

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam hal komunikasi persuasif. Teknologi tidak hanya memfasilitasi penyebaran informasi, tetapi juga mengubah cara individu dan organisasi menyampaikan pesan persuasif. Menurut studi oleh Sundar (2008), teknologi memungkinkan personalisasi pesan yang lebih efektif, sehingga dapat meningkatkan keterlibatan audiens. Sementara itu, penelitian oleh Kaptein *et al.* (2012) menunjukkan bahwa adaptasi pesan berdasarkan preferensi individu yang dikumpulkan melalui data digital dapat meningkatkan efektivitas komunikasi persuasif. Dalam konteks pemasaran, teknologi digital seperti algoritma dan kecerdasan buatan digunakan untuk menyusun strategi pemasaran yang lebih terarah, yang mampu mempengaruhi perilaku konsumen dengan lebih tepat (Kumar *et al.*, 2020). Secara keseluruhan, integrasi teknologi dalam komunikasi persuasif telah membuka peluang baru untuk mempengaruhi sikap dan tindakan audiens di berbagai sektor, mulai dari bisnis, politik, hingga pendidikan.

Salah satu bidang yang sangat terpengaruh oleh kemajuan ini adalah perpustakaan. Perpustakaan berfungsi sebagai tempat penyimpanan serta penyedia informasi yang beragam. Dengan meningkatnya permintaan masyarakat untuk informasi yang cepat dan bervariasi, perpustakaan harus beradaptasi. Salah satu langkah adaptasi tersebut adalah dengan membangun

perpustakaan digital. Perpustakaan digital memanfaatkan sistem komputer untuk menyajikan informasi secara terintegrasi, menggabungkan layanan, sumber daya manusia, dan koleksi untuk proses penyebaran, pembuatan, dan penyimpanan informasi dalam format digital (Susanto, 2010).

Digitalisasi perpustakaan telah menjadi faktor kunci dalam upaya meningkatkan literasi di era informasi. Dengan akses yang lebih mudah dan luas terhadap sumber daya digital, perpustakaan digital memungkinkan individu dari berbagai latar belakang untuk memperoleh pengetahuan tanpa batasan geografis. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Gunter dan Sturges (2009), perpustakaan digital memfasilitasi akses yang lebih cepat dan efisien terhadap bahan bacaan, yang pada gilirannya dapat meningkatkan minat baca dan keterampilan literasi. Selain itu, penelitian oleh Lonsdale dan Armstrong (2010) menunjukkan bahwa digitalisasi perpustakaan memperkuat literasi informasi, di mana pengguna tidak hanya memperoleh keterampilan membaca, tetapi juga kemampuan untuk mengevaluasi dan menggunakan informasi secara kritis. Dengan adanya perpustakaan digital, pembelajaran menjadi lebih inklusif, fleksibel, dan terjangkau, yang berdampak positif pada peningkatan literasi di masyarakat luas.

Meskipun perkembangan digital telah berkembang pesat, literasi masyarakat di Indonesia masih sangat tertinggal, sehingga memperkuat urgensi digitalisasi perpustakaan sebagai solusi. Data dari UNESCO menunjukkan bahwa tingkat literasi di Indonesia berada pada tingkat yang mengkhawatirkan, dengan hanya 0,001% penduduk atau 1 dari 1.000 orang yang memiliki

kebiasaan membaca. Hasil Program for International Student Assessment (PISA) tahun 2019 juga mengindikasikan bahwa Indonesia menempati urutan ke-62 dari 70 negara dalam hal literasi. Di tingkat nasional, Perpustakaan Nasional (2022) melaporkan bahwa indeks literasi masyarakat hanya sebesar 13,54%, dengan Provinsi Jawa Tengah mencatat angka 11,33%, yang masuk dalam kategori rendah. Situasi ini menunjukkan bahwa, meskipun infrastruktur digital telah berkembang, tantangan dalam meningkatkan literasi masih besar.

Di sinilah peran digitalisasi perpustakaan menjadi sangat relevan, karena dapat memperluas akses terhadap bahan bacaan berkualitas dan membantu mengatasi hambatan geografis serta ekonomi yang selama ini menghalangi peningkatan literasi. Alwasilah (2012:177) berpendapat bahwa literasi pada intinya dapat menjadikan manusia menjadi terdidik, cerdas, menunjukkan adanya sumber daya manusia yang memadai. Dikarenakan selama ini pendidikan di Indonesia mampu mencetak lulusan yang terdidik namun kurang memiliki apresiasi terhadap minat membaca buku.

Provinsi	Pemerataan Layanan Perpust	Ketercukupan Koleksi Perpust	Ketercukupan Tenaga Perpustakaan	Tingkat Kunjungan Masy/hari	Perpust Ber-SNP	Keterlibatan Masyarakat dalam KIE	Anggota Perpust	NILAI INDEKS
PROVINSI NANGGROE ACEH DARUSSALAM (NAD)	0,00102	0,10789	0,00012	0,00013	0,00047	0,00750	0,03407	15,12
PROVINSI SUMATERA UTARA	0,00072	0,05713	0,00007	0,00010	0,00004	0,00268	0,01867	7,94
PROVINSI SUMATERA BARAT	0,00078	0,08044	0,00010	0,00243	0,00069	0,00794	0,04931	14,17
PROVINSI RIAU	0,00061	0,13829	0,00007	0,00043	0,00006	0,00842	0,05880	20,67
PROVINSI JAMBI	0,00109	0,10125	0,00010	0,00121	0,00005	0,00618	0,03048	14,03
PROVINSI SUMATERA SELATAN	0,00065	0,13035	0,00009	0,00043	0,00019	0,00577	0,00823	14,57
PROVINSI BENGKULU	0,00096	0,12710	0,00007	0,00021	0,00021	0,00471	0,02534	15,86
PROVINSI LAMPUNG	0,00062	0,09320	0,00003	0,00009	0,00006	0,00374	0,00951	10,72
PROVINSI BANGKA BELITUNG	0,00079	0,11404	0,00025	0,00008	0,00060	0,03880	0,03114	18,57
PROVINSI KEPULAUAN RIAU	0,00067	0,15949	0,00020	0,00045	0,00017	0,01311	0,03917	21,33
PROVINSI DKI JAKARTA	0,00039	0,10892	0,00001	0,00013	0,00001	0,06931	0,01432	19,31
PROVINSI JAWA BARAT	0,00052	0,07349	0,00001	0,00089	0,00036	0,01495	0,00621	9,64
PROVINSI JAWA TENGAH	0,00066	0,04782	0,00003	0,00057	0,00006	0,03249	0,03163	11,33
PROVINSI DI YOGYAKARTA	0,00104	0,15168	0,00007	0,00069	0,00008	0,00712	0,05783	21,85
PROVINSI JAWA TIMUR	0,00058	0,09729	0,00004	0,00039	0,00008	0,00323	0,04620	14,78

Gambar 1. 1 Rekap Indeks Literasi Tahun 2021 per Provinsi

Sumber : Perpustakaan Nasional Republik Indonesia

Sebagai salah satu wilayah urban terbesar di Indonesia, Kota Semarang tidak hanya mengambil peran sebagai ibu kota provinsi Jawa Tengah, tetapi juga memegang peran yang penting sebagai pusat perdagangan, industri, transportasi dan urbanisasi masyarakat Jawa Tengah. Sebagai wilayah urban, gaya hidup warga Semarang mengikuti perkembangan zaman. Kehidupan sehari-hari penduduk kota ini sangat sibuk dan cenderung sangat dinamis karena adanya permintaan dan daya beli yang sesuai, namun, hal ini tidak sesuai dengan tingkat literasinya. Berdasarkan survei yang dilakukan Tim IPLM (2022), ditemukan bahwa pencapaian nilai IPLM Semarang sebesar dengan skor 11.33 dengan kategori rendah.

Perpustakaan Dinas Arsip dan Perpustakaan Kota Semarang sebagai pihak yang bertanggung jawab dalam meningkatkan literasi di Kota Semarang, membuat sebuah aplikasi untuk mengakomodasi permasalahan literasi di Kota Semarang dengan mengembangkan perpustakaan digital bernama SiBooky. Melalui aplikasi tersebut, memungkinkan pengelolaan koleksi secara digital dan memfasilitasi akses informasi bagi pengguna yang tidak bisa mengunjungi perpustakaan secara langsung. Aplikasi SiBooky dirancang untuk memudahkan pengguna dalam mengakses bahan bacaan, artikel, dan literatur lainnya secara digital, dengan tujuan utama sebagai media dalam meningkatkan minat baca dan memperluas pengetahuan masyarakat. SiBooky juga dapat diakses menggunakan aplikasi bagi para pengguna Android. Saat ini, SiBooky memiliki koleksi yang terdiri dari buku-buku digital, yang dilindungi oleh sistem DRM (*Digital Right Management*), dimana ada batasan buku, yaitu satu *ebook* per

judul, maka orang berikutnya yang ingin membaca *ebook* ini harus menunggu giliran mereka. SiBooky juga memiliki berbagai buku digital dengan sistem *open source* yang tidak diperjualbelikan. Namun, *ebook* yang bersifat *open source* tidak memakai sistem RDM, sehingga memungkinkan beberapa pengguna untuk membaca satu *ebook* secara bersamaan. Meskipun aplikasi ini menawarkan berbagai keunggulan, tantangan terbesar yang dihadapi adalah bagaimana meningkatkan kesadaran dan minat masyarakat untuk memanfaatkan aplikasi tersebut secara maksimal.

Untuk menjawab tantangan kurangnya tingkat literasi melalui aplikasi SiBooky yang dikembangkan oleh Dinas Arsip dan Perpustakaan Kota Semarang, berbagai upaya sosialisasi dan promosi dilakukan, salah satunya melalui acara yang dilaksanakan pada tahun 2022 oleh Dinas Arsip dan Perpustakaan Semarang bersama dengan mahasiswa Departemen Ilmu Komunikasi Universitas Diponegoro melalui penyelenggaraan sebuah event yang bertujuan untuk meningkatkan kesadaran literasi pada masyarakat Semarang, serta untuk mengenalkan aplikasi SiBooky sebagai aplikasi Perpustakaan Digital Semarang, yang Bernama LITERAFEST. Acara tersebut dilaksanakan pada bulan Desember 2022 di Gedung Oudetrap Kota Lama Semarang dengan total acara selama dua hari berturut-turut.

Pra Riset telah dilakukan sebelumnya untuk mengeksplorasi relevansi LITRAFEST sebagai media sosialisasi aplikasi Sibooky. LITRAFEST dapat dilihat sebagai sebuah festival literasi yang menggabungkan unsur teknologi, budaya, dan edukasi, dengan tujuan untuk menarik minat masyarakat terhadap dunia literasi dan mempromosikan penggunaan aplikasi *Sibooky*. Melalui berbagai kegiatan, seperti diskusi, bazaar buku, lomba literasi seminar, konser musik, dan lokakarya, LITRAFEST berusaha menyampaikan pesan-pesan literasi dan pentingnya adopsi teknologi dalam mendukung literasi di era digital ini. Serta, tujuan utama dalam event ini adalah memperkenalkan serta mempromosikan aplikasi SiBooky sebagai perpustakaan digital di tengah masyarakat khususnya Kota Semarang.



Gambar 1. 2 Brosur Event LITRAFEST 2022

Sumber: akun instagram event LITRAFEST

Namun, keberhasilan acara seperti LITERAFEST dalam mempengaruhi perilaku dan minat masyarakat sangat tergantung pada efektivitas komunikasi yang digunakan. Dalam situasi ini, konsep komunikasi persuasif memainkan peran pentingnya. Komunikasi persuasif merupakan sebuah teknik penyampaian pesan yang bertujuan untuk mempengaruhi sikap, pandangan, dan perilaku audiens. Dalam konteks LITERAFEST, komunikasi persuasif digunakan untuk mendorong masyarakat tidak hanya untuk sadar akan pentingnya literasi, tetapi juga untuk mengambil tindakan nyata dalam mengadopsi aplikasi Sibooky. Menurut Masrurah Lina (2020), komunikasi persuasif adalah salah satu elemen kunci dalam proses penyampaian pesan yang bertujuan untuk mempengaruhi sikap, perilaku, atau keyakinan audiens. Dalam era digital saat ini, di mana informasi berlimpah dan mudah diakses, kemampuan untuk menyampaikan pesan secara persuasif menjadi semakin penting bagi individu maupun organisasi. Komunikasi persuasif tidak hanya berfungsi dalam konteks iklan dan pemasaran, tetapi juga dalam berbagai bentuk kampanye sosial, pendidikan, dan politik.

Pentingnya komunikasi persuasif juga terlihat dalam penyelenggaraan berbagai acara publik, seperti LITERAFEST, yang bertujuan untuk mempromosikan literasi dan memperkenalkan aplikasi Sibooky kepada masyarakat. LITERAFEST merupakan salah satu acara yang berupaya untuk tidak hanya meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya literasi, tetapi juga untuk mendorong adopsi teknologi yang mendukung kegiatan literasi tersebut, seperti aplikasi Sibooky. Namun, agar kampanye semacam ini

berhasil, pesan yang disampaikan harus dipersiapkan sedemikian rupa agar nantinya dapat mempengaruhi audiens secara efektif.

Elaboration Likelihood Model (ELM), yang dikembangkan oleh Petty dan Cacioppo (1986), menjelaskan dua jalur utama pemrosesan pesan persuasif: jalur sentral, di mana individu memproses pesan secara mendalam dan kritis, dan jalur perifer, dimana individu dipengaruhi oleh isyarat sederhana seperti daya tarik sumber pesan. Dalam konteks penelitian ini, ELM relevan karena dapat membantu memahami bagaimana digitalisasi perpustakaan dapat meningkatkan literasi melalui komunikasi persuasif. Perpustakaan digital dapat memanfaatkan jalur sentral dengan menyediakan akses ke materi bacaan yang mendalam, sementara elemen desain yang menarik dari platform digital berfungsi sebagai isyarat perifer yang membuat akses lebih mudah dan menarik, sebagaimana telah ditunjukkan dalam penelitian di bidang pemasaran digital dan pendidikan online (Petty & Cacioppo, 1986; Bhattacharjee & Sanford, 2006).

Walaupun aplikasi SiBooky sendiri sudah sangat berkembang dimasa tahap awal ini, dalam berjalannya waktu ada berbagai kendala terjadi khususnya dalam segi sosialisasi. Hal ini terlihat dengan tidak semua masyarakat mengetahui akan aplikasi tersebut dan membuat jumlah dari anggota perpustakaan Kota Semarang dan SiBooky sendiri masih sangat sedikit dengan orang yang terdaftar menjadi anggota perpustakaan Kota Semarang adalah 11.329 orang dan anggota yang sudah mendaftar dan memiliki akun si booky itu sendiri baru 1.200 orang. Data ini diambil terakhir 31 Agustus 2022.

Seperti yang disorot dalam data pengguna Sibooky, kendala sosialisasi menjadi tantangan besar. Jika hanya sedikit orang yang mengetahui tentang aplikasi ini, maka sikap masyarakat terhadap penggunaan aplikasi tersebut tidak dapat terbentuk secara optimal. Dalam situasi ini, keberhasilan acara seperti LITERAFEST sangat bergantung pada bagaimana komunikasi persuasif dilakukan untuk membentuk *attitude toward behavior* yang positif. Jika komunikasi ini efektif, sikap positif terhadap Sibooky akan mendorong lebih banyak orang untuk berminat menggunakan aplikasi tersebut, dan pada akhirnya meningkatkan jumlah pengguna.

Dalam konteks jumlah anggota, pengguna aplikasi SiBooky terbilang sangat rendah jika merujuk standar berdasarkan akreditasi perpustakaan nasional itu adalah 3% dari jumlah keseluruhan penduduk kota Semarang. Penduduk kota Semarang sendiri menurut data statistic/sensus penduduk tahun 2020 yaitu, 1.656.546 jiwa, ini berarti membutuhkan 51.000 orang lebih untuk dapat minimal mencapai standar kebutuhan anggota perpustakaan dalam rangka akreditasi perpustakaan yang diselenggarakan oleh Perpustakaan Nasional. Maka dari itu, salah satu *goals* dari LITERAFEST sendiri juga untuk memenuhi capaian yang diinginkan oleh Dinas Arsip dan Perpustakaan Semarang, yaitu memberikan informasi terkait SiBooky agar dikenal masyarakat dan menambah jumlah pemakai aplikasi SiBooky dengan mencapai standar minimal masyarakat Semarang.

Berdasarkan pembahasan seputar uraian diatas dan adanya *research gap* yang telah dibahas sebelumnya, peneliti akan mengeksplorasi

permasalahan yang ditemukan melalui penelitian dengan judul: "**EFEKTIVITAS EVENT LITERAFEST DAN *ATTITUDE TOWARD BEHAVIOR* TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN APLIKASI SIBOOKY**".

1.2 Rumusan Masalah

Sebagai upaya dalam meningkatkan tingkat literasi Kota Semarang, Dinas Arsip dan Perpustakaan Kota Semarang menyelenggarakan sebuah acara sebagai platform dalam memperkenalkan aplikasi SiBooky serta meningkatkan tingkat literasi SDM masyarakat Semarang. LITERAFEST menjadi salah satu sarana komunikasi pemasaran yang diselenggarakan oleh Pemerintah Kota Semarang untuk mempromosikan aplikasi SiBooky tersebut. Para pengunjung dapat mengetahui berbagai informasi dan juga fasilitas yang diberikan oleh aplikasi SiBooky, serta berbagai acara menarik yang ada dalam acara tersebut.

Pengguna juga dapat mengakses siBooky melalui browser web di jaringan komputer, laptop, maupun telepon genggam. Lebih dari 1.500 *e-book* dapat diakses untuk dibaca di Sibooky, yang disusun dalam beberapa kategori untuk menyesuaikan kebutuhan pengguna serta pembaca. Berbagai buku ini pasti akan memikat hati anak-anak, remaja, pelajar, maupun orang dewasa. Mitra perpustakaan yang terdaftar sebagai Mitra Perpustakaan Kota Semarang kini dapat memanfaatkan layanan Sibooky, termasuk peminjaman buku, serta sarana transit BRT. Guna memastikan bahwa pengguna yang tidak dapat mengunjungi Dinas Kearsipan & Perpustakaan Kota Semarang secara langsung masih dapat meminjam buku serta mendapatkan pengalaman yang sama,

rencana untuk membangun layanan peminjaman buku secara digital tengah disusun.

Namun demikian, aplikasi perpustakaan digital masih belum diketahui oleh masyarakat umum. Hingga Agustus 2022, 1.167 orang telah mengakses Sibooky, menurut data yang diberikan oleh Dinas Perpustakaan Semarang (2022). Muncul pertanyaan dari studi ini, yaitu “Bagaimana Efektivitas event Literafest dan *Attitude Toward Behavior* terhadap Minat Menggunakan Aplikasi SiBooky?”

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan efektivitas event Literafest dan *attitude toward behavior* terhadap minat menggunakan Aplikasi SiBooky.

1.4 Signifikan Penelitian

1.4.1 Signifikan Akademis

Penelitian ini akan berkontribusi secara akademis dengan penggunaan *Elaboration Likelihood Model* (ELM) dan *Theory of Reasoned Action* (TRA) sebagai dasar teori dalam menganalisis efektivitas sebuah acara dan bagaimana sikap audiens melihat perilaku menggunakan aplikasi SiBooky dalam mempengaruhi penggunaan aplikasi membaca, dimana objek penelitian tersebut belum pernah dilakukan sebelumnya.

1.4.2 Signifikan Praktis

Secara praktis, hasil penelitian bisa disajikan sebagai bahan pertimbangan beberapa pemangku kepentingan dalam menyusun strategi yang

berkaitan dengan peningkatan minat dalam penggunaan aplikasi Sibooky sebagai platform literasi digital.

1.4.3 Signifikan Sosial

Penelitian ini juga bisa berkontribusi pada pengembangan budaya digital yang positif, di mana aplikasi membaca dipandang sebagai alat penting untuk pembelajaran dan pengembangan diri. Ini bisa mengubah persepsi masyarakat tentang penggunaan teknologi, dari sekadar hiburan menjadi alat pembelajaran yang bermanfaat.

1.5 Kerangka Teori

1.5.1 Paradigma Penelitian

Kerangka konseptual yang digunakan dalam penelitian ini memakai Paradigma Postivistik. Paradigma ini memandang bahwa fenomena dapat diklasifikasikan ke dalam pola-pola tertentu, namun tetap saling berkaitan dan juga tetap saling menghasilkan hubungan sebab-akibat. Menurut Sugiyono (2015:65), paradigma ini menggambarkan faktor-faktor yang diteliti, dengan melibatkan aspek seperti jenis dan jumlah perumusan masalah, teori yang digunakan, jumlah hipotesis, serta pendekatan analisis yang akan diterapkan.

Penelitian ini menggunakan dua variabel, yaitu efektivitas *event Literafest* dan *attitude toward behavior* sebagai variabel bebas atau *Independent Variable* dan minat menggunakan aplikasi SiBooky sebagai variabel terikat atau disebut juga sebagai *Dependent Variable*.

1.5.2 State of The Art

Terdapat berbagai studi yang mengkaji topik serupa dan telah dipublikasikan. Lalu, peneliti menjadikannya sebagai referensi dalam penelitian ini, dikarenakan adanya relevansi pada studi yang akan dibahas. Beberapa studi tersebut di antaranya adalah:

- a. Penelitian yang diteliti oleh Yudi Perbawaningsih (2012) dengan judul **Menyoal *Elaboration Likelihood Method* (ELM) dan Teori Retorika**. Penelitian ini menjelaskan tentang bagaimana Teori ELM dan teori Retorika dalam kegiatan perkuliahan sebagai sarana untuk memilih konsentrasi studi yang didasarkan pada proses pengolahan informasi. Penelitian bersifat kuantitatif dengan metode survei terhadap seluruh peserta kuliah umum jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Atma Jaya. Penelitian ini menggunakan Teori Retorika serta teori ELM dan menjelaskan tidak cukup relevan untuk memisahkan pesan dan audiens dalam efektivitas persuasi.
- b. Penelitian dilakukan oleh Qhori Anandra, Uljanatunnisa, dan Intan Putri Cahyani (2020) berjudul **Analisis *Elaboration Likelihood Theory* Pada Kampanye “Go Green, No Plastic” Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta**. Penelitian ini ditujukan untuk mengetahui bagaimana peran dari Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta tentang pesan “Go Green, No Plastic” terhadap sikap mahasiswa UPNVJ agar tidak memakai kemasan berbahan plastik lagi. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan memakai metode survei dengan

sampelnya ialah mahasiswa UPNVJ. Hasil yang didapatkan dari penelitian ini ialah adanya pengaruh dari pesan kampanye yang disemarakkan.

- c. Melalui penelitian mengenai **Persuasive Communication of the Nunukan Regional Board for Disaster Management in Educating the Public About Disaster**, Mulyadi & Farihanto (2024) mengeksplorasi bagaimana komunikasi persuasif menjadi strategi dalam membentuk kesadaran masyarakat mengenai manajemen bencana, secara khusus mengenai respon apabila bencana alam terjadi. Melalui studi kualitatif, penelitian ini menunjukkan Badan Penanggulangan Bencana Daerah (BPBD) Kabupaten Nunukan menerapkan komunikasi persuasif ke dalam tiga strategi manajemen bencana: 1) Strategi Psikodinamik, melalui pemetaan wilayah yang rawan, melakukan edukasi dan pelatihan mengenai respon bencana alam; 2) Strategi Sosiokultural, dengan menggunakan pendekatan kolaboratif bersama dengan beberapa *stakeholders* kunci, khususnya *stakeholders* yang berhubungan dengan komunitas masyarakat; 3) Strategi Konstruksi Makna, dimana BPBD Kabupaten Nunukan menggunakan media massa dan sosial media untuk melakukan diseminasi informasi yang berkaitan dengan bencana alam.
- d. Penelitian yang dijalankan oleh Muhammad Mitakhul Huda Setiaji (2023) dengan judul **Strategi Sosialisasi KPU Kota Semarang Dalam Meningkatkan Partisipasi Pemilih Pemula di Pemilihan Walikota dan Wakil Walikota Semarang Tahun 2020**. Penelitian ini dilakukan

untuk menjelaskan strategi sosialisasi KPU Kota Semarang dan bagaimana mendorong pemilih pemula untuk ikut berpartisipasi. Hasil dari penelitian ini adalah KPU menggunakan strategi sosialisasi menggunakan media sosial, sebagaimana para muda-mudi sangat aktif dan tanggap dalam media sosial.

- e. Studi kasus yang dilakukan oleh Alvita Widyaningtyas (2023) berjudul **Dimensi E-Government Service Quality (E-Govqual) Pada Situs SiBooky di Kota Semarang**. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tanggapan masyarakat Semarang terhadap layanan perpustakaan digital, yaitu SiBooky dalam aspek *service quality* dan *user interface*. Hasil dari penelitian ini dijelaskan bahwa persepsi masyarakat serta pelayanan dari perpustakaan sendiri pun termasuk dalam kategori baik, walaupun masih ada beberapa poin yang belum masuk kedalam kategori baik, yaitu kelengkapan sajian informasi, koleksi buku, dan informasi milik pengguna SiBooky.
- f. Penelitian yang diteliti oleh Andina Mutiara Insan Hedi Pudjo Santosa, dan Amida Yusriana (2021) dalam judul **Efektivitas Intensitas Event Marketing LINE Webtoon dan Terpaan Iklan Produk pada akun Instagram @linewebtoon.id dalam Keputusan Pembelian Koin di LINE Webtoon**. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan bagaimana intensitas event marketing yang dijalankan oleh Webtoon dapat mempengaruhi audiens untuk melakukan pembelian koin di aplikasi Webtoon. Penelitian ini menggunakan pendekatan Kuantitatif dengan

Kerangka *elaboration Likelihood Model* (ELM) dan Teori *Strong Independent*. Hasil dari penelitian ini mendapatkan hasil yang signifikan dalam kegiatan *event marketing* yang dijalankan.

1.5.3 Deskripsi Variabel

1.5.3.1 Efektivitas Event Literafest

Menurut Elok Novita Sari, Siti Zaharah, dan Fitria Ramadhani "Event adalah kegiatan yang terencana, terarah, memiliki tujuan, terjadi dalam periode waktu tertentu, dan melibatkan partisipasi peserta dengan penekanan pada aspek estetika, emosi, dan interaksi sosial." (Prosiding Seminar Nasional Riset Ekonomi dan Manajemen, 2016). Menurut Muhandi dalam buku (Manajemen Event: Konsep, Perencanaan, dan Pelaksanaan, 2018) "Event adalah suatu kegiatan atau peristiwa yang diorganisir secara sengaja dengan memperhatikan aspek kepentingan, tujuan, dan pesan tertentu serta melibatkan partisipasi aktif peserta dan keterlibatan berbagai unsur dan elemen seperti manusia, tempat, waktu, dan fasilitas.

Efektivitas suatu acara literasi, dapat diukur melalui berbagai indikator yang mencakup keterlibatan peserta, kualitas penyelenggaraan, dan dampak terhadap minat baca serta hasil belajar. Menurut penelitian yang diterbitkan dalam *Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*, Gerakan Literasi Sekolah (GLS) terbukti efektif dalam meningkatkan minat baca dan hasil belajar siswa. Studi ini menunjukkan bahwa terdapat efektivitas GLS terhadap minat baca siswa pada tema tertentu, serta peningkatan hasil belajar yang signifikan

Efektivitas event Literafest dapat diartikan sebagai sejauh mana acara ini berhasil mencapai tujuan yang telah ditetapkan, khususnya dalam membangun minat dan pengalaman positif pengunjung terhadap aplikasi SiBooky. Variabel ini mencakup berbagai aspek yang menilai kualitas pelaksanaan acara, dampak pesan yang disampaikan, serta pengalaman yang dirasakan oleh audiens selama mengikuti Literafest. Efektivitas ini mencerminkan keberhasilan acara dalam menciptakan keterlibatan emosional, membangun komunikasi yang efektif, dan memberikan pengalaman yang menyeluruh tanpa gangguan. Selain itu, efektivitas Literafest juga dilihat dari kemampuan acara untuk meninggalkan kesan yang mendalam setelah selesai, daya tarik unik yang membedakannya dari acara lain, serta inovasi yang dihadirkan dalam menyesuaikan program dengan kebutuhan pengunjung. Dalam hal ini, Literafest diharapkan tidak hanya menjadi sebuah acara yang menarik secara visual atau hiburan, tetapi juga memberikan nilai dan manfaat nyata bagi audiens, sehingga mendorong respons positif terhadap aplikasi SiBooky yang dipromosikan. Untuk mengukur variabel ini, digunakan pendekatan survei dengan kuesioner yang dirancang untuk menangkap persepsi pengunjung tentang berbagai aspek acara.

Dapat disimpulkan bahwa efektivitas sebuah event sangat dipengaruhi oleh desain program yang interaktif, relevansi kegiatan dengan kebutuhan peserta, serta keterlibatan aktif dari semua pihak terkait. Dengan demikian, Literafest dapat meningkatkan efektivitasnya dengan mengadopsi strategi-strategi yang telah terbukti berhasil dalam penelitian-penelitian sebelumnya.

Menurut Wood (2009:251), terdapat 7 indikator untuk mengukur variabel pengaruh dari sebuah event, yaitu:

1. **Keterlibatan (*Involvement*):** Keterlibatan emosional pengunjung dalam acara, pengalaman yang dirasakan, dan merek yang terlibat.
2. **Interaksi (*Interaction*):** Penyampaian pesan dari sebuah *event* kepada pengunjung tentang suatu merek, dengan tujuan membangun citra aplikasi dan diterima oleh pengunjung.
3. **Penyerapan (*Immersion*):** Acara berjalan tanpa gangguan, sehingga audiens dapat menikmati pengalaman tanpa terganggu.
4. **Intensitas (*Intensity*):** Fokus pada dampak yang berkelanjutan setelah acara berakhir.
5. **Kepribadian (*Individuality*):** Daya tarik acara yang unik dan berbeda dari yang lain, sehingga dapat membuat audiens tertarik.
6. **Inovasi (*Innovation*):** Menyesuaikan acara dengan kebutuhan pengunjung sehingga dapat memengaruhi pengalaman mereka.
7. **Integritas (*Integrity*):** Acara yang memberikan nilai dan manfaat, sehingga memicu respon positif dari pengunjung.

1.5.3.2 Efektivitas Attitude Toward Behavior

Attitude Toward Behavior atau Sikap Terhadap Perilaku adalah komponen kunci dalam *Theory of Reasoned Action* (TRA) yang mengukur sejauh mana seseorang memiliki evaluasi positif atau negatif terhadap perilaku tertentu. Dalam konteks penelitian, sikap terhadap perilaku menggambarkan

bagaimana seseorang memandang tindakan yang akan mereka ambil, seperti menggunakan suatu produk, layanan, atau teknologi.

Fishbein dan Ajzen (1975) dalam Jogiyanto (2007) menjelaskan bahwa sikap (*attitude*) adalah akumulasi perasaan yang dialami seseorang untuk menerima atau menolak suatu objek atau perilaku. Sikap ini diukur melalui sebuah metode yang menempatkan individu pada skala evaluatif dengan dua kutub, seperti baik atau buruk, setuju atau tidak setuju, dan sebagainya.

Menurut Sulistimo (2012), *attitude toward the behavior* adalah penilaian seseorang ketika mengamati atau mengetahui perilaku tertentu yang dilakukan. Individu akan memberikan penilaian terhadap perilaku tersebut, yang bisa bersifat positif atau negatif. Ajzen dan Fishbein (2010) menyatakan bahwa dalam konteks *attitude toward the behavior*, keyakinan terkuat (*salient beliefs*) menghubungkan perilaku dengan pencapaian hasil yang bernilai, baik itu positif maupun negatif. Sikap yang dianggap positif akan menjadi pilihan individu dalam bertindak dalam kehidupannya.

Secara umum, seseorang cenderung melakukan suatu perilaku yang diyakini akan memberikan hasil positif (sikap yang menguntungkan) daripada melakukan perilaku yang diyakini akan menghasilkan konsekuensi negatif (sikap yang tidak menguntungkan). Keyakinan yang menjadi dasar sikap seseorang terhadap perilaku ini disebut sebagai *behavioral beliefs* (Ajzen dan Fishbein, 2010). Selain itu, faktor lain yang mempengaruhi sikap adalah evaluasi terhadap hasil (*outcome evaluation*). Evaluasi ini mengacu pada

pertimbangan pribadi apakah konsekuensi dari perilaku yang dilakukan disukai atau tidak disukai (Suryono, 2014).

Semakin tinggi penilaian seseorang, semakin kuat niat yang terbentuk (Byabashaija dan Katono, 2011). Menurut Patiro dan Budiyanti (2016), *attitude toward behavior* adalah hasil dari keyakinan individu yang percaya bahwa melakukan suatu tindakan akan menghasilkan hasil tertentu, dan hasil tersebut perlu dievaluasi. Ketika dihadapkan pada masalah baru, manusia cenderung menggunakan ingatan atau kepercayaan yang tersimpan dalam otak mereka untuk merespons situasi, dan kepercayaan ini secara otomatis membentuk sikap (Fayolle, Gailly, & Lassas-Clerc, 2006). Berdasarkan *Theory of Reasoned Action*, semakin positif penilaian tersebut, semakin kuat niat yang akan terbentuk. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa *attitude toward behavior* mencerminkan penilaian dan keyakinan individu, baik positif maupun negatif, yang pada akhirnya membentuk niat dan perilaku yang akan dievaluasi oleh individu tersebut.

Dari beberapa definisi mengenai *attitude toward the behavior* yang dikemukakan oleh para peneliti, dapat disimpulkan bahwa *attitude toward the behavior* adalah kecenderungan untuk memilih perilaku yang diyakini akan memberikan hasil positif dibandingkan dengan perilaku yang akan menghasilkan konsekuensi negatif. Sikap yang dianggap positif tersebut akan menjadi dasar bagi individu dalam memilih tindakan dalam kehidupannya. Konsekuensi yang disukai dari suatu perilaku cenderung meningkatkan niat

seseorang untuk melakukan perilaku tersebut (Trongmateerut dan Sweeney, 2012).

Penelitian ini memakai indikator yang diadopsi dari Dewi (2016), ialah:

1. **Keyakinan Perilaku**, mengukur keyakinan seseorang mengenai seberapa besar perilaku yang akan dilakukan
2. **Kemudahan Pengguna**, yaitu ketika keyakinan seseorang tentang betapa mudah atau sulitnya melakukan perilaku tersebut.
3. **Ketertarikan**, mengacu pada emosi positif yang dirasakan seseorang terhadap perilaku atau aplikasi tersebut.
4. **Sikap keseluruhan**, adalah evaluasi umum seseorang terhadap perilaku atau aplikasi, dan mencakup semua aspek.

1.5.3.3 Minat Menggunakan Aplikasi

Minat didefinisikan sebagai "perhatian yang disertai komponen emosi" (Darmadi, 2017). Dari pernyataan Salahudin di atas, jelas bahwa minat berhubungan dengan emosi positif maupun negatif. Akibatnya, minat menjadi kekuatan pendorong di balik sikap individu, yang pada gilirannya mendorong tingkat keterlibatan mereka terhadap suatu tugas atau keadaan. Sejumlah pakar lain juga telah memberikan penjelasan tentang arti minat. Ketika orang tertarik pada sesuatu, itu disebabkan karena mereka ingin mengetahui lebih banyak tentang hal itu, memperoleh lebih banyak pengetahuan tentang hal itu, ataupun menunjukkan ketertarikan mereka pada hal tersebut (Rahmat, 2018). Faktor lingkungan, bersama dengan perolehan pengetahuan tentang objek atau

kehendak dan partisipasi emosi yang berorientasi pada target kegiatan tertentu, adalah tiga komponen utama yang memberikan kontribusi pada pembentukan minat.

Menurut Davis (1989), ada beberapa indikator untuk mengukur minat menggunakan, yaitu:

1. Kepuasan setelah menggunakan (*Desire to use*)
2. Merekomendasikan penggunaan aplikasi (*Satisfaction after using*)
3. Keinginan menggunakan (*Recommending the application*)
4. Akan tetap menggunakan di masa depan (*Intension to continue using in the future*)

Dari uraian di atas, penulis dapat menyimpulkan bahwasanya minat ialah suatu rasa lebih suka atau ketertarikan pada suatu aktivitas yang ditandai dengan adanya keinginan, kecenderungan untuk memusatkan perhatian pada hal-hal tersebut meskipun tidak ada orang yang mengarahkan perhatian tersebut, kesadaran diri, serta keadaan emosi yang positif. Minat seseorang ialah kekuatan pendorong yang mengarahkan perilakunya untuk memenuhi keinginan tersebut. Minat pada dasarnya ialah komponen psikologis yang berfungsi sebagai sumber motivasi. Kebutuhan, minat, dan motivasi saling berkaitan erat. Ada kebutuhan, lalu pemenuhan kebutuhan itulah yang mendorong minat. Pemenuhan ini berasal dari melakukan apa yang diminati; minat inilah yang mendorong orang untuk mengambil tindakan.

1.5.3.4 Efektivitas Event Literafest Minat Menggunakan Aplikasi SiBooky

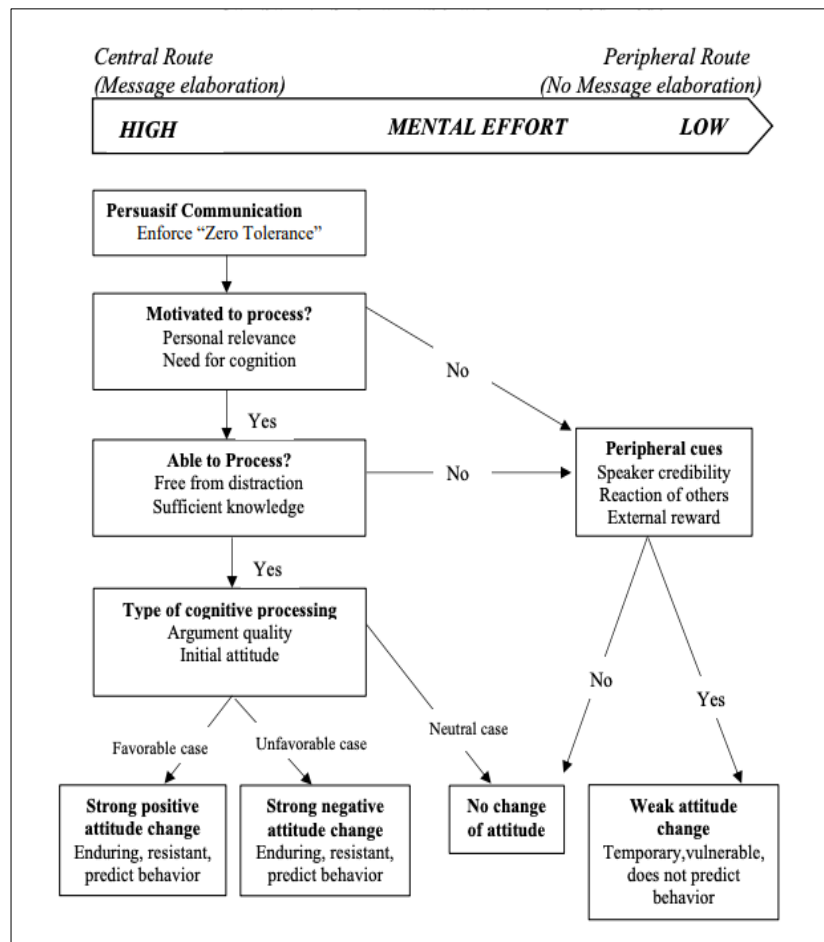
Teori yang dipakai untuk mengetahui bagaimana pengaruh efektivitas event literafest dalam minat menggunakan aplikasi Sibooky memakai kerangka *Elaboration Likelihood Model* (ELM). Teori yang dikemukakan pertama kali oleh Petty & Cacioppo (1986) yang digunakan sebagai cara mengukur dan mengatur serta memahami proses dasar yang mendasari efektivitas komunikasi persuasif sangat penting. Richard Petty dan John Cacioppo merancang *Elaboration Likelihood Model* (ELM) untuk menjelaskan bagaimana suatu bentuk persuasif dapat memengaruhi sikap konsumen yang menerimanya. ELM menggabungkan dua elemen utama, yaitu motivasi, kemampuan, dan kesempatan untuk memproses pesan. Dalam penelitian ini, ELM merupakan konsep model dari teori persuasi yang akan dijadikan sebagai pisau analisis. ELM biasanya digunakan untuk menjelaskan bahwa seseorang memiliki beberapa cara untuk menerima sebuah pesan. Little John & Foss (2010) menjelaskan bahwa ada beberapa orang yang menerima pesan dengan cara yang rumit, namun juga ada sebagian orang yang dapat menerima pesan dengan cara yang lebih mudah dan tidak kritis. Teori ini didasarkan pada asumsi bahwa individu dapat memproses pesan persuasif melalui berbagai cara.

Teori ini memiliki 2 jalur komunikasi, yaitu jalur Utama (*Central Route*), dan jalur Samping (*Peripheral Route*) dimana audiens akan memakai salah satu dari jalur ini. Mererei (2020) menjelaskan cara kerja jalur tersebut sebagai berikut:

- a. Rute Sentral/Pusat melibatkan elaborasi pesan tingkat tinggi dimana sejumlah besar kognisi tentang argumen dihasilkan oleh individu yang menerima pesan tersebut. Griffin, E. (2019) menjelaskan bahwa orang yang memiliki motivasi, kesempatan, dan kemampuan memproses pesan akan lebih kritis dalam memahami informasi atau pesan persuasif sehingga individu dapat menilai secara mendalam tentang manfaat dan kebenaran dari informasi yang disampaikan. Rute ini juga ini akan menghasilkan sikap yang cenderung permanen (long endurance). Sikap ini kuat dan stabil karena didasarkan pada analisis yang mendalam dan pemahaman yang lebih baik terhadap konten pesan (Larson, C. E. , 2006)
- b. Rute Periferal/Jalur Pinggir, di sisi lain, apabila para audien yang tidak memiliki ketiga hal tersebut (motivasi, kesempatan, dan kemampuan) akan lebih memilih faktor-faktor non-pesan untuk mengambil sikap atau perilaku secara cepat. Griffin E. (2003) menjelaskan terdapat beberapa faktor periferal yang menjadi dasar penentuan berubahnya sikap para audiens, seperti bukti sosial, kelangkaan, dan kredibilitas sikap seseorang yang menerima pesan lewat rute periferal biasanya tergolong pada sikap yang mudah berubah-ubah, cenderung bersifat sementara, dan kurang berpengaruh pada tindakan individu. Cialdini (1994), seperti yang disebutkan dalam buku Dainton (2012), mengidentifikasi tujuh jalur umum yang menjadi indikator penggunaan pesan pinggiran (peripheral). Ketujuh

jalur umum tersebut adalah: *Authority, Commitment, Contrast, Liking, Reciprocation, Scarcity*, dan *Social Proof*.

Dengan demikian, disimpulkan bahwa rute sentral melibatkan elaborasi yang lebih mendalam dan kritis, sedangkan rute periferal lebih bergantung pada sikap, sehingga dapat berinteraksi dengan audiens dengan lebih baik.



Gambar 1. 3 Skema Elaboration Likelihood Model

Sumber : Griffin, Ledbetter, & Spark (2019: 184)

Berdasarkan skema dari ELM diatas, terlihat bahwa setelah seseorang terekspos oleh pesan persuasif, ada dua kemungkinan yang bisa terjadi: individu tersebut akan memakai jalur sentral atau jalur perifer agar dapat

mengubah pandangannya. Pada jalur sentral, ketika audiens sudah mempunyai pandangan tentang pesan yang ia dapatkan, audiens tersebut akan memakai pandangan baru tersebut ke dalam struktur kognitifnya secara luas. Sikap yang sudah dibentuk dipengaruhi oleh sejumlah faktor (namun tidak selalu akurat), seperti sikap awal, pengetahuan, dan suasana hati audiens saat menerima pesan persuasif.

Elaboration Likelihood Model (ELM) digunakan untuk menganalisis kapan dan bagaimana seseorang bisa terpengaruh oleh pesan, serta bagaimana audiens akan mengevaluasi pesan secara kritis. Kemungkinan elaborasi tergantung pada cara audiens memproses pesan. Peneliti memanfaatkan ELM untuk menganalisis bagaimana acara LITERAFEST dapat memengaruhi minat audiens dalam menggunakan SiBooky. Jika pesan disampaikan dengan strategi dan jalur persuasi yang sesuai, hasil yang diharapkan akan sejalan dengan tujuan yang ditetapkan.

1.5.3.5 Efektivitas Attitude Toward Behavior Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi SiBooky

Efektivitas *attitude toward behavior* terhadap minat menggunakan aplikasi SiBooky dijelaskan menggunakan *Theory of Reasoned Action* (TRA). *Theory of Reasoned Action* (TRA) dikembangkan oleh Martin Fishbein dan Icek Ajzen pada tahun 1975. Teori ini menjelaskan hubungan antara sikap, niat, dan perilaku, dengan fokus pada bagaimana sikap terhadap perilaku (*attitude toward behavior*) dan norma subjektif

memengaruhi niat berperilaku yang pada akhirnya memprediksi perilaku aktual.

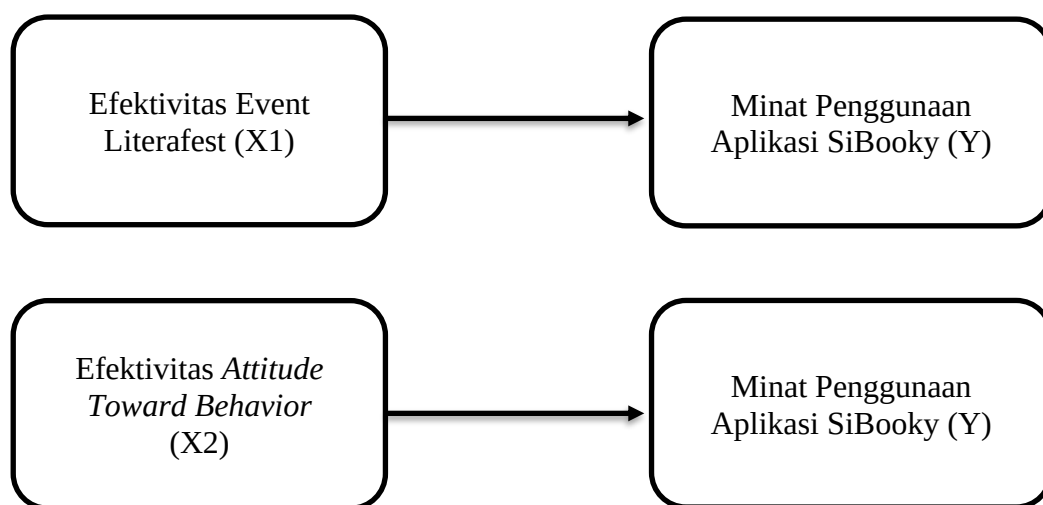
Attitude Toward Behavior dalam konteks *Theory of Reasoned Action* (TRA) adalah evaluasi seseorang mengenai perilaku tertentu. Sikap ini berperan penting dalam menentukan niat seseorang untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku tersebut. Sikap dibentuk oleh keyakinan mengenai hasil dari perilaku dan penilaian mengenai apakah hasil tersebut diinginkan atau tidak.

TRA menyatakan bahwa sikap terhadap perilaku berkontribusi langsung terhadap pembentukan niat berperilaku (*behavioral intention*). Jika seseorang memiliki sikap yang positif terhadap suatu perilaku (misalnya, keyakinan bahwa menggunakan aplikasi SiBooky bermanfaat), maka mereka cenderung memiliki niat yang lebih besar untuk melakukan perilaku tersebut (misalnya, niat mengunduh dan menggunakan aplikasi SiBooky).

Fishbein dan Ajzen (1975) berpendapat bahwa sikap terhadap perilaku adalah prediktor penting dari niat, dan niat adalah prediktor utama dari perilaku aktual. Dalam hal ini, TRA memberikan pemahaman bahwa niat berperilaku adalah hasil dari interaksi antara sikap dan norma sosial. Ajzen, I. (1991) mengemukakan bahwa *Theory of Reasoned Action* menegaskan bahwa sikap terhadap perilaku adalah prediktor kuat dari niat seseorang untuk melakukan perilaku tertentu. *Attitude Toward Behavior* dalam TRA dibentuk oleh keyakinan dan evaluasi terhadap hasil perilaku.

Sikap yang positif atau negatif terhadap perilaku, seperti penggunaan aplikasi, secara langsung mempengaruhi niat berperilaku, yang pada akhirnya akan menentukan apakah individu benar-benar akan melakukan perilaku tersebut.

Kerangka Pemikiran



1.5.4 Hipotesis

Hipotesa kerja ialah solusi jangka pendek untuk pertanyaan penelitian. Pengumpulan data memberikan fakta aktual yang menjadi dasar jawaban. Karenanya, Sugiyono (2009) mengemukakan bahwa teori ini belum ditawarkan sebagai solusi empiris, tetapi lebih sebagai solusi teoritis. Studi ini mengajukan hipotesa sebagai berikut:

H1: Diduga event Literafes efektif dalam mempengaruhi minat audiens dalam menggunakan aplikasi SiBooky.

H2: Diduga *Attitude Toward Behavior* efektif dalam mempengaruhi minat audiens dalam menggunakan Aplikasi Sibooky.

1.5.5 Defenisi Konseptual

1.5.5.1 Event Literafest

Literafest dapat didefinisikan sebagai sebuah acara berbasis literasi yang dirancang secara strategis untuk mempromosikan budaya membaca, meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap pentingnya literasi, serta memperkenalkan aplikasi SiBooky sebagai platform pendukung aktivitas literasi. Literafest memadukan berbagai elemen seperti seminar, diskusi, pameran buku, serta aktivitas interaktif lainnya yang bertujuan menciptakan pengalaman menarik dan edukatif bagi pengunjung. Dalam konteks promosi, Literafest mengintegrasikan strategi pemasaran digital melalui media sosial, kerja sama dengan mitra strategis, serta pendekatan kreatif untuk membangun daya tarik acara dan mendorong keterlibatan audiens secara emosional. Dengan demikian, Literafest tidak hanya menjadi sarana edukasi, tetapi juga alat efektif dalam membangun minat terhadap aplikasi SiBooky melalui pengalaman yang bermakna dan relevan.

1.5.5.2 Attitude Toward behavior

Attitude toward behavior secara konseptual dapat didefinisikan sebagai evaluasi individu terhadap suatu tindakan tertentu, yang mencerminkan sejauh mana tindakan tersebut dianggap positif atau negatif, bermanfaat atau tidak, serta menyenangkan atau tidak menyenangkan. Sikap ini terbentuk berdasarkan keyakinan individu terhadap hasil dari tindakan tersebut dan penilaian mereka terhadap pentingnya hasil tersebut, sehingga bersifat subjektif dan dipengaruhi oleh pengalaman pribadi, persepsi, serta konteks situasional.

1.5.5.3 Minat

Minat adalah kecenderungan alami yang membuat seseorang merasa tertarik dan termotivasi untuk memperhatikan, mempelajari, atau terlibat dalam suatu aktivitas, topik, atau objek tertentu. Ketika seseorang memiliki minat, mereka lebih cenderung untuk mengalokasikan waktu dan energi untuk memahami lebih dalam, mengeksplorasi lebih jauh, dan mencari pengalaman atau pengetahuan tambahan terkait dengan hal tersebut. Dengan demikian, minat berperan penting dalam membentuk pilihan, motivasi, dan perilaku seseorang dalam berbagai aspek kehidupan.

1.5.6 Defenisi Operasional

1.5.6.1 Efektivitas Event Literafest

Beberapa indikator yang digunakan untuk mengukur efektivitas event Literafest terhadap minat menggunakan aplikasi Sibooky, yaitu:

1. Keterlibatan (*Involvement*)
2. Interaksi (*Interaction*)
3. Intensitas (*Intensity*)
4. Kepribadian (*Individuality*)
5. Integritas (*Integrity*)

1.5.6.2 Attitude toward Behavior

Beberapa indikator yang digunakan untuk mengukur efektivitas *Attitude Toward Behavior* terhadap minat menggunakan aplikasi SiBooky, yaitu :

1. Keyakinan Perilaku

2. Kemudahan Pengguna
3. Ketertarikan
4. Sikap keseluruhan

1.5.6.3 Minat Menggunakan Aplikasi

Beberapa indikator yang digunakan untuk mengukur minat menggunakan aplikasi, yaitu :

1. Kepuasan setelah menggunakan (*Desire to use*)
2. Merekomendasikan penggunaan aplikasi (*Satisfaction after using*)
3. Keinginan menggunakan (*Recommending the application*)
4. Akan tetap menggunakan di masa depan (*Intension to continue using in the future*)

1.6 Metode Penelitian

1.6.1 Tipe Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif untuk penelitian deskriptif (Sugiyono, 2017). Pengumpulan data untuk tujuan pengujian hipotesa atau menjawab pertanyaan tentang perspektif orang terhadap subjek atau topik tertentu merupakan inti dari pendekatan deskriptif ini. Untuk memahami, menjelaskan, atau mengatur peristiwa yang menarik, peneliti kuantitatif mengumpulkan dan menganalisis data numerik. Fokus utama dari penelitian kuantitatif adalah pengolahan statistik dan interpretasi data numerik. Melalui pendekatan kuantitatif, peneliti dapat mengetahui seberapa signifikan hubungan antar variabel.

Dalam penelitian ini, regresi linear sederhana digunakan untuk menganalisis hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Regresi linear sederhana bertujuan untuk melihat seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara kuantitatif dengan menggunakan persamaan linear. Analisis ini memungkinkan peneliti untuk memahami pola hubungan, memperkirakan nilai variabel dependen berdasarkan variabel independen, dan menguji hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya.

1.6.2 Populasi

Peneliti meneliti dan menarik kesimpulan dari sebuah populasi ketika mereka menemukan sebuah item atau topik yang memiliki ciri-ciri dan atribut tertentu (Sugiyono, 2011: 80). Pada penelitian ini, populasi merujuk kepada audiens yang ikut serta dalam acara Literafest, yaitu sebanyak 430 peserta.

1.6.3 Sampling

1.6.3.1 Teknik Sampling

Sampel ialah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, menurut Sugiyono (2020: 168). Peneliti dapat menggunakan sampel yang berasal dari populasi yang lebih besar ketika mempelajari seluruh populasi tidak memungkinkan karena adanya kendala seperti waktu, biaya, atau tenaga. Sekaran (dalam Harwandi, 2019: 24) menyarankan bahwa, untuk sebagian besar penyelidikan, ukuran sampel antara tiga puluh sampai lima ratus sudah memadai.

Penelitian ini menggunakan *purposive sampling* sebagai metode pemilihan sampel non-probabilitas. Tujuan dari penggunaan strategi pengambilan sampel bertujuan adalah untuk memastikan bahwa sampel penelitian secara akurat mencerminkan masyarakat secara luas dengan mengambil dari serangkaian kriteria yang telah ditentukan sebelumnya. Dalam penelitian ini, penulis menentukan sampel dengan karakteristik laki-laki dan perempuan, masyarakat Semarang, dan pernah ikut serta dalam acara Literafest.

1.6.3.2 Jumlah Sampel

Roscoe menyatakan bahwa penelitian sebaiknya memiliki ukuran sampel antara tiga puluh hingga lima ratus (Sugiyono, 2018: 150).

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Berdasarkan penilaian tersebut, dalam menentukan total sampel yang akan dipakai, peneliti memilih untuk memakai Rumus Slovin, dikarenakan jumlah populasi yang sudah diketahui sebelumnya. Berikut merupakan notasi rumus slovin dalam menghitung jumlah sampel:

n = sampel

N = jumlah populasi

E = *margin of error*

Berdasarkan rumus diatas, didapatkanlah perhitungan sebagai berikut :

$$n = \frac{330}{1 + 430 (0,05)^2}$$

Dari perhitungan diatas, didapati bahwa n sebanyak 150 responden.

1.6.4 Jenis dan Sumber Data

1.6.4.1 Jenis Data

Dalam studi ini, data yang akan dipergunakan memakai data kuantitatif. Informasi yang dapat dikuantifikasikan dapat dikategorikan dalam dua jenis, yaitu data interval serta data rasio (Kuncoro,2013).

1.6.4.2 Sumber Data

Penelitian ini menggunakan data primer dengan memberikan kuesioner kepada orang-orang yang pada akhirnya menjadi focus penelitian (Sarwono, 2006). Sebanyak 207 partisipan yang mengisi survei online melalui platform Google Form akan memberikan Sebagian besar data yang dibutuhkan dalam analisa ini.

1.6.5 Teknik Pengumpulan Data

Satu bagian paling penting dalam sebuah penelitian adalah proses pengumpulan data, karena itulah inti dari sebuah penelitian. Tanpa mengetahui cara mengumpulkan data, peneliti tidak akan bisa mendapatkan hasil yang diinginkan (Sugiyono, 2018). Pada penelitian ini, teknik pengumpulan data yang digunakan adalah *self-administered questionnaire*. Metode ini dilakukan dengan meminta responden untuk secara mandiri mengisi serangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis yang telah disusun secara sistematis (Widiasworo, 2019). Responden diberikan kebebasan untuk mengisi kuesioner tanpa pendampingan langsung dari peneliti, baik secara manual maupun melalui media digital. Pada penelitian ini, mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Diponegoro dan siswa Sekolah Menengah Ke Atas berpartisipasi sebagai responden dalam pengisian kuesioner tersebut.

1.6.6 Teknik Pengolahan Data

Metode pengolahan data dalam studi ini mengandalkan perhitungan komputasi yang dilakukan dalam program SPSS. Antarmuka pengguna grafis yang intuitif dari program ini, bersama dengan kemampuan analisa statistik yang tinggi serta sistem manajemen datanya, membuatnya menjadi pilihan yang ideal (Sugianto, 2007). Beberapa kegiatan berikut ini ialah bagian dari pemrosesan data:

a. Editing

Editing atau penyuntingan ialah proses pengoreksian yang melibatkan verifikasi atau penyuntingan data yang diperoleh dengan tujuan menghilangkan ketidakakuratan atau berbagai kesalahan data dari catatan lapangan.

b. Coding (Pengkodean)

Coding adalah pemberian kode-kode pada tiap-tiap data yang termasuk dalam katagori yang sama. Data yang termasuk dalam kategori yang sama "dikodekan" dengan memberikan kode unik pada setiap bagian data. Sinyal matematis atau abjad yang berfungsi sebagai pengidentifikasi data atau informasi dikenal sebagai kode.

c. Pemberian skor atau nilai

Salah satu metoda untuk menentukan skor adalah dengan menggunakan skala Likert. Evaluasi berikut ini berlaku untuk masing-masing dari lima tingkat kriteria evaluasi:

Tabel 1. 1 Nilai Skor pada Skala Likert

Keterangan	Skor
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

d. Tabulasi

Untuk menjalankan analisa yang diperlukan, tabulasi digunakan untuk melibatkan pembuatan tabel dengan data berkode. Untuk mencegah kesalahan, diperlukan ketelitian saat melakukan tabulasi.

1.6.7 Teknik Analisis

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear sederhana yang merupakan statistik non-parametrik dan sering diterapkan untuk menguji korelasi antara dua atau lebih variabel. Analisis regresi linear sederhana menguji hubungan antara dua variabel berskala ordinal atau ketika salah satu variabel berskala ordinal dan variabel lainnya berskala nominal atau rasio (Sujarweni, 2014: 126). Dalam penelitian ini, analisis ini digunakan untuk menguji hipotesis mengenai efektivitas event Literafest (X1) terhadap minat menggunakan aplikasi SiBooky (Y), serta

pengaruh sikap terhadap perilaku (X2) terhadap minat menggunakan aplikasi SiBooky (Y).