

Efektivitas pengumuman "Nobar Perpustakaan" di Instagram @perpusnas.go.id sebagai promosi Perpustakaan Nasional RI = The effectiveness of "Nobar Perpustakaan" announcement on Instagram @perpusnas.go.id as promotion of The National Library of Indonesia

M. Abdul Hanan, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920516652&lokasi=lokal>

Abstrak

Pengumuman layanan "Nobar Perpustakaan" yang diunggah melalui Instagram merupakan salah satu strategi Perpustakaan Nasional RI dalam melakukan promosi perpustakaan. Penelitian ini bertujuan untuk mengukur efektivitas pengumuman layanan nonton bareng di Perpustakaan Nasional RI. Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kuantitatif. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner yang dibagikan kepada 99 responden. Data yang diperoleh kemudian diolah dengan menggunakan model AIDA serta dianalisis dengan menggunakan analisis deskriptif. Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa variabel attention dan interest memiliki tingkat efektivitas spesial dengan nilai 83,76% dan 81,40%, serta variabel desire dan action memiliki tingkat efektivitas baik dengan nilai 61,92% dan 70,52%. Pengumuman yang diunggah oleh Perpustakaan Nasional RI melalui Instagram memiliki kontribusi yang baik dalam promosi perpustakaan.

.....

Announcements of "Nobar Perpustakaan" services uploaded via Instagram are one of the National Library of Indonesia's strategies for promoting the library. This study aims to measure the effectiveness of announcements for watching together services in the National Library of Indonesia. This type of research is quantitative descriptive research. The instrument used in this study was a questionnaire distributed to 99 respondents. The data obtained were processed using the AIDA model and then analyzed using descriptive analysis. The results of this study revealed variables of attention and interest have a special level of effectiveness with values of 83.76% and 81.40%, and the variables of desire and action have a good level of effectiveness with values of 61.92% and 70.52%. Advertisements uploaded by the National Library of Indonesia via Instagram have a good contribution to library promotion.