

Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Oleh UPT Perpustakaan Universitas Lampung

Mutiara^{1*}; Budhi Santoso²; Wahfiuddin Rahmad Harahap³

^{1,2,3}Program Studi Ilmu Perpustakaan, Fakultas Adab dan Humaniora,
UIN Raden Fatah Palembang

* Korespondensi: sahimutiara@gmail.com

Abstract

This study aimed to find out the use of social media Instagram as a means of promotion by UPT Lampung University Library and to find out what aspects need to be improved. The design of the study was a quantitative approach. The sample in this study were 99 respondents. The data collection method was a questionnaire with a Likert scale. The instrument validity test uses Product Moment, while the reliability test uses Cronbach Alpha. Data analysis in this study used the mean and grand mean formulas. The results of this study can be concluded that the use of social media Instagram as a means of promotion by the UPT Library of the University of Lampung is included in the "High" category with an average total value of 3.98 and is in the interval value of 3.40-4.20. While the aspect that must be improved is the Desire Aspect, with the lowest average value (3.90) compared to other aspect.

Keywords : Instagram, Social Media, Library Promotion

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pemanfaatan media sosial Instagram sebagai sarana promosi oleh UPT Perpustakaan Universitas Lampung dan untuk mengetahui aspek apa saja yang perlu ditingkatkan. Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 99 responden. Metode pengumpulan data yang utama yaitu kuesioner dengan skala *likert*. Uji validitas instrumen menggunakan *Product Moment*, sedangkan uji reliabilitas menggunakan *Cronbach Alpha*. Analisis data pada penelitian ini menggunakan rumus *mean* dan *Grand mean*. Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa pemanfaatan media sosial Instagram sebagai sarana promosi oleh UPT Perpustakaan Universitas Lampung adalah termasuk kategori “Tinggi” dengan nilai total rata-rata sebesar 3,98 dan berada pada nilai interval 3,40-4,20. Sedangkan aspek yang harus ditingkatkan ialah Aspek Desire, dengan nilai rata-rata terendah (3,90) dibandingkan dengan aspek lainnya.

Kata Kunci: Instagram, Media Sosial, Promosi Perpustakaan

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) banyak memberikan fasilitas untuk membangun interaksi, baik itu antar individu, komunitas, maupun institusi. Salah satu produk TIK yang semakin populer pada masyarakat saat ini adalah media sosial, yang bisa dimanfaatkan sebagai media komunikasi. (Noprianto 2018)

Media sosial merupakan salah satu media yang digunakan masyarakat pada zaman perkembangan teknologi, sebagai sumber informasi tercepat dan terbaru bagi orang-orang yang membutuhkan informasi. Saat sekarang ini yang membutuhkan informasi sangat banyak, mulai dari peneliti, dosen, mahasiswa, pelajar, dan masyarakat umum lainnya. Untuk itu para penemu juga banyak menemukan aplikasi-aplikasi yang mudah diakses dan diperoleh dalam menyebarkan informasi. (Suharso dan Nurwindu 2019)

Keberadaan media sosial dimanfaatkan sebagai sarana promosi yang efektif. Media sosial seperti Youtube, Facebook, Twitter dan Instagram dinilai mampu mengkomunikasikan informasi, layanan perpustakaan dengan lebih cair dan komunikatif. Tidak hanya itu, jangkauan media sosial yang seakan tidak terbatas dan bisa diakses kapan saja, dimana saja juga menjadi keunggulan tersendiri.

Terlebih dengan semakin maraknya penggunaan telepon pintar, media sosial sudah menjadi bagian gaya hidup yang tak terpisahkan. (Nurhasan Islamy dan Laksmiwati 2020). Media sosial yang paling aktif digunakan untuk media promosi saat ini ialah Instagram.

Instagram merupakan sebuah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto dan video singkat, menerapkan filter digital, lalu membagikannya ke berbagai layanan media sosial termasuk Instagram sendiri. Fitur Instagram dapat digunakan di iPhone, iPad atau iPod Touch versi apapun dengan sistem operasi iOS 3.1.2 atau yang terbaru dan telepon kamera Android apapun dengan sistem operasi 2.2 (Froyo) atau yang terbaru. Aplikasi ini tersebar melalui Apple App Store dan Google Play (Agustina 2016).

Instagram beralih fungsi dari yang awalnya hanya sekedar membagikan foto atau video yang diunggah menjadi wadah promosi. Sekarang telah banyak dijumpai di media sosial Instagram pengguna-pengguna akun yang menjadikan akun dirinya tidak hanya membagikan foto atau video yang sifatnya pribadi, melainkan mengunggah foto-foto yang tujuannya mempromosikan produk. Organisasi, instansi, dan komunitas tidak ketinggalan juga dalam memanfaatkan Instagram sebagai sarana promosi di bidang jasa layanan seperti Perpustakaan.

Dengan menggunakan media sosial, kegiatan promosi perpustakaan dapat lebih mudah lagi untuk sampai ke masyarakat karena hanya dengan sekali membagikan unggahan bisa menjangkau banyak audiens tentang informasi kegiatan perpustakaan yang dapat diakses secara bersamaan tanpa harus dibatasi waktu dan tempat.

Salah satu perpustakaan yang menggunakan media sosial dalam promosi perpustakaan yakni UPT Perpustakaan Universitas Lampung. UPT Perpustakaan Universitas Lampung menggunakan Instagram pada tahun 2017. Media sosial yang dimanfaatkan pun banyak diantaranya Instagram, Facebook, Twitter, line, WhatsApp dan Youtube. Akan tetapi dari beberapa media sosial yang dimiliki oleh UPT Perpustakaan Universitas Lampung, Instagram merupakan media sosial yang paling aktif pemanfaatannya, hal ini dilihat dari banyaknya followers yaitu mencapai 2.467 followers dan juga jumlah postingan 1.155 foto dan video, dibandingkan dengan media sosial lain yang di gunakan. Dari informasi yang terkait dari Akun instagram @library_unila meskipun perpustakaan tidak buka selama pandemi ini perpustakaan tetap memberikan layanan, yaitu layanan online yang di promosikan lewat media sosial. Postingan pada media sosial Instagram @library_unila memberikan berbagai macam informasi tentang UPT Perpustakaan Universitas Lampung mulai dari koleksi buku, kegiatan yang ada di perpustakaan dan berbagai informasi terkait UPT Perpustakaan Universitas Lampung. Setiap postingan diberi penjelasan tentang kegiatan yang dilakukan dan juga memiliki ciri khasnya. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk meneliti pemanfaatan media sosial Instagram sebagai sarana promosi oleh UPT perpustakaan Universitas Lampung..

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini ialah deskriptif kuantitatif. Penelitian deskriptif kuantitatif merupakan usaha sadar dan sistematis untuk memberikan jawaban terhadap suatu masalah dan atau mendapatkan informasi lebih mendalam dan luas terhadap suatu fenomena dengan menggunakan tahap-tahap penelitian dengan pendekatan kuantitatif (Santoso 2019). Dalam penelitian ini jumlah populasinya adalah 7.406 pemustaka. Pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah teknik *simple random sampling*, yang mana teknik tersebut tergolong pada Teknik *probability sampling*. Teknik *random sampling* adalah teknik pengambilan sampel di mana semua

individu dalam populasi baik secara sendiri-sendiri atau bersama-sama diberi kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi anggota sampel (Narkubo dan Achmadi 2015). Presentasi kelonggaran (eror) yang digunakan adalah 10% dan hasil dari perhitungan dapat dibulatkan untuk mencapai kesesuaian yaitu 99 Responden.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini melalui jawaban dari angket yang telah diberikan kepada mahasiswa dan dokumentasi. Instrumen penelitian yang digunakan dalam angket yaitu dengan menggunakan skala *Likert* yang dimana jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala *Likert* mempunyai gradasi dari sangat positif sampai dengan negatif, yang dapat berupa kata-kata yaitu sangat setuju, setuju, ragu-ragu, tidak setuju, sangat tidak setuju (Sugiyono 2013).

Dalam penelitian ini, untuk penyajian data menggunakan tabel, grafik, dan analisis data menggunakan rumus *mean* (rata-rata hitung) dan *grand mean*. Dengan rumus sebagai berikut (Arikunto 2010):

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

Keterangan :

X = rata-rata hitung/ mean

$\sum x$ = jumlah semua nilai kuesioner

N = jumlah responden

Setelah diketahui rata-rata dari jawaban responden, lalu dilakukan perhitungan menggunakan rumus *Grand Mean* untuk mengetahui rata-rata umum dari masing-masing butir pernyataan, rumus *Grand Mean* adalah sebagai berikut (Irianto 2015):

$$\text{Grand Mean (X)} = \frac{\text{Total rata-rata hitung}}{\text{Jumlah pernyataan}}$$

Untuk mencari rentang skala dari jawaban responden menggunakan rumus (Simanora 2008):

$$R_s = \frac{m-n}{b}$$

Keterangan :

R_s : Rentang skala

M : skor tertinggi

n : skor terendah

b : skala penilaian

Maka perhitungan rentang skalanya sebagai berikut:

$$RS = \frac{5-1}{5}$$

$$RS = \frac{4}{5}$$

$$RS = 0,80$$

Sehingga rentang skalanya adalah 0,80, dengan rentang skala 0,80 kemudian dibuat skala penilaian sebagai berikut:

Tabel	1	Skor	Kategori
Skala PenilaianNo			
1.		4,20 – 5,0	Sangat Tinggi
2.		3,40 – 4,20	Tinggi
3.		2,60 – 3,40	Sedang
4.		1,80 – 2,60	Rendah
5.		1,00 – 1,80	Sangat Rendah

Sumber : Husein Umar, 2011. hlm.130

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam penelitian ini hasil temuan yang menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial instagram sebagai sarana promosi oleh UPT Perpustakaan Universitas Lampung diketahui nilai rata-rata dari sub variabel *Attention* mendapatkan nilai sebesar (4,19) dengan kategori “tinggi” karena berada pada nilai interval 3,40-4,20. Nilai rata-rata pada sub variabel *Interest* sebesar (3,95) dengan kategori “tinggi” karena berada pada nilai interval 3,40-4,20. Nilai rata-rata pada sub variabel *Desire* mendapatkan nilai sebesar (3,90) dengan kategori “tinggi” karena berada pada nilai interval 3,40-4,30. Sedangkan nilai rata-rata pada sub variabel *Action* mendapatkan nilai sebesar (3,91) dengan kategori “tinggi” karena berada pada nilai interval 3,40-4,20. Berdasarkan data tersebut maka dapat disimpulkan bahwa Pemanfaatan media sosial Instagram sebagai sarana promosi oleh UPT Perpustakaan Universitas Lampung termasuk dalam kategori “tinggi” dengan nilai total rata-rata sebesar 3,98 dan berada pada interval 3,40-4,20.

Tabel 2
Hasil Analisis Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi oleh UPT Perpustakaan Universitas Lampung

No	Sub Variabel	Nilai Rata-rata	Kategori
1.	Attention	4,19	Tinggi
2.	Interest	3,95	Tinggi
3.	Desire	3,90	Tinggi
4.	Action	3,91	Tinggi
	Jumlah	4,19+3,95+3,90+3,91 = 15,95/4	
	Rata-rata	3,98	Tinggi

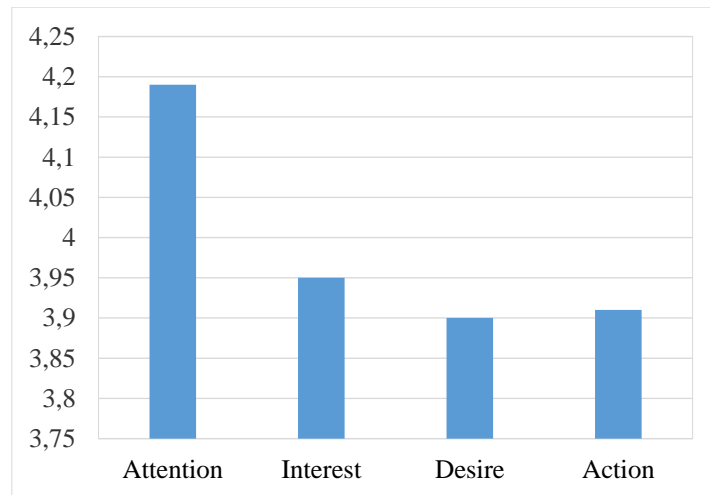
Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai rata-rata pada setiap sub variabel berdasarkan rata-rata jawaban responden dengan dihitung menggunakan rumus *mean* yaitu pada sub variabel *Attention*, diperoleh nilai rata-rata sebesar 4,19 yaitu termasuk dalam kategori tinggi karena berada pada interval 3,40-4,20. Pada sub variabel *interest* diperoleh nilai rata-rata sebesar 3,95 yaitu termasuk dalam kategori tinggi karena berada pada interval 3,40-4,20. Pada sub variabel *desire* diperoleh nilai rata-rata sebesar 3,90 yaitu termasuk dalam kategori tinggi karena berada pada interval 3,40-4,20. Sedangkan pada sub variabel *action* diperoleh nilai rata-rata sebesar 3,91 yaitu termasuk dalam kategori tinggi karena berada pada interval 3,40-4,20.

Selanjutnya dari nilai rata-rata pada setiap sub variabel diatas dihitung untuk mengetahui seberapa tinggi pemanfaatan media sosial instagram sebagai sarana promosi oleh UPT Perpustakaan Universitas Lampung. Kemudian, data tersebut dihitung menggunakan rumus *grand mean* sebagai berikut :

$$\begin{aligned}
 \text{Grand Mean}(x) &= \frac{\text{Total rata-rata hitung}}{\text{Jumlah pernyataan}} \\
 &= \frac{4,19+3,95+3,90+3,91}{4} \\
 &= \frac{15,95}{4} = 3,98
 \end{aligned}$$

Dari hasil perhitungan keempat sub variabel tersebut diatas, maka dapat diperoleh bahwa pemanfaatan media sosial instagram sebagai sarana promosi oleh UPT Perpustakaan Universitas Lampung tergolong dalam kategori tinggi dengan nilai rata-rata 3,98 dan berada pada interval 3,40-4,20.

Grafik 1
Hasil Analisis Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi oleh UPT Perpustakaan Universitas Lampung



Berdasarkan grafik diatas mengenai hasil analisis tingkat Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai sarana Promosi oleh UPT Perpustakaan Universitas Lampung diketahui bahwa nilai sub variabel yang tertinggi adalah sub variabel *Attention* yaitu dengan jumlah nilai total rata-rata sebesar 4,19 dengan kategori “Tinggi” karena berada pada rentang skala 3,40-4,20. Sedangkan nilai terendah adalah sub variabel *Desire* yaitu dengan jumlah nilai total rata-rata sebesar 3,90 dengan kategori “Tinggi” karena berada pada rentang skala 3,40-4,20.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi oleh UPT Perpustakaan Universitas Lampung, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Pemanfaatan media sosial Instagram sebagai sarana promosi oleh UPT Perpustakaan Universitas Lampung diperoleh nilai total *Grand Mean* sebesar 4,15. Nilai tersebut berada pada rentang skala interval 3,40-4,20, yang menunjukkan bahwa Pemanfaatan media sosial Instagram sebagai sarana promosi oleh UPT Perpustakaan Universitas Lampung termasuk dalam kategori “Tinggi”.
2. Aspek yang perlu ditingkatkan yaitu pada indikator “Melihat visualisasi postingan melalui media sosial Instagram membuat saya segera melakukan peminjaman” dengan memperoleh *Grand Mean* 3,83, aspek pada indikator “Postingan media sosial Instagram membangkitkan motivasi saya untuk membaca dan meminjam koleksi yang di promosikan”, dengan memperoleh *Grand Mean* 3,85. Dan juga aspek pada indikator “setelah melihat promosi melalui media sosial instagram membuat saya tertarik untuk menggunakan layanan perpustakaan” dengan memperoleh nilai *Grand Mean* 3,85.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina. 2016. "Analisis Penggunaan Media Sosial Instagram terhadap Sikap Konsumerisme Remaja di SMA Negeri 3 Samarinda." *eJurnal Ilmu Komunikasi* 4 (3).
- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Irianto, Agus. 2015. *Statistik : Konsep Dasar, Aplikasi dan Pengembangan*. Jakartam: Prenada Media Grup.
- Narkubo, Cholid, dan Abu Achmadi. 2015. *Metodelogi Penelitian*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Noprianto, Eko. 2018. "Pemanfaatan Media Sosial Dan Penerapan Social Media Analytics (Sma) Untuk Perpustakaan Di Indonesia." *Jurnal Pustaka Budaya* Vol. 5 (No. 2). <https://journal.unilak.ac.id/index.php/pb>.
- Nurhasan Islamy, M. Ali, dan Ika Laksmiwati. 2020. "Pemanfaatan Media Sosial sebagai Sarana Promosi Layanan Perpustakaan Institut Seni Indonesia Surakarta." *Journal of Information and Library Studies* 3 (1).
- Santoso, Budhi. 2019. "Analisis Webometrics terhadap Repositori Institusi Perguruan Tinggi Keagamaan Islam Negeri (PTKIN): Kajian terhadap 5 PTKIN di Indonesia." *Lentera Pustaka: Jurnal Kajian Ilmu Perpustakaan, Informasi dan Kearsipan* Vol. 5 (No. 2). <http://ejournal.undip.ac.id/index.php/lpustaka>.
- Simanora, Bilson. 2008. *Panduan Riset Prilaku Konsumen*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Suharso, Putut, dan Aninda Nurwindu. 2019. "Promosi Perpustakaan Melalui Instagram: Studi Di Perpustakaan Universitas Airlangga Library Promotion Through The Instagram" Vol. 3 (No. 2).