewakili variabel Y yakni “Saya mempertimbangkan fasilitas yang diberikan”. Dari pernyataan tersebut 57 responden menjawab sesuai tabel dibawah ini yang telah penulis olah dalam SPSS.

Tabel 4.15 Tabel Frekuensi Item14**item14**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	2	3,5	3,5	3,5
	S	31	54,4	54,4	57,9
	SS	24	42,1	42,1	100,0

	Total	57	100,0	100,0	
--	-------	----	-------	-------	--

Pada item15 yang merupakan sebuah pertanyaan yang mewakili variabel Y yakni “Saya memutuskan berkunjung karena tertarik setelah mengunjungi akun Instagram”. Dari pernyataan tersebut 57 responden menjawab sesuai tabel dibawah ini yang telah penulis olah dalam SPSS.

Tabel 4.16 Tabel Frekuensi Item15

item15

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	3	5,3	5,3	5,3
	S	30	52,6	52,6	57,9
	SS	24	42,1	42,1	100,0
	Total	57	100,0	100,0	

Item selanjutnya adalah item16 yang merupakan sebuah pertanyaan yang mewakili variabel Y yakni “Saya memanfaatkan fasilitas karena sesuai dengan kebutuhan saya”. Dari pernyataan tersebut 57 responden menjawab sesuai tabel dibawah ini yang telah penulis olah dalam SPSS.

Tabel 4.17 Tabel Frekuensi Item16

item16

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	2	3,5	3,5	3,5
	S	29	50,9	50,9	54,4
	SS	26	45,6	45,6	100,0
	Total	57	100,0	100,0	

Tabel selanjutnya adalah item17 yang merupakan sebuah pertanyaan yang mewakili variabel Y yakni “Saya merasa puas setelah berkunjung”. Dari pernyataan tersebut 57 responden menjawab sesuai tabel dibawah ini yang telah penulis olah dalam SPSS.

Tabel 4.18 Tabel Frekuensi Item17

item17

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	2	3,5	3,5	3,5
	S	33	57,9	57,9	61,4
	SS	22	38,6	38,6	100,0
	Total	57	100,0	100,0	

Tabel yang terakhir adalah tabel item17 yang merupakan sebuah pertanyaan yang mewakili variabel Y yakni “Saya akan merekomendasikan kepada orang lain”. Dari pernyataan tersebut 57 responden menjawab sesuai tabel dibawah ini yang telah penulis olah dalam SPSS.

Tabel 4.19 Tabel Frekuensi Item18

tem18

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	2	3,5	3,5	3,5



S	33	57,9	57,9	61,4
SS	22	38,6	38,6	100,0
Total	57	100,0	100,0	

Uji validitas merupakan suatu alat ukur tes dalam kuesioner. Uji validitas akan menguji masing-masing variabel yang digunakan dalam penelitian ini, dimana keseluruhan penelitian memuat 18 pernyataan yang harus dijawab oleh responden. Adapun kriteria yang digunakan dalam menentukan valid tidaknya pernyataan yang digunakan dalam penelitian ini antara lain jumlah sampel (n) = 18 dan besarnya derajat kebebasan (dk) = $57-2=55$. Dengan dk 55 dan nilai signifikan (α) = 0.05 maka diperoleh $r_{tabel} = 0,265$. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka pernyataan dinyatakan valid. Sedangkan jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka pernyataan dinyatakan tidak valid. Nilai r_{hitung} diperoleh dengan cara membandingkan uji validitas setelah diolah dengan program SPSS *Statistics*.

Tabel 4.20 Tabel Reliabilitas

Cronbach's Alpha	Part 1	Value	,965
		N of Items	9 ^a
	Part 2	Value	,981
		N of Items	9 ^b
	Total N of Items		18
Correlation Between Forms			,975
Spearman-Brown Coefficient	Equal Length		,987
	Unequal Length		,987
Guttman Split-Half Coefficient			,987

Pengujian validitas ini melihat nilai korelasi Guttman Split-Half Coefficient = **0,987** sehingga korelasi ini berada pada kategori sangat kuat. Bila dibandingkan dengan r_{tabel} (**0,265**) maka r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} . Dengan demikian bisa disimpulkan bahwa kuesioner tersebut reliabel, dalam analisis ini apabila item dikatakan valid pasti reliabel. Untuk mengetahui tingkat validitas, perhatikan angka atau nilai yang tertera pada "*Corrected Item-Total Correlation*" maka pada tabel dibawah ini ditunjukkan nilai dari distribusi tabel r untuk $\alpha = 0,05$ dengan $dk = 55$ adalah sebagai berikut:

Tabel 4.21 Tabel Hasil rhitung

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
item1	57,07	76,852	,825	,986
item2	57,00	76,571	,876	,986
item3	57,07	76,852	,878	,986
item4	57,05	76,694	,789	,987
item5	57,05	76,479	,856	,986
item6	57,07	76,281	,838	,986
item7	57,00	75,464	,940	,985
Item8	57,07	76,816	,829	,986
Item9	57,04	75,677	,932	,985
item10	57,05	76,265	,878	,986

item11	57,05	76,301	,875	,986
item12	57,00	76,607	,930	,985
item13	57,00	76,036	,934	,985
item14	57,02	76,375	,852	,986
item15	56,96	75,856	,942	,985
item16	57,04	76,249	,926	,985
item17	57,04	76,070	,945	,985
item18	56,98	75,696	,965	,985

Dari tabel diatas maka didapatkan r_{hitung} , maka langkah selanjutnya adalah memasukkan r_{tabel} dalam sebuah tabel dibawah ini:

Tabel 4.22 Tabel Hasil Uji Validitas

Item n = 18	r_{hitung} (tabel item-total statistics)	$r_{tabel} = 0,265; \alpha = 0,05; dk-n-1$	Keputusan
Item1	0,825	> 0,265	Valid
Item2	0,875	> 0,265	Valid
Item3	0,878	> 0,265	Valid
Item4	0,789	> 0,265	Valid
Item5	0,856	> 0,265	Valid
Item6	0,838	> 0,265	Valid
Item7	0,940	> 0,265	Valid
Item8	0,829	> 0,265	Valid
Item9	0,932	> 0,265	Valid
Item10	0,878	> 0,265	Valid
Item11	0,875	> 0,265	Valid
Item12	0,930	> 0,265	Valid
Item13	0,934	> 0,265	Valid
Item14	0,852	> 0,265	Valid
Item15	0,942	> 0,265	Valid
Item16	0,926	> 0,265	Valid
Item17	0,945	> 0,265	Valid
Item18	0,965	> 0,265	Valid

Uji reliabilitas adalah alat ukur yang dapat dikatakan memiliki reliabilitas apabila instrumen yang digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Ini berarti reliabilitas berhubungan dengan konsistensi, akurasi atau ketepatan peramalan dari hasil riset (Widayat, 2004:85). Menurut Tjiptono (2004:11) cara yang paling akurat untuk menghitung reliabilitas sekelompok item adalah dengan menggunakan *Coefficient Alpha (Cronbach Alpha)*. Koefisien ini bervariasi antara 0 sampai 1 dan biasanya angka 0,6 ke atas menunjukkan instrumen reliabilitas. Berikut ini adalah hasil uji reliabilitas setelah dilah dengan menggunakan program IBM SPSS statistics.

Tabel 4.23 Tabel Hasil Uji Reliabilitas variabel X
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
------------------	------------



,970	2
------	---

Variabel X mempunyai nilai *Cronbach Alpha* diatas koefisien reliabilitasnya yakni 0,60. Hasil yang sama juga diperoleh ketika melakukan pengujian reliabilitas terhada variabel Y. Hal ini dapat dilihat dari tabel dibawah ini:

Tabel 4.24 Tabel Hasil Uji Reliabilitas variabel X, Y

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Media_Instagram	33,68	27,577	,974	.
Pemanfaatan_Perpustakaan	26,70	16,427	,974	.

Dari tabel diatas diketahui bahwa variabel X dan Y mempunyai reliabilitas sebesar 0,974. Angka tersebut lebih besar dari koefisien reliabilitas yang sebesar 0,60, hal ini dapat diartikan bahwa semua konsep pengukur masing-masing item variabel dari kuesioner adalah reliabel yakni kuesioner yang digunakan dalam penelitian merupakan kuesioner yang tepat. Dalam arti kata lain yakni item-item variabel media instagram (X) dan pemanfaatan perpustakaan (Y) dianggap handal dan dapat dipercaya sebagai alat ukur variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

Analisis regresi linier sederhana adalah hubungan secara linier antara satu variabel *independent* (X) dengan variael *dependent* (Y). Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel *independent* dengan variabel *dependent* apakah negatif atau positif. Hal ini untuk memprediksi nilai dari variabel *dependent* apabila nilai nilai variabel *independent* mengalami kenaikan atau penurunan serta untuk mengetahui seberapa besar kontribusi variabel media instagram (X) terhadap variabel pemanfaatan perpustakaan (Y). Berikut ini adalah hasil uji regresi linier menggunakan program IBM SPSS *Statistics*

Tabel 4.25 Tabel Hasil Uji Regresi Linier Sederhana

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1,386	,807		1,717	,092
Pemanfaatan_Perpustakaan	,752	,024	,974	31,728	,000

a. Dependent Variable: Media_Instagram

Dari tabel diatas persamaan regresi linier sederhana dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

$$Y = 1,386 + 0,752X$$

Berdasarkan persamaan regresi linier sederhana tersebut, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

- a. Nilai konstanta (a) sebesar 1,386. Hal ini dapat diartikan jika variabel media instagram (X) diabaikan atau diasumsikan nol, maka variabel pemanfaatan perpustakaan (Y) akan sebesar nilai konstantanya yaitu 1,386. Sehingga jika promosi tidak ada, maka nilai pemanfaatan perpustakaan adalah sebesar 1,386.



- b. Nilai koefisien regresi atau nilai kontribusi variabel media instagram (X) sebesar 0,752X bernilai positif. Hal ini menunjukkan bahwa besarnya kontribusi variabel media instagram (X) meningkat satu satuan, maka akan dapat menaikkan pemanfaatan perpustakaan (Y) sebesar 0,752.

Dari persamaan regresi menunjukkan koefisien media instagram bernilai positif yang berarti ada pengaruh positif (searah) antara media instagram dengan pemanfaatan perpustakaan.

Untuk menguji pengaruh variabel *independent* secara parsial (individu) terhadap variabel *dependent* dilakukan dengan uji t. Penilaian uji t dilakukan jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ sehingga dapat dijelaskan bahwa variabel *independent* secara parsial mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel *dependent*. nilai t_{tabel} diperoleh dari tabel statistik yaitu tabel t dan tabel r product moment dengan signifikansi 5%. Untuk nilai t_{tabel} dapat dilihat pada tabel statistik untuk signifikansi $0,05/2 = 0,025$ dengan derajat kebebasan (df) dengan rumus:

derajat kebebasan (df) = $n - k - 1$, dimana:

n = jumlah responden

k = variabel bebas

Berdasarkan rumus tersebut, maka df dapat dilakukan penghitungannya sebagai berikut:

$$\begin{aligned} df &= n - k - 1 \\ &= 57 - 1 - 1 \\ &= 55 \end{aligned}$$

Sedangkan untuk perhitungan t_{tabel} dapat dilakukan dengan menggunakan rumus berikut:

$$t_{tabel} = \frac{\alpha/2}{n-k-1}$$

Berdasarkan rumus tersebut diatas, maka penghitungan t_{tabel} dapat dilakukan sebagai berikut:

$$\begin{aligned} t_{tabel} &= \frac{\alpha/2}{n-k-1} \\ &= \frac{0,05/2}{57-1-1} \\ &= \frac{0,025}{55} \\ &= 4,545 \end{aligned}$$

Setelah mengetahui nilai t_{tabel} , maka langkah terakhir adalah mengetahui apakah pengaruh antara kedua variabel tersebut signifikan atau tidak adalah dengan pemeriksaan terhadap persamaan dibawah ini:

1. Jika $H_0 : b = 0$, maka H_a ditolak, yang artinya tidak ada pengaruh antara promosi media instagram dengan pemanfaatan perpustakaan
2. Jika $H_a : b \neq 0$, maka H_a diterima, yang artinya ada pengaruh antara promosi media instagram dengan pemanfaatan perpustakaan.

Dari hasil pengujian untuk variabel promosi media instagram terhadap pemanfaatan pembelian menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar 31,728, sehingga dapat dikatakan bahwa nilai $t_{hitung} 31,728 > t_{tabel} 4,545$. Setelah mengetahui hal tersebut langkah selanjutnya adalah memasukkan kedalam persamaan diatas. Dari persamaan tersebut diatas dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga pengertian lainnya adalah variabel promosi melalui media instagram mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap pemanfaatan perpustakaan.

4. KESIMPULAN

Melalui pengujian regresi linier sederhana didapatkan hasil model persamaan $Y = 1,386 + 0,752X$ yang dapat dijelaskan bahwa nilai konstanta (a) sebesar 1,386. Arti dari nilai tersebut adalah jika koefisien promosi media instagram (X) bernilai 0, maka koefisien pemanfaatan perpustakaan bernilai positif yaitu sebesar 1,386. Sedangkan nilai koefisien regresi atau nilai kontribusi variabel promosi media instagram (X) bernilai positif yaitu 0,752 yang dapat diartikan bahwa jika promosi media instagram (X) meningkat satu satuan, maka akan dapat menaikkan pemanfaatan perpustakaan (Y) sebesar 0,752.

Pada pengujian hipotesis dengan persamaan regresi nilai $b \neq 0$ yang artinya ada kontribusi atau pengaruh antara variabel X terhadap variabel Y. Selain itu diperoleh juga nilai t_{hitung} lebih besar ($>$) dari t_{tabel} , dimana nilai t_{hitung} yaitu 31,728 lebih besar ($>$) dari nilai t_{tabel} yaitu 4,545 sehingga H_a dapat diterima, dengan demikian variabel media instagram berpengaruh secara signifikan terhadap pemanfaatan perpustakaan.

Berdasarkan hasil penelitian dan analisa data yang disajikan, maka peneliti menyarankan agar promosi yang dilakukan oleh pihak perpustakaan terus ditingkatkan agar pemanfaatan perpustakaan lebih maksimal sehingga tujuan perpustakaan dapat tercapai. Selain untuk meningkatkan pemanfaatan perpustakaan baik promosi yang dilakukan harus mengikuti permintaan pasar, dimana pasar atau pengguna perpustakaan semakin tahun semakin beragam.

REFERENSI

- Anas Sujiono 2008, *Pengantar Statistik Pendidikan*, Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Arsyad, Azwar, 2013, *Media Pembelajaran*, Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Azwar, S, 2007, *Validitas dan Reliabilitas*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta.
- Bambang-Dwi, Atmoko, 2012, *Instagram Handbook*, Media Kita, Jakarta.
- Basuki, S., 1991, *Pengantar Ilmu Perpustakaan*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Fahmi, 2011, *Mencerna Situs Jejaring Sosial*, Elex Media Komputindo, Jakarta.
- Hasyim, Rina Anindita, 2009, *Prinsip-Prinsip Dasar Metode Riset Bidang Pemasaran*, UIEU-University Press, Jakarta.
- Kotler, Philip & Gery Armstrong, 2004, *Dasar-Dasar Pemasaran Edisi Kesembilan*, Indeks, Jakarta.
- Lasa Hs, 2009, *Kamus Kepustakawanan Indonesia*, Pustaka Book Publisher, Yogyakarta.
- Qalyubi, Syihabuddin, 2003, *Dasar-dasar Perpustakaan dan Informasi*, Ilmu Perpustakaan dan Informasi, Yogyakarta.
- Rangkuti, Freddy, 2004, *Flexible Marketing*, Gramedia, Jakarta.
- Sugiyono, 2014, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, CV Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono, 2013, *Statistik Untuk Penelitian*, Alfabeta, Bandung.
- Sunyoto, Danang, 2013, *Teori Kuesioner dan Analisis Data (Untuk Pemasaran dan Perilaku Konsumen)*, Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Suparyanto, RW. & Rosad, 2015, *Manajemen Pemasaran*, In Media, Bogor.
- Sutarno NS., 2003, *Perpustakaan dan Masyarakat*, Yayasan Obor Indonesia, Jakarta.
- Tjiptono, Fandy, dkk., 2004, *Marketing Scale*, ANDI, Yogyakarta.
- Widayat, 2004, *Metode Penelitian Pemasaran*, Cahaya Press, Malang.