

## Pemanfaatan Sosial Media Instagram sebagai Alat Promosi Layanan Informasi Perpustakaan

\*Kartini<sup>1</sup>, Anggi Kumala<sup>2</sup>, Ummi Afzah Amirah<sup>3</sup>, M. Olga Roziqna Damanik<sup>4</sup>, Hikmah Rosari<sup>5</sup>

<sup>1,2,3,4,5</sup> Fakultas Ilmu Sosial, UIN Sumatera Utara, Indonesia

E-mail: [kartinisikumbang86@gmail.com](mailto:kartinisikumbang86@gmail.com), [anggigp60@gmail.com](mailto:anggigp60@gmail.com), [ummiafzaha@gmail.com](mailto:ummiafzaha@gmail.com),  
[olgadamanik2@gmail.com](mailto:olgadamanik2@gmail.com), [hikmahrosari534@gmail.com](mailto:hikmahrosari534@gmail.com)

**Article History:** Submission: 2023-12-26 || Accepted: 2024-03-18 || Published: 2024-03-20  
**Sejarah Artikel:** Penyerahan: 2023-12-26 || Diterima: 2024-03-18 || Dipublikasi: 2024-03-20

### Abstract

This study suggests using Instagram as a research tool for perpustakaan information. The purpose of this study is to understand how a certain press agency uses Instagram to market information services. Literature studies are research methods used to learn more in-depth information on many topics related to data collection, including reading, writing, analyzing, and storing research materials (Zed, 2008:3). In general, literary analysis is a method used to solve problems by looking at previously written passages that have been annotated. The necessary summaries for this research can be obtained from the summaries of pustaka. It is not necessary to turn away from literature and engage in conversation with respondents. According to this study, Instagram is a social media platform that is very effective at promoting brand awareness in relation to the information services that are offered.

**Keywords:** Instagram, Marketing, Information Services, Library.

### Abstrak

Studi ini menyelidiki penggunaan Instagram sebagai alat pemasaran untuk layanan informasi perpustakaan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana sebuah perpustakaan menggunakan Instagram untuk memasarkan layanan informasi. Studi literatur adalah metode penelitian yang digunakan untuk mengetahui lebih lanjut tentang berbagai tindakan yang terkait dengan pengumpulan data pustaka, membaca, mencatat, dan mengelola bahan penelitian (Zed, 2008:3). Secara umum, studi literatur adalah pendekatan yang digunakan untuk menyelesaikan masalah dengan melihat sumber-sumber tulisan yang telah ditulis sebelumnya. Sumber-sumber yang diperlukan untuk penelitian ini dapat diperoleh dari sumber-sumber pustaka. Studi literatur tidak perlu turun ke lapangan dan berbicara dengan responden. Studi ini menunjukkan bahwa Instagram adalah platform media sosial yang sangat efektif untuk mempromosikan perpustakaan dalam kaitannya dengan pemasaran layanan informasi yang disajikan.

**Kata kunci:** Instagram, Pemasaran, Layanan Informasi, Perpustakaan.

This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.



## I. PENDAHULUAN

Perpustakaan dan institusi pengetahuan lainnya mendapat manfaat dari kemajuan teknologi yang semakin cepat dan luas. Media sosial adalah salah satu contoh perkembangan teknologi. Pada Januari 2022, jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia meningkat 12,35% dari 170 juta orang pada tahun sebelumnya (Mahdi, 2022). Karena tingginya minat masyarakat terhadap teknologi, perpustakaan dapat lebih mudah mempromosikan institusinya. Perkembangan teknologi informasi saat ini yang semakin berkembang dengan cepat telah menghasilkan banyak alat komunikasi yang dapat melakukan banyak hal dan hemat energi. Alat-alat ini sangat efektif untuk banyak orang dan dapat digunakan untuk berbagai tujuan. Saat ini, dunia virtual telah menjadi bagian penting dari kehidupan manusia, dan hal-hal seperti belanja online, alat komunikasi, dan alat pencari informasi adalah contoh gaya hidup modern. Sekarang, media komunikasi yang dulu

kita sebut sebagai handphone telah berubah menjadi smartphone atau telepon pintar. Smartphone saat ini memiliki banyak fitur yang lebih dari hanya mengirim pesan, menerima pesan, dan menelpon. Mereka juga dapat membantu pengguna mengakses informasi melalui browsing internet dan berbagi momen dengan orang lain dengan menginstal media sosial di smartphone mereka. Komunikasi, khususnya komunikasi massa atau media sosial, menggunakan teknologi informasi yang beragam dan terus berkembang untuk mendukung kegiatan komunikasi di berbagai portal aplikasi media sosial.

Di era teknologi saat ini, sebagian orang percaya bahwa memiliki media sosial adalah hal yang wajib. Ini karena memiliki banyak fitur yang menarik, yang memungkinkan orang untuk mengakses informasi, hiburan, kreativitas, usaha, dan banyak lagi. Ini sejalan dengan pendapat Van Djik (2013) dalam (Theodora, 2021) bahwa media sosial berkonsentrasi pada eksistensi pemakai dan menyediakan berbagai fasilitas untuk mendukung aktivitas. Secara umum, kita mengetahui bahwa berbagai macam aplikasi media sosial terdiri dari Facebook, Line, Twitter, Tiktok, dan Instagram. Instagram adalah salah satu dari banyak aplikasi yang memiliki tujuan yang sama, yaitu memungkinkan pengguna untuk berbagi momen. Instagram adalah platform media sosial yang paling populer di kalangan banyak orang (Zuhri & Christiani, 2018). Instagram saat ini lebih banyak digunakan untuk branding daripada berinteraksi dengan orang lain (Rahmadanti, 2016). Perpustakaan harus menggunakan keberadaan media sosial Instagram sebaik mungkin. Menurut Saputro (2019), penggunaan ini dapat dianggap sebagai bentuk eksistensi perpustakaan di dunia virtual. Instagram juga dapat digunakan untuk memasarkan produk dan layanan kepada pengguna.

Indonesia adalah salah satu negara yang paling banyak menggunakan media sosial untuk berkomunikasi dan hiburan. Bahkan hampir sebagian besar masyarakat Indonesia, terutama generasi milenial dan Gen Z yang sangat tertarik dengan teknologi, menggunakan Instagram. Hal ini dibuktikan oleh statistik yang menunjukkan bahwa jumlah pengguna Instagram telah meningkat menjadi 99,15 juta orang (Prasty, 2022). Sebaliknya, data yang dikumpulkan oleh Good Stas menunjukkan bahwa Indonesia adalah negara keempat dengan pengguna Instagram aktif terbanyak, hanya mengungguli Brasil (Hasya, 2022).

Penggunaan Instagram yang tinggi di masyarakat memicu aktifitas masyarakat didalan media sosial. Banyak perusahaan, merek produk, dan bahkan perpustakaan menggunakan platform ini untuk berkomunikasi dan mempromosikan produk mereka. Dengan berbagai fiturnya, Instagram mampu mendorong promosi era digital dan membantu komunikasi dalam suatu perpustakaan. Jika diteliti kembali, platform tersebut mampu menyajikan dan menampilkan informasi secara visual dalam bentuk video dan gambar. Publik yang merupakan pengguna atau pengikut akun Instagram tersebut dapat membantu perpustakaan dalam mempresentasikan dirinya kepada mereka. Generasi milenial atau Gen Z sangat dekat dengan teknologi smartphone, terutama media sosial Instagram. Perguruan tinggi memiliki kewajiban untuk menyediakan fasilitas yang menjamin proses belajar mahasiswa dan civitas akademik. Perpustakaan adalah salah satu tempat yang membantu kemajuan pendidikan dan penelitian. Perpustakaan memiliki banyak fungsi di perguruan tinggi. Mereka berfungsi sebagai referensi yang dapat diandalkan, tempat pengembangan intelektual melalui bahan bacaan dan diskusi, dan tempat rekreasi. Sebagian besar pengguna perpustakaan perguruan tinggi adalah mahasiswa yang dekat dengan media sosial. Oleh karena itu, penggunaan media sosial harus mulai diintegrasikan ke dalam komunikasi, promosi, dan penyebaran informasi di perpustakaan untuk menciptakan citra yang lebih positif. Ini dapat dicapai melalui promosi di Instagram.

Perpustakaan umum dianggap sebagai pusat sosial untuk menciptakan lingkungan belajar yang sehat dan menawarkan layanan gratis. Perpustakaan selalu ingin meningkatkan pengaruh dan keterlibatan mereka dengan komunitas mereka. Pemasaran, seperti perpustakaan, adalah bagian terpenting dari bisnis. Perpustakaan harus mempromosikan kegiatan, layanan, dan koleksinya kepada pemustaka karena kekhawatiran akan tergerusnya perpustakaan oleh internet, tempat masyarakat dapat menemukan informasi secara cepat dan praktis. Menurut Breeding (2021), penggunaan media sosial dalam strategi pemasaran perpustakaan tidak selalu sesuai dengan nilai utama perpustakaan seperti privasi pelindung, layanan masyarakat, dan konten objektif. Perpustakaan yang memasukkan elemen media sosial dalam strategi pemasaran mereka harus mempertimbangkan keuntungan yang diharapkan dari keterlibatan patron dibandingkan dengan privasi pelindung (Breeding, 2021). Kumar dalam Anwar & Zhiwei (2020) mengatakan bahwa

perpustakaan profesional akan lebih terbiasa dengan media sosial dan perencanaan dan kebijakan pemasaran.

Pemasaran adalah analisis, perencanaan, pelaksanaan, dan kontrol program yang dirancang untuk mencapai tujuan organisasi melalui pertukaran nilai dengan target pasar. Menurut American Marketing Association, pemasaran adalah proses membuat, mengkomunikasikan, menyampaikan, dan berbagi produk yang memiliki nilai bagi konsumen dan masyarakat secara keseluruhan. Menurut Luo et al. (2013), tujuan utama keterlibatan media sosial perpustakaan adalah untuk meningkatkan visibilitas perpustakaan, memperbarui citra dan reputasi e-perpustakaan, mendorong penawaran konten tertentu, dan membangun komunitas pelanggan yang terlibat (Luo et al., 2013). Pada dunia digital yang berkembang pesat, pemasaran menjadi semakin penting untuk menarik pengguna ke perpustakaan dan layanannya. Perpustakaan harus melakukan promosi untuk meningkatkan reputasi merek mereka, memperkenalkan berbagai layanan yang ada dengan cara yang inovatif, dan menarik pengunjung (Asari et al., 2022). Artikel ini akan membahas masalah yang muncul tentang bagaimana menggunakan Instagram sebagai platform media sosial untuk memasarkan layanan informasi perpustakaan.

## **II. METODE PENELITIAN**

Penelitian ini mempelajari literatur tentang metode membaca, mencatat, dan mengelolah bahan penelitian. Studi literatur biasanya adalah pendekatan untuk memecahkan masalah dengan memeriksa sumber tulisan sebelumnya. Data yang diperlukan untuk penelitian ini dapat diperoleh dari pustaka atau dokumen, seperti buku, jurnal, artikel ilmiah, dan ulasan literatur yang membahas konsep yang akan diteliti. Studi literatur tidak perlu turun ke lapangan dan berbicara dengan responden. Penelitian ini akan mengkaji terkait penggunaan Instagram sebagai platform media sosial untuk memasarkan layanan informasi perpustakaan.

## **III. HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **1. Pemanfaatan Instagram sebagai Media Promosi Perpustakaan dalam Periklanan**

Tujuan periklanan yang digunakan untuk meningkatkan reputasi perusahaan. Perpustakaan dapat menggunakannya untuk membangun persepsi masyarakat. Perpustakaan dapat menggunakan Instagram sebagai media untuk membangun citra. Ini membantu kegiatan membangun citra karena dapat digunakan untuk periklanan, meskipun umumnya periklanan membutuhkan biaya yang tinggi, tetapi dalam hal ini biaya yang digunakan relatif murah. Komponen periklanan lainnya bertugas memberi tahu atau menyampaikan pesan; informasi diri sendiri membantu meningkatkan pemahaman tentang nilai merek. dengan adanya pengikut yang mengikut konten yang mengandung informasi perpustakaan. Perpustakaan dapat menciptakan gambaran yang positif.

Dalam hal informasi, pengelola perpustakaan harus memberikan informasi tentang seminar atau talkshow yang dilakukan oleh perpustakaan atau tentang kegiatan bazar buku. Beberapa kegiatan diposting selain kegiatan yang dipublikasi; ini termasuk kegiatan dari layanan khusus atau kegiatan yang tidak termasuk dalam layanan yang ada di perpustakaan. Dengan demikian, dengan menyebarkan informasi bermanfaat. Akun Instagram berfungsi sebagai alat untuk menyebarkan informasi yang dapat diakses oleh pembaca atau pengikut akun Instagram perpustakaan. Iklan yang efektif memiliki kemampuan untuk mendorong pembeli untuk mencoba barang dan jasa yang diiklankan. Ini adalah fungsi kedua dari iklan. Sangat bermanfaat untuk mendorong orang untuk mengunjungi perpustakaan jika diterapkan di dunia perpustakaan. Mereka memposting berbagai kegiatan perpustakaan yang sedang berlangsung. Ketiga, Reminding, adalah bagaimana iklan menjaga merek tertanam dalam ingatan pelanggan. Yang keempat, Adding Value, adalah bagaimana iklan memberikan nilai tambahan kepada merek dengan mempengaruhi persepsi pelanggan. Periklanan ini membuat Anda terlihat lebih menarik, modis, dan bergengsi.

### **2. Pemanfaatan Instagram sebagai Promosi dalam Penjualan Personal**

Perpustakaan dapat menggunakan alat penjualan personal untuk mempromosikan diri mereka kepada publik atau masyarakat. Penjualan personal berfokus pada promosi diri dan membangun hubungan dengan masyarakat. Untuk penjualan personal, Anda dapat mengetahui

tentang konten yang telah diposting oleh pengelola di akun Instagram perpustakaan. Konten yang dipublikasikan dalam penjualan personal adalah yang berikut. Program ini membahas publikasi perpustakaan yang biasa dilakukan oleh pengelola akun Instagram, tetapi pengelola akun Instagram tidak hanya memposting di Instagram. Namun, memberikan konten yang menarik dan berisi nilai informasi untuk pengguna atau pemustaka.

Pengelola perpustakaan dapat membantu mempromosikan perpustakaan kepada masyarakat dengan memposting kegiatan perpustakaan, seperti seminar yang melibatkan pihak lain. Semakin banyak pihak perpustakaan bekerja sama dalam promosi, semakin besar peluang perpustakaan untuk dikenal oleh masyarakat. Pengendali dan pembaca dapat memberi komentar atau menjawab satu sama lain secara langsung. Bahkan dengan menggunakan akun Instagram, biaya iklan akan jauh lebih rendah daripada menggunakan media phamflet, brousur, dll. Sehubungan dengan pernyataan tersebut, dapat disimpulkan bahwa menggunakan akun Instagram membantu penjualan personal. Pertama dan terpenting, penjualan individu menghasilkan tingkat perhatian pelanggan yang relatif tinggi.

Manfaat kedua adalah bahwa pengusaha dapat menyampaikan pesan sesuai kebutuhan. dengan menggunakan analisis manfaat tersebut, pengelola dapat menyampaikan informasi dengan cara yang tepat dan tidak monoton. Pengelola akun Instagram dapat mempromosikan konten dengan memposting gambar, video, atau cerita Instagram. Manfaat ketiga ciri-ciri kedua belah pihak menghasilkan umpan balik, yang memungkinkan pengusaha untuk memahami dengan cermat sifat konsumen mereka. Adanya komunikasi dua arah tentu memberikan keuntungan ketiga ini. Manfaat keempat adalah bahwa penjual per orang dapat berbagi banyak data. Perpustakaan dapat menggunakan like akun Instagram untuk mendapatkan informasi apa pun yang dibutuhkan pemustaka. Manfaat kelima adalah kemampuan penjualan individu untuk menunjukkan fitur dan karakteristik produk. Dalam memposting informasi, pengelola harus memastikan bahwa informasi yang diposting mencerminkan perpustakaan sehingga orang-orang, terutama pengikut, mengetahui apa yang diposting oleh perpustakaan.

### 3. Pemanfaatan Instagram sebagai Promosi Penjualan

Promosi penjualan bertujuan untuk mendorong pelanggan untuk membuat keputusan membeli yang lebih cepat, mendorong mereka untuk menggunakan jasa tertentu, atau mempercepat keputusan membeli mereka. Promosi penjualan perpustakaan ini bertujuan untuk meningkatkan pengikut Insatgram perpustakaan. Perpustakaan berharap agar orang-orang yang mengikuti akun Instagram mereka tahu tentang apa yang ada di sana, terutama tentang kegiatan yang dilakukan di sana. Dalam promosi penjualan yang berfokus pada pelanggan, ada beberapa tujuan yang ingin dicapai. Tujuannya adalah untuk mendorong konsumen untuk melakukan pembelian pertama, mendorong pembelian ulang, dan meningkatkan reputasi merek. Perpustakaan memberikan insentif kepada komunitas yang mengikuti akun Instagram perpustakaan untuk mencapai tujuan tersebut. Perpustakaan berfokus pada seminar yang diadakan sendiri dalam kegiatan ini.

### 4. Pemanfaatan Instagram dalam Hubungan Perpustakaan dan Masyarakat

Berita adalah instrumen penting dalam hubungan masyarakat. Ini sejalan dengan pendapat beberapa pengikut bahwa pengelola memposting lebih banyak tentang aktivitas perpustakaan. Perpustakaan secara umum melakukan banyak hal, termasuk kegiatan khusus, layanan perpustakaan, dan kegiatan selain layanan. Ini jelas sejalan dengan dasar humas, yaitu menginformasikan tentang sebuah organisasi atau instansi. Dengan memposting kegiatan perpustakaan, pengelola dapat menginformasikan apa yang ada dan telah dilakukan di perpustakaan. hal ini ditunjukkan oleh konten yang dipublikasikan oleh pengelola.

### 5. Pemanfaatan Instagram sebagai Promosi dalam Pemasaran Langsung

Media sosial sekarang dapat digunakan untuk pemasaran langsung dan berkomunikasi secara timbal balik. Akun Instagram baru-baru ini memungkinkan komunikasi dua arah melalui Direct Message atau komentar yang belum diketahui oleh follower. Selain memanfaatkan fitur tersebut. Dalam pemasaran langsung, pengelola dapat menggunakan bahasa caption untuk mempromosikan produk mereka. Dalam caption, tidak perlu menggunakan bahasa formal, tetapi

saat ini tidak masalah menggunakannya. Sangat penting bahwa caption menggunakan bahasa yang mengajak orang untuk berkunjung ke perpustakaan dan dengan cara yang sopan melakukannya melalui akun Instagram perpustakaan. Karena bahasa yang digunakan sehari-hari oleh masyarakat membuat pemustaka merasa akrab karena menggunakan bahasa yang sama. Perpustakaan dapat menjadi lembaga yang terhubung dengan masyarakat melalui pengikut akun Instagram mereka. dengan dasar untuk menggunakan bahasa dalam kehidupan sehari-hari. Bahasa judul posting informasi perpustakaan sangat penting untuk mempromosikan perpustakaan. Selain konten kegiatan-kegiatan yang menarik, bahasa digunakan untuk mengajak orang untuk berkunjung ke perpustakaan atau, setidaknya, mendorong mereka untuk memfollow akun Instagram perpustakaan. Dengan menggunakan bahasa, tujuan pemasaran langsung membujuk orang untuk berkunjung ke akun Instagram perpustakaan dapat dicapai.

#### **IV. SIMPULAN DAN SARAN**

##### **A. Simpulan**

Perpustakaan dapat menggunakan Instagram sebagai medianya untuk membangun citra, dan pengelola dapat mengetahui penjualan personal melalui konten yang telah dipublikasikan oleh pengelola di akun Instagram perpustakaan. Selain itu, penjualan personal berusaha untuk membangun hubungan yang baik dengan masyarakat. Promosi penjualan perpustakaan memberikan intensif berupa hadiah kepada pengikut yang memiliki catatan baik selama menjadi pemustaka.

##### **B. Saran**

Berdasarkan kajian di atas, adapun saran yang dapat penulis sampaikan yaitu perpustakaan dapat menggunakan Instagram untuk mempromosikan secara langsung kepada pembaca melalui kolom komentar dan pesan langsung kepada pembaca. Hendaknya pengelola akun instagram rutin memposting gambar, video, atau cerita.

#### **DAFTAR RUJUKAN**

- Dewanti, Fadilla Annisa. (2021). Kajian Variasi Konten Tiktok Brentwood Public Library (Brenlibny) Sebagai Media Promosi Perpustakaan. 10 (1). 52-66
- Faisal, Imam Agus & Rohmiyati, Yuli. Analisis Pemanfaatan Media Instagram Sebagai Promosi Perpustakaan Provinsi Jawa Tengah.
- Kartini, dkk. (2022). Penelitian Tentang Instagram. 20-26
- Mafar, Fiqru. (2020). Pemanfaatan Instagram Oleh Perpustakaan PTKIN di Jawa Timur. 15 (2). 167-180
- Saraswati, Hapsari Dewi. (2021). Analisis Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Pada Perpustakaan Universitas Dian Nuswantoro. 10 (1). 17-30
- Candra, Handi. 2008. Marketing untuk Orang Awam. Palembang: Maxikom
- Darmawan, Andri. Tanpa tahun. Efektivitas Promosi Ditentukan 6 M. Sumber Diakses pada [02 Januari 2017]
- Kotler, Philip dan Gary Asmtrong. 2001. PrinsipPrinsip Pemasaran. (Terj) Damos Shihombing. Jakarta: Erlangga
- Kusuma, Dwi Hendra. Tanpa tahun. Pemasaran Direct Marketing. Sumber Diunduh [11 mei 2017]
- Lovelock, dkk. 2012. Pemasaran Jasa-Perspektif Indonesia. Ed. 7. Jil. 1. Terj. Dian Wulandari dan Devri Barnadi Putera. Jakart: Erlangga.
- Mustafa, Badollahi. 2010. Materi Pokok Promosi Perpustakaan. Jakarta: Universitas Terbuka.

- Sari, Margita Tiara. (2020). Promosi Perpustakaan Melalui Media Sosial Instagram @austinpubliclibrary: Studi di Austin Public Library Texas. 9 (4). 19-33
- Sastradipoetra, Komaruddin. 2003. Manajemen Marketing: Suatu Pendekatan Ramuan Marketing. Kappa Sigma: Bandung.
- Shimp, Terence A. 2003. Periklanan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Terpadu. Ed. 5. Jilid. 1. Terj. Revyani Sahrial dan Dyah Anikasari. Jakarta: Erlangga
- \_\_\_\_ Terence A. 2004. Periklanan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Terpadu. Ed. 5. Jild. 2. Terj. Revyani Sahrial dan Dyah Anikasari. Jakarta: Erlangga.
- Sulistyo-Basuki. 2010. Pengantar Ilmu Perpustakaan. Jakarta: Universitas Terbuka Sutarno, NS. 2006. Manajemen Perpustakaan: Suatu Pendekatan Praktis. Jakarta: Sagung Seto.
- Sutoyo, Agus. 2001. Strategi dan Pemikiran Perpustakaan Visi Hernandono. Jakarta: Sagung Seto.
- Yuven, Yuni. 2009. "Strategi Promosi Layanan Perpustakaan". Sumber Diakses [11 Desember 2016]