

**ANALISIS PROMOSI PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA MELALUI MEDIA SOSIAL (*INSTAGRAM, FACEBOOK,
TWITTER, LINE*) BERDASARKAN MODEL AIDA**

SKRIPSI



Disusun oleh:

NUR AZIZAH

NIM: 071711633001

**DEPARTEMEN ILMU INFORMASI DAN PERPUSTAKAAN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS AIRLANGGA**

Semester Ganjil 2021/2022

**ANALISIS PROMOSI PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA MELALUI MEDIA SOSIAL (*INSTAGRAM, FACEBOOK,
TWITTER, LINE*) BERDASARKAN MODEL AIDA**

SKRIPSI



Disusun oleh:

NUR AZIZAH

NIM: 071711633001

**DEPARTEMEN ILMU INFORMASI DAN PERPUSTAKAAN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS AIRLANGGA**

Semester Ganjil 2021/2022

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT

“Bagian atau keseluruhan isi Skripsi ini tidak pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademisi pada bidang studi dan/atau universitas lain dan tidak pernah dipublikasikan/ ditulis oleh individu selain penyusun kecuali bila bila dituliskan dengan format kutipan (langsung atau tidak langsung) dalam isi Skripsi”.

Apabila ditemukan bukti bahwa saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai ketentuan yang berlaku di Universitas Airlangga.

Surabaya, 07 Januari 2022



071711633001

**ANALISIS PROMOSI PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA MELALUI MEDIA SOSIAL (*INSTAGRAM, FACEBOOK,
TWITTER, LINE*) BERDASARKAN MODEL AIDA**

SKRIPSI

**Maksud : sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi S1 pada Fakultas
Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Airlangga**

Disusun oleh:

NUR AZIZAH

NIM: 071711633001

**DEPARTEMEN ILMU INFORMASI DAN PERPUSTAKAAN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS AIRLANGGA**

Semester Ganjil 2020/2021

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah alakulihal...

Sekumpulan kalimat dalam sebuah karya ini saya persembahkan kepada kedua orang tua saya yang telah memberikan ridoh dan doa dalam perjalanan menimba ilmu ini. Serta kepada kakak ku yang senantiasa memberikan dukungan dan doa dalam perjalanan ini. Marut suwon sanget atas ridoh, doa dan dukungan yang telah diberikan kepadaku sehingga saya bisa menyelesaikan studi ini.

Teruntuk Almamater yang luar biasa Ilmu Informasi dan Perpustakaan

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Airlangga

Yang telah memberikan kesempatan saya untuk mencari ilmu dan pengalaman yang sangat berharga.

HALAMAN MOTTO:

“ مَنْ جَدَّ وَجَدَ ”

Barang siapa yang bersungguh-sungguh, maka akan berhasil

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING

**ANALISIS PROMOSI PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA MELALUI MEDIA SOSIAL (*INSTAGRAM, FACEBOOK,
TWITTER, LINE*) BERDASARKAN MODEL AIDA**

Skripsi ini telah memenuhi persyaratan dan disetujui untuk diujikan

Dosen Pembimbing



Dr. Koko Srimulyo, Drs., M.Si
NIP. 196602281990021001

HALAMAN PENGESAHAN PANITIA PENGUJI

Skripsi ini telah diujikan dan disajikan dihadapan komisi penguji

Program Studi : S1 Ilmu Informasi dan Perpustakaan

Departemen : Ilmu Informasi dan Perpustakaan

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Airlangga

Pada Hari : Senin

Tanggal : 17 Januari 2022

Pukul : 09.30 - selesai

Komisi Penguji Terdiri Dari:

Ketua Penguji



Hendro Margono, S.Sos., Ph.D

NIP. 197006252009121001

Anggota 1



Ragil Tri Atmi, S.IIP., M.A

NIP. 198607262015043201

Anggota 2



Dr. Koko Srimulyo, Drs., M.Si

NIP. 196602281990021001

ABSTRAK

Penggunaan media sosial sebagai media promosi perpustakaan dirasa efektif dan memberikan dampak yang positif bagi perpustakaan untuk membangun citra perpustakaan bagi masyarakat. Kegiatan promosi memiliki kedudukan yang penting dalam perpustakaan guna menarik minat pengguna untuk mengunjungi dan memanfaatkan layanan di perpustakaan. Tujuan penelitian untuk mengetahui bagaimana promosi Perpustakaan Universitas Airlangga Surabaya melalui media sosial (*Instagram, Facebook, Line, Twitter*) menggunakan model AIDA. Metode penelitian menggunakan metode penelitian kuantitatif deskriptif, memiliki maksud untuk menggambarkan dan memberikan penjelasan tentang promosi Perpustakaan Universitas Airlangga Surabaya melalui media sosial tersebut dengan menggunakan konsep AIDA. Responden penelitian yaitu pemustaka Perpustakaan Universitas Airlangga yang memiliki akun dan mengikuti media sosial perpustakaan tersebut dengan jumlah 100 responden. Hasil penelitian adalah promosi Perpustakaan Universitas Airlangga Surabaya melalui (*instagram, facebook, twitter, dan line*) menggunakan konsep AIDA melalui *instagram* pada *attention*/perhatian memperoleh hasil 3,18 pada *interest*/ketertarikan memperoleh hasil 3,09, pada *desire*/keinginan memperoleh hasil 3,10, dan pada *action*/tindakan memperoleh hasil 3,05. Promosi melalui *facebook* menggunakan konsep AIDA pada *attention*/perhatian diperoleh hasil 2,87, pada *interest*/ketertarikan memperoleh hasil 2,68, pada *desire*/keinginan memperoleh hasil 2,84 dengan, dan pada *action*/tindakan memperoleh hasil 2,78. Promosi melalui *twitter* menggunakan konsep AIDA pada *attention*/perhatian diperoleh hasil 2,95, pada *interest*/ketertarikan memperoleh hasil 2,73, pada *desire*/keinginan memperoleh hasil 2,91 dan pada *action*/tindakan memperoleh hasil 2,87. Promosi melalui *line* menggunakan konsep AIDA pada *attention*/perhatian diperoleh hasil 2,88, pada *interest*/ketertarikan memperoleh hasil 2,56, pada *desire*/keinginan memperoleh hasil 2,86 dan pada *action*/tindakan memperoleh hasil 2,81.

Kata kunci : Konsep AIDA, Promosi, Media Sosial

ABSTRACT

The use of social media as a media for library promotion is considered effective and has a positive impact on libraries to build a library image for the community. Promotional activities have an important position in the library in order to attract users to visit and use the library. The purpose of the study was to find out how to promote the Airlangga University Surabaya Library through social media (Instagram, Facebook, Line, Twitter) using the AIDA model. The research method uses descriptive quantitative research methods, with the aim of describing and providing explanations about the promotion of the Airlangga University Surabaya Library through social media using the AIDA concept. The research respondents are the users of the Airlangga University Library who have accounts and follow the library's social media with a total of 100 respondents. The result of the research is that the promotion of the Airlangga University Library Surabaya through (instagram, facebook, twitter, and line) using the AIDA concept through Instagram on attention/attention gets 3.18 results on interest/interest gets 3.09 results, on desire/desire gets results 3,10, and on the action/action obtained the result of 3.05. Promotion through Facebook using the AIDA concept on attention/attention got 2.87 results, on interest/interest got 2.68 results, on desire/want to get results 2.84 with, and on actions/actions got 2.78 results. Promotion through Twitter using the AIDA concept on attention/attention got 2.95 results, on interest/interest got 2.73 results, on desire/desire got 2.91 results and on actions/actions got 2.87 results. Promotion through line using the AIDA concept on attention/attention got 2.88 results, on interest/interest got 2.56 results, on desire/desire to get results 2.86 and on actions/actions got 2.81 results.

Keywords: AIDA Concept, Promotion, Social Media

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan segala rasa syukur dan mengucapkan Alhamdulillah kehadirat Allah SWT yang limpahan rahmatNYA dan keberkahan, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Analisis Promosi Perpustakaan Universitas Airlangga Surabaya Melalui Media Sosial (*Instagram, Facebook, Twitter, Line*) Berdasarkan Model AIDA” sebagai salah satu syarat akademis untuk menyelesaikan studi S1 pada program studi Informasi dan Perpustakaan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Airlangga.

Mengenai tujuan penelitian ini adalah menggambarkan dan mendeskripsikan tentang Analisis Promosi Perpustakaan Universitas Airlangga Surabaya Melalui Media Sosial (*Instagram, Facebook, Twitter, Line*) Berdasarkan Model AIDA Pada BAB I sebagai pendahuluan penelitian ini menggambarkan tentang latar belakang masalah hingga rencana analisis data penelitian. BAB II memuat tentang gambaran umum promosi Perpustakaan Universitas Airlangga melalui media sosial (*Instagram, Facebook, Twitter, Line*), BAB III memuat hasil temuan data yang diperoleh peneliti dari lapangan. BAB IV memuat analisis data dan interpretasi teoritik dari data yang diperoleh peneliti. Yang terakhir BAB V sebagai penutup memuat kesimpulan dan saran penelitian. Serta dilengkapi dengan lampiran penelitian sebagai pendukung data.

Disamping itu penulis juga ingin menyampaikan terimakasih kepada:

1. Orang tuaku (ibu dan bapak) yang telah menjalankan tugas sebagai orang tua dengan baik, tiada yang dapat membalas besarnya kasih sayang yang telah diberikan.
2. Kakak-kakak ku yang ku sayangi, yang memberikan semangat, suport dan memberikan contoh yang baik buat penulis.

3. Pak Koko Srimulyo sebagai dosen pembimbing skripsi peneliti yang telah meluangkan waktu dan tenaganya serta dengan telaten dan sabar memberikan bimbingan, masukan, evaluasi, motivasi dan semangat kepada penulis agar dapat menyelesaikannya dengan baik.
4. Ibu Tri Soesantari selaku dosen wali yang senantiasa memberikan semangat dan motivasi kepada penulis dalam proses Akademik.
5. Terimakasih sebanyak-banyaknya untuk para dosen Ilmu Informasi dan Perpustakaan yang mau membagi ilmu pengetahuan dan pengalamannya kepada penulis, semoga yang telah disampaikan membawa keberkahan dan kebermanfaat, dan semoga ilmu yang disampaikan menjadi amal jariyah.
6. Kepada pihak-pihak yang berkaitan dalam proses administrasi selama studi di IIP terimakasih telah membantu dan memberikan pelayanan yang terbaik kepada penulis.
7. Kepada responden pemustaka perpustakaan Universitas Airlangga Surabaya terimakasih telah memberikan informasi dan waktu untuk penulis.
8. Seluruh teman-teman IIP 2017 yang menjadi teman baik dalam proses belajar Departemen Ilmu Informasi dan Perpustakaan.
9. Dan kepada rekan-rekan yang tidak bisa penulis sebut satu persatu yang telah membantu dan mensupport penulis dalam merampungkan skripsi ini, peneliti haturkan banyak terimakasih.

Surabaya, Desember 2021

Nur Azizah

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL DALAM 1	i
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT	ii
HALAMAN JUDUL DALAM 2	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	vi
HALAMAN PENGESAHAN PANITIA PENGUJI.....	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRCT	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAFTAR TABEL	xvi
BAB I PENDAHULUAN	I-1
I.1. Latar Belakang Masalah.....	I-1
I.2. Rumusan Masalah	I-9
I.3. Tujuan Penelitian	I-9
I.4. Manfaat Penelitian.....	
I.4.1. Manfaat Akademis	I-10
I.4.2. Manfaat Praktis	I-10
I.5. Tinjauan Pustaka	
I.5.1. Promosi	I-11
I.5.2. Konsep AIDA.....	I-17
I.5.3. Pemustaka	I-19
1.5.4. Media Sosial	I-19
I.6. Variabel Penelitian	
I.6.1. Definisi Konseptual.....	I-22
I.6.2. Definisi Oprasional	I-24
I.7. Metode Penelitian dan Prosedur Penelitia.....	
1.7.1. Metode Penelitian	I-25
1.7.2. Lokasi Penelitissn	I-25
1.7.3. Populasi dan Teknik Pengambilang Sampel	I-26

1.7.4. Metode Penggumpulan Data	I-28
I.8. Rencana Penggunaan Metode Analisis	
I.8.1. Skala Pengukuran.....	I-30
I.8.2. Skor Rata-Rata	I-31

BAB II GAMBARAN UMUM KAJIAN PENELITIAN

II.1. Deskripsi Perpustakaan Universitas Airlangga Surabaya.....	II-1
II.2. Visi dan Misi Perpustakaan Universitas Airlangga Surabaya1	II-2
II.3. Tujuan dan Fungsi Perpustakaan Universitas Airlangga Surabaya	II-3
II.4. Layanan Perpustakaan Universitas Airlangga Surabaya	II-4
II.7. Promosi Perpustakaan Universitas Airlangga Surabaya.....	II-6
II.7.1. Instagram Perpustakaan Universitas Airlangga Surabaya	II-7
II.7.2. Facebook Perpustakaan Universitas Airlangga Surabaya.....	II-9
II.7.3. Twitter Perpustakaan Universitas Airlangga Surabaya	II-10
II.7.4. Line Perpustakaan Universitas Airlangga Surabaya.....	II-12
II.8. Strultur Organisasi	II-13

BAB III TEMUAN DATA

3.1. Karakteristik Responden	III-1
3.1.1. Usia Responden	III-1
3.1.2. Jenis Kelamin Responden.....	III-2
3.1.3. Departemen/Jurusan Responden.....	III-2
3.2. <i>Attention</i> (Perhatian).....	III-4
3.3. <i>Interest</i> (Ketertarikan)	III-13
3.4. <i>Desire</i> (Keinginan)	III-21
3.6. <i>Action</i> (Tindakan).....	III-30

BAB IV ANALISIS TEMUAN DATA

IV.1. Karakteristik Responden	IV-1
IV.2. Konsep AIDA Menurut Kotler.....	IV-2
IV.2. Formula <i>Attention</i> (Perhatian)	IV-2
IV.2.1.1. Formula <i>Attention</i> Pada Promosi Melalui Instagram ..	IV-3
IV.2.1.2. Formula <i>Attention</i> Pada Promosi Melalui Facebook...	IV-7
IV.2.1.3. Formula <i>Attention</i> Pada Promosi Melalui Twitter	IV-8
IV.2.1.4. Formula <i>Attention</i> Pada Promosi Melalui Line	IV-11
IV.2.2. Formula <i>Interest</i> (Ketertarikan)	IV-14
IV.2.2.1. Formula Interest Pada Promosi Melalui Instagram...	IV-14
IV.2.2.2. Formula Interest Pada Promosi Melalui Facebook ...	IV-17
IV.2.2.3. Formula Interest Pada Promosi Melalui Twitter	IV-20

IV.2.2.4. Formula <i>Interest</i> Pada Promosi Melalui Line	IV-22
IV.2.3. Formula <i>Desire</i> (Keinginan)	IV-24
IV.2.3.1. Formula <i>Desire</i> Pada Promosi Melalui Instagram	IV-24
IV.2.3.2. Formula <i>Desire</i> Pada Promosi Melalui Facebook	IV-27
IV.2.3.3. Formula <i>Desire</i> Pada Promosi Melalui Twitter	IV-30
IV.2.3.4. Formula <i>Desire</i> Pada Promosi Melalui Line	IV-32
IV.2.4. Formula <i>Action</i> (Tindakan)	IV-35
IV.2.4.1. Formula <i>Action</i> Pada Promosi Melalui Instagram	IV-35
IV.2.4.2. Formula <i>Action</i> Pada Promosi Melalui Facebook	IV-39
IV.2.4.3. Formula <i>Action</i> Pada Promosi Melalui Twitter	IV-42
IV.2.4.5. Formula <i>Action</i> Pada Promosi Melalui Line	IV-45
IV.3. Data Keseluruhan	IV-48

BAB V PENUTUP

V.1 Kesimpulan	V-1
V.2 Saran	V-3

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Definisi Oprasional.....	I-24
Tabel 3.1 Usia Responden	III-1
Tabel 3.2 Jenis Kelamin Responden	III-2
Tabel 3.3 Departemen/Jurusan	III-3
Tabel 3.4 Attention pada Instagram	III-4
Tabel 3.5 Attention/Perhatian pada Facebook.....	III-7
Tabel 3.6 Attention/Perhatian pada Twitter	III-9
Tabel 3.7 Attantion/Perhatian pada Line	III-11
Tebel 3.8 Interest/Minat pada Instagram.....	III-13
Tebel 3.8 Interest/Minat pada FACEBOOK	III-16
Tabel 3.10 Interest/Minat pada Twitter	III-17
Tabel 3.11 <i>Interest</i> /Minat pada Line	III-20
Tabel 3.12 <i>Desire</i> pada Instagram.....	III-22
Tabel 3.13 <i>Desire</i> pada Facebook	III-24
Tabel 3.14 <i>Desire</i> pada Twitter	III-26
Tabel 3.15 <i>Desire</i> pada Line.....	III-28
Tabel 3.16 <i>Action</i> pada Instagram	III-30
Tabel 3.17 <i>Action</i> pada Facebook	III-34
Tabel 3.18 <i>Action</i> pada Twitter.....	III-37
Tabel 3.19 <i>Action</i> pada Line	III-40
TABEL KESELURUHAN	IV 48

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Halaman Awal Instagram Perpustakaan UNAIR	II-8
Gambar 2.2 Halaman IGTV Perpustakaan UNAIR	II-8
Gambar 2.3 Laman Branda Facebook UNAIR Library	II-9
Gambar 2.4 Laman Video Facebook UNAIR Library	II-10
Gambar 2.5 Halaman Tweet Twitter PerpustakaanUNAIR	II-11
Gambar 2.6 Halaman Tweet Topik Umum Twitter Perpustakaan UNAIR	II-11
Gambar 2.7 Timeline UNAIR Library	II-12