



PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN INFORMASI INSTAGRAM TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG PERPUSTAKAAN DAN KEARSIPAN KABUPATEN TEGAL

Deswa Fairysa Zahra¹, Sarwo Edy², Ike Desi Florina³

Abstract

This study is motivated by the importance of improving the quality of services and information dissemination via Instagram to meet the needs of library visitors, as well as the gap between the services provided and visitor satisfaction levels. This study aims to analyze the influence of service quality and Instagram information on the satisfaction of library visitors in Tegal Regency. This study uses a quantitative approach to test the relationship between variables. The study population consisted of 5,045 people, with a sample size of 98 respondents, determined using the Solvin formula at a 10% error rate. Data collection was conducted through the direct distribution of questionnaires to library visitors using a Likert scale as the measurement tool. Data analysis was performed using multiple linear regression with the assistance of SPSS version 22 software. Prior to analysis, instrument validation tests including validity, reliability, and classical assumption tests were conducted to ensure the model's suitability. The results of the study indicate that the quality of service and information on Instagram have a positive and significant effect on visitor satisfaction simultaneously. This suggests that the better the quality of service provided and the more optimal the delivery of information via Instagram, the higher the level of visitor satisfaction. A coefficient of determination of 52.1% indicates that both independent variables contribute.

Keywords: Instagram information, satisfaction of library, service quality.

Abstrak

Penelitian ini didasari oleh pentingnya peningkatan kualitas layanan dan penyampaian informasi melalui Instagram dalam memenuhi kebutuhan pengunjung perpustakaan, serta adanya kesenjangan antara layanan yang diberikan dan tingkat kepuasan pengunjung. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan dan informasi Instagram terhadap kepuasan pengunjung perpustakaan Kabupaten Tegal. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif untuk menguji hubungan antarvariabel. Populasi penelitian berjumlah 5.045 orang, dengan jumlah sampel sebanyak 98 responden, ditentukan menggunakan rumus solvin pada tingkat kesalahan 10%. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner langsung pada pengunjung

¹ Universitas Pancasakti Tegal, email: zahradeswa@gmail.com

² Universitas Pancasakti Tegal, email: edysarwo7624@gmail.com

³ Universitas Pancasakti Tegal, email: ikeflorina@upstegal.ac.id

perpusip dengan menggunakan skala likert sebagai alat ukur. Analisis data dilakukan menggunakan metode regresi linier berganda dengan bantuan perangkat lunak SPSS versi 22. Sebelum dilakukan analisis, dilakukan uji instrumen berupa uji validitas, uji reliabilitas, serta uji asumsi klasik untuk memastikan kelayakan model penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan dan informasi Instagram berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung secara simultan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas layanan yang diberikan serta semakin optimal penyampaian informasi melalui instagram, maka tingkat kepuasan pengunjung meningkat. Nilai koefisien determinasi sebesar 52,1% menunjukkan bahwa kedua variabel independen memiliki kontribusi yang cukup besar dalam menjelaskan kepuasan pengunjung perpusip, artinya 47,9% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dijadikan variabel dalam penelitian ini.
Kata Kunci: Informasi Instagram, kepuasan pengunjung, kualitas layanan.

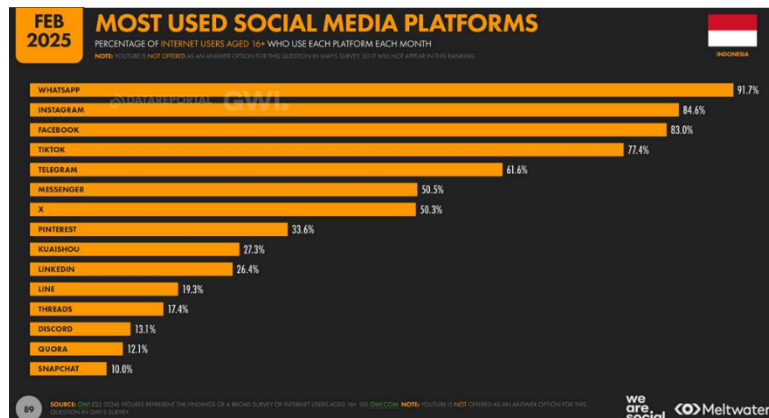
PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi di era digital yang amat pesat ini telah mengubah pola interaksi antarindividu. Kehadiran internet menghadirkan ruang digital yang membentuk ruang kultural baru dalam kehidupan masyarakat. Keberadaannya memberikan berbagai kemudahan, terutama dalam memperoleh akses informasi dan hiburan dari berbagai penjuru dunia. Melalui internet, batasan ruang dan waktu menjadi semakin kabur karena pengguna dapat terhubung dan berinteraksi tanpa hambatan geografis. Transformasi ini secara tidak langsung turut membentuk karakteristik generasi baru yang tumbuh dan berkembang dalam lingkungan digital (Dwiyanti dkk., 2023).

Peningkatan penggunaan teknologi digital ditunjukkan melalui tingginya jumlah pengguna internet di Indonesia. Berdasarkan data Survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) Tahun 2025 menunjukkan bahwa tingkat penetrasi internet nasional telah mencapai 80,66%, atau setara dengan 229.428.417 jiwa dari total populasi 284.438.900 jiwa. Angka ini mengalami peningkatan sebesar 1,16% dibandingkan periode sebelumnya (APJII, 2025). Kondisi tersebut menunjukkan bahwa masyarakat semakin bergantung pada media digital atau media sosial sebagai sarana memperoleh informasi, termasuk informasi layanan publik (Sinaga dkk., 2024). Dalam konteks pelayanan publik, media sosial menjadi sarana strategis dalam meningkatkan aksesibilitas informasi dan kualitas komunikasi layanan.

Nivedana: Journal of Communication and Language

Sekolah Tinggi Agama Buddha Negeri Raden Wijaya Wonogiri
Volume 7, Number 2, April – June 2026/ nivedana@radenwijaya.ac.id



Grafik 1 Most used social media platform
 Sumber: We Are Social Mei 2025

Berdasarkan survei *Most Used Sosial Media Platforms* Februari 2025 yang dirilis oleh *We Are Sosial* dan Meltwater (berdasarkan data GWI), Instagram menempati posisi kedua sebagai platform media sosial yang paling banyak digunakan di Indonesia dengan presentase pengguna sebesar 84,6% dari total pengguna internet usia 16 tahun ke atas (We Are Social, 2025). Angka ini menunjukkan bahwa Instagram memiliki tingkat penetrasi dua tertinggi serta menjangkau sebagian besar populasi digital di Indonesia. Astuti dan Bekti dalam (Sinaga dkk., 2024) mengungkapkan bahwa Instagram berperan sebagai media penyedia informasi yang beragam, mulai dari isu politik hingga sosial budaya dan berita aktual, dengan keunggulannya pada kemudahan akses, serta efisiensi penggunaan melalui perangkat seluler.

Media sosial menjadi salah satu strategi yang digunakan lembaga pelayanan publik untuk menyampaikan informasi secara efektif, seiring meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap informasi. Instagram memiliki berbagai fitur seperti foto, video, Instagram stories, IGTV, dan Reels memberikan keleluasaan bagi lembaga untuk penyampaian pesan secara kreatif dan menarik. Selain itu, fitur interaktif seperti polling, sesi tanya jawab, serta stiker pada Instagram stories memungkinkan terjadi adanya interaksi langsung dengan pengikut yang dapat mendukung adanya proses komunikasi layanan secara responsif sehingga membentuk pengalaman informasi bagi pengunjung. (Nugroho dkk., 2024).

Pemanfaatan media sosial sebagai sarana penyampaian informasi juga diterapkan oleh

Nivedana: Journal of Communication and Language

Sekolah Tinggi Agama Buddha Negeri Raden Wijaya Wonogiri
 Volume 7, Number 2, April – June 2026/ nivedana@radenwijaya.ac.id

lembaga perpustakaan sebagai institusi pelayanan publik di bidang informasi dan literasi. Menurut Undang-Undang Nomor 43 Tahun 2007 tentang Perpustakaan sebagaimana dikutip dalam Achmad dkk. (2012), disebutkan bahwa pelayanan perpustakaan harus dilaksanakan secara optimal dengan berorientasi pada kebutuhan pemustaka. Pelayanan tersebut perlu mengacu pada standar nasional perpustakaan serta disesuaikan dengan perkembangan teknologi informasi. Oleh karena itu, pelaksanaan layanan perpustakaan menuntut ketersediaan sumber daya manusia yang kompeten agar kualitas pelayanan kepada pengguna dapat terwujud secara maksimal (**Fathoni & Siyamto, 2022**).

Perpusip Kabupaten Tegal sebagai lembaga pelayanan publik di bidang perpustakaan dan kearsipan daerah memanfaatkan Instagram sebagai sarana komunikasi informasi layanan, promosi kegiatan literasi, serta interaksi dengan pengunjung. Informasi mengenai jadwal operasional, prosedur peminjaman, koleksi baru serta program layanan disampaikan melalui akun Instagram @perpusipkabtegal sehingga menjadi sumber informasi awal bagi pengunjung sebelum melakukan kunjungan langsung. Setelah direnovasi total, Perpusip Kabupaten Tegal diaktifkan kembali pada tanggal 25 September 2025, yang menjadikan perpustakaan ini mempunyai kesan perpustakaan yang baru, tidak monoton, ramah anak, serta terdapat spot-spot foto menarik didalam perpustakaan tersebut. Berdasarkan data internal dari tanggal 26-09-2025 s/d 11-02-2026, lembaga ini memiliki 4.073 anggota aktif dan mencatat jumlah kunjungan sebanyak 5.045 orang yang terdiri atas anggota, non anggota dan kunjungan rombongan. Data tersebut menunjukkan adanya partisipasi masyarakat yang relatif tinggi terhadap layanan Perpusip Kabupaten Tegal.

Pemanfaatan Instagram sebagai media komunikasi layanan menjadikan informasi yang disampaikan oleh institusi memiliki peran penting dalam membentuk pengalaman awal pengunjung. Menurut Jogiyanto H.M. (2002) dan Burch dan Grudnitski (1998) sebagaimana dikutip dalam (Rusdiana dkk., 2014), informasi merupakan hasil dari pengolahan data menjadi bentuk yang lebih berguna dan berarti, yang menggambarkan suatu peristiwa nyata serta dapat digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan, dengan ditentukan oleh tiga karakteristik utama kualitas informasi, yaitu akurat, tepat waktu, dan relevan. Informasi yang akurat, relevan dan disampaikan secara tepat waktu mampu membantu pengunjung memahami prosedur layanan, fasilitas, serta kualitas informasi yang baik turut mendukung terciptanya kualitas pelayanan jasa yang efektif dan responsif.

Kualitas layanan jasa (*service of excellence*) yaitu berkaitan dengan jasa pelayanan yang dilakukan oleh institusi dalam upaya untuk memberikan rasa kepuasan dan menumbuhkan

Nivedana: Journal of Communication and Language

Sekolah Tinggi Agama Buddha Negeri Raden Wijaya Wonogiri
Volume 7, Number 2, April – June 2026/ nivedana@radenwijaya.ac.id

kepercayaan pihak pelanggannya (konsumen). Menurut Wyckop, sebagaimana dikutip oleh Tjiptono dalam (Ruslan, 2012:280-281), kualitas layanan jasa dapat dipengaruhi oleh dua faktor utama, yaitu *expected service* (layanan yang diharapkan) dan *perceived service* (layanan yang dirasakan). Dalam perspektif manajemen *public relations*, kualitas layanan dipahami sebagai hasil perbandingan antara harapan masyarakat sebelum menerima layanan dengan persepsi mereka terhadap kinerja layanan yang benar-benar dirasakan. Apabila layanan yang diberikan mampu memenuhi atau melebihi harapan, maka kualitas layanan akan dinilai baik, sebaliknya ketidaksesuaian antara harapan dan layanan yang dirasakan dapat menghasilkan penilaian kualitas yang rendah (Ruslan, 2012:281).

Parasuraman (1988) dan Zeithaml (1996) mengemukakan lima pokok dimensi utama sebagai indikator pengukur kualitas pelayanan jasa, yaitu *reliability* (keandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), *empathy* (empati), *tangible* (bukti fisik). Implementasi *service of excellence* ini tidak hanya melalui pelayanan yang bersifat teknis maupun administratif semata. Pelayanan yang berkualitas juga melampaui *courtesy* (sikap santun), karena mencakup kemampuan institusi dalam menciptakan rasa aman, kepercayaan dan rasa puas (*satisfaction*) kepada pengunjung sebagai hasil dari pelayanan yang diterima (Ruslan, 2012:292).

Kepuasan merupakan respons pengguna yang muncul sebagai hasil evaluasi terhadap kesesuaian antara harapan awal dengan pengalaman yang diperoleh setelah memanfaatkan informasi. Kepuasan pengguna juga dapat diartikan sebagai tanggapan emosional yang terbentuk berdasarkan penilaian terhadap pengalaman penggunaan informasi yang diterima (Purnama & SE, 2016). Sejalan dengan pendapat tersebut, (Wardhana, 2024) menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan merupakan kondisi perasaan positif yang muncul setelah pelanggan menggunakan produk atau jasa yang disediakan oleh suatu perusahaan atau organisasi. Kepuasan tersebut mencerminkan tingkat kesesuaian antara harapan pelanggan dengan pengalaman nyata yang diperoleh dari layanan yang diterima. Apabila kinerja produk atau layanan mampu memenuhi maupun melampaui harapan pelanggan, maka tingkat kepuasan pelanggan dapat dikatakan tercapai. Menurut Tjiptono dalam (Adhari, 2021), terdapat indikator pembentuk kepuasan pelanggan, yakni meliputi kesesuaian harapan, minat untuk berkunjung kembali, serta kesediaan merekomendasikan layanan pada pihak lain.

Komunikasi publik merupakan proses penyampaian pesan atau informasi kepada khalayak melalui berbagai saluran komunikasi, baik secara lisan maupun tertulis. Dalam pelaksanaannya,

Nivedana: Journal of Communication and Language

Sekolah Tinggi Agama Buddha Negeri Raden Wijaya Wonogiri
Volume 7, Number 2, April – June 2026/ nivedana@radenwijaya.ac.id

komunikasi publik dapat memanfaatkan berbagai media, seperti media cetak, media elektronik, maupun media digital berbasis internet untuk menjangkau masyarakat secara luas (Hadi dkk., 2020 dalam Alfreda, 2021). Dalam konteks pelayanan publik, komunikasi publik berperan penting dalam memastikan masyarakat memperoleh informasi layanan yang akurat, mudah diakses, dan sesuai dengan kebutuhan.

Hubungan antara kualitas informasi dan kualitas layanan dalam membentuk kepuasan pengunjung dapat dijelaskan melalui pendekatan teori Stimulus–Organism–Response (S-O-R) yang diperkenalkan oleh Carl I. Hovland pada tahun 1953. Teori ini berakar dari kajian psikologi dan kemudian diadaptasi ke dalam ilmu komunikasi karena keduanya sama-sama menempatkan manusia sebagai objek kajian utama (Wirawan dkk., 2023). Model S-O-R menjelaskan bahwa proses komunikasi terdiri atas tiga unsur pokok, yaitu stimulus (pesan), organism (penerima pesan), dan response (efek). Pesan yang disampaikan oleh komunikator berfungsi sebagai rangsangan yang ditujukan untuk memengaruhi sikap atau perilaku khalayak sesuai dengan tujuan komunikasi. Dengan demikian, komunikasi dipandang sebagai proses yang dapat menimbulkan reaksi atau respons tertentu setelah pesan diproses oleh individu (Abidin, 2021).

Informasi layanan yang disampaikan melalui Instagram serta kualitas layanan yang diberikan perpustakaan berperan sebagai stimulus yang diterima oleh pengunjung dalam alur model S-O-R. Stimulus tersebut kemudian diproses melalui mekanisme internal individu, seperti perhatian, persepsi, dan evaluasi terhadap layanan yang diterima sebagai organism. Persepsi merupakan proses penerimaan rangsangan dari lingkungan luar melalui panca indera, persepsi juga mencakup proses memahami dan menafsirkan makna terhadap suatu objek (Edy, 2016). Hasil dari proses kemudian menghasilkan respons berupa tingkat kepuasan pengunjung terhadap layanan perpustakaan. Pendekatan S-O-R menunjukkan bahwa kepuasan pengunjung tidak secara langsung muncul, melainkan melalui proses persepsi dan penilaian terhadap pengalaman layanan yang diterima.

Berdasarkan uraian diatas, hipotesis dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

H1: Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung Perpustakaan Kabupaten Tegal.

H2: Informasi Instagram berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung Perpustakaan Kabupaten Tegal.

H3: Kualitas layanan dan informasi Instagram secara simultan berpengaruh positif dan signifikan

Nivedana: Journal of Communication and Language

Sekolah Tinggi Agama Buddha Negeri Raden Wijaya Wonogiri
Volume 7, Number 2, April – June 2026/ nivedana@radenwijaya.ac.id

terhadap kepuasan pengunjung Perpustakaan Kabupaten Tegal.

Perpustakaan sebagai lembaga pelayanan publik memiliki peran strategis dalam menyediakan akses informasi dan meningkatkan kualitas literasi masyarakat. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 43 Tahun 2007 Pasal 1 Bab 1 tentang Perpustakaan, Perpustakaan adalah institusi pengelola koleksi karya tulis, karya cetak, dan/atau karya rekam secara profesional dengan sistem yang baku guna memenuhi kebutuhan pendidikan, penelitian, pelestarian, informasi, dan rekreasi para pemustaka. Seiring dengan perkembangan teknologi informasi, perpustakaan kini tidak lagi hanya berfungsi sebagai penyedia koleksi fisik, tetapi juga dituntut mampu menghadirkan informasi yang adaptif terhadap perubahan pola komunikasi masyarakat berbasis digital.

Terdapat penelitian terdahulu dengan variabel yang serupa oleh (**A. Wirawan & Risfandi, 2018**) yang menunjukkan bahwa variabel fasilitas perpustakaan, kinerja pustakawan dan kualitas informasi memiliki pengaruh positif dan signifikan. Temuan tersebut mengindikasikan bahwa tiga variabel tersebut memiliki kontribusi signifikan dalam membentuk evaluasi positif pengguna terhadap kepuasan pengguna. Selain itu, penelitian lain oleh (**Sari & Jamil, 2016**) mengenai kualitas pelayanan perpustakaan menunjukkan hasil yang konsisten. Berdasarkan data dari 95 responden, sebanyak 75 responden (78,9%) menyatakan sangat baik, sementara 20 responden (21,1%) menyatakan baik. Dari aspek kepuasan anggota, sebanyak 68 responden (71,6%) menyatakan sangat puas dan 27 responden (28,4%) menyatakan puas. Hasil tersebut memperlihatkan adanya pengaruh yang kuat antara kualitas pelayanan dan tingkat kepuasan pengguna perpustakaan.

Temuan tersebut menunjukkan bahwa kualitas layanan dan kualitas informasi berpengaruh terhadap kepuasan pengguna. Namun, penelitian yang ada masih cenderung berfokus pada pelayanan perpustakaan secara konvensional dan belum banyak mengkaji pemanfaatan media sosial sebagai sarana komunikasi layanan publik. Kondisi tersebut menunjukkan adanya kesenjangan penelitian terkait peran kualitas layanan dan kualitas informasi media sosial, khususnya Instagram, dalam membentuk kepuasan pengunjung. Oleh sebab itu, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan dan informasi Instagram terhadap kepuasan pengunjung Perpustakaan Kabupaten Tegal dalam mendukung optimalisasi komunikasi layanan perpustakaan di era digital.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei, yang bertujuan

Nivedana: Journal of Communication and Language

Sekolah Tinggi Agama Buddha Negeri Raden Wijaya Wonogiri
Volume 7, Number 2, April – June 2026/ nivedana@radenwijaya.ac.id

untuk menjawab permasalahan secara sistematis dan terukur. Pendekatan kuantitatif dilakukan melalui proses penelitian yang bersifat linier, dengan tahapan yang jelas, meliputi perumusan masalah, penetapan tujuan penelitian, penyusunan landasan teoritis, perumusan hipotesis, penentuan metode penelitian, teknik mengumpulkan data, analisis data, hingga penarikan kesimpulan dan perumusan saran penelitian (Ruslan, 2008:253). Menurut Kerlinger dalam Sinambela (2014), penelitian survei merupakan metode penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, dengan mempelajari data yang dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga memungkinkan peneliti untuk mengidentifikasi distribusi, kecenderungan serta hubungan antar variabel. Meskipun metode survei ini tidak memerlukan kelompok kontrol seperti halnya metode eksperimen, hasil penelitian tetap dapat digeneralisasikan secara akurat apabila sampel yang digunakan bersifat representatif (Sinambela, 2023:17).

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengunjung Perpustakaan Kabupaten Tegal yang berjumlah 5.045 orang. Penentuan jumlah sampel mengacu pada rumus Solvin dengan tingkat kesalahan 10% sehingga diperoleh jumlah sampel sebanyak 98 responden. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan non-probability sampling dengan metode purposive sampling. Purposive sampling dilakukan dengan memilih responden berdasarkan karakteristik tertentu yang memiliki keterkaitan dengan karakteristik populasi yang telah ditetapkan (Ruslan, 2008:157).

Karakteristik responden dalam penelitian ini meliputi: (1) berusia minimal 17 tahun, (2) pernah mengunjungi Perpustakaan Kabupaten Tegal, atau (3) Followers Instagram @perpusipkabtegal. Penetapan kriteria ini bertujuan untuk memastikan bahwa responden memiliki pengalaman langsung dan pemahaman yang memadai terhadap objek penelitian, sehingga data yang diperoleh bersifat relevan dan akurat. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner yang disebarkan kepada responden dengan menggunakan skala Likert, yaitu dari skor 1 (sangat tidak setuju) sampai skor 4 (sangat setuju), untuk mengukur tingkat persetujuan responden terhadap setiap pernyataan yang diajukan.

Variabel	Indikator	Skala
Kualitas Layanan (Variabel X1)	1. <i>Reliability</i> (keandalan) 2. <i>Responsiveness</i> (daya tanggap)	

Nivedana: Journal of Communication and Language

Sekolah Tinggi Agama Buddha Negeri Raden Wijaya Wonogiri
Volume 7, Number 2, April – June 2026/ nivedana@radenwijaya.ac.id

	3. <i>Assurance</i> (jaminan)	1-4
	4. <i>Empathy</i> (empati)	
	5. <i>Tangible</i> (bukti fisik)	
Infomasi (Variabel X2)	1. Akurasi 2. Tepat waktu 3. Relevansi	1-4
Kepuasan Pengunjung (Variabel Y)	1. Kesesuaian harapan 2. Minat untuk berkunjung kembali 3. Kesiediaan merekomendasikan	1-4

Tabel 1. Operasional Variabel

Penelitian ini melibatkan tiga variabel, yaitu kualitas layanan (X1), informasi Instagram (X2) dan kepuasan pengunjung (Y). Analisis data dilakukan menggunakan IBM SPSS Statistics versi 22 untuk menguji pengaruh kualitas layanan dan informasi Instagram terhadap kepuasan pengunjung. Tahap awal analisis dilakukan melalui uji validitas dan uji reliabilitas terhadap instrument penelitian dengan menggunakan 30 responden sebagai sampel uji coba. Selanjutnya dilakukan uji asumsi klasik sebagai prasyarat analisis regresi. Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan analisis regresi linier berganda, dilanjutkan dengan uji t, uji F, serta koefisien determinasi (R^2) untuk mengetahui besarnya kontribusi variabel independen terhadap kepuasan pengunjung.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh secara langsung dari responden melalui penyebaran kuesioner berskala Likert kepada pengunjung Perpustakaan dan Kearsipan Kabupaten Tegal. Karakteristik responden dalam penelitian ini disajikan pada tabel berikut.

Tabel 2.
Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin

No,	Jenis	Jumlah	Presentase
1,	Laki-Laki	30	31%
2,	Perempuan	68	69%

Nivedana: Journal of Communication and Language

Sekolah Tinggi Agama Buddha Negeri Raden Wijaya Wonogiri
Volume 7, Number 2, April – June 2026/ nivedana@radenwijaya.ac.id

Total	100	100%
--------------	------------	-------------

Sumber: Data diolah, 2026.

Tabel 2 menjelaskan karakteristik reponden berdasarkan jenis kelamin menunjukkan bahwa mayoritas pengunjung adalah perempuan sebesar 69%, sehingga dapat disimpulkan bahwa pengunjung pada bulan Maret 2026 didominasi oleh perempuan.

Tabel 3.
Karakteristik Responden berdasarkan Usia

No,	Usia	Jumlah	Presentase
1,	17-25 Tahun	80	82%
2,	26-35 Tahun	13	13%
3,	36-45 Tahun	4	4%
4,	>45 Tahun	1	1%
Total		98	100%

Sumber: Data diolah, 2026.

Tabel 3 menjelaskan karakteristik reponden berdasarkan usia menunjukkan bahwa pengunjung perpustakaan didominasi oleh usia 17-25 tahun sebesar 82%, sedangkan jumlah terendah terdapat pada usia >45 tahun sebesar 1%. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas pengunjung pada bulan Maret 2026 berada pada rentang usia 17-25 tahun.

Tabel 4.
Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan

No,	Jenis Pekerjaan	Jumlah	Presentase
1,	Pelajar	35	36%
2,	Mahasiswa	40	41%
3,	Pekerja Sipil	10	10%
4,	Wiraswasta	9	9%
5,	Ibu Rumah Tangga	2	2%
6,	Tutor	2	2%
Total		98	100%

Sumber: Data diolah, 2026.

Tabel 4 menjelaskan karakteristik reponden berdasarkan pekerjaan pada bulan Maret 2026 menunjukkan bahwa pengunjung perpustakaan didominasi oleh mahasiswa sebesar 41%, dan pelajar sebesar 36% sedangkan jumlah lainnya didominasi oleh (pekerja sipil, wiraswasta, ibu rumah tangga, dan tutor).

Tabel 5.

Nivedana: Journal of Communication and Language

Sekolah Tinggi Agama Buddha Negeri Raden Wijaya Wonogiri
Volume 7, Number 2, April – June 2026/ nivedana@radenwijaya.ac.id

Karakteristik Responden berdasarkan Kunjungan

Sumber: Data diolah, 2026.

Tabel 5 menjelaskan karakteristik reponden berdasarkan jenis kunjungan pada bulan Maret 2026 menunjukkan bahwa pengunjung perpustakaan didominasi oleh non anggota sebesar 55%, dan anggota 42%, serta lainnya kunjungan rombongan 3%.

Tabel 6.

Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Layanan

No,	Item	r hitung	r tabel	Sig,	Keputusan
1	X1.1	0,634	0,198	0,000	Valid
2	X1.2	0,687	0,198	0,000	Valid
3	X1.3	0,628	0,198	0,000	Valid
4	X1.4	0,740	0,198	0,000	Valid
5	X1.5	0,526	0,198	0,000	Valid
6	X1.6	0,720	0,198	0,000	Valid
7	X1.7	0,689	0,198	0,000	Valid
8	X1.8	0,696	0,198	0,000	Valid
9	X1.9	0,616	0,198	0,000	Valid
10	X1.10	0,735	0,198	0,000	Valid

Sumber: Data diolah, 2026.

Tabel	No,	Jenis Kunjungan	Jumlah	Presentase	menunjukkan
6	1	Anggota	41	42%	item pada layanan sehingga ini dinilai
	2	Non Anggota	54	55%	
	3	Kunjungan Rombongan	3	3%	
	Total		98	100%	

6 bahwa seluruh 10 variabel kualitas dinyatakan valid, instrumen penelitian layak digunakan.

Tabel 7.

Hasil Uji Validitas Variabel Informasi Instagram

Nivedana: Journal of Communication and Language

Sekolah Tinggi Agama Buddha Negeri Raden Wijaya Wonogiri
Volume 7, Number 2, April – June 2026/ nivedana@radenwijaya.ac.id

No.	Item	r hitung	r tabel	Sig.	Keputusan
1	Y1	0,618	0,198	0,000	Valid
2	Y2	0,620	0,198	0,000	Valid
3	Y3	0,715	0,198	0,000	Valid
4	Y4	0,749	0,198	0,000	Valid
5	Y5	0,759	0,198	0,000	Valid
6	Y6	0,732	0,198	0,000	Valid

Sumber: Data diolah, 2026.

Tabel 7 menunjukkan bahwa seluruh 6 item pada variabel informasi instagram dinyatakan valid, sehingga instrumen penelitian ini dinilai layak digunakan.

Tabel 8.

Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pengunjung

No.	Item	r hitung	r tabel	Sig.	Keputusan
1	X2.1	0,657	0,198	0,000	Valid
2	X2.2	0,685	0,198	0,000	Valid
3	X2.3	0,721	0,198	0,000	Valid
4	X2.4	0,651	0,198	0,000	Valid
5	X2.5	0,744	0,198	0,000	Valid
6	X2.6	0,762	0,198	0,000	Valid

Sumber: Data diolah, 2026.

Tabel 8 menunjukkan bahwa seluruh 6 item pada variabel kepuasan pengunjung dinyatakan valid, sehingga instrumen penelitian ini dinilai layak digunakan.

Tabel 9.

Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

No.	Variabel	Cronbach's Alpha	Standar	Keputusan
1	Kualitas Layanan (X1)	0,861	0,70	Reliabel
2	Informasi Instagram (X2)	0,795	0,70	Reliabel
3	Kepuasan Pengunjung (Y)	0,788	0,70	Reliabel

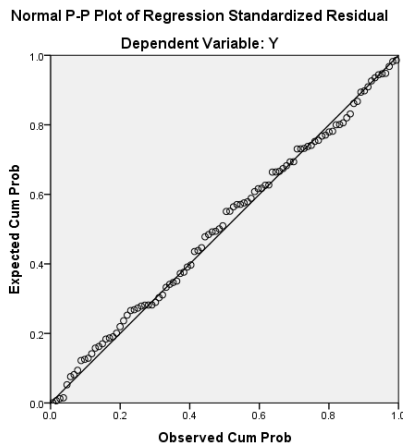
Nivedana: Journal of Communication and Language

Sekolah Tinggi Agama Buddha Negeri Raden Wijaya Wonogiri
Volume 7, Number 2, April – June 2026/ nivedana@radenwijaya.ac.id

Sumber: Data diolah, 2026.

Tabel 9 menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan, informasi Instagram dan kepuasan pengunjung reliabel karena nilai Cronbach's Alpha >0,70, sehingga layak digunakan. Selanjutnya dilakukan uji normalitas sebagai syarat kelayakan model.

Gambar 1.
Hasil Uji Normalitas (P-P Plot)



Sumber: Data diolah, 2026.

Gambar sebaran data menyebar dan mengikuti garis diagonal maka berkesimpulan data berdistribusi normal.

Tabel 10.
Hasil Uji Normalitas (Kolmogrov Smirnov)

Unstandardized Residual	
Asymp, Sig. (2-tailed)	,200c,d

Sumber: Data diolah, 2026.

Tabel 10 menunjukkan bahwa nilai Asymp. Sig. (2-tailed) yang didapat sebesar 0,200 (>0,05) maka berkesimpulan data berdistribusi secara normal, karena nilai signifikansi yang didapat lebih besar dari 0,05.

Tabel 11.
Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics	Keterangan
-------	-------------------------	------------

Nivedana: Journal of Communication and Language

Sekolah Tinggi Agama Buddha Negeri Raden Wijaya Wonogiri
Volume 7, Number 2, April – June 2026/ nivedana@radenwijaya.ac.id

	Tolerance	VIF	
Kualitas Layanan (X1)	0,763	1,311	Tidak
Informasi Instagram (X2)	0,763	1,311	Tidak
			Multikolonieritas

Sumber: Data diolah, 2026.

Tabel 11 menunjukkan bahwa variabel independen memiliki nilai *Tolerance* >0,100 dan nilai VIF <10,00 maka berkesimpulan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas.

Tabel 12.

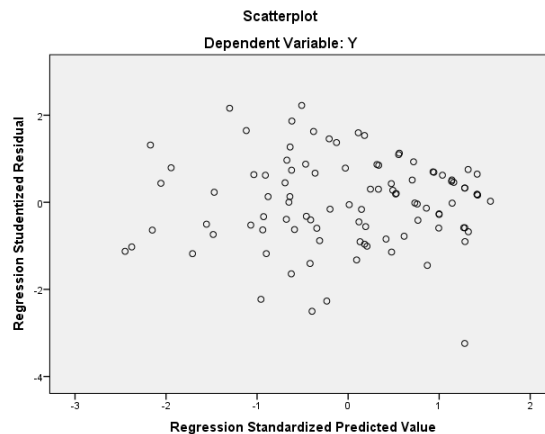
Hasil Uji Heterokedaitas (GLEJSER)

Model	Nilai Sig.
Kualitas Layanan (X1)	0,330
Informasi Instagram (X2)	0,189

Sumber: Data diolah, 2026.

Tabel 12 menunjukkan bahwa variabel X1 dan X2 mendapatkan nilai signifikasi >0,05 maka berkesimpulan data tidak terjadi gejala heterokedastisitas.

Hasil Uji Heterokedasitas (Scatterplot)



Gambar 2.

Sumber: Data diolah, 2026.

Gambar 2 menunjukkan tidak adanya pola yang jelas dan sebaran data menyebar diatas dan dibawah atau disekitar angka 0 maka berkesimpulan data tidak terjadi gejala heterokedastisitas.

Tabel 13.

Nivedana: Journal of Communication and Language

Sekolah Tinggi Agama Buddha Negeri Raden Wijaya Wonogiri
Volume 7, Number 2, April – June 2026/ nivedana@radenwijaya.ac.id

Hasil Uji F

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	730,44	2	365,22	53,855	,000
	Residual	644,245	95	6,782		
	Total	1374,684	97			

Sumber: Data diolah, 2026.

Tabel 13 menunjukkan bahwa nilai signifikansi yang didapat sebesar 0,000 (<0,05) maka berkesimpulan bahwa variabel kualitas layanan dan informasi Instagram berpengaruh signifikan secara simultan terhadap variabel kepuasan pengunjung.

Tabel 14.

Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Variabel Dependen	Variabel Independen	B	t	Sig.
Kepuasan Pengunjung (Y)	(Constant)	2,339	1,496	0,138
	Kualitas Layanan (X1)	0,331	6,149	0,000
	Informasi Instagram (X2)	0,342	4,309	0,000

Sumber: Data diolah, 2026.

Tabel 14 menunjukkan bahwa persamaan regresi yang diperoleh adalah $Y = 2,339 + 0,331X_1 + 0,342X_2$. Nilai konstanta sebesar 2,339 menunjukkan bahwa ketika kualitas layanan dan informasi Instagram bernilai nol, maka nilai kepuasan pengunjung sebesar 2,339. Nilai koefisien regresi variabel kualitas layanan dan informasi instagram bernilai positif sebesar 0,331 dan 0,342 maka memiliki arti bahwa apabila ada kenaikan 1% variabel kualitas layanan dan informasi Instagram maka akan menyebabkan kenaikan pada kepuasan pengunjung sebesar 0,331 dan 0,342.

Tabel 15.

Hasil Uji t

Variabel Dependen	Variabel Independen	t	Sig.
Kepuasan Pengunjung (Y)	(Constant)	1,496	0,138
	Kualitas Layanan (X1)	6,149	0,000
	Informasi Instagram (X2)	4,309	0,000

Nivedana: Journal of Communication and Language

Sekolah Tinggi Agama Buddha Negeri Raden Wijaya Wonogiri
Volume 7, Number 2, April – June 2026/ nivedana@radenwijaya.ac.id

Sumber: Data diolah, 2026.

Ketentuan dalam uji t menggunakan derajat bebas (df) yang dihitung dengan rumus $df = n - k - 1$. Dengan jumlah sampel 98 responden dan 2 variabel independent, maka diperoleh df sebesar 95. Berdasarkan df 95 dan taraf signifikansi 0,05, nilai t tabelnya adalah 1,985 yang digunakan sebagai acuan dalam pengambilan keputusan uji t.

1. Hipotesis 1

Berdasarkan hasil uji t, variabel kualitas layanan (X1) memiliki nilai t hitung sebesar 6,149, lebih besar dari t tabel sebesar 1,985, serta nilai signifikansi sebesar 0,000 (<0,05). Hal ini menunjukkan bahwa secara parsial kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Dengan demikian, hipotesis 1 dinyatakan diterima.

2. Hipotesis 2

Berdasarkan hasil uji t, variabel informasi Instagram (X2) memiliki nilai t hitung sebesar 4,309, lebih besar dari t tabel sebesar 1,985, serta nilai signifikansi sebesar 0,000 (<0,05). Hal ini menunjukkan bahwa secara parsial informasi Instagram berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Dengan demikian, hipotesis 2 dinyatakan diterima.

3. Hipotesis 3

Berdasarkan hasil uji F, nilai signifikansi sebesar 0,000 (<0,05). Hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan dan informasi Instagram berpengaruh signifikan secara simultan terhadap variabel kepuasan pengunjung. Dengan demikian, hipotesis 3 dinyatakan diterima

Tabel 16.

Hasil Uji Koefisien Determinasi R²

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std, Error of the Estimate
1	,729 ^a	0,531	0,521	2,604135

Sumber: Data diolah, 2026.

Tabel 16 menunjukkan bahwa besaran pengaruh kualitas layanan dan informasi Instagram terhadap kepuasan pengunjung perpustakaan kabupaten tegal sebesar 52,1% artinya 47,9% sisanya dipengaruhi variabel lain diluar penelitian ini.

Nivedana: Journal of Communication and Language

Sekolah Tinggi Agama Buddha Negeri Raden Wijaya Wonogiri
Volume 7, Number 2, April – June 2026/ nivedana@radenwijaya.ac.id

Pembahasan Penelitian

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan capaian yang baik, analisis deskriptif memperlihatkan bahwa ketiga hipotesis dinyatakan diterima. Temuan ini mengindikasikan bahwa strategi yang diterapkan melalui kualitas layanan, dan informasi Instagram telah berkontribusi dalam meningkatkan kepuasan pengunjung. Penjelasan lebih lanjut mengenai masing-masing hipotesis disajikan sebagai berikut:

1. Pengaruh Kualitas Layanan (X1) terhadap Kepuasan Pengunjung

Berdasarkan hipotesis pertama (H1), variabel kualitas layanan (X1) memiliki nilai t hitung sebesar 6,149, lebih besar dari t tabel sebesar 1,985, serta nilai signifikansi sebesar 0,000 ($<0,05$). Dengan demikian, H1 diterima, yang berarti kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik layanan yang diberikan, maka semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan. Kondisi ini didukung oleh hasil kuesioner yang menunjukkan bahwa indikator keramahan dan kesopanan petugas, ketersediaan fasilitas layanan, serta ketertiban dalam pelayanan memperoleh penilaian tinggi dari responden. Secara teoretis, temuan ini dapat dijelaskan melalui konsep kualitas layanan jasa (*service of excellence*) yang menyatakan bahwa kepuasan terbentuk dari kesesuaian antara *expected service* (layanan yang diharapkan) dan *perceived service* (layanan yang dirasakan). Ketika layanan yang diterima sesuai atau melebihi harapan, maka akan terbentuk kepuasan. Temuan ini juga konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh (Sari & Jamil, 2016) dalam jurnal berjudul (Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Anggota Perpustakaan Kota Medan) yang menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan anggota.

2. Pengaruh Informasi Instagram (X2) terhadap Kepuasan Pengunjung

Berdasarkan hipotesis kedua (H2), variabel informasi Instagram (X2) memiliki nilai t hitung sebesar 4,309, lebih besar dari t tabel sebesar 1,985, serta nilai signifikansi sebesar 0,000 ($<0,05$). Dengan demikian, H2 diterima, yang berarti informasi Instagram berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas informasi yang disampaikan melalui Instagram, maka semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan oleh pengunjung. Kondisi ini didukung oleh hasil kuesioner yang menunjukkan bahwa indikator seperti penyampaian informasi secara tepat waktu, konten Instagram yang dipublikasikan secara konsisten dan relevan bagi pengunjung, serta penyampaian informasi secara akurat memperoleh penilaian

tinggi dari responden.

Dalam perspektif teori S-O-R , informasi Instagram berperan sebagai stimulus yang diproses melalui persepsi dan pemahaman pengunjung. Jika dinilai relevan dan jelas, maka menghasilkan respons berupa kepuasan. Dengan demikian, temuan ini menunjukkan bahwa komunikasi digital melalui Instagram tidak hanya berfungsi sebagai media penyampaian informasi, tetapi juga sebagai stimulus yang mampu memengaruhi proses kognitif dan afektif pengunjung hingga menghasilkan kepuasan. Temuan ini diperkuat oleh penelitian (A. Wirawan & Risfandi, 2018) dalam jurnal berjudul (Pengaruh Fasilitas Perpustakaan, Kinerja Pustakawan Dan Kualitas Informasi Terhadap Kepuasan Mahasiswa Dalam Menggunakan Perpustakaan Politeknik Negeri Batam) yang menunjukkan bahwa kualitas informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna.

3. Pengaruh Kualitas Layanan (X1) dan Informasi Instagram (X2) terhadap Kepuasan Pengunjung

Berdasarkan hasil uji F diatas, variabel kualitas layanan (X1) dan informasi Instagram (X2) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Temuan ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang baik serta penyampaian informasi yang efektif melalui media sosial merupakan faktor yang saling melengkapi dalam membentuk kepuasan pengunjung. Dengan demikian, peningkatan kualitas layanan dan optimalisasi komunikasi informasi melalui Instagram perlu dilakukan secara berkelanjutan untuk meningkatkan pengalaman dan kepuasan pengunjung perpustakaan.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan dan informasi Instagram secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung Perpustakaan Kabupaten Tegal. Hal ini dibuktikan melalui hasil uji F yang menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,000 ($<0,05$), sehingga hipotesis ketiga diterima. Selanjutnya, nilai koefisien determinasi sebesar 52,1% menunjukkan bahwa kualitas layanan dan informasi Instagram memberikan kontribusi yang cukup besar dalam menjelaskan kepuasan pengunjung, sedangkan sisanya sebesar 47,9% dipengaruhi oleh faktor lain di luar variabel penelitian.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa

Nivedana: Journal of Communication and Language

Sekolah Tinggi Agama Buddha Negeri Raden Wijaya Wonogiri
Volume 7, Number 2, April – June 2026/ nivedana@radenwijaya.ac.id

kualitas layanan dan informasi Instagram yang diberikan oleh Perpustakaan Kabupaten Tegal, memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Temuan ini menunjukkan bahwa kualitas layanan dan penyampaian informasi melalui Instagram merupakan bagian dari komunikasi layanan yang efektif dalam membentuk persepsi serta pengalaman pengunjung. Semakin baik kualitas layanan yang diberikan dan semakin optimal penyampaian informasi melalui media sosial, maka semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan oleh pengunjung. Kualitas layanan yang baik mencerminkan efektivitas komunikasi interpersonal dalam pelayanan, sedangkan informasi yang disampaikan melalui Instagram, mencerminkan komunikasi digital yang mampu memberikan kemudahan akses informasi, meningkatkan keterlibatan, serta membangun hubungan lebih dekat antara institusi dan pengunjung.

Temuan penelitian ini memberikan kontribusi bagi pengembangan komunikasi pelayanan publik baik melalui interaksi langsung maupun melalui media sosial, serta mampu meningkatkan kepuasan masyarakat sebagai pengguna layanan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Instagram tidak hanya berfungsi sebagai media penyebaran informasi, namun juga sebagai sarana komunikasi publik yang dapat membangun hubungan antara institusi dan masyarakat. Oleh karena itu, penelitian ini dapat menjadi acuan bagi lembaga pelayanan publik dalam mengembangkan strategi komunikasi yang lebih responsif, informatif, dan berorientasi pada kebutuhan masyarakat.

Kesimpulan ini juga memberikan implikasi praktis bahwa Perpustakaan Kabupaten Tegal perlu terus meningkatkan kualitas layanan serta mengoptimalkan pemanfaatan Instagram sebagai media komunikasi layanan yang responsif, informatif, dan interaktif. Upaya ini penting untuk memperkuat hubungan dengan pengunjung serta meningkatkan keterlibatan dan kepuasan mereka secara berkelanjutan. Saran bagi peneliti selanjutnya untuk mengembangkan penelitian dengan menambahkan variabel seperti kualitas sistem, kualitas fasilitas, atau kepercayaan pengguna, serta menggunakan metode kualitatif atau mixed methods untuk memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperkaya kajian mengenai komunikasi layanan dengan instansi pelayanan publik lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, M. (2021). Urgensi komunikasi model stimulus organism response (SOR) dalam meningkatkan kualitas pembelajaran. *Al-Iltizam: Jurnal Pendidikan Agama Islam*, 6(2), 74–90.
- Adhari, I. Z. (2021). *Kepuasan Pelanggan & Pencapaian Brand Trust* (Vol. 1). CV. Penerbit Qiara

Nivedana: Journal of Communication and Language

Sekolah Tinggi Agama Buddha Negeri Raden Wijaya Wonogiri
Volume 7, Number 2, April – June 2026/ nivedana@radenwijaya.ac.id

Media.

- Alfreda, J. (2021). Tinjauan Komunikasi Publik Di Era Pandemi Covid-19 Terkait Optimalisasi Vaksinasi Covid-19. *Sosioedukasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan Dan Sosial*, 10(2), 229–238.
- APJII. (2025). *Survei Internet APJII 2025*. <https://survei.apjii.or.id/>
- Dwiyanti, U., Auli, M., Cahyanto, H., & Safaruddin, S. (2023). Pemanfaatan media sosial sebagai strategi membangun citra pada divisi humas PT. Semen Baturaja Tbk. *Jurnal Komunikasi dan Budaya*, 4(1), 11–25.
- Edy, S. (2016). Pengaruh Intensitas Membaca, Kohesivitas Kelompok Referensi Dan Kepedulian Pada Klub Terhadap Persepsi Individu Tentang Pssi Dalam Penjatuhan Sanksi Komisi Disiplin Pada Psis Semarang. *Jurnal Egaliter*, 1(01).
- Fathoni, M. I., & Siyamto, Y. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Perpustakaan Di Dinas Perpustakaan Dan Kearsipan. *Jurnal Ilmiah Keuangan Akuntansi Bisnis*, 1(2), 89–97.
- Nugroho, A., Florina, I. D., & Edy, S. (2024). Menggali strategi visual dan naratif@ tokomerekah dalam membangun brand identitas di Instagram. *Journal of Education Research*, 5(3), 3158–3169.
- Purnama, C., & SE, M. M. (2016). Sistem informasi manajemen. *Mojokerto: Insan Global*, 20, 16.
- Rusdiana, A., Irfan, M., & Irfan, M. (2014). *Sistem informasi manajemen*. Pustaka Setia.
- Ruslan, R. (2008). *METODE PENELITIAN: PUBLIC RELATION & KOMUNIKASI* (1 ed.). PT RajaGrafindo Persada.
- Ruslan, Rosady. (2012). *MANAJEMEN PUBLIC RELATIONS & MEDIA KOMUNIKASI* (Revisi). Rajawali Pers.
- Sari, P., & Jamil, B. (2016). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan anggota perpustakaan kota medan. *Publikauma: Jurnal Administrasi Publik Universitas Medan Area*, 4(1), 1–15.
- Sinaga, S., Muqsith, M. A., & Ayuningtyas, F. (2024). Instagram sebagai Media Informasi Digital Perpustakaan Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta. *Ekspresi dan Persepsi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(1), 232–253.
- Sinambela, L. P. (2023). *METODOLOGI PENELITIAN KUANTITATIF, Teoritik dan Praktik* (Monalisa, Ed.; 1 ed.). PT RajaGrafindo Persada.
- Wardhana, A. (2024). Consumer Behavior in The Digital Era 4.0-Edisi Indonesia. *Jawa Tengah: Eureka Media Aksara*.
- We Are Social. (2025, Mei 13). *Indonesia Digital Report 2025: Social Media Use*. <https://datareportal.com/reports/digital-2025-indonesia>
- Wirawan, A., & Risfandi, R. (2018). Pengaruh Fasilitas Perpustakaan, Kinerja Pustakawan Dan Kualitas Informasi Terhadap Kepuasan Mahasiswa Dalam Menggunakan Perpustakaan Politeknik Negeri Batam. *Journal of Applied Business Administration*, 2(1), 20–28.
- Wirawan, S., Hartika, A. Y., Aji, S. P., Nayoan, C. R., Arisanti, D., Trisilawati, R., & Simanjuntak, R. R. (2023). *Penerapan strategi perubahan perilaku*. Get Press Indonesia.

Nivedana: Journal of Communication and Language

Sekolah Tinggi Agama Buddha Negeri Raden Wijaya Wonogiri
Volume 7, Number 2, April – June 2026/ nivedana@radenwijaya.ac.id