

Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Promosi Perpustakaan Universitas Sari Mutiara Indonesia

Diana Maulida Zakiah^{1*}, Fithria Rizka Sirait², Ernita Siagian³

^{1,2}Program Studi Perpustakaan dan Sains Informasi, Universitas Sari Mutiara Indonesia

³Program Studi Manajemen, Universitas Sari Mutiara Indonesia

* corresponding author

Artikel Informasi	Abstract
Received : 13 Mei 2023	<i>The rapid development of technology, information and communication has given rise to various kinds of social media. These developments also had an impact on libraries. Libraries must be able to adapt to using various social media as a means of promotion, one of which is Instagram. This study aims to find out how Instagram is used as a promotional medium for the Library of Sari Mutiara Indonesia University by using several AIDA elements (Attention, Interest, Desire, Action). The research method used is descriptive qualitative, using interview techniques with 7 informants. The results showed that the use of the Instagram social media application was considered quite effective as a media promotion for the library, this is because the Instagram application can reach a wide audience, the library is also good at displaying content on Instagram using the same theme for several uploads, but it is necessary consistency of the library to continue and schedule the time to post content..</i>
Revised : 28 Mei 2023	
Available Online : 31 Mei 2023	
Keyword	
<i>Instagram, Library Promotional Media, AIDA</i>	
Korespondensi	
Phone :	
Email : diana.zakiah22@gmail.com	

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi saat ini sangat cepat. Setiap individu dapat berkomunikasi dengan mudahnya dengan memanfaatkan *gadget*, laptop dan *device* lainnya dengan mudah, tidak terbatas ruang dan waktu selama terhubung dengan jaringan internet. Dibandingkan dengan dulu, jika komunikasi harus bertukar surat, dan membutuhkan waktu yang lebih lama. Saat ini, bahkan komunikasi tidak hanya dalam bentuk tulisan saja, melainkan juga dapat berupa gambar, video, dan audio.

Perkembangan TIK juga berdampak pada berbagai institusi, lembaga dan organisasi, salah satunya yakni perpustakaan. Perpustakaan juga harus mengikuti dan menerapkan perkembangan TIK tersebut. Hal ini agar perpustakaan selalu *uptodate* dan mengerti apa yang menjadi kebutuhan para penggunanya, sehingga dapat beradaptasi. Perkembangan teknologi, informasi dan komunikasi juga memicu munculnya berbagai media sosial, antara lain *twitter*, *whastapp*, *instagram*, *tiktok*, *facebook*, dan lain sebagainya. Diantara media sosial tersebut yang termasuk banyak digunakan adalah *instagram*.

Instagram merupakan salah satu aplikasi yang menonjolkan berkomunikasi melalui gambar dan video. Facebook juga menampilkan gambar tetapi tidak menjadi fokusnya, pada facebook lebih berfokus pada tulisan. Berdasarkan laporan data oleh We Are Social Databoks (2023), jumlah pengguna instagram secara global berjumlah 1,32 miliar per Januari 2023. Indonesia peringkat keempat (ke-4) menjadi salah satu jumlah pengguna instagram di dunia, dengan jumlah 89,15 juta pengguna. Peringkat pertama ditempati oleh India, kemudian Amerika Serikat, ketiga oleh Brazil.

Data tersebut menunjukkan bahwa instagram merupakan salah satu media sosial yang sangat diminati. Oleh karena itu, dapat dipertimbangkan jika memanfaatkan media sosial instagram sebagai media promosi untuk perpustakaan. Hal ini dikarenakan, dengan memposting konten dan memberikan hastag pada caption tersebut, dapat menjangkau khalayak secara luas, walaupun tidak saling mengenal, dengan catatan profil akun tidak diprivat.

Instagram juga menyediakan dan cocok untuk membuat konten-konten secara kreatif dengan menggunakan fitur-fitur yang telah disediakan, bisa menggunakan filter, dan juga audio yang bisa dipilih sesuai dengan tema atau keinginan penggunanya. Berbagai fitur tersebut dapat dimanfaatkan oleh perpustakaan, untuk membuat berbagai konten yang menarik yang berkaitan dengan

fasilitas, koleksi, layanan dan lain sebagainya. Generasi saat ini juga tertarik dengan berbagai *quotes* atau kata-kata mutiara, atau terkait kepribadian dan perpustakaan bisa melihat peluang tersebut. Perpustakaan dapat membuat konten yang berkaitan dengan hal-hal tersebut untuk menarik minat penggunanya.

Aras & Colaklar (2015) menyatakan bahwa dengan menggunakan media sosial termasuk instagram di perpustakaan perguruan tinggi, dapat dimanfaatkan untuk memberi tahu atau mengenalkan kepada para pengguna tentang sumberdaya baru, informasi tentang perpustakaan, acara, *campaign* perpustakaan dan kegiatan yang berkaitan dengan sosial budaya. Berbagai media dapat digunakan sebagai media promosi oleh perpustakaan.

Perpustakaan perguruan tinggi dapat memanfaatkan media sosial instagram untuk mengenalkan profilnya, layanan serta koleksi yang dimiliki, fasilitas dan lain sebagainya dengan menggunakan aplikasi instagram. Hal ini juga berlaku di Perpustakaan Universitas Sari Mutiara Indonesia yang memanfaatkan aplikasi instagram sebagai media promosi. Hampir 3 tahun pihak perpustakaan memiliki akun instagram @perpustakaan_usmindonesia, dapat dilihat dari waktu pertama kali akun mengunggah postingan pertamanya.

Konten-konten yang diunggah dalam instagram adalah terkait kegiatan

perpustakaan, layanan yang ada di perpustakaan, jam buka pelayanan, informasi perayaan hari-hai khusus, kunjungan dari Perpustakaan Nasional, observasi mahasiswa dari perguruan tinggi lain dan lain sebagainya. Pihak perpustakaan juga selalu menyertakan hastag pada setiap *caption* di unggahan yang dibuat, hal ini bertujuan agar konten yang diunggah dapat dieksplor oleh lebih banyak orang. Namun, jumlah pengikut masih cukup sedikit diakun perpustakaan, berlaku juga dengan jumlah orang yang menyukai, dan memberikan komentar pada setiap postingan.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pemanfaatan instagram sebagai media promosi Perpustakaan Universitas Sari Mutiara Indonesia dengan menggunakan beberapa elemen AIDA (*Attention, Interest, Desire, Action*).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data penelitian ini adalah wawancara, observasi dan studi literatur. Kegiatan wawancara dilakukan pada 7 informan, dengan metode pemilihan informan yakni metode *purposive sampling*. Sugiyono (2016) menjelaskan metode *purposive sampling* merupakan teknik pengambilan informan berdasarkan pertimbangan tertentu. Pada penelitian ini, pertimbangan dilakukan

berdasarkan pada mahasiswa Universitas Sari Mutiara Indonesia yang mengikuti dan atau mengikuti akun instagram perpustakaan @perpustakaan_usmindonesia.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perpustakaan Universitas Sari Mutiara Indonesia merupakan perpustakaan Perguruan Tinggi Swasta yang berada di Kota Medan Sumatera Utara. Perpustakaan Universitas Sari Mutiara Indonesia memanfaatkan aplikasi instagram sebagai media promosi perpustakaan. Aplikasi instagram dapat diakses baik melalui *gadget* maupun laptop dan komputer. Jumlah pengikut (*follower*) akun instagram yang dimiliki oleh Perpustakaan Universitas Sari Mutiara Indonesia masih dalam jumlah yang sedikit yakni 107 pengikut. Hal ini dapat dilihat pada gambar berikut ini:



Gambar 1 Profil Instagram Perpustakaan Universitas Sari Mutiara Indonesia

Nama akun resmi profil instagram Perpustakaan Universitas Sari Mutiara Indonesia adalah @perpustakaan_usmindonesia, di profil tersebut baru memposting atau mengunggah sebanyak 48 postingan. Jumlah pengguna instagram lain yang diikuti adalah sebanyak 47. Profil instagram ini digunakan untuk interaksi antara pihak perpustakaan dengan pengguna perpustakaan.

Beberapa informan yang diwawancarai menyatakan bahwa masih banyak rekan mereka yang tidak mengetahui jika perpustakaan memiliki akun instagram, hal ini berdampak pada jumlah pengikut yang masih berjumlah rendah. Profil instagram seharusnya juga bisa menampilkan hari dan waktu pelayanan perpustakaan, misalnya ditambahkan pada bio, bio merupakan ringkasan secara singkat tentang pemilik akun. Perlunya penambahan informasi tersebut di bio, agar para pengguna dapat mengetahui secara cepat terkait jam layanan perpustakaan.

Perpustakaan Universitas Sari Mutiara Indonesia dirasa kurang aktif untuk mengunggah konten-konten pada akun, hal ini dapat dilihat bahwa postingan pertama sekitar 143 minggu yang lalu atau hampir 3 tahun, masih terbatas 48 postingan, hal ini berarti sangat jarang pihak perpustakaan mengunggah konten di akun miliknya. Dibutuhkan konsistensi dalam memposting,

agar *engagement* akun semakin meningkat, dan juga semakin banyaknya *follower*, selain itu juga dibutuhkan kreativitas pihak perpustakaan.

Akun instagram Perpustakaan Universitas Sari Mutiara Indonesia mengunggah berbagai konten terkait dokumentasi kegiatan yang diikuti oleh pustakawannya, pemberitahuan terkait tutup pelayanan dikarenakan hari libur, dokumentasi suasana pengguna perpustakaan yang berkunjung ke perpustakaan, dokumentasi penataan ulang perpustakaan, informasi terkait koleksi baru yang ada di perpustakaan, dokumentasi kunjungan dari pihak Perpustakaan Nasional, peringatan hari-hari khusus perpustakaan, dokumentasi observasi dari mahasiswa universitas lain, tata cara pendaftaran anggota dan juga fasilitas yang ada di perpustakaan. Beberapa postingan instagram perpustakaan adalah sebagai berikut:



Gambar 2 Postingan Perpustakaan Universitas Sari Mutiara Indonesia di Instagram

Gambar 2 menunjukkan bahwa postingan pada akun instagram Universitas Sari Mutiara Indonesia didominasi oleh konten berupa foto, dan hanya terdapat dua (2) video *reels*. Video tersebut menayangkan beberapa koleksi terbaru bidang hukum di perpustakaan, video yang lain memperlihatkan bagaimana situasi dan kondisi, fasilitas yang ada di perpustakaan. Dari beberapa postingan juga dapat dilihat bahwa pihak perpustakaan sudah memulai konsisten bagaimana tema yang digunakan untuk mengunggah foto, terlihat beberapa unggahan foto memiliki tema yang sama yakni warna hijau. Pihak perpustakaan juga memanfaatkan *hashtag*, agar semakin luas jangkauan orang-orang yang dapat mengaksesnya.

Fitur instagram yang kurang dimanfaatkan adalah *insta story*, padahal dengan menggunakan fitur tersebut pihak perpustakaan dapat membuat polling, ataupun dapat digunakan untuk *repost* postingan pengguna yang menandai akun perpustakaan. Hal ini dapat bermanfaat menjembatani antara pihak perpustakaan dan pengguna.

Dari 7 informan mahasiswa menyatakan bahwa seharusnya pihak perpustakaan juga dapat menggunakan atau memanfaatkan fitur live instagram, hal ini dapat digunakan sebagai ajang komunikasi dan silaturahmi antara pihak perpustakaan dengan pengguna perpustakaan. Berikutnya, 6 informan memaparkan bahwa mungkin bisa diadakan perlombaan membuat video kreatif, kemudian menyertakan *hashtag* dan menandai akun Perpustakaan Universitas Sari Mutiara Indonesia. Hal ini bertujuan agar semakin luas jangkauan pemirsa yang dapat melihat dan menonton serta mengetahui terkait akun instagram perpustakaan.

Pada elemen pertama yakni *Attention* (perhatian), tahap ini merupakan tahapan awal, bagaimana pihak perpustakaan menarik perhatian para pengguna. Pada elemen pertama ini, 5 dari 7 informan menyatakan bahwa konten pada akun instagram perpustakaan terlihat monoton, pihak perpustakaan hanya berfokus mengunggah

konten yang hanya berkaitan dengan perpustakaan saja, seharusnya pihak perpustakaan dapat memposting konten tentang isu-isu yang masih ada kaitannya dengan perpustakaan. Sedangkan 2 informan berikutnya menyatakan bahwa konten yang diunggah oleh perpustakaan sudah cukup menarik, karena pihak perpustakaan sudah memiliki *template* dengan warna yang sama untuk mengunggah foto.

Elemen kedua yaitu *Interest* (minat), pihak perpustakaan selalu menyertakan di setiap *caption* pada setiap postingan yang diunggah agar para pengguna dapat mengakses informasi yang disediakan oleh perpustakaan dengan mencantumkan *link website* perpustakaan, repositori perpustakaan, *ejournal* perpustakaan dan juga katalog *online*. Hal ini bertujuan agar *follower* dapat membaca *caption* tersebut, dan juga membaca lebih lanjut bagaimana mengakses informasi di perpustakaan. Selain itu juga, pihak perpustakaan juga selalu menyertakan untuk mengikuti akun media sosial yang lain yang juga dimiliki perpustakaan.

Berdasarkan hasil wawancara, 5 informan menyatakan bahwa *caption* yang dituliskan pihak perpustakaan sudah cukup jelas, dengan disertai informasi terkait bagaimana menelusur dan mengakses informasi yang dimiliki perpustakaan, tetapi bahasa yang digunakan masih baku dan

formal, sehingga terlihat masih ada sekat antara pengikut dengan pihak perpustakaan di akun instagram. Sedangkan 2 informan menyatakan bahwa informasi yang dituliskan di *caption* sudah cukup jelas dan mudah dipahami.

Elemen ketiga adalah *Desire* (keinginan), elemen ini berkaitan dengan sikap pengguna terhadap produk atau jasa yang ditawarkan kepadanya. Pada elemen ini, 4 dari 7 informan memaparkan bahwa terdapat rasa ingin tahu lebih lanjut terkait perpustakaan, kegiatan apa saja yang tersedia, jam pelayanan, dan lain sebagainya. Hal ini dikarenakan beberapa informan tersebut membutuhkan akses sumber-sumber informasi yang valid untuk dapat digunakan sebagai referensi dalam mengerjakan tugas harian perkuliahan dan tugas akhir. Tiga (3) informan tersebut diantaranya bahkan membutuhkan koleksi bahan pustaka yang ada di perpustakaan untuk praktik beberapa mata kuliah yang dimilikinya.

Elemen keempat adalah *Action* (tindakan), jika dalam elemen sebelumnya masih berupa keinginan, namun elemen keempat ini sudah tahap adanya tindakan untuk memenuhi keinginan tersebut. Pada elemen ini, 4 informan menyatakan bahwa konten pada instagram perpustakaan kurang berdampak pada tindakan kedua informan tersebut untuk berkunjung ke perpustakaan. Keempat informan datang ke perpustakaan,

karena mereka membutuhkan koleksi bahan pustaka, bukan karena adanya promosi perpustakaan di instagram. Namun, 3 informan menyatakan bahwa promosi perpustakaan melalui instagram memiliki dampak yang positif, dan mempengaruhi keputusan mereka untuk mengunjungi ke perpustakaan, memanfaatkan akses sumber-sumber informasi yang disediakan perpustakaan, dan fasilitas perpustakaan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan berbagai uraian sebelumnya dan dari hasil penelitian dapat ditarik kesimpulan bahwa:

- a. Pemanfaatan aplikasi media sosial instagram dirasa cukup efektif sebagai media promosi perpustakaan, hal ini karena pada aplikasi instagram dapat menjangkau khalayak secara luas, cukup menyertakan hastag pada setiap postingan dan profil bersifat publik.
- b. Media promosi perpustakaan dengan menggunakan instagram, dapat menarik minat khususnya para pengikut (*follower*) untuk mengetahui lebih jauh terkait berbagai koleksi, fasilitas, layanan yang ada di perpustakaan. Hal ini dikarenakan pada hampir semua postingan disertai *caption* yang menyertakan *link*, yang dapat diakses pengikut untuk mengetahui lebih dalam tentang perpustakaan. *Link* tersebut berkaitan dengan profil

perpustakaan, *ejournal*, katalog *online*, repositori dan lain sebagainya.

Beberapa saran yang dapat diberikan dari hasil temuan adalah:

- a. Pihak perpustakaan diharapkan lebih dapat konsisten untuk memposting konten, jika diperlukan dijadwalkan secara baku, terkait jam dan hari untuk mengunggah konten secara berkelanjutan. Hal ini berkaitan dengan *engagement* pada instagram, semakin konsisten dan sering pihak perpustakaan membuat konten, maka akan semakin meningkat *engagementnya*.
- b. Pihak perpustakaan dapat memanfaatkan secara maksimal berbagai fitur yang tersedia diaplikasi instagram, seperti *polling* pada *insta story*, *live*, hal ini agar terjadi lebih komunikasi dua arah antara pihak perpustakaan dengan para pengikutnya.
- c. Pihak perpustakaan dapat membuat kontes membuat konten yang menarik bagi pengikut, dengan persyaratan yang dapat disesuaikan, misalnya harus dengan hastag apa, kemudian konten yang seperti apa yang dapat masuk kategori. Selain itu, pihak perpustakaan juga dapat membuat *caption* dengan kalimat yang semi formal, hal ini agar para pengikut merasa seperti mengobrol dengan rekan sendiri, karena rerata pengikut adalah generasi milenial.

DAFTAR PUSTAKA

- Aras, Bahar Bicen & Huriye Colaklar. (2015). The Role of Social Media in The Promotion of University Libraries. *Journal of Library and Information Science*, 3 (2), 79-105.
- Djatnika, Tjetjep. (2007). *Komunikasi Pemasaran*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Feroza, Cindie Sya'bania & Desy Misnawati. (2020). Penggunaan Media Sosial Instagram Pada Akun @Yhoophii_official Sebagai Media Komunikasi Dengan Pelanggan. *Jurnal Inovasi*, 14 (1), 32-41.
- Islam, Md Shariful & Md Nazmul Islam. (2009). Marketing of Library and Information Products and Services: A Theoretical Analysis. *Business Information Review*, 26 (2), 123-132.
- Kotler, Philip & Keller K. (2016). *Marketing Management*. England: Pearson Education.
- Musthofa. (2017). Promosi Perpustakaan Melalui Media Sosial: Best Practice. *Publis: Publication Library and Information Science*, 1 (2), 21-29.
- Prihartanta, Widayat. (2015). Tujuan Pomosi Perpustakaan. *Jurnal Adabiya*, 3 (83), 1-9.
- Ranganathan, S.R. (1931). *The Five Laws of Library Science*. Madras: Madras Library.
- Rangkuti, Freddy. (2009). *Strategi Promosi yang Kreatif & Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, Fandi. (2016). *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: Andi.