

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perpustakaan secara umum adalah sebuah lembaga atau tempat yang menyediakan akses ke berbagai jenis bahan bacaan, seperti majalah, buku, jurnal, atau materi bacaan lainnya. Adjat Sakri menjelaskan, bahwa perpustakaan adalah lembaga yang menghimpun pustaka serta menyediakan sarana kepada masyarakat agar dapat memanfaatkan koleksi pustaka tersebut (Fatimah, 2018).

Namun, dengan perkembangan zaman, teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan yang signifikan dalam mengakses dan mencari sumber daya informasi oleh masyarakat. Oleh karena itu perpustakaan sebagai lembaga pusat informasi juga dituntut agar dapat beradaptasi serta berinovasi dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi. Inovasi sendiri adalah gerakan, ide, atau pemikiran baru yang dapat membawa pada sebuah perubahan. Salah satu wujud perkembangan teknologi informasi dan komunikasi adalah adanya media sosial. Media sosial adalah suatu grup aplikasi berbasis internet yang menggunakan ideologi dan teknologi Web 2.0, dimana pengguna dapat membuat atau bertukar informasi pada aplikasi tersebut, salah satunya seperti Instagram. Masyarakat saat ini banyak yang mencari informasi atau hiburan melalui media sosial, karena sifatnya yang mudah diakses dimana saja dan kapan saja selama masih terhubung dengan jaringan internet. Dengan adanya media sosial seperti Instagram ini, perpustakaan bisa memanfaatkannya

untuk melakukan inovasi konten promosi perpustakaan dan menyebarkan informasi lainnya terkait dengan perpustakaan.

Kegiatan promosi perpustakaan sangat penting untuk dilakukan karena dengan melakukan kegiatan promosi diharapkan dapat meningkatkan jumlah pemustaka yang berkunjung dan meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai adanya perpustakaan. Salah satu strategi promosi yang dapat dilakukan adalah dengan melakukan promosi melalui media sosial atau biasa disebut juga dengan *Media Social Marketing*, yaitu suatu teknik pemasaran menggunakan sosial media yang melibatkan *copywriter visual* menarik seperti video atau gambar dengan *content* yang berkualitas yang mampu menjual produk (Pratama et al., 2023). Strategi yang dilakukan dengan menggunakan media sosial, seperti Instagram ini bisa dilakukan dengan mengunggah konten video atau gambar sampul buku dengan deskripsi yang menarik, membuat tampilan Instagram yang menarik dengan menggunakan tema konten dan tema konsep yang sesuai, menambahkan *caption* dan *hashtag* sebagai label konten dan untuk mempermudah pencarian, dengan memanfaatkan fitur yang terdapat pada Instagram.

Salah satu inovasi promosi perpustakaan yang muncul adalah konten “DASI KOTAK,” yang merupakan kepanjangan dari “Rekomendasi Koleksi Perpustakaan” yang dilakukan oleh Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kabupaten Trenggalek. DASI KOTAK adalah sebuah konten promosi koleksi yang menggunakan platform media sosial Instagram. Konten promosi ini berisi informasi singkat mengenai buku seperti sinopsis, penulis, tahun terbit, nomor

panggil buku, dan sampul buku, Konten ini selain untuk mempromosikan buku baru, juga untuk mempromosikan buku lama yang masih cukup popular namun pemustaka jarang ada yang mengetahui jika buku tersebut tersedia di perputakaan. Sehingga dengan konten ini diharapkan bisa meningkatkan kesadaran akan koleksi yang tersedia di Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kabupaten Trenggalek.

Dalam beberapa penelitian lain yang membahas mengenai promosi melalui media sosial. Pertama penelitian oleh Sarah Wulan Dari dan Sri Rohyanti Zulaikha mengenai pengaruh promosi perpustakaan melalui media sosial Instagram terhadap minat kunjung pemustaka di Perpustakaan Universitas Mercu Buana Yogyakarta., hasil temuan penelitian menunjukkan adanya pengaruh antara kegiatan promosi terhadap minat pengunjung, dengan nilai korelasi sebesar 0,484 yang termasuk dalam kategori sedang berdasarkan interval koefisien 0,40–0,599 (Dari & Zulaikha, 2023). Pada penelitian kedua oleh Nasrullah, Tawakkal, dan Jannah mengenai pemanfaatan media sosial Instagram sebagai sarana promosi perpustakaan di Dinas Perpustakaan Dan Kearsipan Kabupaten Bulukumba. Temuan penelitian menyatakan bahwa penggunaan atau pemanfaatan Instagram sebagai media promosi perpustakaan sudah efektif. Hal ini ditunjukkan dengan adanya peningkatan jumlah pengunjung dan anggota perpustakaan (Nasrullah, Tawakkal, & Jannah, 2022). Pada penelitian ketiga oleh Bersilius Candra K.dan Mecca Arfa tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pemustaka di perpustakaan Stikes Tegalrejo Semarang. Temuan penelitian menyatakan bahwa terdapat

pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pemustaka. Kepuasan pemustaka meningkat sebesar 0,224 dari kepuasan pemustaka sebelumnya (Candra K & Arfa, 2017).

Ketiga penelitian tersebut memiliki kaitan yang signifikan dengan penelitian yang akan dilakukan tetang “Pengaruh Promosi DASI KOTAK Melalui Instagram Terhadap Kepuasan Pemustaka”. Penelitian tersebut masing-masing memberikan informasi sebagai referensi mengenai pemanfaatan serta pengaruh Instagram sebagai media promosi dan informasi mengenai kepuasan pemustaka. Namun, terdapat perbedaan antara penelitian yang penulis lakukan dengan ketiga penelitian tersebut. Pertama, fokus penelitian yang penulis lakukan adalah pengaruh promosi koleksi terhadap kepuasan pemustaka. Sedangkan pada penelitian sebelumnya membahas mengenai pengaruh promosi perpustakaan terhadap minat kunjung dan bagaimana pemanfaatan Instagram sebagai media promosi perpustakaan serta kendala yang dihadapi. Kedua, objek penelitian yang akan penulis lakukan adalah promosi koleksi melalui Instagram, sedangkan penelitian sebelumnya membahas mengenai promosi perpustakaan secara umum.

Dari perbedaan penelitian yang ditemukan, maka penulis tertarik untuk meneliti mengenai pengaruh promosi koleksi terhadap kepuasan pemustaka di Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kabupaten Trenggalek. Karena penelitian mengenai promosi koleksi melalui media sosial Instagram belum banyak dilakukan. Terutama karena tanpa adanya promosi koleksi, ada kemungkinan pemustaka tidak mengetahui koleksi apa saja yang disediakan oleh

perpustakaan, sehingga perlu dilakukan penelitian untuk memahami apakah upaya promosi yang dilakukan melalui instagram berpengaruh pada peningkatan penggunaan koleksi yang nantinya akan menentukan puas atau tidaknya pemustaka terhadap layanan perpustakaan. Dari observasi pertama yang telah dilakukan, terdapat peningkatan yang cukup signifikan terhadap jumlah peminjaman koleksi setelah adanya inovasi konten DASI KOTAK. Hal ini dapat dilihat pada data peminjaman koleksi pada tahun 2023 total jumlah peminjam pada buku yang telah dipromosikan sebanyak 260 pemustaka, dan mengalami peningkatan pada tahun 2024 sebanyak 331 pemustaka. Maka dari itu penulis melakukan penelitian mengenai Pengaruh Promosi "DASI KOTAK" Melalui Instagram Terhadap Kepuasan Pemustaka di Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kabupaten Trenggalek.

B. Identifikasi Masalah dan Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, maka didapatkan identifikasi masalah yaitu belum diketahui sejauh mana pengaruh promosi "DASI KOTAK" terhadap kepuasan pemustaka di Dinas Kearsipan dan Perpustakaan Tulungagung.

Selanjutnya untuk membatasi ruang lingkup masalah berdasarkan batasan masalah yang telah disebutkan, maka penelitian ini hanya difokuskan pada promosi "DASI KOTAK" yang dilakukan melalui Instagram, tidak mencakup media promosi lain seperti TikTok, Twitter, atau offline.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dijelaskan di atas, maka rumusan masalah pada penelitian ini ialah “Bagaimana pengaruh promosi “DASI KOTAK” melalui Instagram terhadap kepuasan pemustaka?”.

D. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah yang disajikan diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh promosi “DASI KOTAK” melalui Instagram terhadap kepuasan pemustaka, yang dianalisis dari hubungan antara kedua variabel yang disebutkan.

E. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoritis

- a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya teori-teori yang berkaitan dengan inovasi dalam konteks perpustakaan, khususnya mengeani promosi dengan memanfaatkan media sosial.
- b. Sebagai sumber informasi bagi pihak-pihak yang berminat mengadakan penelitian yang serupa.

2. Kegunaan Praktis

- a. Bagi Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, penelitian ini dapat menambah koleksi bacaan sehingga bisa digunakan untuk meningkatkan dan menambah wawasan.
- b. Bagi peneliti dapat memberikan informasi dan meningkatkan pemahaman wawasan menganai inovasi dalam konteks perpustakaan, khususnya mengeani promosi dengan memanfaatkan media sosial.

- c. Bagi Lembaga yang terkait, diharapkan penelitian ini dapat memberikan informasi bagi pengelola perpustakaan untuk meningkatkan layanan dan koleksi perpustakaan berdasarkan umpan balik pemustaka berdasarkan inovasi yang dilakukan.

F. Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif yang dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada responden yang telah mengikuti akun Instagram @disippustrenggalek. Ruang lingkup penelitian ini terbatas pada variabel yang akan dianalisis yaitu, “Promosi DASI KOTAK” sebagai variabel indenpenden (X) dan “Kepuasan Pemustaka” sebagai variabel denpenden (Y). Fokus penelitian yang akan dilakukan adalah untuk mengetahui pengaruh promosi koleksi terhadap kepuasan pemustaka. Penelitian ini juga hanya dilakukan dengan focus pada promosi koleksi melalui Instagram, tidak pada media sosial lainnya.

G. Penegasan Variabel

Berdasarkan penelitian yang akan dilakukan, yaitu “Pengaruh Promosi “DASI KOTAK” Terhadap Kepuasan Pemustaka”. Maka terdapat dua variabel yanag akan diteliti.

1. Promosi DASI KOTAK yang digunakan untuk mempromosikan, atau merekomendasikan koleksi, adalah variabel bebas atau *independent variables*, yaitu variabel yang tidak dipengaruhi oleh variabel lain dan merupakan faktor penyebab yang dapat mempengaruhi variabel tidak bebas

atau *dependent variables*. Indikator dari variabel bebas (X) adalah sebagai berikut;

- a. *Action*
- b. *Interest*
- c. *Desire*
- d. *Action*

2. Kepuasan pemustaka sebagai variabel terikat atau *dependent variables*(Y), yaitu variable yang dipengaruhi oleh variabel sebelumnya. Indikator dari variabel terikat adalah sebagai berikut:

- a. Penggunaan perpustakaan berulang.
- b. Menginformasikan kepada pengguna lain untuk menggunakan jasa perpustakaan.
- c. Informasi yang dibutuhkan pemustaka terpenuhi.

Jadi promosi “DASI KOTAK” ini memiliki dampak dalam menentukan kepuasan pemustaka, sedangkan kepuasan pemustaka akan tercipta apabila promosi “DASI KOTAK” diterapkan sebagaimana mestinya.

H. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan yang menjadi langkah-langkah dalam proses penyusunan tugas akhir ini selanjutnya yaitu:

1. Bagian Awal

Bagian awal skripsi terdiri dari: sampul luar, halaman kosong, halaman dalam, lembar persetujuan, lembar pengesahan, lembar pernyataan keaslian,

motto, halaman persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar tabel, daftar gambar, daftar lampiran, dan abstrak (dalam bahasa indonesia), *abstrac* (dalam bahasa inggris), abstrak (dalam Bahasa arab).

2. Bagian Utama

a. Bab I Pendahuluan

Pada bab ini meliputi: latar belakang masalah, identifikasi masalah dan batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, ruang lingkup penelitian, penegasan variabel, dan sistematika penulisan.

b. Bab II Landasan Teori

Pada bab ini berisi: teori dalam variabel kerangka berfikir, penelitian terdahulu, kerangka teori yang diantaranya adalah teori mengenai pengaruh, teori promosi, media sosial Instagram dan kepuasan pemustaka. Juga berisi Hipotesis Penelitian sebagai dugaan jawaban sementara dari penelitian.

c. Bab III Metode Penelitian

Pada bab ini berisi: pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, variabel penelitian, populasi, sampling, dan sampel penelitian, instrumen penelitian, teknik pengumpulan data, analisis data dan tahapan penelitian.

d. Bab IV Hasil Penelitian

Bab ini berisi: deskripsi data, deskripsi variabel dan pengujian hipotesis.

- e. Bab V Pembahasan: Pada Bab ini berisi mengani Bagian pembahasan memberikan penjelasan serta penguatan atas temuan penelitian, selanjutnya membandingkan temuan penelitian dengan teori dan penelitian terdahulu yang kredibel.
- f. Bab VI Penutup: Bab ini berisikan mengenai kesimpulan dan saran dari penelitian yang sudah dilakukan.

3. Bagian Akhir

Pada bagian akhir dari skripsi memuat daftar referensi yang digunakan dan lampiran-lampiran.