

BAB III

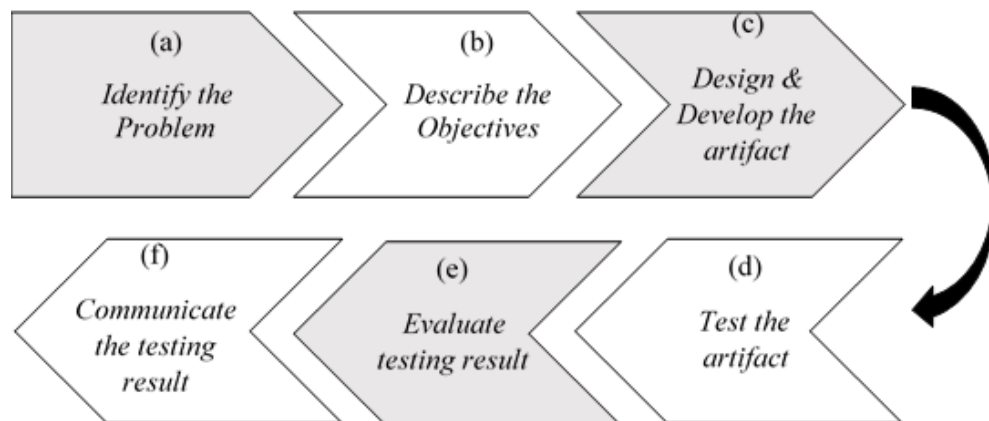
METODE PENELITIAN

3.1. Pendekatan dan Metode Penelitian

Metode penelitian dilakukan untuk ditujukan menjawab permasalahan-permasalahan yang dirumuskan dalam fokus penelitian. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui pengembangan media sosial Instagram sebagai strategi pengembangan perpustakaan MA Negeri 2 Kota Bogor.

Penelitian ini menggunakan pendekatan *mixed methods*, yaitu memadukan penelitian kualitatif dan data kuantitatif. Pendekatan ini dapat saling melengkapi untuk memberikan gambaran yang lebih komprehensif dan mendalam tentang fenomena yang diteliti (Hendrayadi dkk., 2023). Metode yang digunakan dalam pengembangannya menggunakan yaitu menggunakan metode *Design and Development* (D&D), metode ini di dalamnya terdapat prosedur dengan tahap perancangan, pengembangan, dan evaluasi yang bertujuan dalam mengidentifikasi masalah sehingga dapat meningkatkan kualitas suatu program dengan lebih baik. Selain itu, metode *Design and Development* pada penelitian ini dikarenakan fokus utamanya untuk menghasilkan produk berupa media promosi perpustakaan yang layak digunakan sebagai media promosi. Peneliti menggunakan pendekatan *Design and Development* dengan enam tahapan dari J. Ellis & Levy (2010) untuk menjelaskan proses pengembangan secara sistematis. Tahapan ini menyajikan langkah-langkah yang sistematis sehingga lebih jelas dan ringkas dibandingkan model-model *Design and Development* lainnya yang lebih sesuai untuk pengembangan media pembelajaran. Selain itu, model ini memberikan penilaian dari ahli untuk memberikan secara langsung dalam mengevaluasi produk pada tahap pengembangan produk promosi. Oleh karena itu, metode ini memungkinkan peneliti untuk terus memperbaiki kualitas program dengan proses yang berkelanjutan.

Penelitian *Design and Development* (D&D) terdiri enam tahapan yang dirancang untuk membantu dalam merancang, mengembangkan, dan mengevaluasi produk yang dihasilkan. Enam fase tersebut dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 3. 1: Fase *Design and Development*
Sumber: J. Ellis & Levy (2010)

1) *Identify Problem*

Fase awal yang mendasar pada sebuah penelitian dengan melibatkan analisis masalah, kebutuhan pengguna, atau masalah yang perlu dipecahkan dan digunakan untuk dasar pengembangan produk agar masalah yang dihadapi dapat terselesaikan.

2) *Describe the Objectives*

Dalam memberikan solusi atas pemecahan masalah, fase ini melibatkan perencanaan untuk mengidentifikasi tujuan, jangka waktu, sumber daya, dan alat yang dibutuhkan untuk proses pengembangan produk secara detail.

3) *Design and Develop the Artifact*

Pada fase ini, peneliti fokus pada perancangan dan pengembangan dalam bentuk artefak. Proses ini dapat melibatkan tahapan perancangan konsep desain, membuat desain teknis, serta mengembangkan produk artefak.

4) *Test the Artifact*

Pada fase ini, artefak yang telah selesai dikembangkan akan diuji dengan memastikan artefak tersebut dapat berjalan dan bekerja dengan semestinya. Sehingga pada fase ini melibatkan pengujian fungsionalitas, kinerja, keamanan, dan kompatibilitas.

5) *Evaluate Testing Result*

Hasil pengujian akan dievaluasi apakah artefak tersebut memenuhi tujuan dan dapat berfungsi dengan baik. Analisis data pengujian dilakukan melalui

survei, kuesioner, maupun wawancara sehingga kekurangan yang tidak terlihat oleh peneliti ditemukan.

6) *Communicate the Testing Result*

Proses pengujian dan evaluasi menghasilkan informasi yang kemudian dikomunikasikan kepada pemangku kepentingan, termasuk pengguna akhir. Informasi yang diperoleh dari hasil pengujian berperan dalam proses pengambilan keputusan yang tepat.

3.2. Partisipan dan Lokasi Penelitian

3.2.1. Partisipan

Subjek penelitian ini meliputi ahli media, ahli konten, dan siswa dari MA Negeri 2 Kota Bogor sebagai *responden*. Proses penilaian dilakukan untuk mengevaluasi sejauh mana media sosial Instagram dianggap layak digunakan sebagai sarana promosi perpustakaan menurut ahli media, penilaian ahli konten, dan siswa sebagai pengguna akhir produk yang akan dikembangkan. Jumlah populasi siswa MA Negeri 2 Kota Bogor tahun ajaran 2025/2026 sebanyak 1.098 siswa aktif. Partisipan siswa dalam penelitian ini ditentukan melalui teknik probabilitas melalui metode *simple random sampling* untuk mendapatkan jumlah populasi secara acak yang memiliki karakteristik yang sama. Selanjutnya, pengambilan sampel mempertimbangkan tingkatan atau strata (*proportionate stratified random sampling*) dalam penelitian sehingga dapat menghasilkan data yang representatif (Wahab & Junaedi, 2022). Penentuan jumlah sampel dihitung menggunakan rumus slovin pada metode *simple random sampling*, sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N (e)^2}$$

Keterangan:

n= Jumlah Sampel

N= Jumlah Populasi

e= Tingkat Kesalahan pengambilan sampel

Jumlah populasi yang digunakan peneliti sebesar 0.1 atau 10% dalam mendapatkan sampel, maka jumlah akurasi sebesar 90% yang akan dihasilkan sebagai berikut:

$$n = \frac{1098}{1 + 1098 (0.1)^2}$$

$$n = \frac{1098}{1 + 1098 (0.01)}$$

$$n = \frac{1098}{1 + 10.98}$$

$$n = \frac{1098}{11.98}$$

$$n = 91.6$$

Hasil perhitungan sampel yang dilakukan dengan memakai rumus Slovin, diperoleh hasil sebanyak 91.6 partisipan yang akan dibulatkan oleh peneliti menjadi 92 orang partisipan sampel penelitian ini.

Tahap selanjutnya yaitu sampel dalam penelitian diubah menjadi sampel berstrata dengan menggunakan rumus berikut:

$$\text{Sampel Strata} = \frac{\text{Jumlah Populasi Strata} \times \text{Sampel}}{\text{Jumlah Populasi}}$$

$$\text{Strata X} = \frac{375 \times 92}{1098} = 31.4 \text{ (31) responden}$$

$$\text{Strata XI} = \frac{356 \times 92}{1098} = 29.8 \text{ (30) responden}$$

$$\text{Strata XII} = \frac{367 \times 92}{1000} = 30.7 \text{ (31) responden}$$

Total responden dalam penilaian produk konten promosi perpustakaan oleh siswa yaitu sebanyak 92 orang partisipan siswa MA Negeri 2 Kota Bogor.

3.2.2. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Perpustakaan Madrasah Aliyah Negeri 2 Kota Bogor yang berlokasi di Jln. Raya Pajajaran 6 Baranangsiang, Kecamatan Bogor Timur Kota Bogor, Jawa Barat 16143. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada media promosi yang digunakan oleh Perpustakaan MA Negeri 2 Kota Bogor secara digital belum dilaksanakan secara optimal dalam mempromosikan perpustakaan.

3.3. Definisi Operasional

3.3.1. Media Promosi

Media promosi dirancang dan dikembangkan dengan tujuan untuk menyediakan informasi yang efektif dan terperinci terkait perpustakaan MA Negeri 2 Kota Bogor. Media promosi yang disampaikan kepada masyarakat khususnya siswa/i MA Negeri 2 Kota Bogor agar dapat lebih mudah mengakses informasi tentang perpustakaan MA Negeri 2 Kota Bogor baik informasi umum terkait perpustakaan, buku terpopuler dan tata tertib ketika berada di perpustakaan sehingga dapat meningkatkan pengetahuan terhadap perpustakaan sekolah.

3.3.2. Instagram-Based

Media promosi yang dikembangkan dalam penelitian ini berupa konten video promosi perpustakaan yang dirancang khusus untuk memaksimalkan *platform* Instagram sebagai alat penyebaran informasi terkait pengetahuan umum perpustakaan yang ada di perpustakaan MA Negeri 2 Kota Bogor. Memanfaatkan akun Instagram perpustakaan sekolah MA Negeri 2 Kota Bogor dan popularitas daya tarik visual yang ditampilkan, pengelola perpustakaan dapat menjangkau audiens secara lebih luas untuk mempromosikan perpustakaan. Melalui konten video promosi perpustakaan dengan visual yang menarik dan informatif, informasi yang disampaikan akan secara mudah dapat dipahami oleh audiens khususnya siswa/i MA Negeri 2 Kota Bogor.

3.4. Prosedur Penelitian

Menurut Richey & Klein (2007) dalam bukunya menjelaskan bahwa *Design and Development* merupakan proses yang meliputi perancangan desain, pengembangan, serta evaluasi yang bertujuan untuk menciptakan produk dan program yang bermaksud untuk meningkatkan kualitas dari produk yang dikembangkan dari pihak pengembang itu sendiri. Menurut, J. Ellis & Levy (2010) terdapat 6 fase dalam menggunakan *Design dan Development* yaitu sebagai berikut:

3.4.1. *Identify the Problem (Identifikasi Masalah)*

Tahap ini memuat permasalahan yang menjadi landasan dilaksanakannya penelitian. Adapun permasalahan yang dihadapi Perpustakaan MA Negeri 2 Kota Bogor saat ini yakni:

- 1) Kurangnya pemanfaatan media sosial sebagai alternatif promosi perpustakaan MA Negeri 2 Kota Bogor.
- 2) Kurangnya media promosi perpustakaan dengan menggunakan teknologi digital.
- 3) Kurangnya minat pemustaka dalam mengunjungi perpustakaan selain kepentingan pembelajaran di kelas.
- 4) Kurang variatifnya konten yang diberikan di akun Instagram @pusman2kotabogor sehingga kurangnya minat perhatian untuk pemustaka.

Perpustakaan perlu memanfaatkan media sosial untuk meningkatkan minat siswa terhadap perpustakaan. Instagram merupakan salah satu *platform* media sosial yang memiliki peluang yang besar dalam mempromosikan perpustakaan dengan konten yang menarik perhatian siswa. Instagram @pusman2kotabogor yang bergabung pada September 2019 dan menjadi *platform* yang cocok karena sesuai dengan perkembangan zaman saat ini.

3.4.2. *Describe the Objectives (Perencanaan Tujuan)*

Dalam penentuan tujuan pengembangan diperlukan tujuan yang terarah dalam mempromosikan perpustakaan dengan menggunakan aplikasi CapCut dalam perancangan promosi perpustakaan yakni:

- 1) Membuat rancangan pengembangan video promosi berupa postingan Instagram yang akan diunggah di perpustakaan MA Negeri 2 Kota Bogor.
- 2) Hasil dari implementasi video promosi di perpustakaan MA Negeri 2 Kota Bogor dapat mempermudah dalam mencari koleksi atau informasi terkait perpustakaan.
- 3) Mengevaluasi hasil implementasi yang telah dilakukan di perpustakaan MA Negeri 2 Kota Bogor.

3.4.3. *Design and Develop the Artifact (Perencanaan dan Pengembangan Artefak)*

Tahap ini, peneliti merancang pengembangan media dan penyusunan konten video promosi perpustakaan MA Negeri 2 Kota Bogor yang dirancang semenarik mungkin sehingga dapat dinikmati oleh audiens. Dengan demikian, tujuan promosi yang dibuat sebelumnya diharapkan dapat tersampaikan dengan baik dan memberikan manfaat kepada sasaran akhir dengan adanya produk berupa konten video promosi perpustakaan.

Promosi perpustakaan menggunakan media sosial Instagram perlu adanya tahap pengembangan video yang diimplementasikan dalam konten video promosi perpustakaan dengan menggunakan media sosial Instagram. Adapun tahapan pengembangan video pembelajaran menurut (Susilana dkk., 2024) yaitu:

1) *Pre-Production*

Tahap ini mencakup *Brainstorming*, Garis Besar Isi Media (GBIM), Jabaran Materi (JM), dan Naskah.

2) *Production*

Setelah tahapan perancangan video pembelajaran selesai, dan produk naskah yang dihasilkan sudah final, maka tahap selanjutnya yaitu dengan membuat produk dari hasil perancangan. Adapun tahap produksi yaitu perekaman, dan penyuntingan.

3) *Post-Production*

Kegiatan ini mencakup pada tahap *preview* terhadap hasil produk yang telah selesai dilakukan kepada ahli bertujuan untuk mengukur sejauh mana media pembelajaran sudah sesuai dengan perencanaan.

4) *Distribution*

Tahap ini merupakan tahapan akhir dalam kegiatan membuat produk. Produk yang dihasilkan sudah dapat didistribusikan kepada pengguna akhir dari produk yang telah dibuat.

3.4.4. *Test the Artifact (Uji Coba Terbatas)*

Uji coba seperti fungsionalitas, kinerja, keamanan, serta kompatibilitas desain artefak bisa berjalan dengan baik. Uji ini dilakukan untuk mendapatkan data terkait promosi perpustakaan kepada:

- 1) Ahli media: bertujuan untuk menilai media yang digunakan apakah sudah tepat dan memiliki kelayakan produk promosi perpustakaan untuk diunggah di Instagram perpustakaan. Penilaian ahli media ini berdasarkan pada elemen-elemen seperti periklanan produk atau jasa, promosi penjualan, publikasi atau humas dan *personal selling* yaitu: Kata-kata yang diucapkan, Kata-kata yang ditampilkan, Musik, Gambar, Warna, dan Gerakan (Widiyanti & Othman, 2024).
- 2) Ahli konten: konten yang dibuat dalam mempromosikan perpustakaan apakah sudah sesuai dengan kebutuhan pemustaka dengan melihat kualitas informasi dan peluang dalam membuat konten yang lebih menarik perhatian pemustaka. Tahap ini dilaksanakan untuk menguji isi konten promosi perpustakaan dengan berpedoman pada “Peraturan Kepala Perpustakaan Nasional Nomor 12 Tahun 2017 tentang Standar Nasional Perpustakaan Sekolah Menengah Atas/ Madrasah Aliyah” dan menggunakan unsur promosi dari model AISAS yaitu *Attention, Interest, Search, Action*, dan *Share* (Sugiyama & Andree, 2010).
- 3) Siswa: penilaian dari pemustaka yang menikmati konten yang diberikan dengan memanfaatkan media sosial Instagram dan kemudahan akses informasi serta bermanfaat dalam menambah informasi dalam bertukarnya informasi kepada sesama. Kriteria dalam penggunaan media promosi menurut ElAydi (2018) yaitu *Online Communities, Interaction, Sharing of Content, Accessibility*, dan *Credibility*.

3.4.5. *Evaluate Testing Result (Evaluasi Hasil Pengujian)*

Evaluasi dengan analisis data serta identifikasi masalah dari desain yang telah dibuat dengan mencari kekurangan yang mungkin

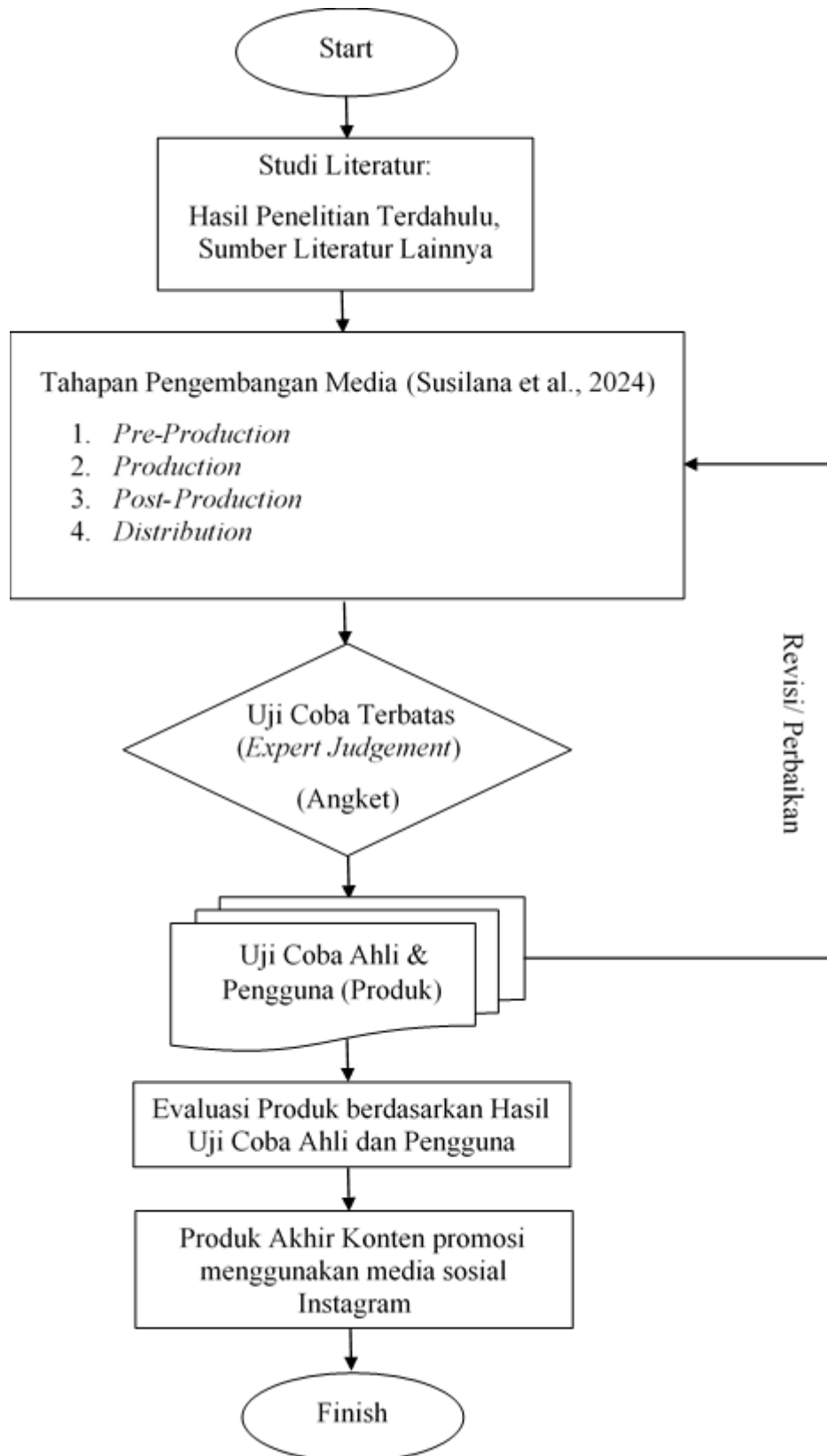
dapat ditemukan. Berdasarkan hasil uji coba terbatas, kekurangan yang teridentifikasi perlu diperbaiki dan meningkatkan rancangan promosi. Evaluasi yang dilakukan berdasarkan masukan dari hasil ahli media, ahli konten, serta evaluasi hasil uji coba kepada siswa MA Negeri 2 Kota Bogor sebagai target audiens.

3.4.6. *Communicate the Testing Result* (Laporan Hasil Pengujian)

Tahap ini, peneliti menyimpulkan hasil akhir dari produk yang telah dibuat dan dikembangkan berdasarkan tujuan penelitian ini. Tahap akhir pengembangan ini juga mendeskripsikan hasil proses uji coba kelayakan dan evaluasi melalui angket pertanyaan kuesioner. Penelitian ini menghasilkan temuan yang perlu dikomunikasikan kepada para pemangku kepentingan salah satunya pengguna produk akhir.

3.4.7. Alur Prosedur Pengembangan Penelitian

Pada alur prosedur penelitian ini, peneliti akan mengemukakan proses dari prosedur pengembangan penelitian dengan menggunakan *Flowchart*. *Flowchart* merupakan sebuah bagan yang mengarahkan pada prosedur alir untuk memecahkan permasalahan dalam bentuk simbol-simbol tertentu agar dapat dipahami dengan menggambarkan tahapan penyelesaian masalah (ElAydi, 2018). *Flowchart* pada gambar dibawah ini merupakan *Flowchart* yang dirancang untuk alur prosedur pengembangan penelitian dengan merancang alur prosedur yang dimulai dari *start*, lalu dari hasil studi literatur dan hasil penelitian terdahulu yang sudah dibuat akan dilakukannya pengembangan media, menggunakan tahapan menurut (Susilana dkk., 2024) lalu akan melakukan uji coba kepada ahli (*expert judgement*) untuk memvalidasi angket pertanyaan kepada ahli media dan ahli konten, selanjutnya uji coba kepada ahli media, ahli konten, dan siswa untuk menilai produk yang telah dihasilkan. Tahap selanjutnya yaitu mengevaluasi produk berdasarkan hasil penilaian produk oleh ahli media dan ahli konten serta siswa menilai produk sebagai pengguna akhir konten promosi perpustakaan. Tahap terakhir yaitu melaporkan hasil evaluasi dengan membuat laporan akhir produk.



Gambar 3. 2: Prosedur Pengembangan Penelitian
Sumber: Konstruksi Peneliti, 2025

3.5. Instrumen Penelitian

Sebelum melakukan tahapan dari prosedur penelitian diperlukan instrumen penelitian untuk melakukan proses pemenuhan pengumpulan data informasi dalam penelitian. Dengan demikian, peneliti menyusun kisi-kisi instrumen guna mempermudah dalam merancang instrumen penelitian. Dalam penelitian ini, data dikumpulkan melalui angket pertanyaan kuesioner. Menurut Sugiyono (2010) pengumpulan data melalui angket kuesioner dapat dilakukan melalui pertanyaan atau pernyataan untuk dijawab sesuai dengan individu seseorang. Angket yang dibuat akan diberikan kepada siswa sebagai responden dalam penelitian ini melalui Google Form. Kisi-kisi instrumen penelitian sebagai berikut:

Tabel 3. 1. Kisi-Kisi Instrumen Penelitian

Dimensi	Aspek	Indikator	Jumlah soal	No soal	Respon-nden
Elemen promosi jasa menurut Rossiter & Percy (1987) (dalam Widiyanti & Othman, 2024).	Kata-kata yang diucapkan	Bahasa dan kalimat yang digunakan sudah jelas dan dapat dipahami	2	1,2	Ahli Media
	Kata-kata yang ditampilkan	Teks <i>caption</i> yang mudah dibaca	2	3,4	
	Musik	Menggunakan efek suara dan latar musik yang mendukung alur video	2	5,6	
	Gambar	Gambar dan video sudah sesuai dengan topik yang dibahas dan kualitas visual yang baik	2	7,8	

Dimensi	Aspek	Indikator	Jumlah soal	No soal	Respon-nden
	Warna	Penggunaan warna yang konsisten dan sesuai dengan <i>branding</i> perpustakaan	2	9,10	
	Gerakan	Transisi dan gerakan visual yang tidak berlebihan	2	11, 12	
Promosi Perpustakaan berdasarkan PERKA Perpunas RI. No. 12 Tentang SNP Sekolah SMA/MA; Unsur promosi dalam perpustakaan (Sugiyama & Andree, 2010)	AISAS - <i>Attention</i> - <i>Interest</i> - <i>Search</i> - <i>Action</i> - <i>Share</i>	Pengelolaan Perpustakaan a. Visi dan Misi perpustakaan b. Fungsi dan Tujuan Perpustakaan	10	1,2, 3,4, 5,6, 7,8, 9,10	Ahli Konten
		Sarana dan Prasarana Perpustakaan a. Ruang Perpustakaan b. Sarana dan Fasilitas Perpustakaan	10	10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20,	
		Pelayanan Perpustakaan	10	21, 22,	

Dimensi	Aspek	Indikator	Jumlah soal	No soal	Responden
		a. Jenis Layanan		23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30	
		Penyelenggaraan Perpustakaan a. Struktur Organisasi b. Program Kerja	10	31, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 40	
		Koleksi Perpustakaan a. Jenis Koleksi b. Prosedur Peminjaman Koleksi c. Jangka Waktu Peminjaman d. Prosedur Pengembalian Koleksi	10	41, 42, 43, 44, 45, 46, 47, 48, 49, 50	

Dimensi	Aspek	Indikator	Jumlah soal	No soal	Responden
		e. Denda Keterlambatan			
Kriteria penggunaan media promosi (ElAydi, 2018)	<i>Online Communities</i>	Media sosial dapat membangun komunitas yang berhubungan dengan produk yang dipromosikan	2	1,2	Siswa
	<i>Interaction</i>	Informasi yang relevan di media sosial	3	3,4, 5	
	<i>Sharing of Content</i>	Pertukaran dan penyebaran informasi dari konten	3	6,7, 8	
	<i>Accessibility</i>	Kemudahan dalam mengakses informasi dan tidak ada biaya dalam mengaksesnya	2	9, 10	
	<i>Credibility</i>	Informasi yang jelas dapat membangun kepercayaan kepada audiens	2	11, 12	

Sumber: Konstruksi Peneliti, 2025

3.5.1. Uji Validitas

Uji Validitas adalah sebuah metode pengukuran setiap item pertanyaan instrumen penelitian yang diajukan apakah dapat dikatakan valid atau tidak valid (Rosita dkk., 2021). Uji validitas instrumen penelitian ini bertujuan untuk menilai ketepatan pada instrumen yang digunakan. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan menurut Al Hakim dkk. (2021) mengungkapkan bahwa uji validitas ini menjadi salah satu langkah untuk menguji terhadap isi konten dari sebuah instrumen dengan mengukur ketepatan instrumen yang digunakan dalam penelitian.

Uji validitas dalam penilaiannya menggunakan rumus Pearson Product Moment, yang dihitung menggunakan perangkat lunak IBM SPSS versi 25 yang diproses melalui Google Sheet dengan tingkat signifikansi sebesar 5% untuk mengetahui pertanyaan mana yang valid, perlu diperbaiki atau dihilangkan. Uji validitas instrumen merupakan membandingkan apabila r hitung $>$ dari r tabel maka dapat dinyatakan valid, dan sebaliknya untuk r hitung yang $<$ dari r tabel maka dinyatakan tidak valid. Nilai r tabel diperoleh berdasarkan rumus:

$$df = n - 2$$

Berdasarkan rumus tersebut, nilai r tabel dalam penelitian ini dengan signifikansi sebanyak 5% memperoleh skor yang didapatkan yaitu:

$$df = 32 - 2$$

$$df = 30$$

Hasil nilai r tabel yaitu sebanyak 30, pengujian validitas instrumen penelitian ini menggunakan perangkat lunak IBM SPSS Statistics versi 25, sebagai berikut:

Tabel 3. 2. Hasil Uji Validitas Instrumen Penilaian Siswa

No. Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Sig	Validitas	Keterangan
1.	0,616	0,349	0,000	Valid	Digunakan
2.	0,544	0,349	0,001	Valid	Digunakan
3.	0,627	0,349	0,000	Valid	Digunakan

No. Item	r _{hitung}	r _{tabel}	Sig	Validitas	Keterangan
4.	0,671	0,349	0,000	Valid	Digunakan
5.	0,479	0,349	0,006	Valid	Digunakan
6.	0,576	0,349	0,001	Valid	Digunakan
7.	0,615	0,349	0,000	Valid	Digunakan
8.	0,372	0,349	0,036	Valid	Digunakan
9.	0,646	0,349	0,000	Valid	Digunakan
10.	0,430	0,349	0,014	Valid	Digunakan
11.	0,603	0,349	0,000	Valid	Digunakan
12.	0,579	0,349	0,001	Valid	Digunakan
13.	0,432	0,349	0,014	Valid	Digunakan
14.	0,358	0,349	0,045	Valid	Digunakan

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2025

Berdasarkan hasil keseluruhan uji validitas instrumen penelitian ini dilakukan, diperoleh 14 item pertanyaan dinyatakan valid dan dapat digunakan untuk uji penilaian produk konten promosi kepada siswa MA Negeri 2 Kota Bogor.

3.5.2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah sebuah pengujian yang tujuannya untuk menunjukkan sejauh mana satu alat ukur penilaian dapat dipercaya dan digunakan secara konsisten dengan melakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap instrumen penelitian yang digunakan dan reliabel dengan pembuktian alat dan bahan yang diuji tetap konsisten secara berulang-ulang. Uji reliabilitas dapat dihitung menggunakan rumus Cronbach's Alpha apabila nilai Cronbach's Alpha > dari 0.6 (Amanda dkk., 2019). Uji reliabilitas dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$a = \frac{k}{k-1} \frac{s^2_{\bar{t}} - \sum \frac{k}{j} s^2_j}{s^2_{\bar{t}}}$$

Merujuk pada hasil uji validitas yang telah dilakukan sebelumnya, terdapat 14 item pertanyaan yang dinyatakan valid digunakan dalam penilaian produk oleh siswa. Oleh karena itu, peneliti

melakukan uji reliabilitas terhadap item-item pertanyaan yang terbukti valid pada uji validitas. Proses uji reliabilitas ini dilakukan menggunakan program IBM SPSS Statistics versi 25, sebagai berikut:

Tabel 3. 3. Hasil Uji Reliabilitas

Reliability Statistics	
Cronbach's	
Alpha	N of Items
.816	14

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2025

Berdasarkan hasil perhitungan uji reliabilitas, koefisien Alpha Cronbach's diperoleh sebesar 0,816. Hal tersebut menunjukkan bahwa item pertanyaan pada instrumen penilaian produk konten promosi perpustakaan kepada siswa dapat dinyatakan reliabel atau konsisten dengan nilai yang lebih besar dari 0.6.

3.6. Analisis Data

Data yang diperoleh dari hasil penyebaran angket akan dikumpulkan menjadi data penelitian berupa data mentah yang perlu diolah agar data-data tersebut memiliki makna sebagai hasil dari temuan penelitian ini. Teknik analisis data menggunakan analisis statistik deskriptif. Data dikumpulkan melalui angket yang diperoleh menggunakan penilaian Skala Likert. Skala Likert merupakan sebuah alat ukur yang digunakan untuk menilai konsep atau variabel yang ada di dalam penelitian memiliki variabel pertanyaan positif yang diberi skor terbesar yaitu dengan kategori sangat setuju sampai dengan sangat tidak setuju dengan menggunakan lima titik penilaian yaitu Sangat Setuju, Setuju, Netral, Tidak Setuju, dan Sangat Tidak Setuju (Abdullah, 2015). Pengumpulan data akan dimodifikasi menjadi empat skor pertanyaan tanpa ada nya pilihan “netral” yaitu sebagai berikut:

Tabel 3. 4. Kriteria Penilaian

Kategori Penilaian	Skor
Sangat Setuju	4
Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2025

Dalam menganalisis data, peneliti melakukan perhitungan dengan cara membandingkan data hasil penyebaran angket dengan jumlah skor yang diharapkan. Rumus perhitungan yang digunakan sebagai berikut:

$$\text{Persentase} = \frac{\text{Frekuensi yang diperoleh}}{\text{Frekuensi yang diharapkan}} \times 100\%$$

Hasil persentase yang telah diperoleh kemudian dijadikan dasar dalam menentukan kategori pada Skala Likert yaitu:

Tabel 3. 5. Skala Persentase Penilaian

Kriteria Penilaian	Persentase
Sangat Baik	76-100%
Baik	51-75%
Tidak Baik	26-50%
Sangat Tidak Baik	0-25%

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2025

3.7. Waktu Pelaksanaan

Waktu pelaksanaan penelitian ini dilaksanakan pada bulan Februari hingga Agustus 2025. Pelaksanaan dimulai dari menganalisis kebutuhan media promosi perpustakaan, mengumpulkan data melalui observasi lapangan, dan melakukan proses perencanaan pengembangan produk konten promosi perpustakaan. Tahap selanjutnya yaitu uji coba terbatas, menganalisis data serta membuat laporan hasil analisis pengembangan produk konten promosi.