

**PENGARUH PROMOSI PERPUSTAKAAN MELALUI
INSTAGRAM TERHADAP PEMANFAATAN
LAYANAN DI PERPUSTAKAAN UIN
SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA**

SKRIPSI

Diajukan kepada Program Studi Ilmu Perpustakaan
Fakultas Adab dan Ilmu Budaya
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
Untuk Mendapatkan Gelar Sarjana



Oleh:

Welly Deanoari Anugrah
18101040075

**PROGRAM STUDI ILMU PERPUSTAKAAN
FAKULTAS ADAB DAN ILMU BUDAYA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
2022**

HALAMAN PENGESAHAN



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS ADAB DAN ILMU BUDAYA
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 513949 Fax. (0274) 552883 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-561/Un.02/DA/PP.00.9/03/2022

Tugas Akhir dengan judul : Pengaruh Promosi Perpustakaan Melalui Instagram Terhadap Pemanfaatan Layanan di Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : WELLY DEANOARI ANUGRAH
Nomor Induk Mahasiswa : 18101040075
Telah diujikan pada : Selasa, 08 Maret 2022
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Adab dan Ilmu Budaya UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang
Dra. Labibah, MLIS.
SIGNED

Valid ID: 623a89b6f26e1



Penguji I
Faisal Syarifudin, S.Ag. S.S. M.Si.
SIGNED

Valid ID: 623a97d0d1a9f



Penguji II
Arina Fala Saufa, M.A.
SIGNED

Valid ID: 623aa7fcc84dc



Yogyakarta, 08 Maret 2022
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Adab dan Ilmu Budaya
Dr. Muhammad Wildan, M.A.
SIGNED

Valid ID: 623ac4fbcab55

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Assalamualaikum wr wb

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Welly Deanoari Anugrah

NIM : 18101040075

Program Studi : Ilmu Perpustakaan

Fakultas : Adab dan Ilmu Budaya

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Pengaruh Promosi Perpustakaan Melalui Instagram Terhadap Pemanfaatan Layanan di Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta” adalah hasil karya penulis sendiri dan bukan hasil jiplakan atau saduran dari karya orang lain, kecuali pada bagian yang telah menjadi rujukan. Apabila di kemudian hari penulis terbukti ada penyimpangan dalam karya tulis ini, maka penulis akan bertanggung jawab.

Demikian surat pernyataan ini penulis buat untuk dapat digunakan sebagai mana mestinya.

Wassalamualaikum wr wb

Yogyakarta, 25 Februari 2022



Welly Deanoari Anugrah

18101040075

NOTA DINAS

Dra. Labibah, M.LIS

**Dosen Program Studi Ilmu Perpustakaan Fakultas Adab dan Ilmu Budaya
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta**

NOTA DINAS

Hal : Skripsi
Lamp : 1 (Satu) eksemplar

Kepada Yth :

Dekan Fakultas Adab dan Ilmu Budaya
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah membaca, mengoreksi, dan menyarankan perbaikan seperlunya, maka saya selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi saudara:

Nama : Welly Deanoari Anugrah
NIM : 18101040075
Program Studi : Ilmu Perpustakaan S1
Fakultas : Adab dan Ilmu Budaya
Judul : Pengaruh Promosi Perpustakaan Melalui
Instagram Terhadap Pemanfaatan Layanan di Perpustakaan
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Dapat diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar strata satu pada Program Studi Ilmu Perpustakaan Fakultas Adab dan Ilmu Budaya UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Berdasarkan hal tersebut, saya berharap agar skripsi saudara di atas dapat segera disetujui dan disidangkan dalam *munaqosyah*.

Demikian, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Yogyakarta, 25 Februari 2022
Pembimbing



Dra. Labibah, M.LIS
NIP. 196811031994032005

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini penulis persembahkan untuk almamater UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
(Fakultas Adab dan Ilmu Budaya)

Kedua orang tua, papah dan mamah serta keluarga yang telah mendukung saya
selama ini

Orang-orang yang mendukung dan menyayangi saya
Diri saya sendiri



MOTTO

“Trying to do better”
– Tobey Maguire –

“Berusahalah untuk terus menjadi dirimu dalam versi yang lebih baik”
– Welly Deanoari A –



INTISARI

PENGARUH PROMOSI PERPUSTAKAAN MELALUI INSTAGRAM TERHADAP PEMANFAATAN LAYANAN DI PERPUSTAKAAN UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA

Welly Deanoari Anugrah
18101040075

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh promosi perpustakaan melalui instagram menggunakan aspek AIDA marketing terhadap pemanfaatan layanan di Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Subjek penelitian yaitu mahasiswa UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang aktif mengikuti akun instagram Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta dan objek penelitian adalah promosi perpustakaan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta melalui instagram. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *simple random sampling* dengan jumlah responden sebanyak 100 orang. Metode pengumpulan data yang digunakan yaitu kuesioner, observasi, wawancara dan dokumentasi. Pengukuran data menggunakan skala *Likert* dengan empat pilihan jawaban. Analisis data menggunakan uji regresi linier sederhana. Hasil uji koefisien determinasi sebesar 40,6% yang menunjukkan bahwa variasi promosi perpustakaan melalui instagram dapat menjelaskan variasi dari pemanfaatan layanan perpustakaan sebesar 40,6%. Hasil uji korelasi menunjukkan bahwa tingkat hubungan variabel promosi perpustakaan melalui instagram dengan pemanfaatan layanan perpustakaan kuat dan searah. Indikator *desire* (keinginan) dan indikator frekuensi peminjaman merupakan indikator dengan nilai persentase paling rendah. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa H_a diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari promosi perpustakaan melalui instagram terhadap pemanfaatan layanan perpustakaan.

Kata Kunci: Promosi Perpustakaan, AIDA (*Attention, Interest, Desire, Action*), Pemanfaatan Layanan, Instagram.

ABSTRACT

The Influence of Library Promotion through Instagram on Service Utilization at the UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta Library

Welly Deanoari Anugrah

18101040075

This study aims to knowing the influence of library promotion through instagram on using AIDA marketing aspects on service utilization at the UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta Library. This study uses descriptive type of research with a quantitative approach. The research subjects are students of UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta who actively follow the instagram account of the UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta Library and the object of this research is library promotion of the UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta through instagram. The sampling technique used is simple random sampling with 100 respondents. Data collection methods used are questionnaires, observations, interviews and documentation. Measurement of data using a Likert scale with four answer choices. Data analysis using simple linear regression test. The results of the coefficient of determination test is 40,6% which indicates that the variation of library promotion through instagram services by 40,6%. The correlation test results show that the level of relationship between library promotion variables through instagram and the use of library services is strong and unidirectional. The desire indicator and the borrowing frequency indicator are the indicators with the lowest percentage value. Based on the results of the study, it shows that H_a is accepted, so it can be concluded that there is significant effect of library promotion through instagram on the use of library service.

Keywords: Library Promotion, AIDA (Attention, Interest, Desire, Action), Service Utilization, Instagram

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Segala puji dan syukur kehadiran bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya kepada peneliti. Sholawat serta salam selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang selalu kita nantikan syafaatnya dari dunia sampai di akhirat.

Dengan izin Allah SWT dan bantuan dari berbagai pihak, pada akhirnya peneliti dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul “Pengaruh Promosi Perpustakaan Melalui *Instagram* Terhadap Pemanfaatan Layanan di Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta” dengan baik dan lancar. Peneliti mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dan memberikan dukungan kepada peneliti dalam menyusun tugas akhir ini. Pada kesempatan kali ini peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Muhammad Wildan, M.A., selaku Dekan Fakultas Adab dan Ilmu Budaya, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Nurdin Laugu, S.Ag., S.S., M.A., selaku Ketua Program Studi Ilmu Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Labibah Zain, M.LIS., selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan arahan, bimbingan serta nasehat-nasehat dan dukungan yang baik selama penyusunan skripsi.

4. Segenap dosen, staf tata usaha dan karyawan Program Studi Ilmu Perpustakaan Fakultas Adab dan Ilmu Budaya UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
5. Sri Astuti, selaku pembimbing lapangan di Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang membantu selama pengambilan data di Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
6. Dilfa, S.IP. selaku perwakilan tim media sosial yang membantu selama pengambilan data di Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
7. Kedua orang tua dan keluarga yang selalu memberikan dukungan baik materiil dan spiritual.
8. Burhanuddin yang selalu memberikan dukungan dan semangat agar dapat lulus tepat waktu.
9. Hernika, Hasna, Yuniar dan Afna sahabat yang memberikan dukungan dan menemani selama penyusunan skripsi.
10. Teman-teman jurusan Ilmu Perpustakaan kelas B Angkatan 2018.
11. Semua pihak yang telah berkontribusi dan membantu penelitian ini terutama dalam penyusunan skripsi ini.
12. Diri saya sendiri yang telah berjuang hingga kini untuk dapat menyelesaikan skripsi ini.

Semoga Allah SWT membalas kebaikan yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi pihak lain.
Terima kasih.

Wassalamualaikum warahmatullahiwabarakatuh.

Yogyakarta, 25 Februari 2022

Peneliti



DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	iii
NOTA DINAS	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
MOTTO	vi
INTISARI	vii
ABSTRACT.....	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah.....	10
1.3. Hipotesis	10
1.4. Tujuan Penelitian	10
1.5. Manfaat Penelitian	11
1.6. Sistematika Penulisan	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI	12
2.1. Tinjauan Pustaka.....	12
2.2. Landasan Teori.....	17
2.2.1 Perpustakaan Perguruan Tinggi	17
2.2.2 Promosi Perpustakaan.....	21
2.2.3 Model AIDA Marketing.....	27
2.2.4 Instagram.....	32
2.2.5 Pemanfaatan Layanan	38
BAB III METODE PENELITIAN	43
3.1. Jenis Penelitian.....	43

3.2.	Tempat dan Waktu Penelitian	43
3.3.	Subjek dan Objek Penelitian	43
3.4.	Populasi dan Sampel	44
3.5.	Teknik Pengumpulan Data.....	45
3.5.1	Kuesioner	46
3.5.2	Observasi.....	47
3.5.3	Wawancara.....	47
3.5.4	Dokumentasi	48
3.6.	Sumber Data.....	48
3.6.1	Sumber Data Primer.....	48
3.6.2	Sumber Data Sekunder.....	48
3.7.	Instrumen Penelitian	49
3.8.	Uji Validitas Instrumen.....	51
3.9.	Uji Reliabilitas Instrumen	52
3.10.	Analisis Data	53
3.10.1	Statistik Deskriptif	53
3.10.2	Regresi Linier Sederhana	53
3.10.3	Persentase Perolehan Skor	56
3.10.4	Uji Korelasi	57
BAB IV PEMBAHASAN.....		59
4.1.	Gambaran Umum Tempat Penelitian.....	59
4.4.1	Sejarah Singkat Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta	59
4.4.2	Visi dan Misi Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta	61
4.4.3	Sejarah Kepala Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta	61
4.4.4	Struktur Organisasi Perpustakaan	62
4.4.5	Fasilitas Perpustakaan	64
4.2.	Gambaran Umum Konten Instagram dan Tim Produksi.....	73
4.3.	Uji Karakteristik Responden	77
4.3.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	77
4.4.	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen.....	77

4.4.1	Uji Validitas Instrumen.....	77
4.4.2	Uji Reliabilitas Instrumen.....	80
4.5.	Hasil Analisis Data	81
4.5.1	Statistik Deskriptif	81
4.5.2	Regresi Linier Sederhana.....	82
4.5.3	Hasil Uji Persentase Sub Variabel	86
4.5.4	Uji Korelasi.....	127
4.6	Pembahasan Hasil Penelitian	128
BAB V PENUTUP		136
5.1.	Kesimpulan.....	136
5.2.	Saran	137
DAFTAR PUSTAKA.....		138
LAMPIRAN.....		141



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Perbedaan Penelitian dengan Penelitian Sebelumnya.....	15
Tabel 2.2 Perbandingan AIDA <i>Marketing</i> dengan the ABCDE <i>Marketing</i>	31
Tabel 3.1 Kisi-kisi Instrumen Penelitian	49
Tabel 3.2 Skala <i>Likert</i>	51
Tabel 3.3 Hasil Perhitungan Data Interval.....	57
Tabel 3.4 Tingkat Korelasi dan Kekuatan Hubungan.....	58
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	77
Tabel 4.2 Uji Validitas Instrumen Variabel X (Promosi Perpustakaan melalui Instagram) ...	78
Tabel 4.3 Uji Validitas Instrumen Variabel Y (Pemanfaatan Layanan Perpustakaan)	79
Tabel 4.4 Uji Reliabilitas Variabel X (Promosi Perpustakaan melalui Instagram)	81
Tabel 4.5 Uji Reliabilitas Variabel Y (Pemanfaatan Layanan Perpustakaan)	81
Tabel 4.6 Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	82
Tabel 4.7 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana	83
Tabel 4.8 Hasil Uji Koefisien Determinasi	84
Tabel 4.9 Hasil Uji F Promosi Perpustakaan melalui Instagram	85
Tabel 4.10 Hasil Uji T Pemanfaatan Layanan Perpustakaan.....	85
Tabel 4.11 Hasil Indikator X.1.....	86
Tabel 4.12 Hasil Indikator X.2.....	87
Tabel 4.13 Hasil Indikator X.3.....	88
Tabel 4.14 Hasil Indikator X.4.....	88
Tabel 4.15 Hasil Indikator X.5.....	89
Tabel 4.16 Hasil Indikator X.6.....	89
Tabel 4.17 Gambaran Jawaban Responden Mengenai <i>Attention</i>	90
Tabel 4.18 Hasil Indikator X.7.....	93
Tabel 4.19 Hasil Indikator X.8.....	93
Tabel 4.20 Hasil Indikator X.9.....	94
Tabel 4.21 Hasil Indikator X.10.....	94
Tabel 4.22 Hasil Indikator X.11.....	95
Tabel 4.23 Gambaran Jawaban Responden Mengenai <i>Interest</i>	95

Tabel 4.24 Hasil Indikator X.12.....	98
Tabel 4.25 Hasil Indikator X.13.....	98
Tabel 4.26 Hasil Indikator X.14.....	99
Tabel 4.27 Hasil Indikator X.15.....	99
Tabel 4.28 Hasil Indikator X.16.....	100
Tabel 4.29 Hasil Indikator X.17.....	101
Tabel 4.30 Gambaran Jawaban Responden Mengenai <i>Desire</i>	101
Tabel 4.31 Hasil Indikator X.18.....	104
Tabel 4.32 Hasil Indikator X.19.....	104
Tabel 4.33 Hasil Indikator X.20.....	105
Tabel 4.34 Hasil Indikator X.21.....	106
Tabel 4.35 Hasil Indikator X.22.....	106
Tabel 4.36 Gambaran Jawaban Responden Mengenai <i>Action</i>	107
Tabel 4.37 Hasil Indikator Y.1.....	109
Tabel 4.38 Hasil Indikator Y.2.....	110
Tabel 4.39 Hasil Indikator Y.3.....	110
Tabel 4.40 Hasil Indikator Y.4.....	111
Tabel 4.41 Hasil Indikator Y.5.....	111
Tabel 4.42 Hasil Indikator Y.6.....	112
Tabel 4.43 Gambaran Jawaban Responden Mengenai Kunjungan Pemustaka ke Perpustakaan	112
Tabel 4.45 Hasil Indikator Y.7.....	115
Tabel 4.46 Hasil Indikator Y.8.....	115
Tabel 4.47 Hasil Indikator Y.9.....	116
Tabel 4.48 Hasil Indikator Y.10.....	116
Tabel 4.49 Hasil Indikator Y.11.....	117
Tabel 4.50 Hasil Indikator Y.12.....	117
Tabel 4.51 Hasil Indikator Y.13.....	118
Tabel 4.52 Gambaran Jawaban Responden Mengenai Frekuensi Peminjaman.....	119
Tabel 4.53 Hasil Indikator Y.14.....	121
Tabel 4.54 Hasil Indikator Y.15.....	122

Tabel 4.55 Hasil Indikator Y.16.....	122
Tabel 4.56 Hasil Indikator Y.17.....	123
Tabel 4.57 Gambaran Jawaban Responden Mengenai Pemahaman Pemustaka mengenai Perpustakaan	123
Tabel 4.58 Hasil Korelasi	127

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Daftar 10 Negara dengan Pengguna Smartphone Terbanyak (2020).....	5
Gambar 4.1 Statistik Jumlah Like Instagram Perpustakaan Tahun 2021	76
Gambar 4.2 Grafik Uji Persentase Indikator Penelitian.....	126

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Izin Penelitian	141
Lampiran 2 Kuesioner Penelitian.....	142
Lampiran 3 Desain Selebaran Kuesioner.....	147
Lampiran 4 Bukti Google Form Penelitian.....	148
Lampiran 5 Foto Wawancara Dengan Tim Media Sosial.....	148
Lampiran 6 Daftar Responden Luring	149
Lampiran 7 Output SPSS 25 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	150
Lampiran 8 Output SPSS 25 Uji Statistik Deskriptif.....	151
Lampiran 9 Output SPSS 25 Uji Validitas Variabel X.....	151
Lampiran 10 Output SPSS 25 Uji Validitas Variabel Y	155
Lampiran 11 Output SPSS 25 Uji Reliabilitas Variabel X	158
Lampiran 12 Output SPSS 25 Uji Reliabilitas Variabel Y	159
Lampiran 13 Output SPSS 25 Uji Regresi Linier Sederhana, Koefisien Determinasi, Uji F, Uji t, Uji Korelasi.....	159
Lampiran 14 Output SPSS 25 Hasil Persentase Sub Indikator Variabel X	160
Lampiran 15 Output SPSS 25 Hasil Persentase Sub Indikator Variabel Y	165
Lampiran 16 Daftar Riwayat Hidup.....	170

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perpustakaan berperan penting dalam membangun masyarakat yang melek informasi dan meningkatkan semangat masyarakat untuk mengakses sumber informasi yang akurat di era perkembangan teknologi saat ini. Informasi menjadi salah satu kebutuhan mendasar yang dibutuhkan oleh manusia untuk menjalani kehidupan sehari-hari. Untuk menjawab kebutuhan informasi masyarakat, perpustakaan hadir sebagai sumber informasi yang dapat dimanfaatkan oleh masyarakat untuk memenuhi kebutuhan informasi. Undang-Undang Republik Indonesia No. 43 Tahun 2007 pasal 1 menjelaskan bahwa perpustakaan adalah lembaga yang mengelola koleksi karya tulis, karya cetak, dan/atau karya rekam secara profesional dengan sistem standar untuk memenuhi kebutuhan pendidikan, penelitian, pelestarian, informasi, dan rekreasi pemustaka.

Perpustakaan perguruan tinggi adalah perpustakaan yang berada di lingkungan perguruan tinggi yang berkontribusi dalam pelaksanaan Tri Dharma Perguruan Tinggi yaitu pendidikan, penelitian, dan pengabdian masyarakat dengan cara mengumpulkan, menyeleksi, mengolah, merawat, dan memberikan pelayanan sumber informasi kepada lembaga induknya pada khususnya dan masyarakat pada umumnya. Perpustakaan perguruan tinggi berfungsi sebagai sumber informasi utama bagi civitas akademika

dalam memenuhi kebutuhan pendidikan, penelitian dan pengabdian di perguruan tinggi. Perpustakaan perguruan tinggi merupakan tempat penyimpanan berbagai macam ilmu pengetahuan yang berkembang menjadi sumber informasi bagi civitas akademika dan memungkinkan terjadinya pertumbuhan intelektual didalamnya. Dalam arti yang lebih luas, perpustakaan perguruan tinggi memberikan kontribusi bagi kemajuan dan pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi di lingkungan perguruan tinggi. Untuk memajukan pendidikan, pengetahuan, dan wawasan baru, perpustakaan perguruan tinggi bekerjasama dengan pustakawan untuk memenuhi harapan dan tuntutan akan kebutuhan informasi civitas akademika yang semakin maju dan membutuhkan informasi yang cepat, tepat dan akurat. Oleh karena itu, keberadaan perpustakaan perguruan tinggi menjadi sangat penting untuk memenuhi kebutuhan informasi dan pengetahuan bagi civitas akademika. Informasi yang ada di perpustakaan perguruan tinggi telah diolah dengan baik sehingga dapat disebarluaskan dan dimanfaatkan untuk kepentingan pemustaka.

Undang-Undang Republik Indonesia No. 43 Tahun 2007 pasal 5 pada poin 1(a) menjelaskan bahwa masyarakat memiliki hak yang sama untuk mengakses dan menggunakan serta memanfaatkan dan mendayagunakan fasilitas dan layanan perpustakaan. Hal ini menunjukkan bahwa setiap pemustaka berhak memanfaatkan perpustakaan untuk mendapatkan informasi dan memperoleh layanan yang tersedia di perpustakaan. Kegiatan penyediaan layanan dan fasilitas merupakan bagian dari layanan perpustakaan. Pemustaka dapat memperoleh informasi yang mereka butuhkan dengan memanfaatkan layanan perpustakaan secara optimal. Tujuan dari layanan

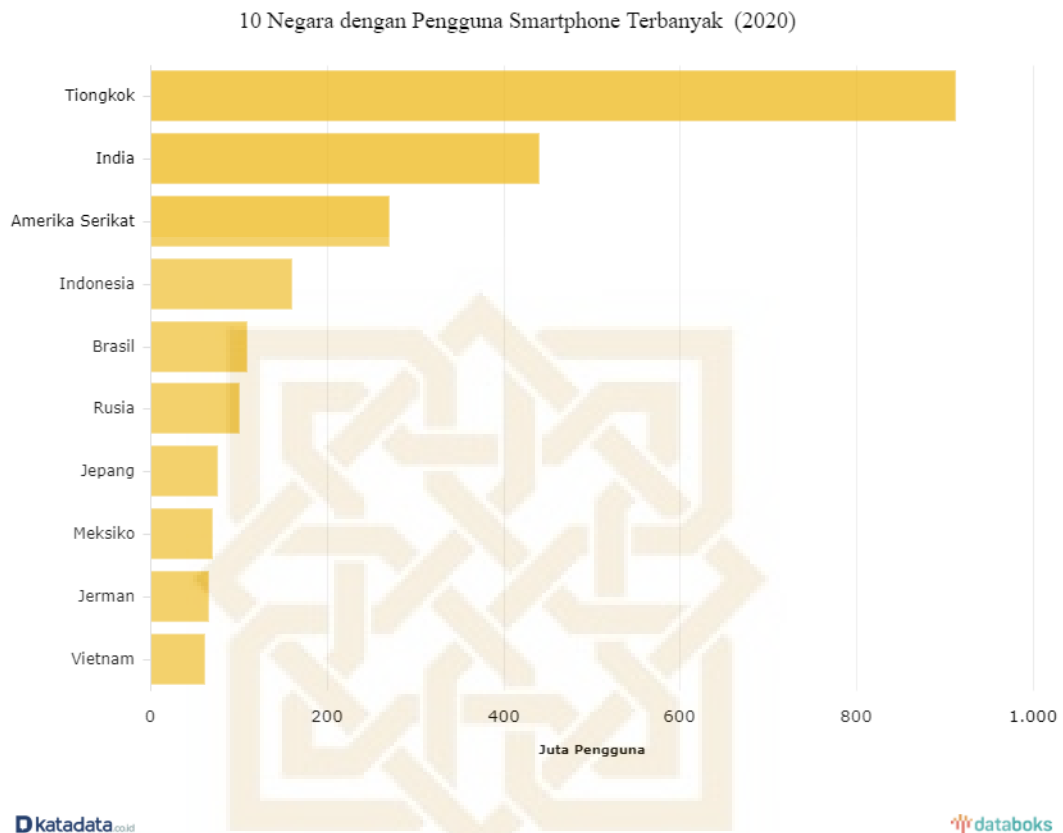
perpustakaan adalah untuk menghubungkan pemustaka dengan informasi atau bahan pustaka yang mereka butuhkan. Dalam ranah layanan informasi berbasis teknologi, layanan perpustakaan diharapkan mampu mewujudkan perpustakaan yang terintegrasi. Se jauh mana pemustaka dapat memanfaatkan layanan dan fasilitas yang ada di perpustakaan menjadi salah satu faktor keberhasilan dari sebuah perpustakaan perguruan tinggi.

Untuk mendorong pemustaka memanfaatkan sumber informasi di perpustakaan, perpustakaan perguruan tinggi harus mampu beradaptasi dan menghadirkan inovasi-inovasi baru sesuai dengan perkembangan teknologi. Perpustakaan harus memiliki rencana atau strategi agar pemustaka dapat memanfaatkan perpustakaan secara maksimal. Kegiatan promosi perpustakaan merupakan upaya yang dapat dilakukan oleh perpustakaan perguruan tinggi agar sumber informasi dan layanan dapat dimanfaatkan dengan baik oleh pemustaka. Melalui promosi perpustakaan, pemustaka dapat mengetahui layanan apa saja yang disediakan oleh perpustakaan dan manfaat apa yang akan mereka peroleh.

Promosi perpustakaan dapat digunakan untuk membujuk, memikat, menginformasikan kepada pemustaka tentang visi, misi, tujuan dan layanan perpustakaan sehingga pemustaka tertarik untuk menggunakan layanan, membaca dan memanfaatkan bahan pustaka yang ada di perpustakaan. Sujatna (2016, hlm. 16) menyebutkan bahwa kegiatan promosi merupakan bagian dari kegiatan pemasaran (*marketing*). Perpustakaan memanfaatkan promosi perpustakaan untuk mengembangkan komunikasi yang luas dengan pemustaka dalam rangka

memperkenalkan perpustakaan, meningkatkan pemanfaatan bahan pustaka dan layanan perpustakaan, serta meningkatkan minat pemustaka dan kepuasan pemustaka. Kegiatan promosi perpustakaan dapat dilakukan melalui media cetak maupun media elektronik. Kegiatan promosi perpustakaan melalui media cetak seperti brosur, pamflet, poster, dan *press realise*. Sementara itu, kegiatan promosi perpustakaan melalui media elektronik seperti televisi (TV), radio dan internet. Media internet menjadi salah satu media yang dapat dimanfaatkan untuk mempromosikan perpustakaan. Hal ini didukung dengan perkembangan digital yang hampir setiap pemustaka memiliki *Smartphone* yang digunakan untuk mengakses informasi di internet dengan cepat dan mudah. Kegiatan promosi perpustakaan yang dilakukan melalui media sosial dapat meningkatkan minat pemustaka dalam menggunakan layanan perpustakaan.





Gambar 1.1 Daftar 10 Negara dengan Pengguna Smartphone Terbanyak (2020)

Sumber: Artikel Databoks, 2021

Laporan Newzoo dalam artikel Databoks (Pusparisa, 2021) yang berjudul “Daftar Negara Pengguna *Smartphone* Terbanyak, Indonesia Urutan Berapa ?” memperkirakan pada tahun 2020, jumlah pengguna aktif *Smartphone* di Indonesia mencapai lebih dari 160,23 juta orang. Penetrasi *Smartphone* di Indonesia mencapai 58,6% dari total populasi. Dari data tersebut, diketahui bahwa Indonesia merupakan negara dengan pengguna *Smartphone* terbesar keempat di dunia setelah Tiongkok, India, dan Amerika Serikat. Dikutip pada artikel Kominfo (Irso, 2020) yang berjudul “Dirjen PPI: Survey Penetrasi Pengguna Internet di Indonesia Bagian Penting dari Transformasi Digital”,

menurut survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) terjadi kenaikan jumlah pengguna internet di Indonesia dari tahun ke tahun. Penetrasi pengguna internet di Indonesia tahun 2018 berjumlah 64,8%, kemudian mengalami kenaikan pada tahun 2020 menjadi 73,7%. Dari pernyataan diatas, dapat diketahui bahwa terjadi peningkatan sekitar 8,9% tingkat pengguna internet di Indonesia, maka dari itu promosi perpustakaan melalui media sosial merupakan cara yang tepat untuk diterapkan dalam mempromosikan perpustakaan.

Instagram merupakan salah satu media sosial yang dapat dimanfaatkan sebagai media promosi perpustakaan. Laporan *Napoleon Cat* dalam artikel Databoks (Annur, 2021) yang berjudul “Ada 91 Juta Pengguna Instagram di Indonesia, Mayoritas Usia Berapa?” menunjukkan bahwa pengguna instagram di Indonesia pada bulan Oktober 2021 sekitar 91,01 juta jiwa. Mayoritas pengguna instagram di Indonesia berasal dari kelompok usia 18 – 24 tahun sekitar 37,3% yakni sebanyak 33,90 juta. Kelompok 25 – 34 tahun menjadi urutan pengguna instagram kedua di Indonesia sebanyak 32,2%. Urutan ketiga pengguna instagram yaitu kelompok 13 – 17 tahun sebanyak 12,2%. Di kelompok usia 35 – 44 tahun pengguna instagram sebanyak 11,5%. Sementara pengguna instagram dari kelompok usia 45 – 54 tahun sebanyak 4,3%. Lalu di kelompok usia 55 – 64 tahun pengguna instagram sebanyak 1,2%. Kemudian untuk kelompok usia diatas 65 tahun pengguna instagram sebanyak 1,3%. Data ini menunjukkan bahwa mayoritas pengguna instagram di Indonesia merupakan masyarakat dengan rentang usia 18 – 24 tahun dan 25 – 34 tahun.

Menurut Tapscott (2009), rentang usia tersebut merupakan generasi milenial atau generasi Y yang lahir pada tahun 1977-1997 dan generasi Z yang lahir mulai tahun 1998. Generasi milenial dan generasi Z adalah kaum digital *native* yang tumbuh bersama internet dan media sosial dan menghabiskan hampir seluruh waktunya untuk berinteraksi melalui media sosial. Saat ini, kelompok generasi milenial dan generasi Z merupakan rentang usia dari mayoritas mahasiswa yang sedang melaksanakan pendidikan di perguruan tinggi.

Selain itu, tidak dapat terpungkiri bahwa penyebaran virus Covid-19 menimbulkan keterbatasan aktivitas bagi masyarakat. Hal ini juga dirasakan oleh pemustaka, dimana pemustaka cukup terbatas untuk berkunjung dan memanfaatkan informasi secara langsung di perpustakaan. Sehingga, promosi perpustakaan melalui instagram diharapkan dapat memberikan informasi mengenai layanan yang ada di perpustakaan selama masa pandemi yang mana pemustaka dapat mengetahui informasi tanpa harus datang langsung ke perpustakaan.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Suharso & Pramesti (2019, hlm. 70), perpustakaan Universitas Airlangga telah menggunakan instagram sebagai media promosi perpustakaan. Promosi perpustakaan yang dilakukan melalui instagram memiliki kesan tersendiri bagi civitas akademika. Berdasarkan hasil penelitian, penggunaan instagram sebagai media promosi Perpustakaan Universitas Airlangga secara langsung berpengaruh positif terhadap Perpustakaan Universitas Airlangga. Selain itu, pada penelitian yang dilakukan Suharso, Putut dan Muntiah (2020, hlm. 13) menjelaskan bahwa penggunaan instagram di perguruan tinggi cukup efektif dalam

menyebarkan informasi secara cepat dan efisien, menghemat biaya untuk berkomunikasi dan berbagi informasi serta memudahkan interaksi dan komunikasi dengan pengguna.

Penggunaan teknologi sebagai media promosi perpustakaan diharapkan dapat meningkatkan minat pemustaka dan menjadi daya tarik bagi pemustaka dari berbagai kalangan untuk memanfaatkan bahan pustaka dan layanan perpustakaan. Instagram merupakan salah satu platform media sosial yang dapat digunakan untuk kegiatan promosi perpustakaan. Selama terhubung dengan internet, pemustaka dapat mengakses informasi yang diunggah melalui instagram kapan saja dan dari lokasi mana pun. Promosi perpustakaan melalui instagram diharapkan dapat memberikan pengaruh bagi pemustaka dan timbal balik bagi pemustaka untuk memanfaatkan layanan yang tersedia di perpustakaan.

Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta menggunakan instagram sebagai media untuk memberikan informasi dan mempromosikan program kegiatan yang ada di perpustakaan. Instagram Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta cukup aktif dalam menggunggah informasi terbaru terkait layanan dan kegiatan di perpustakaan. Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga memiliki akun instagram yang bernama *@perpusuinyogyakarta*. Akun instagram Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta mengunggah sekitar 1 sampai 4 postingan setiap harinya. Pada November 2021, akun instagram Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta memiliki 19.7 ribu *followers* dan telah menggunggah 2.329 postingan.

Salah satu unggahan @perpusuinyogyakarta yang bersumber dari P3RI (Perkumpulan Prodesi Pengelola Rekod Indonesia) menyebutkan bahwa Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta memiliki jumlah *followers* paling banyak dibandingkan dengan akun instagram perpustakaan perguruan tinggi lainnya. Namun, apabila dilihat dari jumlah tanggapan dari pengguna pada setiap unggahan masih cukup sedikit. Jumlah *like* pada konten yang diunggah oleh @perpusuinyogyakarta sekitar 80-300 *like*. Hal ini tentunya menjadi perhatian apakah promosi yang dilakukan oleh Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta melalui instagram dapat mempengaruhi pemanfaatan layanan yang ada di Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Model AIDA marketing merupakan sebuah konsep yang menjelaskan mengenai langkah-langkah konsumen dalam merespon sebuah iklan. Tahapan dari metode AIDA terdiri dari *attention* (perhatian), *interest* (minat), *desire* (keinginan), dan *action* (tindakan). Model AIDA merupakan model sederhana yang dapat digunakan untuk mempromosikan atau memasarkan produk atau jasa kepada konsumen. Konsumen yang dimaksud di dalam perpustakaan yaitu pemustaka, sedangkan iklan yaitu unggahan promosi perpustakaan di akun instagram perpustakaan. Maka dari itu, model AIDA dapat digunakan untuk mengetahui respon dari pemustaka mengenai promosi perpustakaan yang dilakukan melalui instagram terhadap pemanfaatan layanan di perpustakaan.

Berdasarkan permasalahan yang diuraikan diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai **“Pengaruh Promosi Perpustakaan Melalui**

Instagram Terhadap Pemanfaatan Layanan di Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta”.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, peneliti mengembangkan rumusan masalah yaitu bagaimana pengaruh promosi perpustakaan menggunakan aspek AIDA (*attention, interest, desire, action*) melalui instagram terhadap pemanfaatan layanan di Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta?

1.3. Hipotesis

Siregar (2013, hlm. 38) menjelaskan bahwa hipotesis adalah dugaan adanya hubungan antara dua variabel atau lebih, yang digambarkan sebagai suatu pernyataan atau dugaan awal dari suatu fenomena yang harus diuji kebenarannya. Hipotesis yang disusun oleh peneliti sebagai berikut:

H_0 : Tidak ada pengaruh signifikan dari variabel x (promosi perpustakaan melalui instagram) terhadap variabel y (pemanfaatan layanan).

H_a : Terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel x (promosi perpustakaan melalui instagram terhadap variabel y (pemanfaatan layanan).

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan diatas, tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh promosi perpustakaan menggunakan aspek AIDA (*attention, interest, desire, action*) melalui instagram terhadap pemanfaatan layanan di Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

1.5. Manfaat Penelitian

Peneliti berharap penelitian ini dapat bermanfaat bagi berbagai pihak diantara lain:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dalam bidang akademik maupun dalam kehidupan sehari-hari dan menghasilkan pengetahuan dan wawasan yang mendukung kekayaan intelektual.

2. Manfaat Praktis

a) Bagi Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi dan rekomendasi bagi pustakawan dan tim media sosial perpustakaan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta dalam meningkatkan promosi perpustakaan melalui instagram kepada mahasiswa UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

b) Bagi Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan acuan dan rekomendasi bagi penelitian selanjutnya.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan penelitian ini terdiri dari lima bab yang disusun secara sistematis. Adapun sistematika dalam penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan, yaitu berisi penjelasan atau uraian mengenai latar belakang penelitian, rumusan masalah penelitian, tujuan penelitian, hipotesis, manfaat penelitian dan sistematika penulisan penelitian.

Bab II Tinjauan Pustaka dan Landasan Teori, yaitu berisi penelitian terdahulu terkait dengan permasalahan dalam penelitian ini yang ditulis oleh peneliti lain dan studi pustaka yang mendukung pembahasan terkait dengan permasalahan yang diteliti dalam penelitian ini.

Bab III Metode Penelitian, yaitu berisi metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu desain penelitian, populasi dan sampel penelitian, instrumen penelitian, prosedur penelitian dan analisis data.

Bab IV Pembahasan, yaitu berisi paparan hasil penelitian yang ditemukan berdasarkan hasil pengolahan dan analisis data dengan berbagai kemungkinan bentuk yang sesuai dengan rumusan masalah penelitian dan diuraikan secara deskriptif.

Bab V Kesimpulan, yaitu berisi kesimpulan dari hasil penelitian yang telah diteliti dan mengemukakan hal-hal penting yang dapat dimanfaatkan dari hasil penelitian tersebut.

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh promosi perpustakaan melalui instagram menggunakan aspek *AIDA* terhadap pemanfaatan layanan di Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Jumlah responden dalam penelitian ini yaitu 100 orang. Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data menggunakan uji regresi linier sederhana yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Promosi perpustakaan melalui instagram berpengaruh terhadap pemanfaatan layanan di Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Nilai korelasi sebesar 0,642 yang berarti hubungan antara promosi perpustakaan melalui instagram dengan pemanfaatan layanan perpustakaan adalah kuat. Maka dapat disimpulkan bahwa promosi perpustakaan memiliki pengaruh yang kuat terhadap pemanfaatan layanan di perpustakaan.
3. Variasi promosi perpustakaan melalui instagram dapat menjelaskan variasi dari pemanfaatan layanan perpustakaan sebesar 40,6%, sisanya 59,6% dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak dicantumkan pada penelitian ini.
4. Nilai persentase dari variabel X adalah indikator *attention* sebesar 80,95%, indikator *interest* sebesar 81,85%, indikator *desire* sebesar 73,25%, indikator *action* sebesar 76,60%. Nilai persentase dari variabel Y adalah indikator kunjungan pemustaka ke perpustakaan sebesar 74,91%, indikator frekuensi

peminjaman sebesar 72,82%, dan indikator pemahaman pemustaka mengenai perpustakaan sebesar 82,25%.

5. Persentase yang paling rendah dari variabel X (promosi perpustakaan melalui instagram) adalah *desire* (keinginan) dan persentase yang paling rendah dari variabel Y (pemanfaatan layanan perpustakaan) adalah frekuensi peminjaman.

5.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan penelitian yang telah diuraikan diatas, peneliti memberikan saran kepada Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai berikut:

1. Memproduksi konten dengan aplikasi dapat membuat desain menjadi lebih variatif dan membangkitkan keinginan pemustaka datang ke perpustakaan.
2. Mengaktifkan promosi perpustakaan melalui media sosial selain instagram seperti media sosial Twitter dan Tiktok.
3. Menambah koleksi pada layanan serial dan corner yang sesuai dengan kebutuhan pemustaka dan mempromosikan koleksi yang ada di layanan serial dan layanan corner setiap bulannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Adumawati, T. B. (2017). *Hubungan Persepsi Pemustaka Tentang Sistem Layanan Tertutup (Closed Access) Dengan Pemanfaatan Layanan Perpustakaan Universitas Pendidikan Indonesia* / repository.upi.edu / perpustakaan.upi.edu [Universitas Pendidikan Indonesia]. <http://repository.upi.edu/29108/>
- Annur, C. M. (2021). *Ada 91 Juta Pengguna Instagram di Indonesia, Mayoritas Usia Berapa*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/11/15/ada-91-juta-pengguna-instagram-di-indonesia-mayoritas-usia-berapa>
- Azwar, M., & Sulthonah, S. (2018). The Utilization of Instagram as a Media Promotion. *Journal of Islam and Humanities*, 2(2). <http://journal.uinjkt.ac.id/index.php/insaniyat/article/view/7320/pdf>
- Basuki, S. (2010). *Materi Pokok Pengantar Ilmu Perpustakaan*. Universitas Terbuka.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hafilah, N. N. (2019). *Pengaruh Promosi Perpustakaan Melalui Media* (Issue 206) [Universitas Pendidikan Indonesia]. <http://repository.upi.edu/41456/>
- Undang-undang Republik Indonesia No. 43 Tahun 2007, Pub. L. No. No. 43 Tahun 2007 (2007).
- Indonesia. (2018). *Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Kelima* (5th ed.). Adi Perkasa.
- Irso. (2020). *Dirjen PPI: Survei Penetrasi Pengguna Internet di Indonesia Bagian Penting dari Transformasi Digital*. Kominfo. https://www.kominfo.go.id/content/detail/30653/dirjen-ppi-survei-penetrasi-pengguna-internet-di-indonesia-bagian-penting-dari-transformasi-digital/0/berita_satker
- Istiana, P. (2014). *Layanan Perpustakaan*. Ombak.
- Jamaluddin. (2014). Jamaluddin / JUPITER Vol.XIII no.1(2014), hal 1-8 Pengaruh Pemanfaatan Layanan Perpustakaan Terhadap Prestasi Belajar Mahasiswa Di Universitas Hasanuddin. *Jupiter Vol. XIII No. 1 (2014), Hal 1-8, 1(1)*. file:///D:/FILE DELIZA/2021/kajian_vosviewer/JOM FKIP/2017/BHS. INDONESIA/1669-Article Text-2830-1-10-20170416.pdf
- Johar, D. S., Kumadji, S., & Mawardi, M. K. (2015). Pengaruh AIDA (Attention, Interest, Desire, Action) Terhadap Efektifitas Iklan Online (Survei pada Pembeli di Toko Online Adorable Project). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 26 No. 1, 26(1)*. <https://www.neliti.com/publications/86248/pengaruh-aida-attention-interest-desire-action-terhadap-efektifitas-iklan-online>
- Kumari, D., Scholar, R., Iqbal, J., Firdaus, S., & Khan, N. (2014). Awareness and Utilization of Library Services among Users of Select Women's College Libraries in Aligarh: a Comparative Study. *International Research: Journal of Library & Information Science* /, 4(2), 214–231. <http://irjlis.com/wp-content/uploads/2014/07/1-IR226.pdf>
- Kurniawan, Agung Widhi dan Puspitaningtyas, Z. (2016). *Metode Penelitian*

Kuantitatif. Pandiva Buku.

- Mustafa, B. (2012). *Materi Pokok Promosi Jasa Perpustakaan*. Universitas Terbuka. Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. (2012a). *Sejarah Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta*. Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. <http://lib.uin-suka.ac.id/2012/06/12/sejarah/>
- Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. (2012b). *Sekilas SUKA Library*. Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. <http://lib.uin-suka.ac.id/2012/06/11/sekilas-perpustakaan/>
- Pusparisa, Y. (2021). *Daftar Negara Pengguna Smartphone Terbanyak, Indonesia Urutan Berapa*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/07/01/daftar-negara-pengguna-smartphone-terbanyak-indonesia-urutan-berapa>
- Riduwan. (2014). *Metode & Teknik Penyusunan Proposal Penelitian*. Alfabeta.
- Samiyati, S., Suratmi, I., & Santoso, J. (2021). Pemanfaatan Layanan Perpustakaan dan Prestasi Akademis Mahasiswa. *Abdi Pustaka: Jurnal Perpustakaan Dan Kearsipan*, 1(1), 32–38. <https://doi.org/10.24821/jap.v1i1.5915>
- Santoso, A. P. (2017). *Pengaruh Konten Post Instagram Terhadap Online Engagement: Studi Kasus Pada Lima Merek Pakaian Wanita* [Institut Teknologi Sepuluh Nopember]. <https://repository.its.ac.id/2450/>
- Saputro, T. Y. A. S. (2019). *Pemanfaatan Instagram oleh Perpustakaan Institut Teknologi Bisnis Kalbis* [Universitas UIN Syarif Hidayatullah]. <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/46037>
- Setiawan, H. (2014). Efektivitas Kegiatan Orientasi Perpustakaan (Studi Eksplanatif Tentang Efektivitas Kegiatan Orientasi Perpustakaan Terhadap Pemanfaatan Layanan pada Perpustakaan Universitas Airlangga Surabaya). *Libri-Net*, 3(1), 486–503. <http://journal.unair.ac.id/download-fullpapers-lnc45c602bb4full.pdf>
- Shofian, F. (2015). Efektivitas Metode Attention, Interest, Desire, Action (AIDA) Dalam Advertising Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk PT. Djarum (Djarum Super). *UDiNus Repository*. <http://eprints.dinus.ac.id/17183/>
- Siregar, S. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*. Prenadamedia Group.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Suharso, Putut dan Muntiah, A. (2020). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Pada Perpustakaan Perguruan Tinggi. *EduLib*, 10(1), 1–14. <https://doi.org/10.17509/edulib.v10i1.20984>
- Suharso, P., & Pramesti, A. N. (2019). Promosi Perpustakaan Melalui Instagram: Studi di Perpustakaan Universitas Airlangga. *Publication Library And Information Science*, 3(2). <http://journal.umpo.ac.id/index.php/PUBLIS/article/view/2074>
- Sujatna. (2016). *Promosi Perpustakaan*. Mahara Publishing.
- Suwarno, W. (2011). *Perpustakaan & Buku: Wacana Penulisan & Penerbitan*. Ar-Ruzz Media.
- Tapscott, D. (2009). *Grown Up Digital: How the Net Generation is Changing Your World*. McGraw-Hill.