

## DAFTAR ISI

|  |      |
|--|------|
| HALAMAN PENGESAHAN.....                              | i    |
| HALAMAN PERNYATAAN .....                             | ii   |
| KATA PENGANTAR .....                                 | iii  |
| DAFTAR ISI.....                                      | v    |
| DAFTAR TABEL.....                                    | viii |
| DAFTAR GAMBAR .....                                  | ix   |
| INTISARI.....  | x    |
| ABSTRACT.....  | xi   |
| BAB I PENDAHULUAN.....                               | 1    |
| 1.1.    Latar Belakang Penelitian.....               | 1    |
| 1.2.    Rumusan Masalah .....                        | 12   |
| 1.3.    Pertanyaan penelitian.....                   | 12   |
| 1.4.    Tujuan Penelitian.....                       | 13   |
| 1.5.    Manfaat Penelitian.....                      | 13   |
| 1.6.    Keaslian Penelitian .....                    | 14   |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....                         | 18   |
| 2.1.    Konsep Dasar Media Sosial.....               | 18   |
| 2.1.1.    Media Sosial .....                         | 18   |
| 2.1.2.    Karakteristik Media Sosial .....           | 19   |
| 2.1.3.    Manfaat Media Sosial.....                  | 20   |
| 2.1.4.    Penggunaan dan Kepuasan Media Sosial ..... | 20   |
| 2.2.    Pengelolaan Konten Media Sosial.....         | 22   |
| 2.2.1.    Kualitas Konten .....                      | 24   |
| 2.2.2.    Relevansi dan Ketepatan waktu.....         | 25   |
| 2.2.3.    Interaksi dan Keterlibatan.....            | 26   |
| 2.2.4.    Aksesibilitas dan Tampilan .....           | 26   |
| 2.3.    Efektivitas Promosi .....                    | 27   |

|  |   |           |
|--|---|-----------|
| 2.4.                                     | Keterlibatan Media Sosial .....                       | 29        |
| 2.4.1.                                   | Definisi Keterlibatan Media Sosial .....              | 29        |
| 2.4.2.                                   | Komponen Utama Keterlibatan.....                      | 29        |
| 2.4.3.                                   | Faktor yang Mempengaruhi Keterlibatan.....            | 31        |
| 2.5.                                     | Karakteristik Platform Media Sosial .....             | 32        |
| 2.5.1.                                   | Instagram .....                                       | 32        |
| 2.5.2.                                   | X/Twitter .....                                       | 33        |
| 2.5.3.                                   | Facebook.....   | 33        |
| 2.5.4.                                   | YouTube .....   | 33        |
| 2.5.5.                                   | Tiktok .....  | 33        |
| 2.6.                                     | Promosi Perpustakaan .....                            | 34        |
| 2.7.                                     | Promosi di Media Sosial: AIDA.....                    | 35        |
| 2.8.                                     | Kerangka Konseptual .....                             | 38        |
| 2.9.                                     | Hipotesis .....                                       | 40        |
| <b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>    |   | <b>47</b> |
| 3.1.                                     | Jenis Penelitian .....                                | 47        |
| 3.2.                                     | Lokasi dan Waktu Penelitian.....                      | 47        |
| 3.3.                                     | Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel ..... | 48        |
| 3.4.                                     | Definisi Operasional .....                            | 50        |
| 3.5.                                     | Instrumen Penelitian .....                            | 52        |
| 3.6.                                     | Teknik pengumpulan Data .....                         | 56        |
| 3.7.                                     | Uji Validitas dan Reliabilitas.....                   | 56        |
| 3.8.                                     | Teknik Analisis Data .....                            | 57        |
| <b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b> |   | <b>58</b> |
| 4.1.                                     | Gambaran Objek Penelitian.....                        | 58        |
| 4.1.1.                                   | Media Sosial Perpustakaan UGM .....                   | 58        |
| 4.1.2.                                   | Visi dan Misi Perpustakaan UGM.....                   | 63        |
| 4.1.3.                                   | Struktur Organisasi Perpustakaan UGM .....            | 64        |
| 4.1.4.                                   | Layanan Perpustakaan UGM.....                         | 64        |
| 4.2.                                     | Uji Deskriptif.....                                   | 66        |

|                       |  |     |
|-----------------------|--|-----|
| 4.2.1.                | Kakteristik Responden.....   | 66  |
| 4.2.2.                | Statistik Deskriptif.....  | 67  |
| 4.3.                  | Uji Validitas dan Reliabilitas.....                                      | 70  |
| 4.3.1.                | Uji Validitas.....   | 70  |
| 4.3.2.                | Uji Reliabilitas.....  | 73  |
| 4.4.                  | Uji Ordinal Regression .....   | 75  |
| 4.4.1.                | Uji Kelayakan Model ( <i>Goodness-of-fit</i> ) .....                     | 75  |
| 4.4.2.                | Koefisien Determinasi Model.....   | 75  |
| 4.4.3.                | Uji Parsial .....  | 76  |
| 4.4.4.                | Uji Serentak ( <i>Model Fitting Information</i> ).....                   | 79  |
| 4.5.                  | Pembahasan .....   | 80  |
| 4.5.1.                | Variabel Independen (X) .....  | 80  |
| 4.5.2.                | Variabel Dependen (Y).....   | 83  |
| 4.5.3.                | Pengaruh Kualitas Konten terhadap Efektivitas promosi.....               | 86  |
| 4.5.4.                | Pengaruh Relevansi dan Ketepatan Waktu terhadap Efektivitas Promosi..... | 88  |
| 4.5.5.                | Pengaruh Interaksi dan Keterlibatan terhadap Efektivitas Promosi ....    | 90  |
| 4.5.6.                | Pengaruh Aksesibilitas dan Tampilan terhadap Efektivitas Promosi..       | 92  |
| 4.5.7.                | Pengaruh Simultan terhadap Efektivitas Promosi .....                     | 95  |
| BAB V KESIMPULAN..... |  | 96  |
| 5.1.                  | Kesimpulan.....  | 96  |
| 5.2.                  | Implikasi .....  | 97  |
| 5.3.                  | Saran .....  | 98  |
| 5.3.1.                | Saran untuk perpustakaan.....  | 98  |
| 5.3.2.                | Saran untuk peneliti selanjutnya.....                                    | 99  |
| DAFTAR PUSTAKA .....  |  | 100 |