

JAPRI

JURNAL PERPUSTAKAAN DAN INFORMASI

ISSN 2686 - 147X

- Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Digital Perpustakaan Universitas Bengkulu
(Lili Haryanti, Idham Khalik M)
- Komunikasi Ilmiah (*Scholarly Communication*) Melalui *Open Journal Systems* (OJS) Bagi Pemustaka di Perpustakaan Universitas Bengkulu
(Darti Daryanti)
- Pemanfaatan *Repository Indonesia Onesearch* (IOS) Sebagai Kebutuhan Informasi Untuk Pembelajaran Bagi Mahasiswa Universitas Bengkulu
(Daryono)
- Efektivitas Pelaksanaan Diklat Calon Kepala Perpustakaan Sekolah (CKPS) oleh Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Provinsi Bengkulu
(Fitria Okta Khairunnisyah)
- *Self Awareness* Pemustaka dalam Menerapkan Sikap Disiplin Terhadap Tata Tertib Penggunaan Jasa Layanan Perpustakaan
(Susialia Fitriani)
- Survei Kebutuhan Pemustaka Guna Meningkatkan Jumlah Pengunjung Layanan di UPT Perpustakaan Universitas Bengkulu
(Sugiarti)

VOL. 5 NOMOR 1 JUNI 2023



UPT Perpustakaan Universitas Bengkulu

Jalan W.R. Supratman, Kandang Limun Bengkulu

e-mail : library@unib.ac.id

SK Nomor : 601/UN30/HK/2023

Daftar Isi

Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Digital Perpustakaan Universitas Bengkulu (Lili Haryanti, Idham Khalik M)	1-10
Komunikasi Ilmiah (<i>Scholarly Communication</i>) Melalui <i>Open Journal Systems</i> (OJS) Bagi Pemustaka di Perpustakaan Universitas Bengkulu (Darti Daryanti)	11-19
Pemanfaatan <i>Repository Indonesia Onesearch</i> (IOS) Sebagai Kebutuhan Informasi untuk Pembelajaran Bagi Mahasiswa Universitas Bengkulu (Daryono)	20-28
Efektivitas Pelaksanaan Diklat Calon Kepala Perpustakaan Sekolah (CKPS) oleh Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Provinsi Bengkulu (Fitria Okta Khairunnisyah)	29-35
<i>Self Awareness</i> Pemustaka dalam Menerapkan Sikap Disiplin Terhadap Tata Tertib Penggunaan Jasa Layanan Perpustakaan (Susialia Fitriani)	36-42
Survei Kebutuhan Pemustaka Guna Meningkatkan Jumlah Pengunjung Layanan di UPT Perpustakaan Universitas Bengkulu (Sugiarti)	43-51

PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI SARANA PROMOSI DIGITAL PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS BENGKULU

Lili Haryanti*, Idham Khalik M
Pustakawan Universitas Bengkulu
yantilili041@gmail.com*

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pemanfaatan media sosial instagram sebagai media promosi perpustakaan di Perpustakaan Universitas Bengkulu. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif yang menggambarkan pemanfaatan media Instagram sebagai promosi perpustakaan yang mengacu pada bauran promosi. Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini menunjukkan bahwa Perpustakaan Universitas Bengkulu memanfaatkan Instagram sebagai wadah promosi, dengan konten postingan mengenai kegiatan yang sudah dilaksanakan, selain itu layanan yang disediakan perpustakaan, kegiatan atau *event* yang akan digelar, hingga informasi lainnya yang bermanfaat bagi para pemustaka

Kata Kunci : Media Sosial, Promosi Perpustakaan, Instagram

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the use of Instagram social media as a library promotion media at the Bengkulu University Library. This study uses a qualitative descriptive research method which describes the use of Instagram media as a library promotion which refers to the promotion mix. The results obtained in this study indicate that the Bengkulu University Library utilizes Instagram as a promotional platform, with posting content regarding activities that have been carried out, in addition to services provided by the library, activities or events that will be held to other useful information for users.

Keywords : Social Media, Library Promotion, Instagram

PENDAHULUAN

Saat ini ada banyak jenis informasi yang dapat diakses tidak hanya terbatas pada media cetak seperti buku saja, namun juga dalam berbagai media digital. Hampir semua perpustakaan yang ada sudah berbasis teknologi dan menghadirkan layanan yang serba canggih. Hampir segala hal dilakukan dalam jejaring sosial dan terhubung melalui internet, seolah media sosial saat ini menjadi dunia lain sebagai tempat berinteraksi setiap individu, hingga terbitlah ungkapan "*People is on social media*". Bahkan media sosial sudah menjadi jembatan yang kokoh antara satu benua dengan benua lainnya. Berita atau tayangan dari satu negara dapat dengan cepat menjadi konsumsi masyarakat negara lain. Ini menjadi keajaiban teknologi yang benar-benar kita saksikan saat ini.

Kegiatan promosi perpustakaan menjadi salah satu cara untuk mengkomunikasikan dan mengenalkan sebuah perpustakaan beserta manfaat, fasilitas, maupun sumber-sumber informasi yang tersedia di dalamnya kepada para pengguna perpustakaan. Tujuan promosi adalah untuk menyampaikan informasi mengenai produk, jasa, hingga fasilitas yang dimiliki oleh perpustakaan kepada para calon pemustaka atau pengguna perpustakaan. Menurut **Setiawan (dalam Mustofa, 2017)** menyatakan bahwa, "Promosi berarti segala kegiatan yang dilaksanakan oleh perpustakaan dengan maksud untuk menyampaikan, memperkenalkan atau mengkomunikasikan produk atau jasa yang ada di perpustakaan".

Untuk mempromosikan sesuatu, diperlukan sebuah alat, wadah, perantara atau pengantar untuk menyampaikan segala informasi terkait promosi yang akan dilakukan kepada masyarakat luas. Menurut **Hamidjojo (dalam Karo-Karo dan Rohani, 2018)** media adalah semua bentuk perantara yang digunakan oleh manusia untuk menyampaikan atau menyebar ide, gagasan atau pendapat, sehingga ide, gagasan atau pendapat yang dikemukakan itu sampai kepada penerima yang dituju. Dahulu, promosi dilakukan melalui media pamflet, *banner*, atau poster yang dipajang di tempat-tempat ramai, atau selebaran yang dibagikan secara manual dari tangan ke tangan agar informasi mengenai suatu produk tersebut dapat diketahui dan dikenal oleh masyarakat luas.

Berkaca pada perkembangan teknologi saat ini, maka promosi perpustakaan sangat dianjurkan untuk dilakukan menggunakan media produk dari inovasi masa kini yang kian canggih. Salah satu

contohnya adalah promosi perpustakaan melalui media sosial atau jejaring sosial, dikarenakan pada zaman milenial ini masyarakat justru lebih banyak berkumpul dan berkelompok di dalam ranah internet. Bahkan kehidupan sosial kebanyakan masyarakat Indonesia hari ini pun tidak bisa terlepas dari aplikasi-aplikasi media sosial seperti WhatsApp, Facebook, dan Instagram dan lainnya. Selain itu, saat ini penggunaan teknologi informasi di perpustakaan merupakan hal yang dibutuhkan untuk membantu pekerjaan dan meningkatkan kinerja pustakawannya.

Salah satu aplikasi media sosial yang memiliki banyak pengguna serta banyak juga dimanfaatkan sebagai sarana promosi dan sosialisasi suatu produk adalah media sosial Instagram. Instagram merupakan sebuah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto dan video singkat, menerapkan filter digital, lalu membagikannya ke berbagai layanan media sosial termasuk Instagram sendiri. Fitur Instagram dapat digunakan di iPhone, iPad atau iPod Touch versi apapun dengan sistem operasi iOS 3.1.2 atau yang terbaru dengan sistem operasi 2.2 (Froyo) atau yang terbaru. Aplikasi ini tersebar melalui *Apple App Store* dan *Google Play* (Agustina, 2016).

Menurut Setiasih (dalam Novianti, 2017), Instagram atau dalam masyarakat umum dikenal dengan sebutan Insta atau sering juga disingkat menjadi IG adalah aplikasi berbagi foto dan video yang memungkinkan pengguna untuk mengambil foto atau video dan menerapkan filter digital untuk memperindah hasil video dan foto yang diambil untuk kemudian dibagikan ke berbagai jejaring sosial lainnya. Instagram diminati sebagai salah satu media promosi karena dari hasil penelitian terdahulu diperoleh fakta bahwa sejumlah 80 persen pengguna media sosial Instagram sendiri memberikan pernyataan yang sama, yaitu bahwa media sosial satu ini memberikan pengaruh yang cukup besar bagi mereka dalam memilih suatu produk (Mafar, 2020).

Kenyataan ini menjadi sebuah peluang bagi beberapa perusahaan, lembaga maupun instansi untuk melakukan sosialisasi dan promosi produk mereka, tak terkecuali juga bagi perpustakaan untuk mempromosikan produk dan layanan mereka. Perpustakaan Universitas Bengkulu pada tahun 2017 sudah gencar melakukan promosi perpustakaan menggunakan media sosial seperti Instagram, Twitter, Facebook dan YouTube melalui konten berita maupun poster berisi informasi sehingga para pemustaka dapat mengetahui apa-apa saja produk dan layanan yang dimiliki perpustakaan. Akun Instagram Perpustakaan Universitas Bengkulu yaitu @uniblibrary saat ini sudah memiliki 4.900 pengikut dan membantu para pemustaka dalam memudahkan pencarian informasi untuk proses pembelajaran.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu penelitian deskriptif kualitatif yang menggambarkan pemanfaatan media Instagram sebagai promosi perpustakaan yang mengacu pada bauran promosi. Tujuan dari penelitian deskriptif adalah untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki. Ciri-ciri deskriptif bukan hanya menggambarkan mengenai situasi atau kejadian, tetapi juga menerangkan hubungan, menguji, hipotesa-hipotesa, membuat prediksi serta mendapatkan arti dan implikasi dari suatu masalah yang ingin dipecahkan (Rukajat, 2018).

Metode pendekatan penelitian kualitatif yang digunakan oleh peneliti adalah studi kasus. Oleh karena itu peneliti menggunakan studi kasus untuk mengetahui lebih dalam mengenai pemanfaatan Instagram sebagai promosi perpustakaan. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif yaitu pendekatan penelitian tanpa menggunakan angka statistik tetapi dengan pemaparan secara deskriptif yaitu berusaha mendeskripsikan suatu gejala, peristiwa dan kejadian yang terjadi menjadi fokus perhatiannya untuk kemudian dijabarkan sebagaimana adanya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sarana Promosi Perpustakaan

Promosi perpustakaan dapat dikatakan sebagai susunan kegiatan yang bermula dari perencanaan, proses, hingga penyelesaian, yang memiliki tujuan agar masyarakat dapat mengetahui fasilitas, koleksi bahan pustaka, layanan perpustakaan, dan kegiatan yang tersedia di perpustakaan tersebut. Promosi perpustakaan bertujuan untuk memperkenalkan fungsi dan manfaat perpustakaan kepada masyarakat, agar masyarakat dapat mengetahui layanan apa saja yang tersedia di perpustakaan sehingga masyarakat tertarik untuk datang dan memanfaatkan koleksi yang ada. Media-media promosi

yang biasa digunakan, seperti media cetak, ceramah, media elektronik, pameran, dan lain sebagainya (**Hary Supriyatno, 2019**). Menurut **Mustafa (2019)** promosi merupakan proses berkomunikasi yang meyakinkan pemasaran dengan mengikutsertakan teknik-teknik hubungan masyarakat. Promosi juga diartikan sebagai tempat bertukarnya informasi yang melibatkan organisasi dan konsumen yang bertujuan untuk memberikan informasi tentang jasa atau produk tersebut. Promosi perpustakaan diadakan untuk memperkenalkan perpustakaan yang bersangkutan secara lebih luas dan dalam kepada masyarakat. Selain itu, promosi perpustakaan juga bertujuan untuk meningkatkan minat baca masyarakat dan mendorong terhadap penggunaan koleksi bahan pustaka yang ada di perpustakaan secara maksimal.

Trend Penggunaan Media Sosial di Perpustakaan

Media sosial mengacu pada penggunaan platform media baru yang mensyaratkan adanya komponen dan saluran komunikasi publik yang ditandai dengan adanya aktivitas *online*. Media sosial mencakup struktur sosial dimana di dalamnya orang-orang dapat saling berinteraksi dan berkolaborasi antara satu dengan yang lainnya. Perpustakaan sendiri biasanya menggunakan media sosial sebagai media untuk melakukan promosi, baik mempromosikan koleksi ataupun layanan yang ditawarkan. Namun dengan perkembangan masyarakat digital yang nyaris tidak dapat lepas dari internet, media sosial tampaknya bisa dimanfaatkan lebih dari sekedar media promosi.

Dicky Sukmana, *Chief Creative* Panenmaya dalam sebuah bincang-bincang bersama detikNET berkelakar bahwa kebutuhan pokok masyarakat saat ini sudah bergeser dari sandang, pangan dan papan, menjadi sandang pangan dan chargeran sehingga tantangan hidup bukan lagi harta, tahta dan wanita, tetapi menjadi harta, tahta dan kuota (**Rahman 2015**).

Karakteristik Media Sosial

Adapun Karakteristik media sosial menurut **Nasrullah (2015)** dijelaskan dalam bukunya tentang Manfaat penggunaan media sosial oleh perpustakaan antara lain :

a. Jaringan

Jaringan (*network*) berarti infrastruktur komputer (*hardware*) yang menghubungkan komputer yang satu dengan yang lain. Hubungan atau koneksi sangat urgen karena dengan adanya koneksi maka terjadi komunikasi antar komputer melalui jaringan tersebut. Media sosial memiliki karakter jaringan sosial, membentuk jaringan antara penggunanya, baik kenal atau tidak. Mekanisme teknologi inilah yang akan membentuk ikatan sosial. Media sosial terbangun dari struktur sosial yang terbentuk di dalam jaringan atau internet. Jaringan dari sisi lain yaitu jaringan sosial di media sosial terbentuk melalui perangkat teknologi, internet tidak sekedar alat (*tool*). Internet memberikan andil terhadap munculnya ikatan sosial melalui interaksi internet. Nilai-nilai dalam masyarakat virtual sampai dalam struktur sosial secara *online*.

b. Informasi

Informasi menjadi entitas yang amat penting dari media sosial karena mereka sharing dengan informasi dari konten yang mereka sebarakan melalui jaringan yang ada. Mereka berhubungan satu sama lain melalui konten informasi. Jadi Informasi menjadi komoditas dalam masyarakat informasi (*information society*). Informasi di produksi, di sebarakan, dipertukarkan di kemas ulang, di simpan dan dikonsumsi yang menjadikan informasi sebagai produk yang bernilai sebagai bentuk baru dari kapitalisme produk. Informasi dalam media sosial memiliki ciri bahwa informasi yang di kodekan (*encoding*) yang kemudian di distribusikan melalui berbagai perangkat sampai dapat diakses oleh pengguna (*decoding*). Informasi inilah yang menjadi sarana saling berinteraksi satu sama lain. Dari sisi lain informasi menjadi komoditas yang ada di media sosial. Setiap anggota yang ingin bergabung harus menyertakan identitas pribadinya. Jadi informasi menjadi hal yang sangat urgen karena memang saling dikonsumsi antar anggotanya.

c. Arsip

Arsip menjadi karakter bahwa informasi yang sudah di unggah akan tersimpan dan siap untuk di akses setiap saat. Bahkan dalam proses penyimpanan bisa terjadi kapitalisasi penyimpanan tidak hanya di tempat kapan memproduksi informasi tersebut tetapi dapat di simpan oleh orang yang pernah mengaksesnya dan melakukan proses penyimpanan.

c. Arsip

Arsip menjadi karakter bahwa informasi yang sudah di unggah akan tersimpan dan siap untuk di akses setiap saat. Bahkan dalam proses penyimpanan bisa terjadi kapitalisasi penyimpanan tidak hanya di tempat kapan memproduksi informasi tersebut tetapi dapat di simpan oleh orang yang pernah

mengaksesnya dan melakukan proses penyimpanan.

d. Interaksi

Terbentuknya jaringan komunikasi antar pengguna menunjukkan bahwa interaksi antar pengguna tersebut tidak sekadar memperluas hubungan pertemanan atau *follower* (pengikut) di dunia maya, tetapi dapat memberikan tanda emosi (*emotion econ*), mengomentari mendesain ulang informasi bahkan menshare media lain dengan aplikasi lain pula. Di sisi lain interaksi tidak sebagaimana pada media lama, penerima hanya menerima tidak dapat langsung memberikan respon atau tidak dapat mengemas kembali informasi yang ada kemudian mensharenya. Interaksi ini juga tidak mengenal waktu, ruang, gender wilayah dan lain sebagainya.

e. Simulasi Sosial

Simulasi terjadi sebagaimana terjadi dalam kenyataan berinteraksi di dunia nyata, namun walaupun tidak merupakan realitas, tetapi itulah yang terjadi pada realitas tersendiri dalam media sosial. Simulasi terjadi bila terjadi komunikasi melalui antar muka (*interface*) harus masuk (*login*) terlebih dahulu. Kemudian penggunapun harus melibatkan keterbukaan identitas yang tidak saja di baca oleh pengguna yang sedang akses tetapi bisa diakses oleh siapa saja.

f. Konten oleh Pengguna

Konten merupakan ciri dari pemilik akun media sosial. Konten juga dimungkinkan diproduksi oleh pengguna lain. Dimana pengguna di satu sisi sebagai produsen konten tetapi di sisi lain juga menjadi konsumen konten tersebut.

g. Penyebaran (*Share/Sharing*)

Medium ini tidak hanya menghasilkan konten yang dibangun dari dan dikonsumsi oleh penggunanya, tetapi juga didistribusikan sekaligus dikembangkan oleh penggunanya. Penyebaran dapat melalui kontennya dan juga melalui perangkatnya yang akan dapat memperluas jangkauan konten tersebut. Umumnya media sosial mempunyai fasilitas tombol *share* pada perangkatnya.

Jenis-Jenis Media Sosial

Kaplan dan Haenlein (dalam Arief Gunawan, 2017) menggolongkan media sosial ke dalam enam jenis, yaitu :

1. Blog dan Microblog

Merupakan sebuah *website* yang dapat digunakan oleh seseorang atau sekelompok orang untuk memasang tulisan. Pengguna tersebut dapat secara bebas mengungkapkan segala hal dalam blog tersebut, seperti kritikan, pengalaman, maupun pernyataan. Dalam blog tersebut tersedia ruang bagi pengunjung untuk membaca dan saling berbalas komentar. Contohnya seperti twitter.

2. Virtual Game World

Melalui dunia virtual ini, penggunanya dapat merasakan keadaan yang ada secara nyata, dikarenakan para pengguna situs ini dapat saling berinteraksi satu sama lain. Sehingga seakan-akan mereka berada dalam dunia nyata, yang pada kenyataannya mereka hanya berada di dunia maya (internet) yang sedang mengreplikasikan lingkungan 3 dimensi. Contohnya seperti game *online*.

3. Konten

Pengguna website ini dapat dengan mudah memasang dan membagikan konten-konten multimedia yang dimiliki, seperti foto, gambar, video, ebook, dan lain sebagainya. Selanjutnya, konten-konten tersebut nantinya akan dibagikan atau disebarakan kepada banyak orang. Contohnya seperti youtube.

4. Virtual Social World

Pengguna dunia virtual ini akan merasa bahwa dirinya tengah hidup di dunia virtual dan bisa saling berinteraksi dengan orang lain. Berbeda dengan *virtual game world*, *virtual social world* ini lebih bebas dan mengarah kepada kehidupan. Contohnya seperti *second life*.

5. Proyek kolaborasi

Bagi pengunjung situs ini yang sudah terdaftar sebagai anggota atau pengguna resmi, mereka diizinkan untuk menambahkan, mengganti, maupun membuang konten-konten yang termuat di dalamnya dengan menggunakan sumber yang baru dan lebih berkualitas. Contohnya seperti Wikipedia.

6. Situs Jejaring Sosial

Pengguna jejaring sosial memperoleh izin untuk bisa terhubung (terkoneksi) dengan cara si pengguna membuat informasi yang sifatnya pribadi, kelompok, maupun sosial, sehingga dapat diakses atau dapat saling terhubung dengan dengan orang-orang di luaran sana. Contoh jejaring sosial

diantaranya facebook dan instagram.

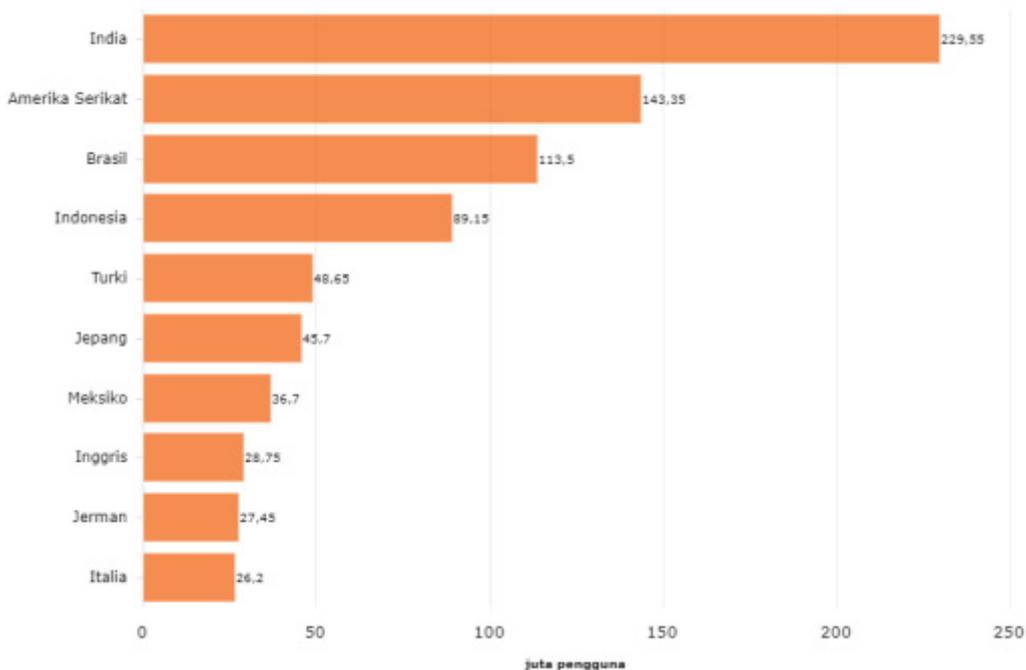
Media Sosial Instagram

Pada awalnya aplikasi instagram yang memiliki banyak menu ini hanya dapat digunakan oleh iPhone saja, namun pada akhirnya dikurangi oleh Mike Krieger dan Kevin Systrom menjadi aplikasi hanya untuk *share* foto, komentar dan juga menyukai unggahan seseorang. Pada tanggal 3 April 2012 instagram untuk Android akhirnya dirilis. Aplikasi tersebut diunduh sebanyak lebih dari satu juta kali dalam waktu kurang dari satu hari. Pada minggu yang sama, instagram berhasil mengumpulkan US\$ 50 juta dari venture capitalist untuk berbagi share perusahaannya, proses yang membuat nilai instagram melejit naik hingga sejumlah US\$ 500 juta.

Kenaikan pesat instagram juga terlihat pada saat tiga bulan berikutnya. Instagram mendapatkan lebih dari satu juta peringkat di *google play*. Kesepakatan emas datang kepada instagram pada saat tawaran akuisisi datang dari Facebook, dengan tawaran untuk membeli instagram (beserta seluruh 13 karyawannya) dengan nilai sekitar US\$ 1 miliar dalam bentuk tunai dan saham pada bulan April 2012. Pada Januari 2013 instagram menegaskan kembali, bahwa pihaknya telah merevisi kebijakan yang menyebabkan terjadinya pemahaman yang ambigu di kalangan pelanggan, juga menekankan bahwa instagram tidak akan menggunakan foto milik pengguna untuk tujuan komersil dalam bentuk apapun.

Instagram dikenal sebagai aplikasi dari *smartphone* yang khusus untuk media sosial yang memiliki fungsi hampir sama dengan Twitter, namun perbedaannya terletak pada pengambilan foto dalam bentuk atau tempat untuk berbagi informasi terhadap penggunaanya. Instagram juga dapat memberikan inspirasi bagi penggunanya dan juga dapat meningkatkan kreatifitas, karena instagram mempunyai fitur yang dapat membuat foto menjadi lebih indah, lebih artistik dan menjadi lebih bagus. Ciri khas dari aplikasi Instagram adalah hasil fotonya yang berupa persegi, mirip dengan produk Kodak Instamatic dan gambar-gambar yang dihasilkan oleh foto Polaroid. Berbeda dengan kamera modern yang biasanya memiliki bentuk persegi panjang atau dengan rasio perbandingan bentuk 16 : 9.

Grafik 1. Jumlah Pengguna Instagram Terbanyak di Dunia (Januari 2023)



Sumber : Katadata Media Network

Menurut Hasil data yang dihimpun oleh Katadata Media Network, Pada awal tahun ini, Indonesia menjadi negara dengan jumlah pengguna Instagram terbanyak ke-4 di dunia, yakni 89,15 juta pengguna. Sementara, di bawah Indonesia ada Turki dengan 48,65 juta pengguna Instagram, kemudian Jepang 45,7 juta, Meksiko 36,7 juta, Inggris 28,76 juta, Jerman 27,45 juta, dan Italia 26,2 juta pengguna.

Merri (dalam Zakirah, 2017) menjelaskan bahwa Instagram juga menjadi wadah untuk membentuk citra diri, di mana semakin banyak angka *followers* (pengikut) dan *like* (menyukai) di beberapa

foto si pemilik akun akan semakin terlihat bahwa si pengguna memiliki citra diri yang tinggi, juga dapat menjadi figur bagi remaja-remaja masa kini.

Sementara itu, pendapat oleh **Chan, Lam dan Chiu (dalam Mafar, 2020)** mengenai konten Instagram yang dimanfaatkan oleh pengelola perpustakaan sebagai media promosi layanan mereka, yaitu bahwa konten Instagram tersebut dikategorikan menjadi 4:

1. Konten penyebaran informasi perpustakaan, adalah konten yang berkaitan dengan informasi mengenai jam buka atau jam tutup perpustakaan, perekrutan tenaga baru, pembukaan layanan khusus, penutupan layanan tertentu, dan lain sebagainya yang masih berhubungan dengan informasi di perpustakaan tersebut.
2. Konten pemasaran dan promosi berisikan tentang berbagai informasi mengenai koleksi apa saja yang dimiliki oleh perpustakaan, fasilitas dan layanan apa saja yang dapat mereka sajikan, dan lain sebagainya.
3. Konten *information* atau *knowledge sharing* berisi informasi yang berhubungan dengan dunia luar perpustakaan, seperti postingan foto atau video yang menghibur maupun memotivasi, informasi mengenai hari-hari tertentu seperti libur nasional atau peringatan hari tertentu, dan lainnya.
4. Konten permintaan masukan, seperti namanya maka konten ini berisi survei yang memuat saran atau masukan dari pemustaka untuk selanjutnya menjadi bahan evaluasi bagi perpustakaan sehingga mereka dapat memperbaiki kekurangan sebelumnya dan berubah menjadi lebih baik lagi. Konten ini dapat berhubungan dengan ketidaklengkapan koleksi perpustakaan maupun berbagai layanan yang dirasakan kurang optimal oleh pemustaka.

Pemanfaatan Instagram Perpustakaan Universitas Bengkulu

Perpustakaan Universitas Bengkulu memanfaatkan media sosial instagram dalam mempromosikan kegiatan yang telah dan akan dilaksanakan, sehingga informasi tersebut dapat dibaca oleh semua kalangan. Pemanfaatan instagram dalam mempromosikan perpustakaan juga tentunya akan merubah pandangan terhadap perpustakaan yang pada umumnya hanya sebagai tempat meminjam dan membaca buku saja. Pengguna instagram menganggap bahwa penggunaan media sosial seperti instagram sangat tepat digunakan sebagai sumber untuk informasi. Instagram tidak hanya digunakan sebagai media penyebarluasan informasi saja, tetapi juga dapat memberikan motivasi kepada pengguna untuk memanfaatkan perpustakaan.

Perpustakaan Universitas Bengkulu sekarang dapat merasakan beberapa manfaat dari kegiatan promosi perpustakaan menggunakan media sosial instagram, seperti Jumlah kunjungan ke perpustakaan mengalami peningkatan, anggota perpustakaan meningkat. Perpustakaan Universitas Bengkulu memanfaatkan beberapa fitur instagram, seperti *feed*, *sorotan*, *live IG*, *instastory*, *hashtag*, *reels* dan bahkan *IG TV*. Konten yang dapat diunggah pada akun instagram Perpustakaan Universitas Bengkulu yaitu segala kegiatan yang mengangkut program kerja yang diberitakan dan disajikan dalam bentuk konten berita, penghargaan-penghargaan yang telah diperoleh dan segala kegiatan yang ada kaitannya dengan literasi.

Pengikut akun instagram Perpustakaan Universitas Bengkulu mengungkapkan bahwa konten-konten yang diunggah oleh admin sangat menarik, karena bukan hanya foto saja, tetapi mengikut sertakan desain grafis dan keterangan (*caption*) pada unggahan tersebut sehingga pembaca lebih paham tentang apa yang diunggah dan dapat mempengaruhi jumlah *like* (menyukai) pada setiap postingan. Dengan begitu pengikut akun instagram juga selalu memberikan dukungan positif seperti pada setiap postingan. Untuk mendapatkan *follower* yang saat ini sudah 4.900 di instagram, pustakawan Perpustakaan Universitas Bengkulu selalu gencar melakukan promosi akun instagram dengan cara memperkenalkan secara lisan melalui teman akun instagram perpustakaan dan juga mencantumkan akun instagram tersebut pada spanduk atau setiap pemaparan kegiatan. Bukan hanya memperkenalkan tetapi juga mengajak untuk mengikuti akun instagram tersebut.

Seperti yang diketahui, pengelolaan media sosial instagram Perpustakaan Universitas Bengkulu sudah dikelola dengan baik oleh pengelola akun instagram tersebut. Pengelola akun instagram berusaha untuk selalu *update* dalam memberikan informasi yang berkaitan dengan kegiatan atau program kerja. Berikut tampilan dari konten yang sudah dimuat di Perpustakaan Universitas Bengkulu sebagai kegiatan pokok pengelolaan akun instagram. Hasil penelitian menunjukkan bahwa alasan media sosial Instagram lebih dipilih sebagai sarana promosi oleh Perpustakaan Universitas Bengkulu yaitu, dikarenakan Instagram dilengkapi fitur-fitur yang mendukung untuk promosi, Instagram lebih populer dibanding media sosial lainnya, tampilan yang lebih menarik, dan banyaknya masyarakat khususnya para remaja

yang menggunakan Instagram dalam bersosial media.

Insight yang diperoleh akun Instagram Perpustakaan Universitas Bengkulu pada 14 hari terakhir terhitung tanggal 23 Mei - 5 Juni 2023 terhitung mengalami peningkatan jumlah interaksi, seperti akun yang dijangkau mencapai 1.307, sedangkan akun yang berinteraksi yaitu sebanyak 63 akun.

KESIMPULAN

Salah satu kunci dalam keberhasilan perpustakaan, yaitu terletak pada kunjungan pengguna dan pemanfaatan secara maksimal koleksi bahan pustaka oleh pengguna. Untuk itulah promosi perpustakaan dilakukan guna meningkatkan kedua hal tersebut dan demi mewujudkan keberhasilan perpustakaan sebagai lembaga yang menyediakan informasi kepada masyarakat. Kepopuleran media sosial saat sekarang ini harus dimanfaatkan perpustakaan sebagai media promosi yang memudahkan dalam berinteraksi dan menarik pengguna untuk datang ke perpustakaan.

Saat ini sudah banyak pengelola perpustakaan yang mulai memanfaatkan Instagram sebagai media publikasi beberapa diantaranya adalah perpustakaan-perpustakaan yang ada di perguruan tinggi, namun masih banyak juga yang belum menggunakan cara ini sebagai metode promosi perpustakaan. Diharapkan agar di masa yang akan datang pihak-pihak yang mengelola perpustakaan terutama para pustakawan dapat lebih mengoptimalkan pemanfaatan media sosial seperti Instagram, hingga jenis media sosial lainnya sebagai sarana promosi.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina. "Analisis Penggunaan Media Sosial Instagram terhadap Sikap Konsumerisme Remaja di SMA Negeri 3 Samarinda. *eJurnal Ilmu Komunikasi* 4, No. 3 (Agustus 2016): 410-420.
- Ajat Rukajat. 2018. *Pendekatan Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Deepublish.
- Gunawan, Arief. (2017). Pemanfaatan Media Sosial di Perpustakaan. *Jurnal Pari*, 3 (1), 49-52.
- Karo-Karo, I. R., & Rohani, R. (2018). Manfaat media dalam pembelajaran. *AXIOM: Jurnal Pendidikan dan Matematika*, 7(1), 91-96. Diakses pada tanggal 06 Mei 2023. dari laman <http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/axiom/article/view/1778>.
- Mafar, F. (2020). Pemanfaatan Instagram oleh Perpustakaan PTKIN di Jawa Timur. *Fihris: Jurnal Ilmu Perpustakaan dan Informasi*, 15(2), 167-180. Diakses pada tanggal 06 Mei 2023 dari laman : <http://ejournal.uinsuka.ac.id/adab/FIHRIS/article/download%20load/1771/886>.
- Mustofa, M. (2017). *Promosi Perpustakaan Melalui Media Sosial: Best Practice*. Publication Library and Information.
- Nasrullah, Rulli (2015). *Media Sosial : Perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Novianti, Y. (2017). "Konsep Diri Remaja dalam Media Sosial (Studi Deskriptif Kualitatif Konsep Diri pada Pengguna Media Sosial Instagram di kalangan Pelajar SMA di Kota Medan)". Skripsi Sarjana. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Departemen Ilmu Komunikasi. Universitas Sumatera Utara. Medan. Diakses pada tanggal 06 Mei 2023, dari laman. <http://repository.usu.ac.id/handle/123456789/20971>.
- Rahman, Adi Fida. 2015. Tantangan di Era Digital: Harta, Tahta dan Kuota. September 29. Diakses pada tanggal 7 Mei, 2023.
- Supriyatno, Hary. (2019). Strategi Pemanfaatan Media Sosial sebagai Sarana Promosi Perpustakaan : Studi Analisis Persepsi Pemustaka Tentang Efektifitas Pemanfaatan Media Sosial sebagai Sarana Promosi Layanan Perpustakaan UIN Sunan Ampel. *Indonesian Journal of Academic Librarianship*, 3 (3), 33-45.
- Zakirah, D. M. A. (2017). Mahasiswa dan Instagram (Studi Tentang Instagram Sebagai Sarana Membentuk Citra Diri di Kalangan Mahasiswa Universitas Airlangga) (Doctoral dissertation, Universitas Airlangga). Diakses pada tanggal 07 Mei 2023, dari laman : <http://repository.unair.ac.id/70247/>.

uniblibrary ⁹⁺



279
Postingan

4.904
Pengikut

503
Mengikuti

Universitas Bengkulu Library

Perpustakaan

Perpustakaan Universitas Bengkulu

NPP : 1771042D1015314

Jam Operasional Layanan :

Hari Senin - Jum'at | 08.00 - 18.00 WIB

Hari Sabtu & Minggu Tutup

Perpustakaan UNIB, Kandang Limun, Muara Bangka

Hulu, Kota Bengkulu, Bengkulu, Bengkulu

linktr.ee/uniblibrary

Dasbor profesional

2 rb akun dijangkau dalam 30 hari terakhir.

Edit profil

Bagikan profil

Email

Gambar 1. Tampilan *dashboard* instagram Perpustakaan Universitas Bengkulu



Gambar 2. Tampilan postingan dokumentasi kegiatan Perpustakaan Universitas Bengkulu



14 Hari Terakhir ▾

23 Mei - 5 Jun

Gambaran Umum

Anda mencapai **+106%** akun lebih banyak dibandingkan dengan 9 Mei - 22 Mei

Akun yang dijangkau	1.307 > +106%
Akun yang berinteraksi	63 > +173%
Total pengikut	4.905 > +0,4%

Gambar 3. Persentase interaksi pada akun media sosial instagram Perpustakaan Universitas Bengkulu