

TIK Ilmeu Jurnal Ilmu Perpustakaan dan Informasi	Vol. 9. No. 2, 2025 ISSN: 2580-3654 (p), 2580-3662(e) http://journal.iaincurup.ac.id/index.php/TI/in dex
DOI: 10.29240/tik.v9i2.13965	

Efektivitas Media Sosial dalam Meningkatkan Kunjungan ke Perpustakaan Kandaga Universitas Padjadjaran

**Prijana¹, Muhammad Rangga Aria Putra², Fairuz Zulyan Fadhil³, Mahendra Nur
Eka Puri⁴, Febriyanti Bifakhlina⁵**

Universitas Padjadjaran Bandung, Indonesia

Jl. Raya Bandung-Sumedang Km.21, Jatinangor, Sumedang, 45362 (*Affiliation address*)

Corresponding author: *fairuz23002@mail.unpad.ac.id

Abstract

This study aims to evaluate the impact of social media utilization as a communication tool in increasing visits by students of the Library and Information Science Study Program at Padjadjaran University to the Kandaga Library, UNPAD. In the midst of the digital era, libraries are required to adapt to establish effective interactions with users. This study explores the role of Kandaga Library's social media in building awareness, attracting interest, and influencing students' decisions to make in-person visits. The research was conducted quantitatively through a survey method with 87 student respondents, with data collected using an online questionnaire and analyzed using the Pearson correlation test. The findings indicate a positive and significant relationship between social media activity and the intensity of library visits. Several elements such as social media content ($r=0.628$), information clarity ($r=0.502$), visual and design aspects ($r=0.522$), and the number of "likes" on posts ($r=0.607$) showed a significant correlation ($p<0.01$) with the frequency of visits. These results strengthen the understanding that social media is a powerful communication tool in increasing physical visits to the library, and can be used as a basis for designing more effective communication strategies in the future.

Keywords: Social Media, Library Visits, Communication Strategy, Students, Kandaga Library UNPAD.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh penggunaan media sosial sebagai sarana komunikasi dalam meningkatkan kunjungan mahasiswa Program Studi Perpustakaan dan Sains Informasi Universitas Padjadjaran ke Perpustakaan Kandaga Universitas Padjadjaran. Di era digital, perpustakaan dituntut untuk menghadirkan strategi komunikasi yang efektif guna menjangkau pemustaka secara lebih luas. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif melalui metode survei terhadap 87 mahasiswa, dengan teknik simple random sampling dan pengumpulan data menggunakan kuesioner daring. Analisis data dilakukan menggunakan uji korelasi Pearson untuk mengukur hubungan antara aktivitas media sosial perpustakaan dan frekuensi kunjungan mahasiswa. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konten media sosial ($r=0,628$), kejelasan informasi ($r=0,502$), desain visual ($r=0,522$), serta jumlah "suka" pada unggahan ($r=0,607$) memiliki hubungan positif dan signifikan ($p<0,01$) dengan intensitas kunjungan. Temuan ini menegaskan bahwa media sosial berperan penting sebagai strategi komunikasi yang efektif dalam mendorong kunjungan fisik ke perpustakaan..

Kata Kunci: Media Sosial, Kunjungan Perpustakaan, Strategi Komunikasi, Mahasiswa, Perpustakaan Kandaga UNPAD.

A. Pendahuluan

Latar Belakang

Transformasi digital dalam pendidikan tinggi telah mengubah secara drastis cara mahasiswa, dosen, dan peneliti dalam mengakses, menyimpan, dan mendistribusikan informasi akademik. Seiring meningkatnya ketergantungan pada teknologi digital, institusi pendidikan seperti universitas didorong untuk mengembangkan sistem layanan berbasis teknologi yang lebih fleksibel dan mudah beradaptasi. Perpustakaan sebagai pusat sumber belajar tidak terkecuali dalam tuntutan ini. Perpustakaan Kandaga, yang menjadi pusat layanan informasi akademik bagi sivitas akademika Universitas Padjajaran, dituntut untuk berkembang melampaui sekadar ruang penyimpanan koleksi, tetapi juga sebagai pusat aktivitas ilmiah dan literasi digital.

Perpustakaan Kandaga UNPAD telah melakukan berbagai inisiatif digitalisasi layanan, seperti pengembangan repository digital, layanan referensi daring, hingga akses ke berbagai jurnal internasional untuk mendukung kebutuhan akademik sivitas akademika (Nurhayati & Nugroho, 2023). Namun demikian, masih terdapat tantangan dalam optimalisasi interaksi antara perpustakaan dan penggunanya, terutama mahasiswa yang berasal dari generasi digital, termasuk mahasiswa dari Program Studi Perpustakaan dan Sains Informasi. Meskipun fasilitas terus ditingkatkan, rendahnya kunjungan fisik ke perpustakaan menunjukkan bahwa transformasi digital tidak cukup hanya dalam bentuk infrastruktur, tetapi juga perlu menyentuh aspek komunikasi dan promosi informasi yang selaras dengan perilaku pengguna digital (Listiawan & Supriyanto, 2023; Qonita & Rachmawati, 2022).

Salah satu langkah strategis yang mulai dilakukan Perpustakaan Kandaga adalah memanfaatkan media sosial sebagai kanal komunikasi institusional. Platform seperti Instagram, Twitter, dan YouTube digunakan untuk menyampaikan informasi terkait koleksi, pelatihan literasi informasi, tutorial jurnal, serta berbagai kegiatan akademik (Nurhayati & Nugroho, 2023). Melalui media sosial, perpustakaan mencoba menjangkau mahasiswa dengan pendekatan yang lebih informal, visual, dan interaktif. Namun, hingga kini belum terdapat kajian sistematis yang mengukur efektivitas penggunaan media sosial tersebut, khususnya dalam mendorong kesadaran, ketertarikan, dan kunjungan mahasiswa Program Studi Perpustakaan dan Sains Informasi ke perpustakaan. Padahal, kelompok mahasiswa ini memiliki pemahaman dasar yang baik tentang informasi dan teknologi sehingga potensial menjadi pengguna aktif dan kritis layanan perpustakaan.

Dengan demikian, menganalisis pengaruh penggunaan media sosial sebagai sarana komunikasi dalam meningkatkan kunjungan mahasiswa Program Studi Perpustakaan dan Sains Informasi Universitas Padjadjaran ke Perpustakaan Kandaga Universitas Padjadjaran. Pendekatan kuantitatif akan digunakan untuk mengukur hubungan antara promosi digital dan perilaku pengguna secara objektif. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi dasar penyusunan strategi komunikasi yang lebih efektif dan relevan, serta mendorong optimalisasi peran perpustakaan dalam mendukung pembelajaran dan penelitian di lingkungan kampus.

Rumusan Masalah

1. Sejauh mana pengaruh penggunaan media sosial terhadap peningkatan kunjungan fisik mahasiswa Program Studi Perpustakaan dan Sains Informasi Universitas Padjajaran ke Perpustakaan Kandaga UNPAD?
2. Platform media sosial mana yang paling efektif dalam menarik perhatian mahasiswa Program Studi Perpustakaan dan Sains Informasi dan meningkatkan ketertarikan mereka untuk mengunjungi Perpustakaan Kandaga?
3. Apa jenis konten di media sosial yang paling menarik bagi mahasiswa Program Studi Perpustakaan dan Sains Informasi Universitas Padjajaran dan dapat mendorong mereka untuk mengunjungi Perpustakaan Kandaga?
4. Apakah terdapat faktor lain, selain media sosial, yang memengaruhi keputusan mahasiswa Program Studi Perpustakaan dan Sains Informasi untuk mengunjungi Perpustakaan Kandaga UNPAD?

Tujuan Penelitian

1. Menganalisis pengaruh intensitas dan kualitas komunikasi melalui media sosial terhadap peningkatan kunjungan mahasiswa Program Studi Perpustakaan dan Sains Informasi Universitas Padjajaran ke Perpustakaan Kandaga UNPAD.
2. Mengidentifikasi platform media sosial yang paling efektif dalam meningkatkan minat dan ketertarikan mahasiswa Prodi Perpustakaan dan Sains Informasi untuk mengunjungi Perpustakaan Kandaga UNPAD.
3. Menentukan jenis konten media sosial yang paling menarik dan efektif dalam mendorong mahasiswa Prodi Perpustakaan dan Sains Informasi agar lebih aktif memanfaatkan layanan Perpustakaan Kandaga.
4. Mengidentifikasi faktor-faktor lain yang turut memengaruhi kunjungan mahasiswa Prodi Perpustakaan dan Sains Informasi ke Perpustakaan Kandaga UNPAD, selain media sosial.

Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoretis:

Pengembangan Ilmu Pengetahuan: Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya literatur di bidang komunikasi pemasaran digital dan layanan informasi, khususnya dalam konteks perpustakaan perguruan tinggi.

Kajian Literasi Digital: Memberikan kontribusi terhadap pemahaman tentang bagaimana literasi digital dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan keterlibatan mahasiswa dalam layanan akademik berbasis teknologi.

2. Manfaat Praktis:

Bagi Pengelola Perpustakaan Kandaga UNPAD: Menjadi dasar pengembangan strategi komunikasi yang lebih efektif dan sesuai dengan kebutuhan mahasiswa, khususnya dari Prodi Perpustakaan dan Sains Informasi.

Bagi Perguruan Tinggi Lain: Dapat dijadikan rujukan bagi institusi pendidikan lain dalam mengembangkan promosi layanan akademik berbasis media sosial.

Bagi Mahasiswa: Memberikan kemudahan akses informasi dan meningkatkan keterlibatan mahasiswa dalam kegiatan literasi informasi dan akademik melalui media yang relevan dengan kebiasaan digital mereka

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei untuk mengukur pengaruh penggunaan media sosial Perpustakaan Kandaga terhadap frekuensi kunjungan mahasiswa Program Studi Perpustakaan dan Sains Informasi Universitas Padjadjaran. Pendekatan ini dipilih karena mampu menghasilkan data terukur dan dianalisis secara statistik untuk melihat hubungan antarvariabel (Sugiyono, 2017).

Populasi penelitian terdiri atas 291 mahasiswa aktif Program Studi Perpustakaan dan Sains Informasi Universitas Padjadjaran. Sampel ditentukan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10%, sehingga diperoleh 75 responden. Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik simple random sampling, yang memberi peluang sama bagi seluruh anggota populasi untuk terpilih. Kuesioner disebarkan kepada 100 mahasiswa untuk mengantisipasi data tidak kembali, dan sebanyak 87 kuesioner kembali serta dinyatakan valid untuk dianalisis.

Data dikumpulkan melalui kuesioner daring menggunakan Google Form. Instrumen terdiri dari 16 pernyataan yang disusun berdasarkan indikator penggunaan media sosial, desain konten, kejelasan informasi, dan frekuensi kunjungan. Setiap pernyataan menggunakan skala Likert lima poin (1 = tidak setuju hingga 5 = sangat setuju). Instrumen disusun sesuai variabel penelitian dan telah melalui validasi isi untuk memastikan keterwakilan indikator terhadap tujuan penelitian (Arikunto, 2010). Data responden dikategorikan dalam tiga kelompok: identitas, penilaian terhadap media sosial perpustakaan, dan frekuensi kunjungan.

Data dianalisis menggunakan korelasi Pearson untuk mengetahui kekuatan dan arah hubungan antara variabel penggunaan media sosial dan frekuensi kunjungan. Uji normalitas dilakukan sebelum pengujian korelasi untuk memastikan data berdistribusi normal, sehingga analisis Pearson dapat digunakan secara tepat (Santoso, 2018).

C. Pembahasan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial oleh Perpustakaan Kandaga Universitas Padjadjaran memiliki pengaruh signifikan terhadap frekuensi kunjungan mahasiswa Program Studi Perpustakaan dan Sains Informasi. Secara keseluruhan, hubungan positif yang ditemukan pada seluruh variabel menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana promosi, tetapi juga sebagai instrumen komunikasi strategis yang berperan dalam membentuk persepsi, ketertarikan, dan perilaku kunjungan mahasiswa. Bagian ini menguraikan temuan penelitian secara lebih mendalam dengan mengaitkannya

pada teori, penelitian terdahulu, serta relevansinya dengan kebutuhan pengguna perpustakaan di era digital.

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test							
		Informasi media sosial Perpustakaan Kandaga	Desain dan tampilan konten media sosial Perpustakaan Kandaga	Anda menyukai konten media sosial kandaga unpad	Media sosial membuat anda lebih mengetahui tentang layanan dan kegiatan perpustakaan	Media sosial berpengaruh besar terhadap keputusan Anda mengunjungi Perpustakaan Kandaga	Media sosial efektif untuk menarik lebih banyak pengunjung ke Perpustakaan Kandaga
N		87	87	87	87	87	87
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	3.2137	3.3694	3.3695	3.6179	3.2137	3.3694
	Std. Deviation	.92329	.93596	.95445	.91600	.95234	.91032
Most Extreme Differences	Absolute	.263	.236	.204	.236	.161	.257
	Positive	.255	.209	.204	.211	.161	.203
	Negative	-.263	-.236	-.176	-.236	-.161	-.257
Test Statistic		.263	.236	.204	.236	.161	.257
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^d	Sig.	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.000	.000	.000	.000	.000
		Upper Bound	.000	.000	.000	.000	.000

a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.
d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 1502173562.

Gambar 1. Uji Normalitas

Hasil uji normalitas dengan metode Kolmogorov-Smirnov menunjukkan bahwa data dalam penelitian ini memiliki sebaran yang normal. Hal ini ditunjukkan dengan melihat keterangan pada tabel uji normalitas, yaitu adanya pernyataan "*Test Distribution is Normal*". Terpenuhinya asumsi normalitas ini memiliki implikasi positif yang signifikan, karena dengan data yang berdistribusi normal, penggunaan Korelasi Pearson menjadi valid dan mampu menghasilkan estimasi koefisien korelasi yang lebih akurat serta interpretasi signifikansi yang dapat diandalkan. Distribusi data yang normal juga memudahkan pemahaman terhadap sebaran data dan hubungannya dengan rata-rata, sehingga koefisien korelasi Pearson dapat dengan tepat mengukur kekuatan dan arah hubungan linear antar variabel. Dengan demikian, terpenuhinya asumsi normalitas ini memastikan bahwa hasil analisis Korelasi Pearson akan memberikan kesimpulan yang tepat dan dapat dipertanggungjawabkan mengenai hubungan antar variabel yang diteliti

Uji Validitas

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	87	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	87	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Gambar 2. Uji Validitas

Berdasarkan visualisasi data pada gambar di atas, dapat diketahui bahwa jumlah responden dalam penelitian ini mencapai 87 orang. Seluruh data yang dikumpulkan dinyatakan sah dan memenuhi syarat untuk dianalisis, yang ditunjukkan oleh jumlah data valid sebanyak 87 atau setara dengan 100%. Tidak ada data yang dikeluarkan atau hilang (Excluded = 0), sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh peserta mengisi kuesioner secara lengkap tanpa ada kekosongan dalam variabel yang diteliti. Kondisi ini mengindikasikan bahwa data penelitian memiliki tingkat kelengkapan yang optimal. Oleh karena itu, seluruh responden dapat disertakan dalam pengujian instrumen tanpa harus membuang sebagian data. Keadaan ini sangat mendukung keakuratan hasil analisis, karena tidak terdapat gangguan berupa data hilang (missing values) yang bisa menimbulkan bias. Dengan demikian, keseluruhan data dinilai memadai dan layak untuk digunakan dalam tahap pengujian selanjutnya.

Analisis Korelasi Pearson Product Moment

1) Hubungan Konten media sosial dalam meningkatkan kunjungan perpustakaan kandaga.

Correlations			
		KontenMedia Sosial	Meningkatkan KunjunganKandaga
KontenMediaSosial	Pearson Correlation	1	.628**
	Sig. (2-tailed)		<.001
	N	87	87
MeningkatkanKunjunganKandaga	Pearson Correlation	.628**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	
	N	87	87

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Gambar 3. Tabel Korelasi Konten Media Sosial dalam Meningkatkan Kunjungan

Kualitas konten media sosial memperoleh nilai korelasi tertinggi ($r = 0,628$), menunjukkan hubungan yang kuat dengan frekuensi kunjungan mahasiswa. Artinya, konten yang dipublikasikan oleh perpustakaan baik berupa informasi layanan, kegiatan literasi, rekomendasi koleksi, maupun tutorial akademik secara langsung berkontribusi dalam membangun kebutuhan informasi dan minat mahasiswa untuk mengakses layanan perpustakaan secara fisik.

Konten yang relevan dan menarik berfungsi sebagai stimulus awal yang menciptakan awareness, yang kemudian berkembang menjadi minat untuk melakukan kunjungan. Temuan ini sejalan dengan model AIDA (Attention, Interest, Desire, Action), di mana media sosial berperan pada tahapan penciptaan perhatian dan minat yang akhirnya memengaruhi tindakan kunjungan.

Penelitian Damas & Wahyuni (2021) serta Akrim & Yuliani (2022) mendukung hasil ini dengan menyatakan bahwa konten yang konsisten, ringkas, dan bernilai informatif tinggi mampu membentuk persepsi positif terhadap perpustakaan. Pada konteks mahasiswa ilmu perpustakaan yang sebagian besar

melek digital, kebutuhan informasi akademik yang langsung, cepat, dan visual menjadi faktor penting. Oleh karena itu, semakin terpenuhi kebutuhan tersebut, semakin besar kemungkinan mahasiswa untuk datang langsung memanfaatkan fasilitas perpustakaan.

2) Hubungan Informasi media sosial dalam meningkatkan kunjungan perpustakaan kandaga.

Correlations			
		Informasi media sosial Perpustakaan Kandaga	Meningkatkan KunjunganKandaga
Informasi media sosial Perpustakaan Kandaga	Pearson Correlation	1	.502**
	Sig. (2-tailed)		<.001
	N	87	87
MeningkatkanKunjunganKandaga	Pearson Correlation	.502**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	
	N	87	87

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Gambar 4. Tabel Korelasi Media Sosial dalam Meningkatkan Kunjungan ke Kandaga

Variabel kejelasan informasi memperoleh nilai korelasi $r = 0,502$, menunjukkan hubungan positif dengan kekuatan sedang. Kejelasan informasi mencakup kelengkapan, akurasi, dan keterbacaan pesan yang disampaikan melalui media sosial. Informasi mengenai jam layanan, jadwal pelatihan, tata cara peminjaman, lokasi koleksi, dan pembaruan fasilitas menjadi elemen penting yang menentukan keputusan mahasiswa untuk berkunjung.

Hasil ini konsisten dengan penelitian Astuti & Rachmawati (2021) yang menekankan bahwa kejelasan informasi merupakan faktor utama dalam menarik minat pemustaka generasi digital. Mahasiswa cenderung menghindari informasi yang ambigu atau tidak lengkap, karena dapat menghambat keputusan kunjungan. Kejelasan informasi yang baik juga meningkatkan kepercayaan pengguna terhadap kredibilitas perpustakaan.

Dalam konteks perpustakaan perguruan tinggi, kejelasan informasi dapat berfungsi sebagai *service transparency*. Ketika mahasiswa mengetahui kapan layanan tersedia dan bagaimana cara mengaksesnya, maka hambatan perseptual untuk berkunjung menjadi lebih rendah. Oleh karena itu, informasi yang jelas bukan hanya memberikan pengetahuan, tetapi juga menciptakan rasa nyaman dan kepastian dalam menggunakan layanan perpustakaan.

3) Hubungan desain dan tampilan konten media sosial dalam meningkatkan kunjungan kandaga.

Correlations			
		Desain dan tampilan konten media sosial Perpustakaan Kandaga	Meningkatkan KunjunganKandaga
Desain dan tampilan konten media sosial Perpustakaan Kandaga	Pearson Correlation	1	.522**
	Sig. (2-tailed)		<.001
	N	87	87
MeningkatkanKunjunganKandaga	Pearson Correlation	.522**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	
	N	87	87

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Gambar 5. Tabel Korelasi Tampilan Konten Media Sosial dalam Meningkatkan Kunjungan

Desain visual memiliki kontribusi signifikan terhadap minat kunjungan, dengan nilai korelasi $r = 0,522$. Aspek ini mencakup estetika, konsistensi warna, kualitas gambar, infografis, video pendek, dan layout postingan. Pengguna media sosial pada umumnya terutama generasi Z yang identik dengan visual culture lebih cepat menangkap informasi melalui tampilan visual yang menarik dibanding teks panjang.

Penelitian Setiawan & Lestari (2020) menguatkan bahwa desain visual berperan sebagai faktor penentu *engagement*. Konten yang menarik secara visual tidak hanya meningkatkan jumlah interaksi, tetapi juga dapat membangun persepsi profesionalitas lembaga. Dalam konteks perpustakaan perguruan tinggi, visual yang baik menciptakan citra bahwa perpustakaan modern, relevan, dan dekat dengan mahasiswa. Hal ini penting untuk menepis stigma perpustakaan sebagai ruang baca yang kaku dan tradisional.

Secara teori, fenomena ini dapat dijelaskan melalui *dual coding theory*, di mana visual dan teks yang dipadukan secara efektif meningkatkan pemahaman serta daya ingat. Dengan demikian, desain visual yang baik bukan hanya mempercantik tampilan, tetapi juga memperkuat fungsi komunikasi perpustakaan.

4) Hubungan jumlah menyukai konten media sosial dalam meningkatkan kunjungan kandaga.

Correlations			
		Anda menyukai konten media sosial kandaga unpad	Meningkatkan KunjunganKandaga
Anda menyukai konten media sosial kandaga unpad	Pearson Correlation	1	.607**
	Sig. (2-tailed)		<.001
	N	87	87
MeningkatkanKunjunganKandaga	Pearson Correlation	.607**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	
	N	87	87

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Gambar 6. Tabel Korelasi Konten Media Sosial Meningkatkan Kunjungan ke Kandaga

Jumlah “suka” pada unggahan memperoleh nilai korelasi $r = 0,607$, menunjukkan hubungan positif yang kuat. Temuan ini menunjukkan bahwa mahasiswa terpengaruh oleh *social proof* sebuah fenomena psikologis di mana seseorang menganggap suatu informasi penting ketika banyak orang lain juga bereaksi positif terhadap informasi tersebut.

Dengan kata lain, unggahan yang memiliki banyak tanda suka menciptakan persepsi bahwa konten tersebut bermanfaat dan layak diperhatikan. Hal ini meningkatkan peluang mahasiswa untuk membaca konten tersebut dan akhirnya terdorong melakukan kunjungan. Qonita & Rachmawati (2022) menegaskan bahwa tingkat interaksi pada unggahan perpustakaan berkorelasi langsung dengan peningkatan keterlibatan pemustaka.

Dalam konteks perpustakaan Kandaga, jumlah suka dapat menjadi indikator efektivitas konten serta menjadi pertimbangan dalam menentukan prioritas konten yang akan diproduksi di masa depan.

D. Kesimpulan

Kesimpulan

Penelitian ini menyimpulkan bahwa penggunaan media sosial oleh Perpustakaan Kandaga Universitas Padjadjaran memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap frekuensi kunjungan mahasiswa Program Studi Perpustakaan dan Sains Informasi. Empat aspek yang diuji menunjukkan kontribusi berbeda.

Pertama, konten media sosial memiliki hubungan paling kuat ($r = 0,628$), menunjukkan bahwa relevansi dan nilai informasi konten berpengaruh langsung terhadap minat kunjungan. Kedua, kejelasan informasi juga berhubungan signifikan ($r = 0,502$) dan membantu mahasiswa memahami layanan yang tersedia. Ketiga, desain visual turut menarik perhatian pengguna ($r = 0,522$), sehingga meningkatkan ketertarikan terhadap layanan perpustakaan. Keempat, jumlah “suka” pada unggahan mencerminkan pengaruh *social proof* ($r = 0,607$), yang memperkuat persepsi positif terhadap informasi perpustakaan.

Secara keseluruhan, hasil ini menegaskan bahwa media sosial berperan penting sebagai strategi komunikasi yang mendukung peningkatan kunjungan mahasiswa ke perpustakaan.

Saran

Berdasarkan temuan empiris penelitian ini, Perpustakaan Kandaga Universitas Padjadjaran perlu mengoptimalkan pemanfaatan media sosial sebagai sarana komunikasi utama untuk meningkatkan kunjungan mahasiswa. Konten memiliki hubungan paling kuat dengan minat kunjungan, sehingga perpustakaan disarankan untuk memproduksi konten yang lebih relevan dengan kebutuhan akademik pengguna, seperti informasi koleksi baru, panduan penggunaan database, atau kegiatan literasi. Kejelasan informasi juga terbukti berpengaruh, sehingga setiap unggahan perlu memuat detail layanan secara lengkap, ringkas, dan mudah dipahami. Selain itu, desain visual yang menarik dan konsisten perlu diperkuat melalui penggunaan template, infografis, atau video pendek agar

informasi lebih mudah diserap oleh mahasiswa. Temuan mengenai jumlah “suka” sebagai bentuk *social proof* juga menunjukkan bahwa interaksi pengguna dapat digunakan sebagai dasar evaluasi berkala; unggahan dengan tingkat engagement tinggi dapat dijadikan acuan dalam penyusunan strategi konten berikutnya. Untuk memperkuat efektivitas pengelolaan media sosial, perpustakaan juga dapat menyediakan ruang umpan balik dari mahasiswa guna mengetahui kebutuhan informasi secara langsung sehingga penyampaian konten dapat lebih tepat sasaran dan sesuai dengan pola keterlibatan pengguna yang ditemukan dalam penelitian ini.

Referensi

- Adomavicius, G., Bockstedt, J. C., Gupta, A., & Kauffman, R. J. (2018). Understanding the impact of social media on library user engagement. *Journal of Information Science*, 44(5), 634–647.
- Akrim, N., & Yuliani, D. (2022). Peran media sosial dalam promosi layanan perpustakaan perguruan tinggi. *Jurnal Pustaka Komunika*, 5(2), 112–123.
- Alzahrani, A. I. (2020). Social media and academic libraries: Opportunities and challenges. *Library Management*, 41(4/5), 233–247.
- Astuti, R. D., & Rachmawati, D. (2021). Strategi komunikasi digital perpustakaan dalam menarik minat pemustaka generasi milenial. *Jurnal Kajian Informasi dan Perpustakaan*, 9(1), 45–58.
- Barus, N., & Prakoso, A. (2023). Pemanfaatan Instagram sebagai media promosi layanan perpustakaan digital. *Jurnal Ilmu Informasi Perpustakaan dan Kearsipan (JIPK)*, 12(2), 77–90.
- Damas, T., & Wahyuni, S. (2021). Analisis efektivitas konten media sosial perpustakaan universitas negeri dalam meningkatkan kunjungan pengguna. *Jurnal Ilmiah Pustaka*, 7(2), 121–134.
- Kurniawan, A., & Sari, M. (2020). Pengaruh media sosial terhadap perilaku pengguna perpustakaan akademik. *Record and Library Journal*, 6(2), 129–140.
- Listiawan, T., & Supriyanto, W. (2023). Digital engagement perpustakaan dalam era media sosial. *Jurnal Pustaka Indonesia*, 10(1), 33–48.
- Nurhayati, L., & Nugroho, H. (2023). Optimalisasi penggunaan media sosial perpustakaan untuk meningkatkan partisipasi pengguna. *BIBLIOTIKA: Jurnal Kajian Perpustakaan dan Informasi*, 7(1), 19–30.
- Pertiwi, N., & Anwar, R. (2019). Strategi promosi berbasis media sosial di perpustakaan perguruan tinggi. *Khazanah al-Hikmah: Jurnal Ilmu Perpustakaan, Informasi, dan Kearsipan*, 7(1), 1–11.
- Prijana, & Yanto, A. (2021). *Metode penelitian perpustakaan dan sains informasi*. Universitas Padjadjaran Press.
- Prijana, & Yanto, A. (2024). *Metode sampling non peluang*. CV. Pustaka Utama Bandung.
- Qonita, F., & Rachmawati, T. (2022). Analisis perilaku pengguna terhadap konten media sosial perpustakaan perguruan tinggi. *Jurnal Pustaka Literasi Digital*, 4(3), 56–69.
- Setiawan, R., & Lestari, F. (2020). Pengaruh desain visual dan interaktivitas media sosial terhadap minat kunjung ke perpustakaan. *Jurnal Komunikasi dan Informasi*, 8(2), 87–96.
- Yusuf, R., & Wulandari, P. (2024). Media sosial sebagai alat komunikasi strategis dalam pengelolaan perpustakaan universitas. *Jurnal Transformasi Digital Perpustakaan*, 3(1), 14–28.