

ANALISIS SOCIAL MARKETING LAYANAN POCADI (POJOK BACA DIGITAL) TERHADAP KUNJUNGAN PEMUSTAKA DI DINAS PERPUSTAKAAN DAN KEARSIPAN (DISPUSIP) KABUPATEN GARUT

Rini Anggraeni^{1*}, Aceng Ulumudin², Mila Karmila³
^{1,2,3} Universitas Garut, Kabupaten Garut, Indonesia

*Korespondensi : 24012221071@uniga.ac.id

ABSTRAK

Layanan POCADI (Pojok Baca Digital) di DISPUSIP Kabupaten Garut dirancang untuk meningkatkan minat baca masyarakat melalui akses informasi digital. Namun, rendahnya tingkat kunjungan memerlukan penelitian untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi keputusan masyarakat untuk berkunjung. Penelitian ini menganalisis pengaruh Kesadaran Layanan, Kualitas Manajemen, Kualitas Pelayanan Publik, Minat dan Sikap Positif, serta Promosi Melalui Media Sosial terhadap Tingkat Kunjungan ke POCADI. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan Structural Equation Modeling - Partial Least Squares (SEM-PLS), berdasarkan data dari 78 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Promosi Melalui Media Sosial memiliki pengaruh signifikan terhadap Tingkat Kunjungan, dengan nilai path coefficient sebesar 0.317. Temuan ini mengindikasikan bahwa promosi yang efektif melalui media sosial dapat meningkatkan kesadaran dan minat masyarakat untuk mengunjungi POCADI. Oleh karena itu, DISPUSIP Kabupaten Garut disarankan untuk fokus memperkuat dan menginovasi strategi promosi melalui media sosial guna meningkatkan kunjungan ke POCADI.

Kata Kunci : POCADI, Perpustakaan, SEM-PLS, Social Marketing.

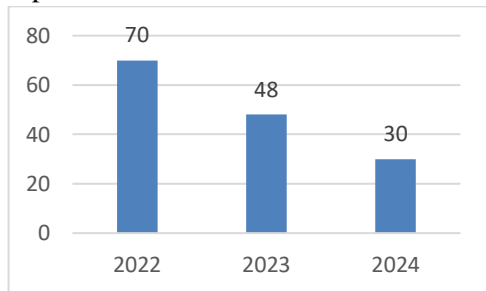
ABSTRACT

The POCADI (Digital Reading Corner) service at DISPUSIP Garut Regency is designed to increase public interest in reading through access to digital information. However, low visit rates necessitate research to identify the factors influencing public decisions to visit. This study analyzes the influence of Service Awareness, Management Quality, Public Service Quality, Positive Attitudes and Interests, and Promotion Through Social Media on the Visit Rate to POCADI. The research method used is a quantitative approach with Structural Equation Modeling - Partial Least Squares (SEM-PLS), based on data from 78 respondents. The results indicate that Promotion Through Social Media has a significant impact on the Visit Rate, with a path coefficient value of 0.317. This finding suggests that effective social media promotion can enhance public awareness and interest in visiting POCADI. Therefore, it is recommended that DISPUSIP Garut Regency focus on strengthening and innovating its social media strategies to increase visits to POCADI.

Keywords : POCADI, Library, SEM-PLS, Social Marketing.

A. PENDAHULUAN

Perpustakaan berperan penting sebagai pusat informasi masyarakat, tetapi di era digitalisasi, tuntutan perubahan cepat semakin besar. Masyarakat ingin mencari informasi dengan cepat dan mudah sehingga perpustakaan beralih menawarkan layanannya secara daring. Salah satu inovasinya adalah Pojok Baca Digital oleh Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kabupaten Garut, yang memperluas akses digital untuk meningkatkan literasi dan minat baca masyarakat dengan koleksi cetak dan digital yang seimbang (Masriastri & Gusti Ayu Ketut Yuni., 2018). Setelah diresmikan pada Desember 2022, tingkat kunjungan ke POCADI di DISPUSIP Garut mengalami penurunan, dari rata-rata 70 pengunjung per tahun 2022 menjadi hanya 30 pada Februari 2024.



Gambar 1. Pengunjung DISPUSIP

Berdasarkan wawancara pada pustakawan DISPUSIP, tantangan utama yang dihadapi adalah kurangnya promosi yang efektif dan rendahnya kesadaran masyarakat akan layanan ini. Situasi ini juga tercermin dalam penelitian di Kabupaten Probolinggo, yang menunjukkan bahwa rendahnya promosi menyebabkan rendahnya kesadaran masyarakat terhadap layanan POCADI (Septiandika et al., 2023).

Social Marketing atau pemasaran sosial adalah proses yang dirancang untuk memengaruhi perubahan perilaku dengan

mempertimbangkan aspek-aspek seperti perencanaan produk, komunikasi, dan distribusi, berbeda dari pemasaran komersial yang berorientasi pada keuntungan. Kotler dan Zaltman (1971) menjelaskan bahwa *social marketing* menggunakan strategi pemasaran yang serupa dengan pemasaran komersial namun dengan tujuan sosial (Kotler & Zaltman, 1971). Studi kasus "*Insta Novels*" di Perpustakaan Umum New York menunjukkan bahwa kampanye kreatif di media sosial berhasil meningkatkan keterlibatan publik dan lalu lintas perpustakaan hingga 50% (Shakargy, 2021).

Kunjungan pemustaka, mencakup kehadiran fisik dan interaksi digital, adalah indikator utama keberhasilan layanan perpustakaan dalam memenuhi kebutuhan informasi pengguna (Brophy, 2005). Tingkat kunjungan ini dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti kebutuhan informasi (Dervin, 1992), kualitas layanan (Parasuraman, 1994), dan fasilitas yang nyaman (Cullen, 2001). Program dan layanan khusus, bersama dengan promosi yang efektif, juga berperan besar dalam meningkatkan kesadaran dan partisipasi pengguna (Huang & Tahamtan, 2018).

Penelitian dalam lima tahun terakhir tentang *Social Marketing* dan layanan perpustakaan telah menekankan pentingnya promosi yang lebih kreatif dan berbasis teknologi. Septiandika et al. (2023) menemukan bahwa kurangnya promosi menjadi hambatan utama dalam peningkatan kunjungan POCADI (Septiandika et al., 2023). Saddam et al. (2023) mencatat bahwa kurangnya inisiatif promosi pustakawan berdampak negatif pada tingkat kunjungan POCADI (Saddam et al., 2023). Maretno & Marlina (2021)

menyoroti bahwa Social Marketing lebih efektif dibanding pemasaran tradisional untuk menarik audiens muda dengan platform seperti Instagram dan Facebook, meskipun penelitian mereka tidak memberikan panduan konkret untuk layanan digital seperti POCADI (Maretno & Marlina, 2021)

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mempelajari pengaruh promosi sosial terhadap tingkat kunjungan layanan POCADI di DISPUSIP Kabupaten Garut serta faktor-faktor yang memengaruhi minat dan kesadaran masyarakat terhadap layanan perpustakaan digital. Metode Structural Equation Modeling Partial Least Squares (SEM-PLS), digunakan untuk menguji hubungan antara promosi, kesadaran masyarakat, kualitas layanan, dan minat kunjungan, serta menawarkan pendekatan strategis untuk meningkatkan efektivitas promosi layanan perpustakaan digital.

B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan Structural Equation Modeling Partial Least Squares (SEM-PLS) untuk menganalisis dan mengevaluasi hubungan antara variabel yang memengaruhi kunjungan pemustaka ke POCADI di DISPUSIP Kabupaten Garut. SEM-PLS dipilih karena mampu menguji hubungan kompleks antarvariabel laten meskipun dengan ukuran sampel yang lebih kecil (Hair et al., 2019, 2020, 2021).

Penelitian ini menggunakan teknik sensus (sampling jenuh) karena populasi berjumlah 78 orang, terdiri dari responden yang memenuhi kriteria pada tahun 2023 hingga 2024. Seluruh populasi dijadikan sampel agar semua karakteristik terwakili dengan baik, sekaligus mengurangi potensi

bias yang mungkin muncul jika hanya sebagian dari populasi yang digunakan (Sugiyono, 2017).

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini berupa kuesioner dengan skala Likert 1–4, di mana responden diminta untuk memberikan penilaian terhadap setiap pernyataan, dengan pilihan dari 1 = Sangat Tidak Setuju hingga 4 = Sangat Setuju. Kuesioner ini mengukur enam konstruk utama: Kesadaran Layanan, Kualitas Manajemen, Kualitas Pelayanan Publik, Minat dan Sikap Positif, Promosi Melalui Sosial Media, dan Tingkat Kunjungan. Setiap konstruk diberi kode khusus dan setiap pertanyaan atau indikator dalam konstruk tersebut diberi nomor urut untuk memudahkan analisis data (Maretno & Marlina, 2021; Septiandika et al., 2023).

Data dalam penelitian ini dikumpulkan dengan menyebarkan kuesioner secara langsung maupun daring kepada seluruh anggota populasi yang memenuhi kriteria, yaitu mereka yang mengetahui atau pernah menggunakan layanan POCADI di DISPUSIP Kabupaten Garut. Populasi yang dijadikan responden dalam penelitian ini mencakup tahun 2023 hingga 2024, dengan total 78 orang yang dipilih menggunakan teknik sensus atau sampling jenuh, untuk memastikan representasi seluruh karakteristik populasi serta meminimalkan bias (Sugiyono, 2017). Data yang diperoleh dianalisis menggunakan metode SEM-PLS melalui perangkat lunak SmartPLS. Pendekatan ini dipilih karena keunggulannya dalam menganalisis model yang kompleks, bahkan pada sampel kecil, dan kemampuannya untuk mengevaluasi hubungan antar variabel laten secara simultan (Hair et al., 2019).

Tahap awal dalam analisis data

adalah menguji model pengukuran (outer model). Pengujian ini meliputi validitas konvergen, yang dilihat dari loading factor dengan nilai yang diharapkan lebih dari 0,7 untuk memastikan bahwa setiap indikator dapat mengukur variabel laten secara konsisten (Shakargy, 2021). Validitas diskriminan diuji menggunakan kriteria Fornell-Larcker dan rasio Heterotrait-Monotrait (HTMT), yang berfungsi memastikan bahwa indikator-indikator dalam suatu konstruk tidak memiliki korelasi berlebihan dengan konstruk lainnya (Hair et al., 2019, 2020, 2021). Reliabilitas konstruk dinilai melalui Cronbach's alpha dan Composite Reliability (CR), dengan nilai yang diharapkan lebih dari 0,7 untuk menunjukkan konsistensi internal dari indikator (Maretno & Marlina, 2021).

Setelah validitas dan reliabilitas konstruk terkonfirmasi, tahap berikutnya adalah menguji model struktural (inner model). Pengujian ini bertujuan menilai kekuatan serta signifikansi hubungan antarvariabel laten dengan melihat path coefficients dan nilai R-square. Nilai R-square digunakan untuk menilai sejauh mana variabel independen mampu menjelaskan variabel dependen. Untuk memastikan tidak terjadi multikolinearitas antarvariabel, dilakukan uji Variance Inflation Factor (VIF), di mana nilai VIF sebaiknya di bawah 5 agar model tidak dipengaruhi oleh multikolinearitas (Hair et al., 2019, 2020, 2021)

Tahap berikutnya adalah pengujian hipotesis dengan memperhatikan nilai t-statistic (diharapkan lebih dari 1,96 untuk signifikansi pada tingkat 5%) dan p-value (diharapkan kurang dari 0,05 untuk menunjukkan signifikansi) (Saddam et al., 2023). Teknik bootstrapping diterapkan

untuk menghitung nilai t-statistic dan p-value, dengan tujuan memastikan keandalan hasil estimasi dalam model (Hair et al., 2019). Interpretasi hasil analisis ini difokuskan pada penentuan hubungan signifikan antar variabel serta penilaian pengaruh variabel independen.

Dengan pendekatan analisis yang sistematis ini, penelitian diharapkan dapat memberikan jawaban yang kuat terkait efektivitas strategi Social Marketing dalam meningkatkan kunjungan pemustaka ke layanan POCADI di DISPUSIP Kabupaten Garut, serta memberikan wawasan untuk pengembangan strategi promosi yang lebih efektif di masa mendatang.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada penelitian yang menggunakan SEM-PLS (Structural Equation Modeling Partial Least Squares), hasil dan pembahasan akan mencakup evaluasi model pengukuran dan model struktural, serta interpretasi hubungan antarvariabel berdasarkan hasil analisis.

Deskripsi Data Responden

Data responden dalam penelitian ini mencakup berbagai latar belakang, termasuk kategori usia, jenis kelamin, pendidikan terakhir, dan pekerjaan. Berikut ini adalah deskripsi setiap karakteristik responden.

1. Usia Responden

Mayoritas responden berada dalam rentang usia 20–30 tahun (41,0%) dan diikuti oleh kelompok usia <20 tahun (29,5%). Responden dengan usia 31–40 tahun mencapai 17,9%, sedangkan responden dengan usia >40 tahun hanya sebesar 11,5%. Distribusi ini menunjukkan bahwa kalangan muda mendominasi populasi pengguna

layanan POCADI, mengindikasikan adanya ketertarikan besar dari generasi muda terhadap layanan yang disediakan.

2. Jenis Kelamin

Jenis kelamin responden didominasi oleh perempuan, yang mencakup 55,1% dari total responden, sementara laki-laki sebanyak 44,9%. Tingginya partisipasi perempuan mengindikasikan bahwa layanan POCADI cenderung menarik minat lebih banyak dari kalangan perempuan.

3. Pendidikan Terakhir

Mayoritas responden memiliki pendidikan terakhir SMA/ sederajat (48,7%) dan S1 (32,1%), dengan jumlah yang lebih sedikit untuk tingkat pendidikan S2/S3 (9,0%), D3/Diploma (5,1%), dan SMP/ Sederajat (5,1%). Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas pengguna layanan POCADI memiliki latar belakang pendidikan menengah hingga tinggi.

4. Pekerjaan

Responden yang berprofesi sebagai pelajar/mahasiswa mencakup 38,5% dari total responden, diikuti oleh pekerja swasta sebesar 44,9%. Kelompok pekerjaan lainnya, seperti PNS/ASN (6,4%), ibu rumah tangga (3,8%), wirausaha (2,6%), dan kategori lainnya (3,8%) memiliki persentase yang lebih kecil. Tingginya persentase pelajar/mahasiswa dan pekerja swasta menunjukkan bahwa POCADI menjadi layanan yang relevan bagi kalangan pelajar dan profesional muda.

Secara keseluruhan, deskripsi data ini memberikan gambaran umum mengenai karakteristik utama pengguna POCADI. Tingginya proporsi responden dari

kalangan muda, khususnya pelajar dan pekerja swasta, menunjukkan bahwa layanan ini memiliki daya tarik yang kuat bagi kalangan usia produktif dengan latar belakang pendidikan menengah hingga tinggi.

Hasil Uji Model Pengukuran (Outer Model)

Pengujian model pengukuran (outer model) dilakukan untuk menilai validitas dan reliabilitas indikator yang digunakan dalam mengukur konstruk laten. Pengujian ini mencakup validitas konvergen, validitas diskriminan, dan reliabilitas konstruk.

1. Uji Multikolinearitas (Variance Inflation Factor - VIF)

Semua indikator memiliki nilai VIF di bawah 5, menunjukkan bahwa tidak ada masalah multikolinearitas antar indikator dalam setiap konstruk. Ini berarti indikator-indikator tersebut independen satu sama lain.

2. Validitas Konvergen

a) Outer Loadings: Setiap indikator memiliki nilai loading lebih dari 0,7, yang menunjukkan kontribusi kuat dalam mengukur konstraknya.

b) Average Variance Extracted (AVE): Nilai AVE untuk semua konstruk melebihi 0,5, yang mengindikasikan bahwa lebih dari 50% varians indikator dapat dijelaskan oleh konstruk tersebut. Ini memenuhi kriteria validitas konvergen.

3. Validitas Diskriminan

a) Kriteria Fornell-Larcker: Akar AVE untuk setiap konstruk lebih besar daripada korelasi dengan konstruk lain, menunjukkan bahwa setiap konstruk memiliki korelasi yang lebih tinggi dengan indikator-indikatornya sendiri dibandingkan dengan konstruk lain.

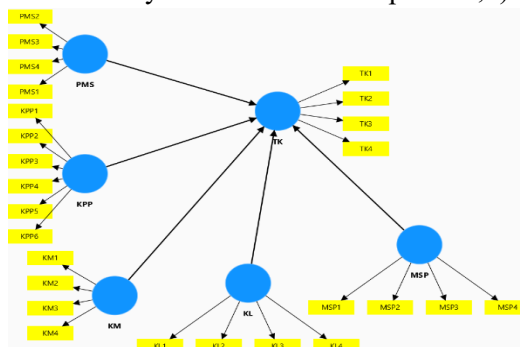
b) Cross-Loadings: Setiap indikator memiliki loading tertinggi pada konstraknya sendiri, sehingga validitas diskriminan model ini terpenuhi.

4. Reliabilitas Konstruk

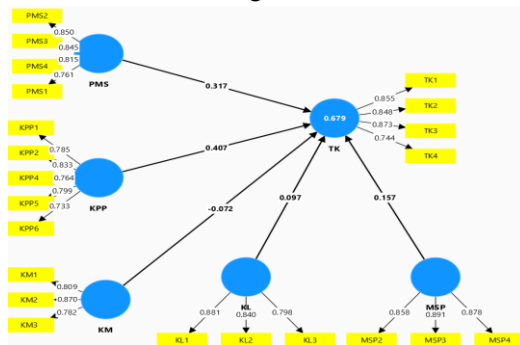
Composite Reliability dan Cronbach's Alpha: Semua konstruk memiliki nilai di atas 0,7, yang menunjukkan konsistensi internal serta reliabilitas yang baik.

Kesimpulan model pengukuran ini memenuhi kriteria yang diperlukan:

1. Tidak terdapat masalah multikolinearitas ($VIF < 5$).
2. Validitas konvergen terpenuhi (outer loadings $> 0,7$ dan $AVE > 0,5$).
3. Validitas diskriminan terpenuhi (sesuai Fornell-Larcker dan cross-loadings).
4. Reliabilitas konstruk baik (composite reliability dan Cronbach's Alpha $> 0,7$).



Gambar 2. Grafik sebelum dilakukan *calculate* dengan SmartPLS4



Gambar 3. Grafik Hasil *calculate* dengan SmartPLS4

Hasil Uji Model Struktural (Inner Model)

Pengujian model struktural (inner model) bertujuan untuk menilai hubungan antar konstruk laten serta kontribusi masing-masing konstruk terhadap variabel dependen, yaitu Tingkat Kunjungan. Berikut adalah hasil ringkasan:

1. Multikolinearitas (VIF)
 - Semua konstruk memiliki nilai VIF di bawah 5, menunjukkan tidak ada masalah multikolinearitas yang signifikan antar konstruk.
2. Path Coefficients
 - a) Kualitas Pelayanan Publik -> Tingkat Kunjungan: 0.407 (pengaruh positif kuat)
 - b) Promosi Melalui Media Sosial -> Tingkat Kunjungan: 0.317 (pengaruh positif moderat)
 - c) Kesadaran Layanan -> Tingkat Kunjungan: 0.097 (pengaruh kecil)
 - d) Kualitas Manajemen -> Tingkat Kunjungan: -0.072 (pengaruh negatif kecil)
 - e) Minat dan Sikap Positif -> Tingkat Kunjungan: 0.157 (pengaruh positif kecil)

Kualitas Pelayanan Publik dan Promosi Melalui Sosial Media memiliki pengaruh terbesar terhadap Tingkat Kunjungan.

3. R-Square (R^2)
 - Nilai R-Square untuk Tingkat Kunjungan adalah 0,679, yang berarti model ini mampu menjelaskan 67,9% variansi dalam variabel Tingkat Kunjungan.

4. Effect Size (f-square)
 - a) Kualitas Pelayanan Publik -> Tingkat Kunjungan: 0.173 (efek moderat)
 - b) Promosi melalui Media Sosial -> Tingkat Kunjungan: 0.108 (efek kecil hingga moderat)

c) Konstruk lain memiliki efek kecil.

Kesimpulannya Kualitas Pelayanan Publik dan Promosi Melalui Sosial Media adalah konstruk yang paling berpengaruh terhadap Tingkat Kunjungan, dengan model yang mampu menjelaskan 67.9% variansi pada konstruk.

Pengujian Hipotesis

Berikut adalah hasil Pengujian Hipotesis berdasarkan tabel *Path Coefficients* yang mencakup nilai t-statistik dan p-value untuk setiap jalur hubungan. Pengujian ini dilakukan untuk menentukan apakah hubungan antar konstruk dalam model signifikan atau tidak.

Path coefficients - Mean, STDEV, T values, p values					
	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/(STDEV))	P values
KL -> TK	0.097	0.115	0.152	0.754	0.463
KM -> TK	-0.072	-0.088	0.130	-0.554	0.579
KPP -> TK	0.407	0.391	0.167	2.429	0.015
MSP -> TK	0.157	0.177	0.127	1.232	0.218
PMS -> TK	0.317	0.256	0.149	2.129	0.033

Gambar 4. Hasil Pengujian Hipotesis berdasarkan tabel *Path Coefficients*

Interpretasi Hasil

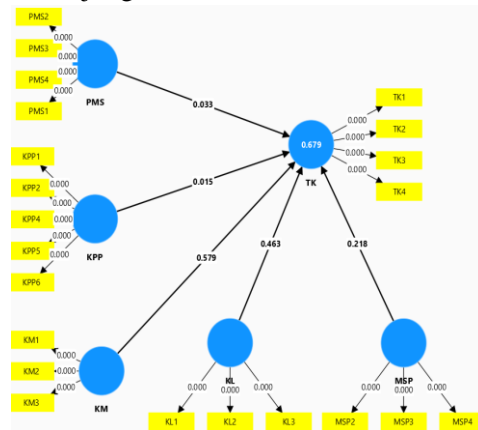
- KPP -> TK (Kualitas Pelayanan Publik terhadap Tingkat Kunjungan)
 - Path Coefficient: 0.407
 - T Statistics: 2.429
 - P Value: 0.015 (Signifikan)

Hubungan antara Kualitas Pelayanan Publik dan Tingkat Kunjungan signifikan pada tingkat $p < 0,05$, dengan koefisien sebesar 0,407. Hal ini menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan Publik memiliki pengaruh yang kuat dan signifikan terhadap Tingkat Kunjungan.
- PMS -> TK (Promosi Melalui Sosial Media terhadap Tingkat Kunjungan)
 - Path Coefficient: 0.317
 - T Statistics: 2.129
 - P Value: 0.033 (Signifikan)

Hubungan antara Promosi Media Sosial dan Tingkat Kunjungan juga signifikan pada level $p < 0,05$, dengan koefisien sebesar 0.317, menunjukkan bahwa

Promosi Melalui Sosial Media memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Tingkat Kunjungan.

- KL -> TK (Kesadaran Layanan terhadap Tingkat Kunjungan), KM -> TK (Kualitas Manajemen terhadap Tingkat Kunjungan), dan MSP -> TK (Minat dan Sikap Positif terhadap Tingkat Kunjungan). Hubungan-hubungan ini memiliki p-value di atas 0.05 (masing-masing 0.463, 0.579, dan 0.218), menunjukkan bahwa pengaruhnya tidak signifikan. Dengan kata lain, Kesadaran Layanan, Kualitas Manajemen, dan Minat dan Sikap Positif tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap Tingkat Kunjungan.



Gambar 3. Grafik hasil bootstrapping SmartPLS4

- Kesimpulannya adalah :
- Hipotesis yang diterima (signifikan):
- Kualitas Pelayanan Publik -> Tingkat Kunjungan: Kualitas Pelayanan Publik memiliki pengaruh signifikan terhadap Tingkat Kunjungan.
 - Promosi Melalui Media Sosial -> Tingkat Kunjung: Promosi Melalui Media Sosial memiliki pengaruh signifikan terhadap Tingkat Kunjungan.
- Hipotesis yang ditolak (tidak signifikan):
- Kesadaran Layanan -> Tingkat

Kunjungan: Keadasan Layanan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap Tingkat Kunjungan.

b) Kualitas Manajemen -> Tingkat Kunjungan: Kualitas Manajemen tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap Tingkat Kunjungan.

c) Minat dan Sikap Positif -> Tingkat Kunjungan: Minat dan Sikap Positif tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap Tingkat Kunjungan.

Hasil ini menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan Publik dan Promosi Melalui Sosial Media adalah faktor utama yang berkontribusi secara signifikan terhadap Tingkat Kunjungan di POCADI.

Pembahasan Hasil Penelitian

Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa Kualitas Pelayanan Publik dan Promosi Melalui Media Sosial memiliki pengaruh signifikan terhadap Tingkat Kunjungan ke POCADI di DISPUSIP Kabupaten Garut. Hal ini ditunjukkan oleh nilai path coefficient yang positif dan signifikan pada kedua konstruk tersebut, yaitu 0,407 untuk Kualitas Pelayanan Publik dan 0,317 untuk Promosi Melalui Media Sosial. Temuan ini menunjukkan bahwa pelayanan yang berkualitas dan strategi promosi yang efektif melalui media sosial dapat meningkatkan minat masyarakat untuk berkunjung ke POCADI.

Kualitas Pelayanan Publik menunjukkan pengaruh terbesar terhadap tingkat kunjungan. Hal ini menunjukkan bahwa ketika layanan yang diberikan memenuhi harapan pengunjung, baik dari segi keramahan petugas, kecepatan layanan, maupun kenyamanan fasilitas, maka tingkat kunjungan ke POCADI meningkat. Dengan demikian, peningkatan kualitas layanan di POCADI merupakan faktor kunci untuk meningkatkan

kunjungan pemustaka.

Promosi Melalui Media Sosial juga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kunjungan ke POCADI. Ini menunjukkan bahwa masyarakat lebih tertarik untuk mengunjungi POCADI jika mereka mendapatkan informasi yang menarik dan informatif melalui media sosial. Promosi yang konsisten dan mudah dipahami meningkatkan kesadaran masyarakat akan keberadaan dan manfaat POCADI, yang pada akhirnya mendorong mereka untuk berkunjung.

Di sisi lain, variabel Kesadaran Layanan, Kualitas Manajemen, dan Minat dan Sikap Positif tidak menunjukkan pengaruh signifikan terhadap tingkat kunjungan. Kesadaran Layanan yang tinggi belum tentu diikuti dengan keinginan berkunjung, yang mungkin disebabkan oleh keterbatasan waktu atau prioritas yang berbeda dari pemustaka. Kualitas Manajemen, meskipun penting, mungkin tidak dirasakan langsung oleh pengunjung, sehingga dampaknya terhadap keputusan berkunjung menjadi tidak signifikan. Begitu pula dengan Minat dan Sikap Positif yang meskipun menunjukkan apresiasi terhadap POCADI, belum tentu berujung pada peningkatan kunjungan secara langsung.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa untuk meningkatkan tingkat kunjungan ke POCADI, DISPUSIP Kabupaten Garut dapat berfokus pada peningkatan kualitas pelayanan dan strategi promosi yang lebih efektif di media sosial.

D. KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa KPP dan PMS memiliki pengaruh signifikan terhadap Tingkat Kunjungan ke

POCADI di DISPUSIP Kabupaten Garut. Hal ini menunjukkan bahwa pelayanan yang berkualitas dan promosi yang efektif melalui media sosial dapat meningkatkan minat masyarakat untuk berkunjung ke POCADI.

Sebaliknya, variabel KL, KM, dan MSP tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap tingkat kunjungan. Meskipun variabel-variabel ini penting, mereka tidak secara langsung memengaruhi keputusan masyarakat untuk berkunjung.

Secara keseluruhan, untuk meningkatkan tingkat kunjungan ke POCADI, DISPUSIP Kabupaten Garut disarankan untuk memprioritaskan peningkatan kualitas layanan dan memperkuat strategi promosi melalui media sosial.

E. DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Brophy, P. (2005). *The academic library*. . Facet Publishing.
- Cullen, R. (2001). Addressing the digital divide. *Online Information Review*, 25(5), 311–320. <https://doi.org/10.1108/14684520110410517>
- Dervin, B. (1992). From the mind's eye of the "user": The sense-making qualitative-quantitative methodology. *Qualitative Research in Information Management/Libraries Unlimited*.
- Hair, J. F., Astrachan, C. B., Moisescu, O. I., Radomir, L., Sarstedt, M., Vaithilingam, S., & Ringle, C. M. (2021). Executing and interpreting applications of PLS-SEM: Updates for family business researchers. *Journal of Family Business Strategy*, 12(3), 100392. <https://doi.org/10.1016/j.jfbs.2020.100392>
- Hair, J. F., Howard, M. C., & Nitzl, C. (2020). Assessing measurement model quality in PLS-SEM using confirmatory composite analysis. *Journal of Business Research*, 109, 101–110. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.11.069>
- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European Business Review*, 31(1), 2–24. <https://doi.org/10.1108/EBR-11-2018-0203>
- Huang, L., & Tahamtan, I. (2018). Why do people come? The factors influencing public library visits. *Proceedings of the Association for Information Science and Technology*, 55(1), 832–833. <https://doi.org/10.1002/pra2.2018.14505501136>
- Kotler, P., & Zaltman, G. (1971). Social Marketing: An Approach to Planned Social Change. *Journal of Marketing*, 35(3), 3–12. <https://doi.org/10.1177/002224297103500302>
- Maretno, S., & Marlina, M. (2021). Pemanfaatan Media Sosial sebagai Media Promosi Perpustakaan. *Baitul 'Ulum: Jurnal Ilmu Perpustakaan Dan Informasi*, 5(1), 58–71. <https://doi.org/10.30631/baitululum.v5i1.98>
- Masriastri, I., & Gusti Ayu Ketut Yuni. (2018). Perpustakaan dan masyarakat informasi. *Al Maktabah*, 3(2), 72–81.
- Parasuraman, A. (1994). Alternative scales for measuring service quality: A comparative assessment based on

- psychometric and diagnostic criteria. *Journal of Retailing*, 70(3), 201–230. [https://doi.org/10.1016/0022-4359\(94\)90033-7](https://doi.org/10.1016/0022-4359(94)90033-7)
- Saddam, M., Sholichah, N., & Fatah, Z. (2023). Inovasi Pelayanan Pojok Baca Digital (Pocadi) Dalam Mendukung Gerakan Literasi Siswa Sekolah Di Dinas Perpustakaan Dan Arsip Daerah Kota Tebing Tinggi. . *Soetomo Administrasi Publik*, 1(2), 161–172.
- Septiandika, V., Lestari, M. G., Aisyah, S., Hidayatullah, M. R., & Amrullah, M. J. (2023). Inovasi Pojok Baca Digital Dalam Meningkatkan Literasi Masyarakat Di Perpustakaan Kabupaten Probolinggo. *JISIP (Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan)*, 7(3), 2830–2834.
- Shakargy, N. (2021). “I Am Not Myself, You See?”: Remediation and Mediatization in the Insta Novels Project. *Social Media + Society*, 7(3), 205630512110305. <https://doi.org/10.1177/20563051211030500>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.