

**PENGARUH PROMOSI MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
TERHADAP PEMANFAATAN PERPUSTAKAAN DI PERPUSTAKAAN
UNU YOGYAKARTA**

SKRIPSI

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



Oleh :

Fattin Ayu Uswatun Khasanah

21101040032

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

2025

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-725/Un.02/DA/PP.00.9/05/2025

Tugas Akhir dengan judul : Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Pemanfaatan Perpustakaan di Perpustakaan UNU Yogyakarta

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : FATTIN AYU USWATUN KHASANAH
Nomor Induk Mahasiswa : 21101040032
Telah diujikan pada : Selasa, 22 April 2025
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

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

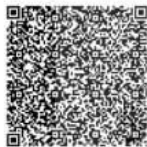
TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang

Dr. Tafrikhuddin, S.Ag., M.Pd.
SIGNED

Valid ID: 682a5388940c4



Penguji I

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

Valid ID: 68219d5316026



Penguji II

Amalia Azka Rahmayani, M.Sc.
SIGNED

Valid ID: 6826c2414605f



Yogyakarta, 22 April 2025
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Adab dan Ilmu Budaya

Prof. Dr. Nurdin, S.Ag., S.S., M.A.
SIGNED

Valid ID: 682be8e0542af

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya :

Nama : Fattin Ayu Uswatun Khasanah

NIM : 21101040032

Program Studi : Ilmu Perpustakaan

Fakultas : Adab dan Ilmu Budaya

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul "Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Pemanfaatan Perpustakaan di Perpustakaan UNU Yogyakarta" adalah hasil karya peneliti sendiri dan bukan plagiat dari karya orang lain, kecuali secara tertulis disitir mengikuti standar dan prosedur ilmiah serta tercantum dalam daftar pustaka. Apabila di kemudian hari terbukti merupakan plagiat dari hasil karya orang lain, maka segala tanggung jawab ada pada peneliti sendiri.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dan dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Yogyakarta, 13 Maret 2025

Yang :



Fattin Ayu Uswatun Khasanah

21101040032

Dr. Tafrikhuddin, S.Ag.M.Pd

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

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	: Fattin Ayu Uswatun Khasanah
NIM	: 21101040032
Program Studi	: Ilmu Perpustakaan
Fakultas	: Adab dan Ilmu Budaya
Judul	: Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Pemanfaatan Perpustakaan di Perpustakaan UNU Yogyakarta

Dapat diajukan sabagai 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, 13 Maret 2025

Pembimbing,



Dr. Tafrikhuddin, S.Ag.M.Pd
NIP. 19730205 199903 1 003

HALAMAN PERSEMBAHAN

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

Kepada orang tua, bapak dan almarhumah ibu beserta keluarga besar yang telah mendukung saya selama ini.

Orang-orang yang selalu mendukung dan menyayangi saya selama ini.



MOTTO

Pengetahuan adalah kunci kesuksesan yang tak ternilai

-Albert Einstein-



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

INTISARI

PENGARUH PROMOSI MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP PEMANFAATAN PERPUSTAKAAN DI PERPUSTAKAAN UNU YOGYAKARTA

Fattin Ayu Uswatun Khasanah
21101040032

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh promosi melalui media sosial Instagram menggunakan metode AISAS terhadap pemanfaatan perpustakaan di Perpustakaan UNU Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif inferensial. Subjek dari penelitian ini yaitu pengikut akun instagram @perpustakaanunuyogya, sedangkan objeknya adalah pemanfaatan perpustakaan. Teknik pengambilan sampel yaitu menggunakan *insidental sampling* dengan jumlah responden sebanyak 95 orang. Metode pengumpulan data yang digunakan yaitu kuisioner, observasi, dan wawancara. Pengukuran data yang digunakan yaitu skala likert dengan empat pilihan jawaban. Analisis data yang digunakan yaitu regresi linier sederhana. Hasil dari uji hipotesis menunjukkan bahwa H_a diterima, artinya terdapat pengaruh yang signifikan dari promosi melalui media sosial Instagram terhadap pemanfaatan perpustakaan. Hasil uji regresi linier sederhana menunjukkan bahwa promosi melalui media sosial instagram terhadap pengaruh pemanfaatan perpustakaan berpengaruh sebesar 66,3%, sedangkan sisanya sebesar 33,7% dipengaruhi faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Promosi Perpustakaan, Instagram, AISAS (*Attention, Interest, Search, Action, Share*), Pemanfaatan Perpustakaan, Media Sosial

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

ABSTRACT

THE EFFECT OF PROMOTION THROUGH INSTAGRAM SOCIAL MEDIA ON LIBRARY UTILIZATION AT UNU YOGYAKARTA LIBRARY

Fattin Ayu Uswatun Khasanah
21101040032

This study aims to determine the effect of promotion through Instagram social media using the AISAS method on library utilization at UNU Yogyakarta Library. This study uses an inferential quantitative method. The subjects of this study were followers of the Instagram account @perpustakaanunuyogya, while the object was library utilization. The sampling technique used incidental sampling with a total of 95 respondents. The data collection methods used were questionnaires, observations, and interviews. The data measurement used was a Likert scale with four answer choices. The data analysis used was simple linear regression. The results of the hypothesis test showed that H_a was accepted, meaning that there was a significant effect of promotion through Instagram social media on library utilization. The results of the simple linear regression test show that promotion through Instagram social media has an effect on the use of libraries of 66.3%, while the remaining 33.7% is influenced by other factors not discussed in this study.

Keywords: Library Promotion, Instagram, AISAS (Attention, Interest, Search, Action, Share), Library Utilization, Social Media

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum warahmatullahiwabarakatuh

Segala puji dan syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya kepada peneliti. Sholawat serta salam selalu kita panjatkan kepada Nabi Muhammad SAW yang selalu dinantikan syafaatnya. Atas izin Allah SWT dan bantuan dari berbagai pihak, akhirnya peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Promosi Melalui Instagram Terhadap Pemanfaatan Perpustakaan di Perpustakaan UNU Yogyakarta” dengan lancar. Peneliti mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dan memberikan dukungan selama penyusunan tugas akhir ini. Pada kesempatan ini peneliti mengucapkan terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. Nurdin, S.Ag., S.S., M.A. selaku Dekan Fakultas Adab dan Ilmu Budaya UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Muhammad Ainul Yaqin, S.Pd, M.Ed., selaku Ketua Program Studi Ilmu Perpustakaan.
3. Dr. Tafrihuddin, S.Ag. M.Pd., selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan arahan, bimbingan serta nasehat-nasehat dan dukungan 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. Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

6. Tia Dyan Wilujeng, S.IP, Nur Istiana, S.IP dan Silvia Dwi Riyanti S.IP, selaku pustakawan Perpustakaan UNU Yogyakarta yang telah membantu dalam pengambilan data.
7. Bapak saya Muhammad Hasan, yang tak henti-hentinya mendoakan, memberi semangat, motivasi, dan mendukung dalam segala hal apapun.
8. Almarhumah kedua ibu saya, yang telah melahirkan dan merawat, memberikan dukungan apapun kepada saya selama hidupnya.
9. Seluruh keluarga besar saya, saudara-saudara saya yang selalu memberikan semangat.
10. Razed Bagas Saputra yang masih setia dengan saya sejak awal masuk kuliah hingga saat ini, serta selalu memberikan dukungan dan support dalam hal apapun.
11. Silvia Sayyidatul Aqma dan, selaku partner bimbingan dan partner kesana kemari untuk penelitian.
12. Teman-teman tercinta saya Linda, Lita, Mifta, Lisa, Silvi, Lita, Nuna, Naila, Qotrun, dan Fadhila yang selalu mau direpotkan selama masa-masa kuliah.
13. Teman-teman program studi Ilmu Perpustakaan Kelas B angkatan 2021.
14. Semua pihak yang telah berkontribusi dalam membantu penelitian serta penyusunan skripsi.

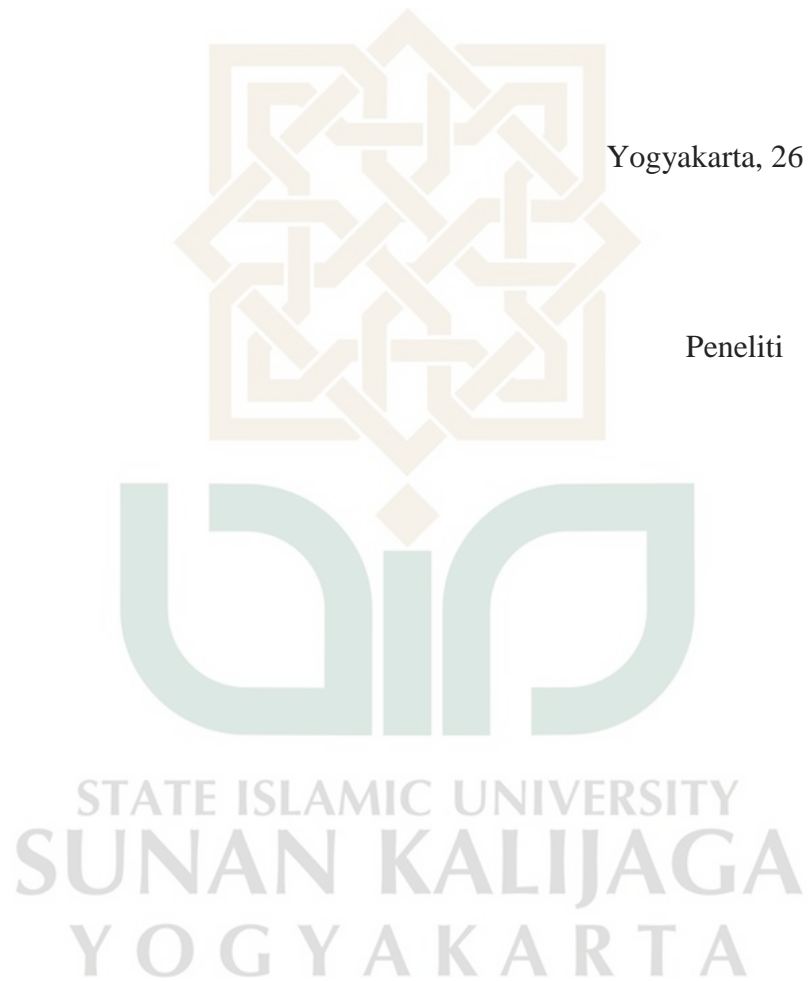
Semoga Allah membalas kebaikan yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi pihak lain.

Terimakasih.

Wassalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh

Yogyakarta, 26 Januari 2025

Peneliti



DAFTAR ISI

JUDUL	i
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.....	xviii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.5 Hipotesis	6
1.6 Sistematika Penulisan	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI	8
2.1 Tinjauan Pustaka.....	8
2.2 Landasan Teori.....	12
2.2.1 Pengaruh	13
2.2.2 Promosi Perpustakaan	14
2.2.3 Model Promosi AISAS.....	19
2.2.4 Media Sosial.....	22

2.2.5 Pemanfaatan Perpustakaan.....	25
2.2.6 Perpustakaan Perguruan Tinggi	26
BAB III METODE PENELITIAN.....	27
3.1 Jenis Penelitian.....	27
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian.....	27
3.3 Subjek dan Objek Penelitian	28
3.4 Populasi dan Sampel Penelitian	28
3.5 Variabel Penelitian.....	29
3.6 Instrumen Penelitian	30
3.7 Pengumpulan Data	30
3.8 Validasi Data.....	32
3.9 Analisis Data	33
BAB IV PEMBAHASAN.....	39
4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	39
4.1.1 Sejarah Singkat Perpustakaan UNU Yogyakarta.....	39
4.1.2 Visi dan Misi.....	40
4.1.3 Struktur Organisasi	41
4.1.4 Layanan Perpustakaan	41
4.1.5 Fasilitas Perpustakaan	46
4.1.6 Koleksi Perpustakaan.....	47
4.2 Gambaran Umum Konten Instagram dan Tim Produksi	47
4.3 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen	50
4.3.1 Hasil Uji Validitas.....	50
4.3.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	51
4.4 Hasil Analisis Data	52
4.4.1 Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	52
4.4.2 Hasil Uji Asumsi Klasik	80
4.4.3 Hasil Uji Hipotesis	82
4.4.4 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana	82
4.5 Pembahasan Hasil Penelitian	84

BAB V PENUTUP.....	86
5.1 Simpulan	86
5.2 Saran	86
DAFTAR PUSTAKA	88
LAMPIRAN.....	91



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Perbedaan dan Persamaan Penelitian Sebelumnya	11
Tabel 3.1 Kisi-Kisi Instrumen Penelitian Variabel X	31
Tabel 3.2 Kisi-Kisi Instrumen Penelitian Variabel Y	31
Tabel 3.3 Pengukuran Instrumen Skala Likert.....	32
Tabel 3.4 Interpretasi Analisis Deskriptif	35
Tabel 4.1 Fasilitas Perpustakaan	48
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel X dan Y	50
Tabel 4.3 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X dan Y	52
Tabel 4.4 Hasil Uji Statistik Deskriptif Variabel X1	52
Tabel 4.5 Hasil Uji Statistik Deskriptif Variabel X2	53
Tabel 4.6 Hasil Uji Statistik Deskriptif Variabel X3	54
Tabel 4.7 Hasil Uji Statistik Deskriptif Variabel X4	54
Tabel 4.8 Hasil Rekapitulasi Uji Statistik Deskriptif Indikator <i>Attention</i>	55
Tabel 4.9 Hasil Uji Statistik Deskriptif Variabel X5	56
Tabel 4.10 Hasil Uji Statistik Deskriptif Variabel X6	56
Tabel 4.11 Hasil Uji Statistik Deskriptif Variabel X7	57
Tabel 4.12 Hasil Rekapitulasi Uji Statistik Deskriptif Indikator <i>Interest</i>	58
Tabel 4.13 Hasil Uji Statistik Deskriptif Variabel X8	58
Tabel 4.14 Hasil Uji Statistik Deskriptif Variabel X9	59
Tabel 4.15 Hasil Uji Statistik Deskriptif Variabel X10	60
Tabel 4.16 Hasil Uji Statistik Deskriptif Variabel X11	60
Tabel 4.17 Hasil Rekapitulasi Uji Statistik Deskriptif Indikator <i>Search</i>	61
Tabel 4.18 Hasil Uji Statistik Deskriptif Variabel X12	62
Tabel 4.19 Hasil Uji Statistik Deskriptif Variabel X13	62
Tabel 4.20 Hasil Uji Statistik Deskriptif Variabel X14	63
Tabel 4.21 Hasil Rekapitulasi Uji Statistik Deskriptif Indikator <i>Action</i>	64
Tabel 4.22 Hasil Uji Statistik Deskriptif Variabel X15	64

Tabel 4.23 Hasil Uji Statistik Deskriptif Variabel X16	65
Tabel 4.24 Hasil Uji Statistik Deskriptif Variabel X17	66
Tabel 4.25 Hasil Rekapitulasi Uji Statistik Deskriptif Indikator <i>Share</i>	66
Tabel 4.26 Hasil Uji Statistik Deskriptif Variabel Y1	68
Tabel 4.27 Hasil Uji Statistik Deskriptif Variabel Y2	69
Tabel 4.28 Hasil Uji Statistik Deskriptif Variabel Y3	69
Tabel 4.29 Hasil Rekapitulasi Uji Statistik Deskriptif Indikator Aktivitas Membaca Buku	70
Tabel 4.30 Hasil Uji Statistik Deskriptif Variabel Y4	71
Tabel 4.31 Hasil Uji Statistik Deskriptif Variabel Y5	71
Tabel 4.32 Hasil Uji Statistik Deskriptif Variabel Y6	72
Tabel 4.33 Hasil Rekapitulasi Uji Statistik Deskriptif Indikator Peminjaman Buku Koleksi Perpustakaan	73
Tabel 4.34 Hasil Uji Statistik Deskriptif Variabel Y7	73
Tabel 4.35 Hasil Uji Statistik Deskriptif Variabel Y8	74
Tabel 4.36 Hasil Uji Statistik Deskriptif Variabel Y9	75
Tabel 4.37 Hasil Rekapitulasi Uji Statistik Deskriptif Indikator Memperoleh Informasi	75
Tabel 4.38 Hasil Uji Statistik Deskriptif Variabel Y10	76
Tabel 4.39 Hasil Uji Statistik Deskriptif Variabel Y11	77
Tabel 4.40 Hasil Uji Statistik Deskriptif Variabel Y12	77
Tabel 4.41 Hasil Uji Statistik Deskriptif Variabel Y13	78
Tabel 4.42 Hasil Rekapitulasi Uji Statistik Deskriptif Indikator Waktu Kunjungan Perpustakaan	79
Tabel 4.43 Hasil Uji Normalitas	80
Tabel 4.44 Hasil Uji Linieritas	81
Tabel 4.45 Hasil Uji Signifikansi F	82
Tabel 4.46 Hasil Uji Regresi Linier	83
Tabel 4.47 Hasil Uji Regresi Linier	83

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Statistik Jumlah Like Instagram Perpustakaan 2024	49
Gambar 4.2 Hasil Rekapitulasi Variabel X.....	67
Gambar 4.3 Hasil Rekapitulasi Variabel Y	79



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Draft Kuisisioner	91
Lampiran 2 Pedoman Observasi	97
Lampiran 3 Pedoman Wawancara	97
Lampiran 4 Penyebaran Angket Kuisisioner	97
Lampiran 5 Surat Izin Penelitian.....	99
Lampiran 6 Surat Balasan Izin Penelitian.....	100
Lampiran 7 Perpustakaan UNU Yogyakarta.....	101
Lampiran 8 Hasil Uji Validitas	102
Lampiran 9 CV Penulis.....	112



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perpustakaan merupakan lembaga non profit yang bergerak dalam penyedia jasa guna memenuhi segala kebutuhan informasi. Menurut Undang-Undang Dasar Republik Indonesia Nomor 43 Tahun 2007 Pasal 1 perpustakaan merupakan sebuah institusi pengelola koleksi karya tertulis, cetak, rekaman secara profesional menggunakan sistem baku guna memenuhi kebutuhan informasi dan rekreasi pemustaka (UUD RI, 2009). Pada era globalisasi saat ini kebutuhan informasi seseorang akan semakin bervariasi. Perpustakaan bisa menjadi kebutuhan primer seseorang pada bidang ilmu pengetahuan serta sebagai sarana belajar mandiri. Maka dari itu, perpustakaan sebagai salah satu tempat penyedia informasi harus bisa menjalankan fungsinya dengan baik. Perpustakaan sangat berperan dalam dunia pendidikan, mulai dari jenjang sekolah dasar hingga perguruan tinggi. Perpustakaan perguruan tinggi berperan sebagai penyedia koleksi guna memenuhi kebutuhan pendidikan, penelitian, dan pengabdian masyarakat (Khotijah, Koerniawati, & Lestari, 2022, hlm. 113). Perpustakaan perguruan tinggi merupakan gudang dari segala informasi yang dibutuhkan terutama para mahasiswa, dosen, dan civitas akademik. Maka dari itu, perpustakaan perlu melakukan upaya melalui sebuah komunikasi agar segala bentuk informasi dan layanan yang disediakan dapat dimanfaatkan dengan baik oleh pemustaka (Anugrah, 2022, hlm. 3). Upaya yang dapat dilakukan perpustakaan untuk menarik pemustaka dan calon pemustaka salah satunya yaitu melalui promosi.

Promosi disebut juga sebagai bentuk pengenalan. Menurut Fandy Tjiptono dalam (Shaid, 2022), promosi merupakan bentuk komunikasi pemasaran yang mempunyai tujuan untuk menyebarkan informasi, mempengaruhi, membujuk serta meningkatkan pasar sasaran atas perusahaan. Promosi perpustakaan memiliki tujuan guna menyampaikan informasi kepada pemustaka mengenai kegiatan maupun layanan yang disediakan oleh perpustakaan tersebut. Kegiatan promosi bisa dilakukan dengan menggunakan media cetak, media elektronik, media non massa serta media pertemuan (Harahap, 2021, hlm. 110). Saat ini promosi yang dilakukan perpustakaan cukup beragam. Salah satunya adalah memanfaatkan media sosial seperti Facebook, Instagram, dan Twitter.

Perpustakaan saat ini juga mengikuti perkembangan teknologi dalam menggunakan media sosial. Saat ini media sosial juga digunakan sebagai media promosi perpustakaan. Hal ini dikarenakan pemustaka berasal dari generasi Y, Z, dan *alpha* yang tentunya generasi tersebut sangat dekat sekali dengan dunia teknologi (Dari & Zulaikha, 2023, hlm. 22). Didukung data dari *We Are Social* pada tahun 2024 bahwa pengguna media sosial di Indonesia mencapai 167 juta. Pengguna Instagram di Indonesia menempati urutan keempat dengan total pengguna sebanyak 90 juta orang, yang di dominasi umur 18 – 34 tahun (Julius, 2024). Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa termasuk dalam rentang usia pengguna Instagram. Maka dari itu, perpustakaan memiliki peluang yang besar untuk melakukan promosi melalui Instagram dengan cara mengunggah konten digital melalui visualisasi yang bagus sehingga akan lebih menarik. Ketertarikan tersebut akan memicu pemustaka untuk berkunjung ke perpustakaan dan

memanfaatkan perpustakaan dengan baik, dengan hal itu maka fungsi perpustakaan akan berjalan dengan lancar.

Salah satu perpustakaan yang melakukan promosi menggunakan media sosial instagram yaitu Perpustakaan Universitas Nahdatul Ulama Yogyakarta. Perpustakaan ini melakukan promosi melalui akun instagram yaitu @perpustakaanunuyogyakarta dengan total pengikut 1.492 per tanggal 26 September 2024. Namun, dengan banyaknya pengikut tersebut yang memberikan respon *like* rata-rata setiap unggahan 40-50 *like* dan jarang ada yang memberikan komentar. Pada akun Instagram tersebut jarang mengunggah konten yang berkaitan dengan fasilitas dan layanan perpustakaan. Total unggahan konten yang berkaitan dengan fasilitas dan layanan perpustakaan selama tahun 2023-2025 berjumlah 10 postingan . Maka dari itu, pemustaka tidak akan mengetahui fasilitas dan layanan apa yang disediakan jika hanya melihat melalui akun instagramnya saja serta tidak mengunjunginya secara langsung. Berdasarkan hasil wawancara, pustakawan memiliki beberapa kendala dalam pengelolaan konten instagram.

Kendala yang dialami pustakawan yaitu terbatasnya SDM, karena di perpustakaan tersebut hanya memiliki tiga pustakawan. Maka dari itu, satu pustakawan memegang beberapa *jobdesc* dan tanggung jawab. Oleh karena itu, fokus pengelolaan instagram menjadi agak sulit padahal perpustakaan memiliki target dalam satu minggu dua kali postingan. Namun, terkadang target tersebut tidak tercapai sehingga *insight*-nya menurun. Berdasarkan hasil wawancara kepada pustakawan bahwa rata-rata *viewer story* 180-200, video *reels* 2.900, dan *feeds* 2.000. Berdasarkan hasil observasi serta wawancara peneliti pada tanggal 30

September 2024 dan 15 November 2024 tingkat kunjungan perpustakaan tidak terlalu ramai. Hal ini yang menjadi perhatian apakah adanya promosi melalui instagram dapat mempengaruhi pemanfaatan perpustakaan di Perpustakaan Universitas Nahdlatul Ulama Yogyakarta.

Kemudian alasan peneliti mengambil lokasi penelitian di Perpustakaan Universitas Nahdlatul Ulama Yogyakarta yaitu dikarenakan Perpustakaan Universitas Nahdlatul Ulama Yogyakarta baru berdiri dan diresmikan pada tanggal 25 September 2017. Sedangkan gedung ini baru digunakan untuk aktivitas kuliah mulai tanggal 25 September 2023, karena sebelumnya gedung ini hanya digunakan untuk kegiatan seminar, pertemuan, dan masa orientasi mahasiswa baru. Maka dari itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian di perpustakaan tersebut guna mengetahui apakah perpustakaan berhasil dalam melakukan promosinya sehingga akhirnya banyak yang mengetahui kemudian memanfaatkannya. Pustakawannya juga sangat terbuka jika ada suatu hal yang diperlukan oleh peneliti.

Berdasarkan paparan latar belakang di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terkait Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Pemanfaatan Perpustakaan di Perpustakaan UNU Yogyakarta. Dimana “Promosi Melalui Media Sosial Instagram” merupakan variabel X, dan “Pemanfaatan Perpustakaan” adalah variabel Y.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang di atas yang menjadi rumusan masalah yaitu :

1. Bagaimana promosi melalui media sosial Instagram di Perpustakaan UNU Yogyakarta?
2. Bagaimana pemanfaatan Perpustakaan UNU Yogyakarta?
3. Bagaimana pengaruh promosi perpustakaan melalui media sosial Instagram terhadap pemanfaatan perpustakaan di Perpustakaan UNU Yogyakarta?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui promosi melalui media sosial Instagram di Perpustakaan UNU Yogyakarta
2. Untuk mengetahui pemanfaatan Perpustakaan UNU Yogyakarta
3. Untuk mengetahui pengaruh promosi melalui media sosial Instagram terhadap pemanfaatan perpustakaan di Perpustakaan UNU Yogyakarta

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis :
 - a. Dapat menjadi rujukan untuk penelitian selanjutnya dalam topik yang serupa

- b. Untuk menambah wawasan penelitian dalam bidang terkait terutama mengenai promosi perpustakaan
- c. Dapat memberikan informasi mengenai pengaruh promosi terhadap pemanfaatan perpustakaan

2. Manfaat Praktis

- a. Pihak Perpustakaan UNU Yogyakarta, memberikan gambaran serta dapat memberikan saran sebagai evaluasi kedepannya.
- b. Pihak peneliti, menambah pemahaman dan pengetahuan terkait topik penelitian tersebut
- c. Pihak pembaca, mendapatkan ilmu baru mengenai pengaruh promosi melalui media sosial Instagram terhadap pemanfaatan perpustakaan

1.5 Hipotesis

Hipotesis merupakan dugaan sementara terhadap rumusan masalah penelitian yang dijabarkan dalam bentuk kalimat. Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan diatas, maka hipotesis dalam penelitian ini yaitu :

H_0 : promosi perpustakaan melalui media sosial Instagram tidak berpengaruh terhadap pemanfaatan perpustakaan.

H_1 : promosi perpustakaan melalui media sosial Instagram berpengaruh terhadap pemanfaatan perpustakaan.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini memiliki tujuan untuk menunjukkan rangkaian pembahasan serta penulisan secara sistematis guna memperjelas kerangka skripsi.

Berikut sistematika penulisannya :

BAB I Pendahuluan, pada bab ini terdiri atas latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat, serta hipotesis yang harus di uji pada penelitian.

BAB II Tinjauan Pustaka dan Landasan Teori, pada bab ini terdiri atas tinjauan pustaka yang berisi penelitian terdahulu yang relevan, kemudian landasan teori berisi teori-teori yang akan menjadi acuan pada penelitian ini.

BAB III Metode Penelitian, pada bab ini terdiri atas jenis penelitian yang digunakan, tempat, waktu, subjek, objek, variabel, instrumen, populasi, sampel, teknik pengumpulan data, validasi data, serta analisis data yang akan digunakan.

BAB IV Hasil dan Pembahasan, pada bab ini terdiri atas gambaran umum tempat penelitian serta hasil analisis data yang telah dilakukan oleh peneliti.

BAB V Penutup, pada bab ini terdiri atas simpulan dari hasil penelitian serta saran.

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh promosi melalui media instagram menggunakan aspek *AISAS* terhadap pemanfaatan perpustakaan di Perpustakaan UNU Yogyakarta. Responden yang digunakan dalam penelitian ini yaitu 95 orang. Berdasarkan data yang telah diperoleh kemudian diuji menggunakan regresi linier sederhana, maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Hasil deskriptif mengenai variabel promosi melalui media sosial instagram dan variabel pemanfaatan perpustakaan pada tiap indikator memiliki nilai rata-rata yang berada pada skala sangat baik dan baik.
2. Promosi melalui media sosial instagram berpengaruh terhadap pemanfaatan perpustakaan.
3. Promosi melalui media sosial instagram berpengaruh positif sebesar 66,3% terhadap pemanfaatan perpustakaan.

5.2 Saran

Berdasarkan simpulan yang telah diuraikan di atas, peneliti akan memberikan saran untuk Perpustakaan UNU Yogyakarta dan untuk peneliti selanjutnya :

1. Saran untuk Perpustakaan UNU Yogyakarta :
 - a. Menambah staf perpustakaan yang bertugas untuk fokus pengelolaan media sosial, agar kegiatan promosi dapat maksimal.

- b. Memproduksi konten melalui media sosial lainnya seperti tik-tok, facebook, twitter, dan sebagainya.
 - c. Selain mempromosikan melalui media sosial sebaiknya juga mempromosikan melalui kegiatan seperti pameran, atau mengadakan lomba.
 - d. Memberikan *reward* atau *gift away* kepada pemustaka yang sering berkunjung dan meminjam buku agar semakin tertarik memanfaatkannya.
2. Saran untuk peneliti selanjutnya :
- a. Peneliti mengkaji lebih rinci lagi mengenai pemanfaatan perpustakaan, misalnya pemanfaatan pada layanannya, koleksinya, fasilitasnya.
 - b. Menggunakan metode yang berbeda serta teori yang terbaru

DAFTAR PUSTAKA :

- Antasari, C., & Pratiwi, R. D. (2022). Pemanfaatan Fitur Instagram Sebagai Sarana Komunikasi Pemasaran Kedai Babakkeroyokan di Kota Palu. *KINESIK*, 9(2), 176–182.
- Anugrah, W. D. (2022). *Pengaruh Promosi Perpustakaan Melalui Instagram Terhadap Pemanfaatan Layanan di Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta* [Skripsi]. Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga.
- Arikunto, S. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* (VI). Jakarta: Rineka Cipta.
- Asa, M. A., & Samsuri. (2023). Efektivitas Penggunaan Instagram dan Twitter sebagai Media Pembelajaran PPKn Terhadap Tingkat Literasi Kewargaan. *Jurnal Kajian Pancasila dan Kewarganegaraan*, 12(02), 177–191.
- Chawla, Y., & Chodak, G. (2021). Social Media Marketing for Businesses: Organic Promotions of Web-Links on Facebook. *Journal of Business Research*, 135, 49–65.
- Dari, S. W., & Zulaikha, S. R. (2023). Pengaruh promosi perpustakaan melalui media sosial instagram terhadap minat kunjung pemustaka di Perpustakaan Universitas Mercu Buana Yogyakarta. *Al-Kuttab: Jurnal Kajian Perpustakaan, Informasi dan Kearsipan*, 5(1), 21–30.
- Ghozali, I. (2013). *Analisis Aplikasi Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21* (7 ed.). Semarang: Universitas Diponegoro.
- Gufroni, A. (2022). *Promosi Perpustakaan Berbasis Digital* (1 ed.). Lampung: CV IQRO.
- Harahap, W. R. (2021). Penerapan Strategi Promosi Perpustakaan. *JUPI (Jurnal Ilmu Perpustakaan dan Informasi)*, 6(1), 103–116.
- Irianto, A. (2015). *Statistik: Konsep dasar, aplikasi, dan pengembangan* (4 ed.). Jakarta: Prenamedia Grup.
- Julius, N. (2024, September 17). Data Jumlah Pengguna Instagram di Indonesia 2024. Diambil 18 September 2024, dari <https://upgraded.id/data-jumlah-pengguna-instagram-di-indonesia>
- KBBI daring. (2024). Arti kata promosi—Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Online. Diambil 8 Desember 2024, dari <https://kbbi.web.id/promosi>
- 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), 111–142.
- Mananohas, A., Rachmawati, T. S., & Anwar, R. K. (2023). Penggunaan media sosial dalam meningkatkan literasi kesehatan di “Ayah ASI Indonesia. *Journal of Library and Information Science V*, 3(1), 1–16.
- Mawadah, N. V. (2022). *Efektivitas Strategi Promosi Menggunakan Media Sosial Sebagai Usaha Menarik Minat Nasabah Dalam Memilih Produk Pada BPRS Gunung Slamet Cilacap* (hlm. xvii + 81 halaman) [Skripsi]. Purwokerto: UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri.
- Perpustakaan UNU Yogyakarta. (t.t.). UNU Jogja Library. Diambil 3 Mei 2025, dari Sejarah website: lib.unu-jogja.ac.id

- Prihatmojo, M. R. (2020). *Pengaruh Promosi Perpustakaan Terhadap Minat Pengunjung di Perpustakaan Taman Mini Indonesia Indah* (hlm. 1–86) [Skripsi]. Jakarta: UIN SYARIFHIDAYATULLAH.
- Putri, M. K., & Suharso, P. (2023). Pemanfaatan Instagram sebagai Media Promosi oleh Perpustakaan Nasional Republik Indonesia selama Pandemi Covid-19. *ANUVA : Jurnal kajian budaya, perpustakaan, dan informasi*, 7(2), 215–232.
- Rahmalia, M. (2022). *Pemanfaatan Perpustakaan Sebagai Sumber Belajar Sekolah Menengah Pertama (SMP) Unggul Yayasan Pendidikan Pembina Umat (YPPU) Sigli* (hlm. 61) [Skripsi]. Banda Aceh: UIN Ar-Rainry.
- Riski, M. A. (2021). Strategi promosi perpustakaan khusus: Studi pada Perpustakaan Museum Sonobudoyo Yogyakarta. *Al-Kuttab: Jurnal Kajian Perpustakaan, Informasi dan Kearsipan*, 3(2), 23–31. <https://doi.org/10.24952/ktb.v3i2.4149>
- Sagita, N. R., Octaviani, V., & Indria. (2023). Pengaruh Kualitas Barang Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Shopee. *Jurnal Multi Disiplin Dehasen (Mude)*, 2(2), 401–404.
- Saleh, A. R. (2018). *Perpustakaan Perguruan Tinggi Kini dan Masa Depan: Sebuah antologi pemikiran* (1 ed.). Jakarta: CV Sagung Seto.
- Sedyati, R. N. (2022). Perguruan Tinggi sebagai Agen Pendidikan dan Agen Pertumbuhan Ekonomi. *Jurnal Pendidikan Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi, dan Ilmu Sosial*, 16(1), 155–160. <https://doi.org/10.19184/jpe.v16i1.27957>
- Septiani, A. T., Wicaksono, H., & Erza, E. K. (2023). Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Pemanfaatan Perpustakaan pada Suku Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Jakarta Utara. *Pustabiblia: Journal of Library and Information Science*, 7(2), 155–168.
- Shaid, N. J. (2022, Oktober 21). Apa Itu Promosi: Pengertian, Tujuan, Jenis, dan Fungsinya Halaman all—Kompas.com. Diambil 17 September 2024, dari <https://money.kompas.com/read/2022/02/19/181905526/apa-itu-promosi-pengertian-tujuan-jenis-dan-fungsinya?page=all>
- Shutaleva, A. V., Novgorodsteva, A. N., & Ryapalova, O. S. (2021). Self-Presentation in Instagram: Promotion of a Personal Brand in Social Networks. *Economic Consultant*, 28–40.
- Simamora, B. (2008). *Panduan Riset Perilaku Konsumen* (1 ed.). Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyama, K., & Andree, T. (2011). *The Dentsu way: 9 lessons for innovation in marketing from the world's leading advertising agency*. New York: McGraw-Hill.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Cet 3). Bandung: Alfabeta.
- Suharso, P., Arifiyana, I. P., & Wasdiana, M. D. (2020). Layanan Perpustakaan Perguruan Tinggi dalam Menghadapi Pandemi Covid-19. *ANUVA : Jurnal kajian budaya, perpustakaan, dan informasi*, 4(2), 271–286.

- Sujatna. (2016). *Promosi Perpustakaan*. Banten: Mahara Publishing.
- Sulistiyawati. (2018). *Buku Ajar Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Penerbit K-Media.
- Syarifuddin, A. (2021). Pengaruh Pembelajaran Daring Selama Pandemi Covid-19 Terhadap Hasil Belajar Mahasiswa Program Studi Pendidikan Matematika STKIP Paris Barantai. *CENDEKIA: Jurnal Ilmiah Pendidikan*, 9(2), 198–209. <https://doi.org/10.33659/cip.v9i2.204>
- Theodora, D. T. (2021). Analisis Elemen AIDA Pada Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Perpustakaan di Dinas Arsip dan Perpustakaan Kabupaten Bandung. *Palimpsest: Jurnal Ilmu Informasi dan Perpustakaan*, 12(1), 44–65.
- Uluwiyah, A. N. (2022). *Strategi Bauran Promosi (Promotional Mix) dalam Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat* (1 ed.). Yogyakarta: CV Multi Pustaka Utama.