

Pengaruh Promosi Layanan Online Melalui Media Sosial Instagram terhadap Kepuasan Anggota Perpustakaan Nasional

Boby Saputra*, Zulfebriges

Prodi Manajemen Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

*bobysaputra185@gmail.com, zulfebriges@gmail.com

Abstract. This study aims to determine how much influence the promotion of online services through social media Instagram on the satisfaction of members of the National Library of Indonesia. Identification of problems include: 1) How much influence does the contents of the Instagram product content of the National Library of Indonesia (@perpusnas) have on the satisfaction of the members of the RI Library, 2) How much influence is the function of sharing videos and photos of Instagram products of the National Library of Indonesia (@perpusnas) on the satisfaction of Library Members RI, 3) How big is the effect of suppressing the promotional costs of the National Library of Indonesia Instagram products (@perpusnas) on the satisfaction of members of the RI Library. To see the quality of Instagram social media as a promotional tool, researchers used Lim & Yazdanifard's theory, namely the Instagram social media indicator. Meanwhile, to assess the satisfaction of the library members, researchers used the theory of Fransisca Rahayuningsi, namely measuring visitor satisfaction. This research was conducted at the National Library of Indonesia, Jln. Salemba Raya Bo. 28a, Jakarta, tel. 085717147303 Central Jakarta 10430. The object of this research is the Instagram followers of the National Library of Indonesia (@ Perpusnas.go.id) to determine the effect of online social media service promotion Instagram on the satisfaction of members of the National Library of Indonesia. The research method used is the associative method, because the associative research method aims to find the relationship between a variable and other variables and how the strength of the relationship is. The technique of collecting data from this research is through literature study and questionnaires. The sampling technique used a sampling technique using a cluster sampling technique (area sampling). The number of samples in this study based on the cluster sampling technique (area sampling) was 150 followers. The data processing techniques of this study are correlation and regression. Based on the data analysis that has been done, it can be concluded that the percentage of the contribution of the influence of the independent variable, namely the promotion of social media Instagram on the dependent variable, namely member satisfaction is 46.5%. While the remaining 53.5% is influenced by other factors not examined by researchers. So it can be concluded that there is an effect of Instagram social media promotion on member satisfaction.

Keywords: *Online Service Promotion, Member Satisfaction*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh promosi layanan online melalui media sosial instagram terhadap kepuasan anggota Perpustakaan Nasional RI. Identifikasi masalah antara lain: 1) Seberapa besar pengaruh isi konten produk instagram Perpustakaan Nasional RI (@perpusnas) terhadap kepuasan Anggota Perpustakaan RI, 2) Seberapa besar pengaruh fungsi berbagi video dan foto produk instagram Perpustakaan Nasional RI (@perpusnas) terhadap kepuasan Anggota Perpustakaan RI, 3) Seberapa besar pengaruh penekanan biaya promosi produk instagram Perpustakaan Nasional RI (@perpusnas) terhadap kepuasan Anggota Perpustakaan RI. Untuk melihat kualitas media sosial Instagram sebagai alat promosi peneliti menggunakan teori dari Lim & Yazdanifard yaitu indikator media sosial Instagram. Sedangkan untuk menilai kepuasan anggota perpustakaan peneliti menggunakan teori dari Fransisca Rahayuningsi yaitu mengukur kepuasan pemustaka. Penelitian ini dilakukan di Perpustakaan Nasional RI, Jln. Salemba Raya Bo. 28a, Jakarta, telp. 085717147303 Jakarta Pusat 10430. Objek dalam penelitian ini adalah followers Instagram Perpustakaan Nasional RI (@Perpusnas.go.id) guna mengetahui pengaruh promosi layanan online media sosial Instagram terhadap kepuasan anggota Perpustakaan Nasional RI. Metode penelitian yang digunakan adalah metode metode asosiatif, karena metode penelitian asosiatif bertujuan untuk mencari kaitan suatu variabel dengan variabel lain serta bagaimana tingkat kekuatan hubungannya. Teknik pengumpulan data dari penelitian ini melalui studi kepustakaan dan angket. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik sampling dengan menggunakan teknik cluster sampling (area sampling). Jumlah sampel dalam penelitian ini berdasarkan teknik cluster sampling (area sampling) adalah sejumlah 150 followers. Teknik pengolahan data dari penelitian ini berupa korelasi dan regresi. Berdasarkan analisa data yang sudah lakukan, maka diperoleh kesimpulan bahwa presentase sumbangan pengaruh variabel independen yaitu promosi media sosial instagram terhadap variabel dependen yaitu kepuasan anggota sebesar 46,5%. Sedangkan sisanya sebesar 53,5% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti oleh peneliti. Jadi disimpulkan terdapat pengaruh promosi media sosial Instagram terhadap kepuasan anggota.

Kata Kunci: *Promosi Layanan Online, Kepuasan Anggota*

A. Pendahuluan

Untuk meningkatkan kunjungan layanan secara online Perpustakaan Nasional RI memerlukan adanya upaya promosi secara lebih sering dan sistematis agar memotivasi masyarakat untuk dapat lebih tertarik menggunakan jasa layanan online perpustakaan sebagai sumber informasi. Salah satu strategi promosi yang dilakukan Perpustakaan Nasional untuk meningkatkan minat kunjung masyarakat pada layanan online adalah melalui media sosial Instagram. Melalui media sosial Instagram Perpustakaan Nasional selalu memberikan informasi terkait layanan Perpustakaan Nasional.

Sebelum Perpustakaan Nasional RI melakukan promosi melalui media online, perpustakaan sudah melakukan promosi melalui media massa lainnya terlebih dahulu seperti media cetak dan media sosial lainnya seperti youtube dan facebook, namun karena pada masa pandemi semua pelayanan banyak dilakukan secara online maka dengan begitu diperlukan promosi layanan online lainnya untuk tetap dapat memberikan pelayanan secara optimal kepada anggota Perpustakaan Nasional RI.

Dengan adanya promosi melalui media sosial Instagram, Perpustakaan Nasional RI bisa tetap memberikan informasi kepada masyarakat serta mengetahui seberapa besar kepuasan yang didapat oleh anggota Perpustakaan Nasional RI secara khusus dan masyarakat luas pada umumnya terhadap layanan yang diberikan pada masa pandemi. Dan hasil tersebut, dapat dijadikan landasan dalam mengembangkan perencanaan layanan Perpustakaan Nasional RI untuk kedepannya baik dimasa pandemi maupun di masa normal.

Berdasarkan observasi awal yang telah peneliti lakukan pada Perpustakaan Nasional RI melalui online aplikasi digital, webside, dan juga mendatangi Perpustakaan Nasional RI secara langsung, peneliti memperoleh gambaran mengenai promosi media sosial sebagai berikut:

1. Belum optimalnya pengguna aplikasi digital (E-Library) Perpustakaan Nasional RI dibandingkan layanan digital yang tersedia.
2. Masih banyaknya keanggotaan online perpustakaan yang belum menjadi followers Instagram Perpustakaan Nasional RI (@perpusnas.go.id).

Selain permasalahan yang sudah paparkan di atas, terdapat permasalahan yang sering dihadapi Perpustakaan Nasional RI pada saat ini, yaitu permasalahan tentang masih banyaknya anggota Perpustakaan yang belum mengetahui informasi pendaftaran secara online sebagai syarat untuk dapat bisa berkunjung secara langsung ke Perpustakaan Nasional RI. Pendaftaran tersebut sering dipromosikan pada media sosial Instagram Perpustakaan Nasional RI @perpusna.go.id, namun dikarenakan masih banyak yang belum mengetahui informasi tersebut, seringkali terjadi antrian dan penumpukan anggota perpustakaan di depan gedung Perpustakaan Nasional RI, yang tidak bisa masuk ke dalam gedung perpustakaan karena belum melakukan pendaftaran secara online pada link yang sudah disediakan dan dipromosikan melalui media sosial Instagram Perpustakaan Nasional RI @perpusnas.go.id.

Berdasarkan observasi awal yang peneliti lakukan pada Perpustakaan Nasional RI maka dapat diidentifikasi berbagai permasalahan yang ada antara lain:

1. Seberapa besar pengaruh isi konten produk instagram Perpustakaan Nasional RI (@perpusnas) terhadap kepuasan Anggota Perpustakaan RI?
2. Seberapa besar pengaruh fungsi berbagi video dan foto produk instagram Perpustakaan Nasional RI (@perpusnas) terhadap kepuasan Anggota Perpustakaan RI?
3. Seberapa besar pengaruh penekanan biaya promosi produk instagram Perpustakaan Nasional RI (@perpusnas) terhadap kepuasan Anggota Perpustakaan RI?

Adapun yang menjadi tujuan dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh isi konten produk instagram Perpustakaan Nasional RI (@perpusnas) terhadap kepuasan Anggota Perpustakaan RI.
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh fungsi berbagi video dan foto produk instagram Perpustakaan Nasional RI (@perpusnas) terhadap kepuasan Anggota Perpustakaan RI.
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh penekanan biaya promosi produk instagram Perpustakaan Nasional RI (@perpusnas) terhadap kepuasan Anggota Perpustakaan RI

B. Metodologi Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah metode metode asosiatif, karena metode penelitian asosiatif bertujuan untuk mencari kaitan suatu variabel dengan variabel lain serta bagaimana tingkat kekuatan hubungannya. Teknik pengumpulan data dari penelitian ini melalui studi kepustakaan dan angket. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik sampling dengan menggunakan teknik cluster sampling (area sampling). Jumlah sampel dalam penelitian ini berdasarkan teknik cluster sampling (area sampling) adalah sejumlah 150 followers. Teknik pengolahan data dari penelitian ini berupa korelasi dan regresi.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Yang menjadi responden dari penelitian yang peneliti lakukan lebih banyak perempuan daripada laki-laki, yaitu 61,2% perempuan yang terdiri dari 153 orang rresponden dan 38,8% laki-laki yang terdiri dari 72 orang responden, yang dominasi usia yang kurang dari 20 tahun hingga usia 30 tahun.

Tabel 1. Tanggapan Responden terhadap Media Sosial Instagram

No	Item Pernyataan	Jumlah Kumulatif	Persentase	Kriteria Penilaian
1	Konten yang berbentuk gambar digital, video, file audio, dan iklan	1128	90,24	Sangat baik
2	Konten dinilai bagus apabila update setiap hari	1140	91,2	Sangat baik
3	Dari isi konten tersebut dapat memudahkan mendapatkan informasi terbaru	1165	93,2	Sangat baik
4	Mampu mempromosikan Perpustakaan sehingga anggota tertarik dengan layanan online perpustakaan, seperti Video dan foto bersifat informatif	1019	81,52	Baik
5	Video dan foto yang dibagikan sesuai dengan informasi terkini	1093	87,44	Sangat baik
6	Video dan foto yang dibagikan sangat mudah dipahami	1102	88,16	Sangat baik
7	Promosi melalui Instagram lebih efektif dan efisien bagi masyarakat	1097	87,76	Sangat baik
8	Promosi melalui Instagram dapat mempengaruhi ketertarikan masyarakat terhadap layanan oline perpustakaan	1093	87,44	Sangat baik
9	Jangkauan promosi melalui Instagram lebih luas dan cepat	1105	88,4	Sangat baik
Jumlah		9942	795,36	
Skor Ideal 250x9x5			11250	
Rata-rata			88,373333	Sangat Baik

Sumber: Data Olahan 2021

Berdasarkan kriteria tanggapan responden terhadap dimensi media sosial instagram seperti yang dapat dilihat pada tabel bahwa hampir semua item pernyataan persentasenya tinggi, hanya item no. 4 yang persentasenya 81,52% tapi tetap pada kriteria baik, selebihnya persentase tanggapan responden di atas 80%. Dari persentase tersebut dapat disimpulkan bahwa kriteria penilaian tanggapan responden terhadap media sosial instagram dapat dikategorikan sangat baik dan baik. Begitupun jumlah persentase yang didapat dari 9 item pernyataan tersebut cukup tinggi, yaitu 795,36% dengan rata-rata 88,37% yang termasuk kriteria penilaian sangat baik. Hal ini menandakan bahwa pelaksanaan promosi layanan online melalui media sosial instagram direspon dengan baik oleh anggota Perpustakaan Nasional RI.

Tabel 2. Tanggapan Responden terhadap Kepuasan Anggota

No	Item Pernyataan	Jumlah Kumulatif	Persentase	Kriteria Penilaian
10	Ketersediaan informasi yang lengkap	1070	85,6	Sangat baik
11	Mudah mendapatkan informasi yang dibutuhkan	1069	85,52	Sangat baik
12	Anggota perpustakaan mendapatkan sesuatu yang diinginkan	1053	84,24	Sangat baik
13	Mutu pelayanan online perpustakaan sangat memuaskan	1068	85,44	Sangat baik
14	Fasilitas pelayanan online cepat dan lengkap	1074	85,92	Sangat baik
Jumlah		5334	426,72	
Skor Ideal 250x5x5			6250	
Rata-rata			85,344	Sangat Baik

Sumber: Data Olahan 2021

Berdasarkan kriteria tanggapan responden terhadap dimensi kepuasan anggota seperti yang dapat dilihat pada tabel di atas bahwa hampir semua item pernyataan persentasenya tinggi, dan item no. 14 yang persentasenya paling tinggi 85,92 % berada dalam kriteria sangat baik, selebihnya persentase tanggapan responden rata-rata 85%. Dari persentase tersebut dapat disimpulkan bahwa kriteria penilaian tanggapan responden terhadap kinerja pegawai dapat dikategorikan sangat baik.

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa promosi layanan online melalui media sosial instagram sangat berpengaruh untuk mencapai kepuasan anggota Perpustakaan Nasional RI. Hal tersebut dikarenakan untuk memberikan pelayanan yang optimal, Perpustakaan Nasional memerlukan promosi pelayanan agar informasi tentang pelayanan dapat diterima seluruh oleh seluruh anggota perpustakaan, sehingga tidak terjadi kesalahan dalam menerima informasi.

D. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dalam penelitian ini, peneliti menyimpulkan beberapa hasil penelitian sebagai berikut:

1. Seberapa besar pengaruh isi konten produk instagram Perpustakaan Nasional RI (@perpusnas) terhadap kepuasan Anggota Perpustakaan.
Berdasarkan pembahasan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa presentase sumbangan pengaruh sub-variabel independen yaitu isi konten produk instagram terhadap variabel dependen yaitu kepuasan anggota sebesar 25,5 %. Sedangkan sisanya sebesar 74,5% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti oleh peneliti.
2. Seberapa besar pengaruh fungsi berbagi video dan foto produk instagram Perpustakaan Nasional RI (@perpusnas) terhadap kepuasan Anggota Perpustakaan RI
Berdasarkan pembahasan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa presentase sumbangan pengaruh sub-variabel independen yaitu fungsi berbagi video dan foto produk instagram terhadap variabel dependen yaitu kepuasan anggota sebesar 36,9 %. Sedangkan sisanya sebesar 63,1 % dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti oleh peneliti. Jadi disimpulkan terdapat pengaruh fungsi berbagi video dan foto produk instagram Perpustakaan Nasional RI (@perpusnas) terhadap kepuasan Anggota Perpustakaan RI.
3. Seberapa besar pengaruh penekanan biaya promosi produk instagram Perpustakaan Nasional RI (@perpusnas) terhadap kepuasan Anggota Perpustakaan RI
Berdasarkan pembahasan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa presentase sumbangan pengaruh sub-variabel independen yaitu mampu menekan biaya promosi produk agar mudah dikenal terhadap variabel dependen yaitu kepuasan anggota sebesar 33,7 %. Sedangkan sisanya sebesar 66,3 % dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti oleh peneliti. Jadi disimpulkan terdapat pengaruh mampu menekan biaya promosi produk agar mudah dikenal terhadap kepuasan Anggota Perpustakaan RI.
4. Pengaruh Promosi Layanan Online Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Kepuasan Anggota Perpustakaan Nasional
Berdasarkan pembahasan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa presentase sumbangan pengaruh variabel independen yaitu promosi media sosial instagram terhadap

variabel dependen yaitu kepuasan anggota sebesar 46,5%. Sedangkan sisanya sebesar 53,5% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti oleh peneliti. Jadi disimpulkan terdapat pengaruh promosi media sosial Instagram terhadap kepuasan anggota.

Acknowledge

Puji syukur kami panjatkan ke hadirat Allah SWT. Berkat rahmat dan karunia-nya, peneliti menyusun artikel penelitian yang berjudul “Pengaruh Promosi Layanan Online melalui Media Sosial Instagram terhadap Kepuasan Anggota Perpustakaan Nasional”. Tujuan penyusunan penelitian artikel ini yaitu salah satunya jalan tempuh meraih gelar sarjana di bidang ilmu komunikasi.

Artikel penelitian ini saya dedikasikan untuk kedua orang tua saya, Papa dan Mama tercinta. Tidak lupa ditujukan kepada kakak kandung saya yang telah mendukung secara materil dan immateril.

Daftar Pustaka

- [1] Ardianto, Elvinaro. Metode Penelitian untuk Public Relations (Kuantitatif dan Kualitatif). 2010 Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- [2] Badollahi Mustafa. 2007. Promosi Jasa Perpustakaan. Jakarta: Universitas Terbuka.
- [3] Edi Suryadi, Deni Darmawan, Ajang Mulyadi. 2019. Metode Penelitian Komunikasi. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- [4] Lim, S.H., & Yazdanifard, R. (2014). How instagram can be used as a tool in social networking marketing. Retrieved from: <https://www.researchgate.net/publication/265377226>
- [5] Rahayuningsih. (2015). Mengukur Kepuasan Pemustaka Menggunakan Metode Libqual+Tm Yogyakarta: Graha Ilmu.
- [6] Suciati, Uminurida. 2000. Mempromosikan Perpustakaan melalui Homepage. Medain Informasi vol. XII No.5. Yogyakarta: Perpustakaan UGM.
- [7] Sudarsana, Undang. 2010. Pembinaan Minat Baca. Jakarta: Universitas Terbuka.
- [8] Suharto dan Sumarsih. 2001. Promosi Sebagai Salah Satu Pemasaran Meningkatkan Pelayanan Jasa Informasi Di Perpustakaan [s. I: s.n]
- [9] Anisha, Trias Intan. Anne Ratnasari. (2021). *Promosi Penjualan Produk Luberground di Instagram @LUBERGROUND.ID*. Jurnal Riset Manajemen Komunikasi Unuversitas Islam Bandung. 1 (2). 102-106