

Analysis of the Impact of Instagram Content on User Satisfaction with Brawijaya University Library Services

Analisis Pengaruh Konten Instagram Terhadap Kepuasan Pengguna Layanan Perpustakaan Universitas Brawijaya

Bintang Ariadi Setya Rizki

UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung

*Corresponding author. Email: bintangariadi848@gmail.com

ABSTRACT

Communication and information technology has experienced rapid development in present era. Instagram is one result of the development of communication and information technology that provides benefits in various scopes. The library is one area that adapts to technology and utilizes social media, such as Instagram, as a means of communication and service promotion to improve user satisfaction. The purpose of this study is to determine the types of content uploaded by the Brawijaya University Library Instagram account and determine affect user satisfaction. The research method used is a quantitative approach with a survey technique through a Likert-based questionnaire, which is distributed to 100 respondents. The independent variables in this study are the types of Instagram content, which include library information content, promotions or events, collaborations or sharing, and user input or suggestions. The dependent variable is user satisfaction, which is measured through suitability, totality, and pleasure. The results of the regression analysis show a T-count value of $14.487 > 1.987$, which means that the type of Instagram content has a significant effect on user satisfaction. This finding also means better the quality of the content presented, the higher the level of user satisfaction. Content that is informative, interactive, and relevant increases user satisfaction. Therefore, the Brawijaya University Library Unit is advised to continue optimizing its Instagram content presentation strategy to be more interesting and appropriate to user needs. This is expected to increase user engagement and strengthen the role of the library as an effective and modern source of information.

Keywords: Content Type, Instagram, Library, User Satisfaction

ABSTRAK

Teknologi komunikasi dan informasi pada masa sekarang telah mengalami perkembangan yang pesat. Instagram merupakan salah satu hasil pengembangan teknologi komunikasi dan informasi yang memberikan manfaat dalam berbagai ruang lingkup. Perpustakaan merupakan salah satu lingkup beradaptasi dengan teknologi dan memanfaatkan media sosial, seperti Instagram, sebagai sarana komunikasi dan promosi layanan untuk meningkatkan kepuasan pengguna. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui apa saja jenis konten yang diunggah oleh Instagram Unit Perpustakaan Brawijaya, serta apakah berpengaruh pada kepuasan pengguna layanan. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan teknik survei melalui kuesioner berbasis likert, yang disebarakan kepada 100 responden. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah jenis konten Instagram, yang meliputi konten informasi perpustakaan, promosi atau event, kolaborasi atau sharing, dan masukan atau saran pengguna. Variabel terikatnya adalah kepuasan pengguna, yang diukur melalui kesesuaian, totalitas, dan kesenangan. Hasil analisis regresi penelitian menunjukkan nilai t hitung $14.487 > 1.987$ yang artinya bahwa jenis konten Instagram berpengaruh

signifikan terhadap kepuasan pengguna, serta memiliki pengertian semakin baik kualitas konten yang disajikan, maka semakin tinggi tingkat kepuasan pengguna. Konten yang informatif, interaktif, dan relevan mampu meningkatkan kepuasan pengguna. Oleh karena itu, Unit Perpustakaan Universitas Brawijaya disarankan untuk terus mengoptimalkan strategi penyajian konten Instagram agar lebih menarik dan sesuai dengan kebutuhan pengguna. Hal ini diharapkan dapat meningkatkan keterlibatan pengguna dan memperkuat peran perpustakaan sebagai sumber informasi yang efektif dan modern.

Kata Kunci: Instagram, Jenis Konten, Kepuasan Pengguna, Perpustakaan



This is an open access article distributed under the Creative Commons 4.0 Attribution License, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited. ©2018 by author.

Pendahuluan

Teknologi informasi dan komunikasi telah mengalami perkembangan yang turut mendorong berbagai institusi, termasuk perpustakaan, untuk mengembangkan inovasi dalam penyampaian layanan. Salah satu bentuk adaptasi terhadap inovasi adalah pemanfaatan sosial media sebagai platform komunikasi, promosi, dan interaksi dengan pengguna. Media sosial, khususnya Instagram, menjadi platform yang efektif dalam menjangkau generasi digital karena sifatnya yang visual, interaktif, dan memiliki jangkauan luas. Kemp (2024) mengungkapkan data bahwa Indonesia memiliki 191,4 juta pengguna yang aktif dalam penggunaan media sosial, dengan 173,59 juta di antaranya merupakan pengguna Instagram yang menghabiskan rata-rata 3 jam 17 menit setiap harinya. Fungsi utama adanya media sosial yaitu memberikan suatu kemudahan dan keefektifan pengguna dalam menjalin komunikasi dengan pengguna lainnya. Selain itu, adanya berbagai produk media sosial dan ditopang dengan jaringan internet akan memberikan kemudahan masyarakat dalam memenuhi kebutuhan informasinya (Zuniananta, 2021). Motif yang mendorong masyarakat dalam menggunakan instagram seperti motif hiburan, motif informasi, motif integrasi dan identitas pribadi, serta motif identitas pribadi (Willianti dan Oktavianti 2019). Dengan penggunaan instagram seseorang dapat melakukan berbagai aktivitas seperti aktivitas ekonomi, sosial, maupun aktifitas yang lain sebagainya guna memenuhi kebutuhan informasi serta mendapatkan kepuasan (Syahreza dan Tanjung, 2018).

Menilik perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, mengharuskan perpustakaan turut bertransformasi kedalam media-media digital (Mabruri dan Triyanto, 2022). Pemanfaatan media sosial oleh perpustakaan tidak hanya bertujuan untuk menyebarluaskan informasi, tetapi juga sebagai bentuk transformasi layanan agar tetap relevan di era digital (Selvia, 2022). Hal ini sejalan dengan amanat Undang-Undang Nomor 43 Tahun 2007 tentang Perpustakaan yang menyebutkan “setiap perpustakaan mengembangkan layanan perpustakaan sesuai dengan kemajuan teknologi, informasi, dan komunikasi” (Republik Indonesia 2007). Penggunaan media sosial dalam lingkup perpustakaan perguruan tinggi merupakan salah satu wujud pengembangan perpustakaan yang sesuai dengan kemajuan teknologi, informasi, dan komunikasi (Sinaga et al. 2024). Selain itu untuk mendorong pengembangan layanan berbasis teknologi. Perpustakaan perguruan tinggi sebagai pusat informasi ilmiah dituntut untuk memanfaatkan media sosial dalam meningkatkan efisiensi, aksesibilitas, dan kepuasan layanan kepada pemustaka (Mafar 2020). Penggunaan dan pemanfaatan media sosial diranah perpustakaan turut dijadikan sebagai upaya dalam menjaga eksistensi dan tidak lekang oleh kemajuan zaman. Manfaat lain dari media sosial perpustakaan yaitu sebagai media penghubung antara pemustaka dengan perpustakaan agar semakin dekat (Lestari, D. U., Sabrina, 2019).

Perpustakaan Universitas Brawijaya merupakan salah satu perpustakaan perguruan tinggi yang ada di Indonesia. Perpustakaan UB didirikan pada 5 Januari 1963. Melalui laman *lib.ub.ac.id* (2024) fokus program UPT Perpustakaan Universitas Brawijaya meliputi; a) meningkatkan peran perpustakaan kemampuan organisasi secara profesional, kredibel, dan akuntabel, b) meningkatkan kepuasan *stakeholder* melalui perluasan, kecepatan, ketepatan akses, c) menyediakan berbagai sumber informasi bermutu melalui media tercetak dan elektronik, bersifat lokal maupun internasional, d) memanfaatkan ICT sebagai alat mempermudah pengumpulan, pengelolaan, penemuan kembali, dan penyebarluasan.

Perpustakaan Universitas Brawijaya dalam pengembangan juga turut menyesuaikan pengembangan teknologi, informasi, dan komunikasi. Hal ini dimaksudkan guna menghadirkan pelayanan yang efektif dan efisien dalam lingkup Perpustakaan Universitas Brawijaya. Penerapan sistem automasi perpustakaan

terpadu pada tahun 2004 merupakan salah satu pengembangan dari UPT Perpustakaan Universitas Brawijaya. Kemudian dari layanan yang ada juga sudah berbasis internet, memiliki beragam koleksi digital, serta memiliki media sosial perpustakaan. Tentunya berbagai layanan yang efisien dan relevan yang ada juga telah ditopang dengan kemampuan sumber daya pustakawan yang mumpuni dan kompeten dalam masing-masing bidangnya. Sehingga Perpustakaan UB telah mendapat akreditasi A dari Perpustakaan Nasional pada tahun 2016, serta telah memenuhi standart internasional dalam menyediakan layanan dan fasilitas yang berkualitas bagi penggunanya.

Disisi lain, UPT Perpustakaan Universitas Brawijaya merupakan salah satu perpustakaan yang aktif memanfaatkan media sosial, terutama Instagram melalui akun @ublibrary, yang telah dikelola sejak 2016. Konten yang disajikan mencakup informasi layanan, promosi kegiatan, kolaborasi, serta ruang masukan dari pengguna. Penyajian konten ini bertujuan untuk memberikan layanan yang adaptif, efisien, serta meningkatkan kepuasan pengguna. Namun, ketika pelaksanaan praktik pengalaman kerja sekaligus wawancara awal ditemukan salah satu konten yang informasinya kurang lengkap. Dari hasil pengamatan dan wawancara, adanya informasi yang kurang lengkap pada konten mengakibatkan kurang efektifnya pemustaka ketika memanfaatkan layanan dan pustakawan cukup kuwalahan menanggapi pertanyaan pemustaka, terlebih ketika dekat dengan pendaftaran yudisium. Kurang efektifnya pemustaka dalam pemanfaatan layanan perpustakaan apakah berpotensi menimbulkan kurang puasnya pemustaka, yang nantinya berdampak pada kurang baiknya citra perpustakaan (Sarwono, Isbandini, dan Rahayu, 2018). Kepuasan pengguna diukur melalui indikator kesesuaian kebutuhan, totalitas pelayanan, dan kenyamanan dalam mengakses informasi (Selvia, 2022)

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis jenis konten Instagram beserta kualitas konten yang ditampilkan oleh UPT Perpustakaan Universitas Brawijaya dan menilai pengaruhnya terhadap tingkat kepuasan pengguna layanan. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan masukan strategis dalam pengelolaan konten media sosial perpustakaan yang lebih efektif dan berorientasi pada kebutuhan pemustaka.

Metode

Pendekatan dan jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis survei. Pendekatan kuantitatif yang tujuannya menguji hubungan antar variabel berdasarkan data numerik yang dianalisis secara statistik. Metode survei dipilih untuk memperoleh informasi dari populasi besar dengan sampel yang representatif, sehingga hasilnya dapat digeneralisasikan.

Lokasi penelitian dilaksanakan di UPT Perpustakaan Universitas Brawijaya, Kota Malang, Jawa Timur, dan dilaksanakan pada Desember 2024 selama satu bulan. Studi kepustakaan pengumpulan teori dan data sekunder dilakukan melalui studi kepustakaan yang mencakup literatur seperti buku, skripsi, tesis, jurnal ilmiah, dan sumber relevan lainnya, baik yang sifatnya secara langsung maupun tidak langsung terkait topik penelitian. Sumber data meliputi: data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh langsung dari hasil penyebaran kuesioner kepada responden. Data sekunder diperoleh dari dokumen dan literatur terkait penggunaan Instagram dalam konteks layanan perpustakaan.

Teknik pengumpulan data observasi dilakukan untuk memahami aktivitas layanan perpustakaan dan penggunaan Instagram secara langsung. Wawancara: wawancara terstruktur dan tertutup dengan pihak pengelola dilakukan untuk memperoleh data pendukung. Kuesioner merupakan instrumen utama yang disebarkan kepada responden, menggunakan skala Likert lima poin untuk mengukur persepsi terhadap konten Instagram dan kepuasan layanan.

Populasi dan Sampel Populasi: Seluruh pengikut akun Instagram @ublibrary yang berjumlah 11.300 pada Oktober 2024. Sampel ditetapkan menggunakan teknik purposive sampling, dengan kriteria pengikut aktif akun @ublibrary. Penghitungan sample menggunakan rumus Slovin dengan margin of error 10%, sehingga diperoleh sebanyak 100 responden. Pengikut aktif didapat melalui akun yang berinteraksi seperti like, komentar, *share* postingan yang diunggah oleh @ublibrary yang kemudian dipilih secara acak sejumlah 100 akun untuk dihubungi sebagai responden. Selain itu, peneliti turut langsung menyebarkan *barcode link* kuesioner secara langsung di Perpustakaan Universitas Brawijaya. Pada kuesioner yang disebarkan secara langsung terdapat poin apakah turut mengikuti akun instagram @ublibrary, jika tidak maka data yang telah diisi tidak memenuhi syarat dan sebaliknya.

Instrumen Penelitian Kuesioner terdiri dari dua variabel: Variabel X (Jenis Konten Instagram) diukur melalui empat indikator (informasi perpustakaan, promosi/event, kolaborasi/sharing, dan

masukan/saran), masing-masing dengan lima item pernyataan. Serta variabel Y (Kepuasan Pengguna Layanan) yang diukur melalui tiga indikator (kualitas informasi, keterlibatan pengguna, dan kemudahan akses), masing-masing juga memiliki lima item pernyataan.

Uji Validitas dan Reliabilitas Validitas: Item dinyatakan valid jika nilai Corrected Item-Total Correlation $> 0,3$. Dengan jumlah responden 100, nilai minimum yang digunakan adalah $> 0,1946$ (Sugiyono, 2012). Reliabilitas: Diuji menggunakan Alpha Cronbach. Instrumen dikatakan reliabel jika nilai $\alpha > 0,60$. Teknik analisis data dengan analisis regresi linear sederhana untuk mengetahui pengaruh antara variabel X (jenis konten Instagram) terhadap variabel Y (kepuasan pengguna layanan). Analisis dilakukan menggunakan bantuan perangkat lunak statistik untuk memperoleh hasil yang objektif dan terukur.

Hasil dan Pembahasan

Deskripsi Data: data dikumpulkan dari 100 responden yang terdiri dari mahasiswa aktif pengguna layanan perpustakaan sekaligus mengikuti akun instagram UPT Perpustakaan Universitas Brawijaya (@ublibraray). Berdasarkan hasil analisis, mayoritas responden mengetahui informasi perpustakaan melalui Instagram dan menyatakan bahwa mereka mengikuti akun karena informatif dan menarik perhatian.

Hasil Uji Prasyarat, meliputi:

- Uji Validitas** menunjukkan variabel X valid dengan hasil uji $0,621 > 0,1946$, dan variabel Y valid juga dengan nilai hasil uji $0,618 > 0,1946$
- Uji Reliabilitas** menunjukkan kedua variabel reliabel dengan nilai hasil uji Variabel X sebesar $0,949 > 0,6$ dan variabel Y hasil ujinya sebesar $0,939 > 0,6$

Tabel 1. Uji Reliabilitas Variabel X

Cronbach's Alpha	N of Items
.949	20

Tabel 2. Uji Reliabilitas Variabel Y

Cronbach's Alpha	N of Items
.939	15

Uji Reliabilitas (Rizki, 2025)

- Uji Normalitas** menunjukkan bahwa hasil angka Asymp. Sig. (2-tailed) dari kedua variabel sebesar $0,200$, sehingga dapat disebutkan bahwa penyebaran data normal dengan nilai Asymp. Sig. (2-tailed) $> 0,05$

Tabel 3. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	4.87034170
Most Extreme Differences	Absolute	.070
	Positive	.048
	Negative	-.070
Test Statistic		.070
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. This is a lower bound of the true significance.

Uji Normalitas (Rizki, 2025)

- Uji Regresi Linier Sederhana

Tabel 4. Uji Regresi Linier Sederhana

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.826 ^a	.682	.678	4.895	2.108

a. Predictors: (Constant), JENIS KONTEN

b. Dependent Variable: KEPUASAN PEMUSTAKA

Uji Regresi Linier Sederhana (Rizki Bintang, 2025)

Pengujian ini merupakan salah satu bagian dari uji linier sederhana yang disebut dengan Analisis Koefisien Determinasi (R²). Uji ini bertujuan mengukur besar variabel jenis konten (x) terhadap variabel kepuasan pengguna atau layanan (y). Berdasarkan Tabel4 uji regresi linier sederhana diketahui besar nilai korelasi atau hubungan (R) sebesar 0,826. Serta dari hasil yang terdapat pada Tabel4. Uji Regresi Linier Sederhana diperoleh koefisien determinasi (R) sebesar 0,682 atau 68,2% yang menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang simultan antara variabel x dan variabel y sebesar 68,2% dan sisanya 31,8% dipengaruhi oleh variabel lain.

- Analisis Regresi

Tabel 5. Analisis Regresi

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t		
	B	Std. Error	Beta				
(Constant)	12.201	3.346			3.646	.000	
JENIS KONTEN	.591	.041			.826	14.487	.000

a. Dependent Variable: KEPUASAN PEMUSTAKA

Analisis Regresi (Rizki, 2025)

Fungsi dari analisis regresi yaitu memperkirakan pengaruh dari variabel x dan variabel y. Berdasarkan Tabel5 Analisis Regresi ditemukan hasil nilai t hitung 14.487 > 1.987, karena t hitung > t tabel maka H1 diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H1 diterima yang berarti terdapat pengaruh antara variabel jenis konten (x) terhadap variabel kepuasan pengguna (y). Jenis konten instagram UPT Perpustakaan Universitas Brawijaya memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pengguna layanan atau pemustaka. Hal ini turut menjelaskan apabila semakin bagus atau semakin menarik jenis konten yang ada pada instagram UPT Perpustakaan Universitas Brawijaya semakin tinggi juga meningkatnya kepuasan pengguna layanan atau pemustaka begitupun sebaliknya apabila jenis konten semakin buruk atau semakin tidak menarik maka akan berakibat menurunnya kepuasan pengguna layanan atau pemustaka saat memanfaatkan layanan perpustakaan.

- Hasil Uji Hipotesis

Tabel 6. Uji Hipotesis

		ANOVA ^a				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	5029.137	1	5029.13	209.877	.000 ^b
	Residual	2348.303	98	23.962		
	Total	7377.440	99			

a. Dependent Variable: KEPUASAN PEMUSTAKA

b. Predictors: (Constant), JENIS KONTEN

Uji Hipotesis (Rizki, 2025)

Berdasarkan Tabel 6 Uji Hipotesis diketahui hasil bahwa nilai dari F hitung 209,877 dengan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,010$. Selain itu, syarat dalam pengujian yaitu apabila nilai sign $> 0,010$ maka H_0 diterima, sedangkan apabila nilai sign $< 0,010$ maka H_1 diterima. Berdasarkan pengujian tersebut disimpulkan bahwa model regresi linier dapat sebagai memprediksi variabel partisipasi atau dengan kata lain adanya pengaruh antara variabel x dan variabel y.

Instagram Perpustakaan Universitas Brawijaya (UB) memiliki berbagai jenis konten yang bertujuan untuk memberikan informasi dan mempromosikan layanan perpustakaan. Berdasarkan hasil analisis terhadap akun Instagram Perpustakaan UB, jenis konten yang sering diposting mencakup beberapa kategori utama yang dirumuskan oleh Chan et al (2020) meliputi:

Konten Informasi Layanan Perpustakaan

Konten ini berisi informasi terkait dengan layanan yang ditawarkan oleh perpustakaan, seperti jam operasional, fasilitas yang tersedia, dan cara mengakses layanan tertentu. Konten ini bertujuan untuk memberi tahu pemustaka tentang cara memanfaatkan layanan yang ada di perpustakaan.

Tabel 7. Data Responden Konten Berita atau Informasi Perpustakaan

No	Pernyataan	SS	S	R	TS	STS	Total	% S dan SS
1.	Konten yang membahas layanan perpustakaan di Instagram membantu saya mendapatkan informasi yang saya butuhkan.	41	53	5	1	0	100	94%
2.	Saya merasa informasi yang disebarakan melalui Instagram perpustakaan relevan dengan kebutuhan saya.	34	47	15	4	0	100	82%
3.	Konten dengan desain visual seperti poster dapat menarik perhatian saya	27	35	27	11	0	100	62%
4.	Konten dengan model audio visual seperti <i>video/reels</i> dapat menarik perhatian saya.	31	36	24	8	1	100	68%
5.	Bahasa yang terdapat dalam konten mudah untuk dipahami.	48	45	6	1	0	100	93%

Sumber: Data Primer yang diolah (Rizki, 2025)

Data responden konten berita atau informasi perpustakaan diketahui presentase adanya konten yang membahas layanan dapat membantu pemustaka sebesar 94% dari 100 responden setuju dan sangat setuju. Informasi yang disebarakan relevan dengan kebutuhan pemustaka sebesar 82% dari 100

responden setuju dan sangat setuju. Desain visual yang menarik sebesar 62% dari 100 responden setuju dan sangat setuju. Konten audiovisual sebesar 68% dari 100 responden setuju dan sangat setuju. Bahasa yang mudah dipahami sebanyak 93% dari 100 responden menyatakan setuju dan sangat setuju. Sehingga secara keseluruhan konten informasi perpustakaan mendapatkan presentase sebesar 79,9% yang artinya adanya konten informasi perpustakaan telah membantu dan relevan dengan kebutuhan pemustaka, baik secara penampilan konten dan bahasa yang mudah untuk dipahami.

Konten Promosi dan Event

Perpustakaan UB juga memanfaatkan Instagram untuk mempromosikan berbagai event, seminar, *workshop*, dan acara-acara khusus lainnya yang diselenggarakan oleh perpustakaan. Konten ini biasanya meliputi detail acara, waktu pelaksanaan, dan pendaftaran.

Tabel 8. Data Responden Konten Promosi

No	Pernyataan	SS	S	R	TS	STS	Total	% S dan SS
1.	Konten promosi kegiatan dan acara perpustakaan di Instagram menarik perhatian saya.	31	48	17	3	3	100	79%
2.	Saya merasa lebih tertarik untuk mengunjungi perpustakaan setelah melihat promosi di Instagram.	33	36	20	6	2	100	69%
3.	Konten dengan desain visual seperti poster dapat menarik perhatian saya	27	43	22	7	1	100	70%
4.	Konten dengan model audio visual seperti <i>video/reels</i> dapat menarik perhatian saya.	28	41	23	8	0	100	69%
5.	Bahasa yang terdapat dalam konten mudah untuk dipahami.	41	51	7	1	0	100	92%

Sumber: Data Primer yang diolah (Rizki, 2025)

Data responden Konten promosi diketahui presentase adanya konten promosi dapat menarik perhatian pemustaka sebesar 79% dari 100 responden setuju dan sangat setuju. Setelah pemustaka melihat konten promosi semakin tertarik untuk mengunjungi perpustakaan sebesar 69% dari 100 responden setuju dan sangat setuju. Desain visual yang menarik sebesar 70% dari 100 responden setuju dan sangat setuju. Konten audiovisual sebesar 69% dari 100 responden setuju dan sangat setuju. Bahasa yang mudah dipahami sebanyak 92% dari 100 responden menyatakan setuju dan sangat setuju. Sehingga secara keseluruhan konten promosi perpustakaan mendapatkan presentase sebesar 75,8% yang artinya adanya konten promosi dapat menarik perhatian pemustaka dan tentunya pemustaka

menjadi tertarik datang ke perpustakaan, baik secara penampilan konten dan bahasa yang mudah untuk dipahami.

Konten Kerjasama dengan Pihak Eksternal

Konten ini menyajikan informasi tentang kerjasama yang dilakukan oleh Perpustakaan UB dengan berbagai institusi atau pihak eksternal dalam rangka memperkaya layanan atau menyelenggarakan acara tertentu.

Tabel 9. Data Responden Konten Kerjasama atau Berbagi Pengetahuan

No	Pernyataan	SS	S	R	TS	STS	Total	% S dan SS
1.	Saya mendapatkan informasi dan pengetahuan seputar eksternal perpustakaan seperti adanya <i>event</i> yang diadakan ataskerjasama antara perpustakaan dengan pihak lain, dsb.	42	42	10	6	0	100	84%
2.	Informasi yang saya dapatkan dari konten instagram tentang kerjasama Perpustakaan Universitas Brawijaya dengan pihak lain, membuat saya lebih tertarik untuk mendatangi event yang diselenggarakan	31	38	28	2	1	100	69%
3.	Konten dengan desain visual seperti poster dapat menarik perhatian saya	29	42	22	6	1	100	71%
4.	Konten dengan model audio visual seperti <i>video/reels</i> dapat menarik perhatian saya.	27	40	24	8	1	100	67%
5.	Bahasa yang terdapat dalam konten mudah untuk dipahami.	44	46	9	1	0	100	92%

Sumber: Data Primer yang diolah (Rizki, 2025)

Data Responden konten kerjasama atau berbagi pengetahuan diketahui presentase adanya konten kerjasama atau berbagi pengetahuan membuat pemustaka mengetahui informasi dan pengetahuan sebesar 84% dari 100 responden setuju dan sangat setuju. Setelah pemustaka melihat

konten promosi semakin tertarik untuk mendatangi *event* kerjasama perpustakaan sebesar 69% dari 100 responden setuju dan sangat setuju. Desain visual yang menarik sebesar 71% dari 100 responden setuju dan sangat setuju. Konten audiovisual sebesar 67% dari 100 responden setuju dan sangat setuju. Bahasa yang mudah dipahami sebanyak 92% dari 100 responden menyatakan setuju dan sangat setuju. Sehingga secara keseluruhan konten promosi perpustakaan mendapatkan presentase sebesar 76,6% yang artinya adanya konten promosi pemustaka mendapatkan informasi dan pengetahuan atas *event* kerjasama yang dilakukan perpustakaan dan membuat pemustaka tertarik untuk mendatanginya, baik secara penampilan konten dan bahasa yang mudah untuk dipahami.

Konten Interaksi atau Masukan Pengguna

Konten ini berfokus pada penggalangan interaksi dengan pemustaka, baik itu berupa kuis, *polling*, ataupun ajakan untuk memberikan saran atau masukan terkait layanan perpustakaan. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan keterlibatan pengguna dan memberikan ruang bagi pemustaka untuk memberikan umpan balik.

Tabel 10. Data Responden Konten Masukan Pengguna

No	Pernyataan	SS	S	R	TS	STS	Total	% S dan SS
1.	Saya merasa informasi tentang meminta saran atau pendapat pemustaka memberikan manfaat yang besar.	40	44	12	4	0	100	84%
2.	Konten tentang meminta saran dan pemustaka membuat meningkatkan daya tarik	40	30	25	5	0	100	70%
3.	Konten dengan desain visual seperti poster dapat menarik perhatian saya	29	42	22	6	1	100	71%
4.	Konten dengan model audio visual seperti <i>video/reels</i> dapat menarik perhatian saya.	28	44	19	9	0	100	72%
5.	Bahasa yang terdapat dalam konten mudah untuk dipahami.	39	53	6	2	0	100	92%

Sumber: Data Primer yang diolah (Rizki, 2025)

Data responden konten masukan pengguna diketahui presentase adanya masukan pengguna membuat pemustaka merasakan memberikan manfaat yang besar sebesar 84%. Konten masukan pengguna dapat meningkatkan daya tarik pemustaka sebesar 70% dari 100 responden setuju dan sangat setuju. Desain visual yang menarik sebesar 71% dari 100 responden setuju dan sangat setuju. Konten audiovisual sebesar 72% dari 100 responden setuju dan sangat setuju. Bahasa yang mudah dipahami sebanyak 92% dari 100 responden menyatakan setuju dan sangat setuju. Sehingga secara keseluruhan konten interaksi atau masukan pengguna perpustakaan mendapatkan presentase sebesar 77,8% yang artinya adanya konten interaksi atau masukan pengguna, pemustaka mendapatkan informasi dan pengetahuan atas *event* kerjasama yang dilakukan perpustakaan dan membuat

pemustaka tertarik untuk mendatangnya, baik secara penampilan konten dan bahasa yang mudah untuk dipahami.

Paparan data diatas diketahui konten yang diunggah meliputi konten berita atau informasi perpustakaan, promosi, kerjasama atau berbagi pengetahuan, dan masukan pengguna. Selain itu, diketahui dari adanya berbagai kategori konten yang diunggah pada instagram @ublibraray telah membantu pemustaka, relevan dengan kebutuhan pemustaka, menarik minat, tertarik untuk datang langsung untuk memanfaatkan layanan perpustakaan, dan membantu perpustakaan dalam meningkatkan layanan. Selain itu, adanya berbagai konten seputar perpustakaan tentunya sebagai tujuan memberikan informasi kepada pemustaka terkait layanan-layanan yang terdapat pada perpustakaan (Hidayat et al. 2023).

Selain mengetahui jenis konten yang diunggah pada instagram UPT Perpustakaan Universitas Brawijaya, bagaimana kualitas konten yang ada pada instagram UPT Perpustakaan Universitas Brawijaya. Kualitas konten tersebut terdapat pada beberapa aspek yang terdiri dari: desain visual, audio visual, dan bahasa yang mudah dipahami. Desain visual yang menarik dan sesuai dengan identitas merek atau tujuan pesan dapat memperkuat daya tarik konten. Hal ini sejalan dengan pendapat Arifah & Anggapuspa (2023) bahwasanya konten visual yang baik merupakan konten yang mampu mengkomunikasi pesan dalam bentuk visual secara baik, benar, dan menarik perhatian pengguna layanan atau konsumen.

Tabel 11. Data Responden Tentang Desain Visual Yang Menarik

Jenis Konten	Desain Visual Yang Menarik					Total	Persentase S dan SS
	STS	TS	R	S	SS		
Informasi Perpustakaan	0	11	27	35	27	100	62%
Promosi atau event	1	7	22	43	27	100	70%
Berbagi Pengetahuan atau kerjasama	1	6	22	42	29	100	71%
Masukan Pengguna	1	6	22	42	29	100	71%

Sumber: Data Primer yang diolah (Rizki, 2025)

Data responden tentang desain visual yang menarik, diketahui desain visual pada konten masukan pengguna memiliki presentase tertinggi dapat menarik perhatian *follower* atau pemustaka. Sedangkan desain visual konten informasi perpustakaan memiliki presentase terkecil menarik perhatian *follower* atau pemustaka. Sehingga diketahui secara keseluruhan desain visual konten dapat menarik perhatian pemustaka sebesar 68,5% serta dapat disimpulkan desain visual pada konten sudah cukup bagus dan dapat menarik perhatian *follower* atau pemustaka.

Selain itu, penggunaan audio-visual (*video* atau animasi dengan suara) dapat meningkatkan daya tarik dan membuat pesan lebih mudah untuk dipahami. Hal ini turun sejalan dengan yang disampaikan oleh Gerremy AF, Friendha Y (2023) bahwasanya dalam kegiatan pembelajaran media audio visual memiliki manfaat memudahkan pemahaman, mengurangi rasa bosan, serta memberikan ketertarikan sehingga menimbulkan rasa ingin tahu.

Tabel 12. Data Responden Tentang Desain Audiovisual

Jenis Konten	Desain Audiovisual Yang Menarik					Total	Persentase S dan SS
	STS	TS	R	S	SS		
Informasi Perpustakaan	1	8	24	36	31	100	67%
Promosi atau event	1	8	23	40	28	100	68%

Berbagi Pengetahuan atau kerjasama	1	8	24	40	27	100	67%
Masukan Pengguna	0	9	19	44	28	100	71%

Sumber: Data Primer yang diolah (Rizki, 2025)

Data responden tentang desain audiovisual yang menarik, diketahui desain audiovisual pada konten masukan pengguna memiliki presentase tertinggi dapat menarik perhatian *follower* atau pemustaka. Sedangkan desain audiovisual konten informasi perpustakaan dan konten berbagi informasi atau kerjasama memiliki presentase terkecil menarik perhatian *follower* atau pemustaka. Sehingga diketahui secara keseluruhan desain konten audiovisual dapat menarik perhatian pemustaka sebesar 68,25% serta dapat disimpulkan desain audiovisual pada konten sudah cukup bagus dan dapat menarik perhatian *follower* atau pemustaka.

Penggunaan bahasa yang mudah dipahami pada konten turut memberikan kemudahan pemustaka memahami pesan yang terkandung dalam konten tersebut, selain itu bahasa yang mudah dipahami dapat memungkinkan pemustaka mudah mengingat pesan. Bahasa yang mudah dipahami turut menarik perhatian audiens. Selaras dengan Arifah & Anggapuspa (2023) bahwa pesan yang terdapat pada konten instagram haruslah jelas, mudah dipahami, menarik perhatian agar mudah dan bisa diingat oleh konsumen.

Tabel 13. Data Responden Tentang Bahasa Konten Mudah Dipahami

Jenis Konten	Bahasa Mudah Dipahami					Total	Persentase S dan SS
	STS	TS	R	S	SS		
Informasi Perpustakaan	0	1	6	45	48	100	93%
Promosi atau <i>event</i>	0	1	7	51	41	100	92%
Berbagi Pengetahuan atau kerjasama	0	1	9	46	44	100	90%
Masukan Pengguna	0	2	6	53	39	100	92%

Sumber: Data Primer yang diolah (Rizki, 2025)

Data responden tentang bahasa yang mudah dipahami, diketahui bahasa pada konten informasi perpustakaan memiliki presentase tertinggi mudah untuk dipahami oleh *follower* atau pemustaka. Sedangkan bahasa pada konten konten berbagi informasi atau kerjasama memiliki presentase terkecil dapat dipahami oleh *follower* atau pemustaka. Sehingga diketahui secara keseluruhan bahasa pada konten mudah dipahami oleh pemustaka sebesar 91,75% serta dapat disimpulkan bahasa yang digunakan sudah sangat mudah dipahami oleh pengguna.

Berdasarkan pemaparan data diketahui bahwa kualitas konten instagram UPT Perpustakaan Universitas Brawijaya sudah cukup baik. Dibuktikan dengan konten visual maupun konten audio-visual yang menarik, serta bahasa yang terdapat dalam konten atau pada *caption* mudah untuk dipahami. Disisi lain terdapat hal-hal yang dapat ditingkatkan oleh pengelola akun instagram Perpustakaan UB dalam mengelola konten seperti, desain visual yang lebih menarik lagi serta desain konten audiovisual lebih ditingkatkan lagi resolusi *videonya*, dan *copywriting* yang dapat ditingkatkan.

Berbagai kategori konten pada media sosial instagram yang diiringi kualitas konten yang cukup baik layaknya paparan data diatas memberikan berbagai manfaat untuk perpustakaan. Saputro (2019) manfaat media sosial pada perpustakaan meliputi: menjangkau target *audiens* yang lebih luas dengan biaya yang terjangkau, meningkatkan interaksi dengan pemustaka, meningkatkan pemustaka melalui kegiatan promosi di media sosial, kolaborasi dengan berbagai pihak dapat meningkat sehingga layanan perpustakaan dapat lebih kuat, meningkatkan partisipasi pemustaka dalam membangun perpustakaan yang lebih baik, efisiensi waktu dan biaya distribusi informasi, memperluas akses layanan perpustakaan dengan cepat, mendapatkan umpan balik secara langsung lebih cepat, serta membantu dalam meningkatkan citra perpustakaan atau menjaga reputasi perpustakaan.

Pembahasan

Hasil penelitian diketahui bahwa konten meliputi konten berupa gambar, tulisan, dan *video*. Selaras dengan pendapat Siti Muslichatul Mahmudah (2020) konten dapat berupa gambar, suara atau audio, tulisan, dan *video*. Berdasarkan analisis jenis konten yang diunggah melalui laman instagram @ublibrary meliputi: konten informasi perpustakaan, promosi, *knowledge sharing* atau kerjasama, serta masukan dan saran. Konten informasi perpustakaan seperti informasi jam operasional, layanan perpustakaan, dsb. Konten promosi meliputi promosi atau ajakan perpustakaan untuk mengikuti *event* yang diselenggarakan oleh perpustakaan seperti halnya kelas pelatihan, dsb. Konten *knowledge sharing* atau kerjasama seperti halnya ketika perpustakaan menyelenggarakan *event* atau menghadirkan layanan kerjasama dengan pihak lain yang kemudian diinformasikan kepada pemustaka. Konten masukan atau saran meliputi masukan dari pemustaka atas layanan, fasilitas, hingga kinerja pemustaka dengan maksud guna meningkatkan kualitas pelayanan perpustakaan. Dari berbagai konten yang telah diunggah pada laman instagram Perpustakaan Universitas Brawijaya, tentunya memiliki tujuan sebagai jembatan komunikasi serta informasi antara perpustakaan dan pemustaka. Berdasarkan data konten informasi, promosi, kerjasama atau *knowledge sharing*, dan masukan pengguna diketahui pemustaka cukup terbantu dalam memanfaatkan layanan perpustakaan. Selain itu, turut diketahui konten instagram Perpustakaan Universitas Brawijaya bertujuan sebagai upaya dalam memenuhi kebutuhan informasi civitas akademika Universitas Brawijaya atas masukan yang diberikan oleh pemustaka (Sari, 2021). Disisi lain, adanya konten media sosial dapat memungkingkan memberikan keleluasaan serta kesempatan pengguna untuk ikut partisipasi (Ginting et al, 2021)

Kualitas konten dari data penelitian yang disajikan sudah cukup baik, pemustaka menilai bahwa konten yang terdapat pada @ublibrary sudah baik. Dari segi desain visual dan audiovisual telah mampu menarik sehingga berpotensi informasi mudah dipahami oleh pemustaka (Gerremy AF, Friendha Y, 2023). Selain itu, bahasa yang disajikan dalam konten mudah untuk dipahami, serta dengan mudah untuk mencerna informasi yang disebarluaskan melalui konten instagram @ublibrary pemustaka mudah untuk mengingat pesan yang disampaikan melalui konten instagram (Arifah dan Anggapuspa, 2023).

Hadirnya berbagai konten dalam laman Instagram @ublibrary yang notabennya sebagai jembatan informasi dan komunikasi antara perpustakaan dan pemustaka memberikan pengaruh yang stimultan antara variabel x dan variabel y sebesar 68,2%. Sementara itu, nilai korelasinya sebesar 0,826 yang menunjukkan korelasi antara variabel x dan variabel y tergolong dalam korelasi yang sangat kuat serta memiliki hubungan positif. Adanya pengaruh dan hubungan yang positif dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti: informasi yang sesuai dengan kebutuhan pemustaka. Pustakawan memberikan pelayanan secara totalitas seperti halnya yang terdapat pada konten, respon admin yang cukup baik dalam menanggapi pertanyaan pemustaka, yang akhirnya memberikan rasa senang pemustaka atas informasi layanan perpustakaan yang terdapat pada konten instagram @ublibrary. Sejalan dengan Irwan (2023) dalam penelitian (Selvia, 2022) yang berpendapat adanya rasa kepuasan pengguna atau konsumen dapat hadir dari aspek kesesuaian, totalitas, dan kesenangan. Disisi lain, konten dapat memberikan kepuasan kepada pengguna layanan atau pemustaka. Hal ini turut selaras dengan Widayati dan Pariyanti (2020) media sosial seperti halnya instagram dapat meningkatkan kepuasan pengguna layanan serta membantu pemustaka mendapatkan informasi yang sesuai dan terbaru. Hasil penelitian yang diketahui bahwa media sosial dapat memberikan kepuasan terhadap pemustaka Perpustakaan Universitas Brawijaya turut sejalan dengan Supriyadi et al (2023) bahwa media sosial memiliki pengaruh terhadap kepuasan pemustaka Dina Perpustakaan dan Kearsipan Kabupaten Probolinggo.

Menilik adanya pengaruh konten instagram terhadap kepuasan pemustaka, UPT Perpustakaan Universitas Brawijaya memerlukan beberapa pengembangan. Tujuan pengembangan media sosial perpustakaan yaitu meningkatkan efektivitas fungsi media sosial sebagai jembatan informasi serta komunikasi antara perpustakaan dan pemustaka. Pengembangan dapat dilakukan dengan memanfaatkan fitur-fitur yang terdapat pada instagram seperti fitur *live*, *instastory*, *feed*, *reels*, dll. Lebih komunikatif dan interaktif dengan mengunggah kuis, polling, tanya jawab, *repost story*, dll melalui *instastory*. Tujuan adanya konten yang komunikatif dan interaktif yaitu agar komunikasi tidak hanya satu arah, selain itu dapat meningkatkan keterlibatan serta *engagement* pengguna (Cacaflyindonesia, 2023). Informasi yang terkandung pada konten turut perlu diperbarui, dengan tujuan menghadirkan konten yang *up to date* serta memudahkan pemustaka memanfaatkan layanan dan memberikan efektivitas pustakawan dalam memberikan layanan.

Konten berupa *video* seperti *reels* dalam pengembangannya sebaiknya resolusi *video* lebih ditingkatkan baik melalui perangkat yang lebih baik atau dengan memaksimalkan resolusi *video* ketika diedit melalui aplikasi. Disisi lain, admin perlu mencari referensi konten melalui berbagai media sosial seperti tiktok, instagram, dll. Tujuan mencari referensi konten agar konten yang ditayangkan relevan dengan target pengguna, serta menyesuaikan perkembangan tren yang ada pada media sosial. Hasil dari referensi konten dapat menghasilkan konten yang memiliki nilai yang lebih mendalam untuk pengguna, sehingga meningkatkan *engagement* dan *brand* (perpustakaan) mendapatkan posisi yang meningkat dalam pandangan pengguna (Rohmah, 2024).

Simpulan

Konten pada instagram Perpustakaan Universitas Brawijaya terbagi dalam berbagai kategori atau jenis yang meliputi konten informasi perpustakaan (operasional, jam layanan, informasi layanan, pemeliharaan), konten promosi (acara atau *event*, fasilitas, koleksi hingga publikasi), konten berbagi pengetahuan atau kerjasama (edukasi, tips dan trik, *event* kerjasama dengan pihak lain), dan konten masukan pengguna (sapa pemustaka, dan testimoni). Kualitas konten cukup bagus, dibuktikan dengan desain visual konten dapat menarik perhatian pemustaka dengan, desain audiovisual yang menarik, dan bahasa yang mudah dipahami. Hasil penelitian turut menunjukkan bahwa jenis konten Instagram UPT Perpustakaan Universitas Brawijaya memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna layanan. Hasil uji regresi sederhana membuktikan bahwa terdapat hubungan yang kuat dan positif antara konten dengan tingkat kepuasan pengguna, dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,010$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Ini menunjukkan bahwa semakin baik konten yang disajikan, semakin tinggi pula tingkat kepuasan pengguna layanan. Konten yang bersifat informatif, interaktif, dan relevan terbukti mampu meningkatkan kepuasan pemustaka. Oleh karena itu, UPT Perpustakaan Universitas Brawijaya perlu terus mengoptimalkan strategi penyajian konten Instagram agar lebih menarik dan sesuai dengan kebutuhan pemustaka. Selain itu, perlu lebih memanfaatkan berbagai fitur perpustakaan seperti *instastory*, *feed*, *reels*, dll. Penelitian selanjutnya disarankan dapat mewakili pemustaka yang tidak terbatas sebagai pengikut atau *follower* Instagram UPT Perpustakaan Universitas Brawijaya saja. Hal ini disebabkan ditemukan pemustaka yang tidak mengikuti akun Instagram UPT Perpustakaan Universitas Brawijaya tetap mencari informasi yang dibutuhkan melalui media sosial tersebut.

Pengakuan

Terima kasih pada seluruh pihak yang telah membantu saya dalam melaksanakan penelitian hingga tahap penulisan. Terima atas dukungan mulai dari orang tua, bapak/ibu dosen, Staf Perpustakaan Universitas Brawijaya, dosen pembimbing, serta rekan seperjuangan yang telah memberikan motivasi dan menguatkan. Semoga hadirnya artikel ini memberikan manfaat untuk khalayak banyak, serta menjadikan ilmu yang memberikan barokah serta manfaat.

Referensi

- Arifah, Nuril Lailatus, dan Meirina Lani Anggapuspa. 2023. "Pengaruh Elemen Visual Pada Konten Instagram Rintik Sedu Dalam Meraih Engagement Audiens." *Jurnal Barik* 4(3):141-51
- Cacaflyindonesia. (2023, May 12). *Meningkatkan Engagement dengan Konten Interaktif Instagram*. cacafly Indonesia. <https://cacaflymetrodata.com/id/meningkatkan-engagement-dengan-konten-interaktif-instagram/>
- Chan, Tammy Tim Wai, Apple Hiu Ching Lam, dan Dickson K. W. Chiu. 2020. "From Facebook to Instagram: Exploring user engagement in an academic library." *Journal of Academic Librarianship* 46(6). doi: 10.1016/j.acalib.2020.102229.
- Ginting, Rahmanita, Agus Yulistiyono, Abdul Rauf, Sardjana Orba Manullang, Albert Lodewyk Sentosa Siahaan, Devi Putri Kussanti, Tri Endi Ardiansyah, Tika Ristia Djaya, Aulia Suminar Ayu, dan Faried Effendy. 2021. "Etika Komunikasi dalam Media Sosial : Saring Sebelum Sharing." *Penerbit Insania. Grup Publikasi Yayasan Insan Shodiqin Gunung Jati. Anggota IKAPI* 179.
- Gerremy AF, Friendha Y, Jarmani. 2023. "Pengembangan Media Audio Visual Materi Gaya Universitas Wijaya Kusuma Surabaya." *Jurnal Pendidikan Bhinneka Tunggal Ika* 1(4):177-94.
- Hidayat, M., K. Utami, S. Pujiyanta, dan M. H. Nisa. 2023. "Analisis Kepuasan Pemustaka Terhadap Layanan Perpustakaan Dan Pusat Layanan Digital Universitas Muhammadiyah Surakarta Selama

Masa Pasca Pandemi." 12(2):115–38.

- Kemp, S. (2024, February 20). *Digital 2024: Indonesia — DataReportal – Global Digital Insights*. DataReportal – Global Digital Insights. <https://datareportal.com/reports/digital-2024-indonesia>
- Lestari, D. U., Sabrina, A. 2019. "KEGUNAAN DAN PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL PADA PERPUSTAKAAN." (112):13.
- Maabruri, Yaya Ofia, dan Agus Triyanto. 2022. "Kajian Pengembangan Konten Digital Perpustakaan untuk Media Sosial: Perspektif Perpustakaan Nasional di Asia." *Media Pustakawan* 29(3):254–67. doi: 10.37014/medpus.v29i3.3454.
- Mafar, Fiqru. 2020. "Pemanfaatan Instagram Oleh Perpustakaan Ptkin Di Jawa Timur." *Fihris: Jurnal Ilmu Perpustakaan dan Informasi* 15(2):167. doi: 10.14421/fhrs.2020.152.167-180.
- Republik Indonesia. 2007. "UU No.43 Tahun 2007 Tentang Perpustakaan." *Combustion Science and Technology* 21(5–6):508–16.
- Rohmah, M. (2024, March 18). Content Research: Pengertian & Tips Membuat Konten Berkualitas. *dibimbing.id*. <https://dibimbing.id/blog/detail/content-research-pengertian-tips-membuat-konten-berkualitas>.
- Saputro, Tri Yoko Azis. 2019. "Pemanfaatan Instagram Oleh Perpustakaan Institut Teknologi dan Bisnis Kalbis." *Institutional Repository UIN Syarif Hidayatullah Jakarta* 1–127.
- Sari, T. A. A. 2021. *Responsivitas Pemerintah Terhadap Partisipasi Masyarakat Di Media Sosial (Studi Pada Pengelolaan Akun Media Sosial Pemerintah Kota Malang)*. Vol. 1.
- Sarwono, Sarwono, Isbandini Isbandini, dan Dwi Rahayu. 2018. "Analisis Tingkat Kepuasan Pemustaka Terhadap Layanan Electronic Theses and Dissertations (ETD) Perpustakaan UGM dengan Menggunakan Metode LibQUAL +TM." *LIBRARIA: Jurnal Perpustakaan* 6(2):299. doi: 10.21043/libraria.v6i2.4153.
- Sinaga, Saidun, Munadhil Abdul Muqsih, dan Fitria Ayuningtyas. 2024. "Instagram sebagai Media Informasi Digital Perpustakaan Universitas Pembangunan Nasional 'Veteran' Jakarta." *Ekspresi Dan Persepsi : Jurnal Ilmu Komunikasi* 7(1):232–53. doi: 10.33822/jep.v7i1.5444.
- Siti Muslichatul Mahmudah, Muthia Rahayu. 2020. "Pengelolaan Konten Media Sosial Korporat Pada Instagram Sebuah Pusat Perbelanjaan." *Nusantara, Jurnal Komunikasi* 2(1):1–9.
- Selvia, Aina. 2022. "KEPUASAN PEMUSTAKA TERHADAP MEDIA PROMOSI MELALUI INSTAGRAM DI PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS BINA BANGSA GETSEMPENA BANDA ACEH SKRIPSI." *Journal of Economic Perspectives* 2(1):1–4.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta.
- Supriyadi, S., S. Mulyono, dan ... 2023. "Pengaruh Media Sosial, Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pemustaka Di Dinas Perpustakaan Dan Kearsipan" *... : Jurnal Manajemen dan ...* 4(2):167–78.
- Syahreza, M. Fachri, dan Irwan Syari Tanjung. 2018. "Motif dan pola penggunaan media sosial program studi pendidikan ekonomi unimed." *Jurnal Interaksi* 2(1):61–84.
- Widayati Erna Fitri, dan Pariyanti. 2020. "Delivery Service Pustakawan Di Era New Normal." *Kajian Informasi dan Perpustakaan* 12(2):1–14. doi: 10.1088/1751-8113/44/8/085201
- Willianti, Cassandra, dan Roswita Oktavianti. 2019. "Pengaruh Motif Penggunaan Media Sosial Instagram terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada Followers @pluffyschoice)." *Prologia* 3(1):47. doi: 10.24912/pr.v3i1.6205.
- Zuniananta, Luthfi Endi. 2021. "Penggunaan Media Sosial sebagai Media Komunikasi Informasi Di Perpustakaan." *Jurnal Ilmu Perpustakaan* 10(4):37–42.