



Eksistensi Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Di Perpustakaan Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang

Shinta Nofita Sari^{1*}

Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang

M.Rinaldo Marajari^{2*}

Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang

email: shinta.nofita.sari@uinib.ac.id

email: rinaldo@perpusnas.go.id

Article history: Received: 13 Januari, 2024, Revised: 03 Februari, 2024; Accepted: 15 Maret, 2024;
Published: 16 Juli, 2024

Abstract

This writing was carried out at the UPT Library of UIN Imam Bonjol Padang. This writing discusses the existence of Instagram social media as a promotional tool at the Imam Bonjol Padang State Islamic University (UIN) Library. The purpose of this writing is to find out what activities on Instagram social media are promotional activities. The method used in this writing is qualitative research with a literature study approach. The results of this research are social media Instagram, various promotional activities carried out by UPT UIN Imam Bonjol Padang Library, namely various activities such as: 1) Information on the latest collections 2) Thematic events 3) Writing and Reading Competitions 4) Public Lectures and Seminars 5) Workshops 6) Digital Promotion 7) Video Trailer namely 8) Collaboration 9) Volunteer Program 10) Awarding 11) Social Inclusion Activities. The conclusion of this research is that various activities carried out at the UPT UIN Imam Bonjol Padang Library are aimed at promotion in increasing user interest in utilizing library services and services.

Keywords : Instagram Social Media, Promotional Tools

Abstrak

Penulisan ini dilakukan di Perpustakaan UIN Imam Bonjol Padang. Penulisan ini membahas mengenai eksistensi media sosial instagram sebagai sarana promosi di Perpustakaan UIN Imam Bonjol Padang. Tujuan dari penulisan ini yaitu untuk mengetahui apa saja promosi pada media sosial Instagram. Metode yang digunakan dalam penulisan ini yaitu penelitian kualitatif dengan pendekatan studi literatur. Hasil dari penelitian ini yaitu media sosial instagram berbagai kegiatan promosi yang dilakukan oleh Perpustakaan UIN Imam Bonjol Padang yaitu seperti: 1) Informasi koleksi terbaru 2) Acara Tematik 3) Lomba Menulis dan Membaca 4) Kuliah Umum dan Seminar 5) Workshop 6) Promosi Digital 7) Video Trailer 8) Kerjasama 9) Program Relawan 10) Pemberian Penghargaan 11) Kegiatan Inklusi Sosial. Kesimpulan dari penelitian ini yaitu berbagai kegiatan yang dilakukan di UPT Perpustakaan UIN Imam Bonjol Padang bertujuan sebagai promosi dalam meningkatkan minat pengguna dalam pemanfaatan jasa dan layanan perpustakaan.

Kata Kunci : Media Sosial Instagram, Sarana Promosi





PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi yang semakin maju memiliki perubahan yang signifikan pada dunia pendidikan dan lingkungan Masyarakat. Perkembangan teknologi informasi telah membawa perubahan signifikan dalam dunia media sosial. Salah satu tren utama adalah integrasi kecerdasan buatan (AI) yang semakin mendalam. AI digunakan untuk personalisasi konten dan rekomendasi posting, meningkatkan keterlibatan pengguna dengan menyediakan konten yang lebih relevan dan menarik. Misalnya, meluncurkan alat AI generatif yang membantu pemasar menciptakan berbagai versi iklan dengan lebih efisien, menghemat waktu dan sumber daya. Selain itu, platform media sosial seperti Facebook, TikTok, Twitter dan Instagram meningkatkan penggunaan AI untuk menampilkan lebih banyak konten yang direkomendasikan, mirip dengan fitur "For You" di TikTok, yang dirancang untuk mendorong keterlibatan pengguna yang lebih tinggi.

Media sosial merupakan sebuah medium di internet yang memungkinkan pengguna dalam merepresentasikan diri dengan melakukan interaksi, bekerjasama, berbagi, komunikasi dengan berbagai pengguna lain dan dapat membentuk ikatan sosial secara virtual. Berbagai jenis sosial media yang dapat dimanfaatkan oleh masyarakat dalam memanfaatkan aktivitas-aktivitas yang terdapat pada media sosial tersebut. Adapun jenis dalam media sosial yaitu sosial networking, blog, microblogging, media sharing, social bookmarking, wiki, dll. (Nasrullah, 2015). Media sosial ditandai dengan kemampuan untuk menciptakan, berpartisipasi, dan mempertahankan jejaring sosial melalui teknologi digital yang mempertahankan jejaring sosial melalui teknologi digital, yang mempengaruhi berbagai aspek kehidupan sosial, politik dan ekonomi (John Corner, 2018). Salah satu dampak perkembangan media sosial dilingkungan pendidikan yaitu perpustakaan. Perpustakaan merupakan institusi yang menyediakan koleksi informasi tertulis dan non-tertulis serta sumber daya lainnya, yang diorganisir dan disediakan untuk penggunaannya oleh masyarakat umum atau anggota tertentu. Perpustakaan berfungsi sebagai pusat untuk mengumpulkan, menyimpan, mengatur, memelihara dan memberikan akses ke informasi dalam berbagai format termasuk buku, jurnal, majalah dan materi audiovisual dengan tujuan mendukung pendidikan, penelitian dan kepentingan pribadi dan profesional pengguna (Richard E. Rubin, 2021).

Perpustakaan maju dan berkembang sesuai dengan kemajuan teknologi mampu memenuhi segala kebutuhan pengguna dengan cepat, tepat dan sesuai sasaran. Perkembangan teknologi yang dapat dirasakan oleh banyak orang





pada saat sekarang ini yaitu munculnya berbagai macam bentuk media sosial yang dapat digunakan dan dimanfaatkan oleh Masyarakat dengan berbagai jenis platform yang ada sesuai dengan kebutuhan pengguna. Penggunaan media sosial di perpustakaan dapat dimanfaatkan sebagai salah satu alternatif dalam mempromosikan berbagai kegiatan yang ada di perpustakaan. Kegiatan yang ada di perpustakaan dapat ditayangkan di media sosial untuk diketahui oleh pengguna perpustakaan.

Fasilitas, layanan dan berbagai kegiatan yang ada di perpustakaan dapat disebar melalui media sosial dengan tujuan agar dapat diketahui oleh orang banyak tersebut merupakan pemustaka yang berkunjung ke perpustakaan. Salah satu tujuannya yaitu agar berbagai macam fasilitas yang ada di perpustakaan dapat dimanfaatkan oleh pemustaka. Salah satu keberhasilan perpustakaan yaitu dapat memberikan dan harus memenuhi kebutuhan informasi penggunanya untuk mempromosikan informasi publik di era globalisasi ini. Perpustakaan perlu terlibat dalam inisiatif promosi untuk memberitahukan masyarakat tentang koleksi, layanan, fasilitas, dan penawaran lainnya. Untuk mencapai tujuan dalam menyebarkan kesadaran tentang perpustakaan ke seluruh masyarakat, perpustakaan harus mempertimbangkan dengan cermat siapa yang menjadi sasaran kegiatan promosi ini.

Promosi adalah sarana untuk menyebarkan informasi mengenai layanan perpustakaan. Pustakawan menggunakan promosi perpustakaan sebagai cara untuk memperkenalkan koleksi, layanan, dan ruang fisik perpustakaan. Untuk merangsang minat baca masyarakat dan mendorong dukungan terhadap perpustakaan, promosi memainkan peran penting dalam administrasi dan pertumbuhan perpustakaan. Promosi perpustakaan dapat membantu masyarakat untuk mengenal perpustakaan dan menginspirasi orang lain untuk mengunjungi perpustakaan. Melalui pemasaran, masyarakat dapat mengetahui, mengenali, dan mengamati layanan serta fasilitas yang disediakan oleh perpustakaan.

Promosi perpustakaan merupakan salah satu metode untuk mengkomunikasikan dan memperkenalkan perpustakaan, termasuk manfaat, fasilitas, dan sumber informasi yang tersedia kepada para pengguna. Hingga kini, perpustakaan sering kali masih dianggap sebagai tempat yang kuno, berdebu, dan membosankan. Strategi promosi perpustakaan dapat mencakup berbagai kegiatan seperti pameran buku, seminar, workshop, dan kegiatan literasi. Selain itu, perpustakaan dapat menggunakan media cetak dan elektronik untuk menyebarkan informasi tentang layanan





dan acara yang akan datang. Kirana juga menyoroti pentingnya kerjasama dengan media massa dan organisasi lokal untuk memperluas jangkauan promosi.

Penggunaan media sosial seperti instagram menurut penelitian yang dilakukan Aras & Colaklar (2015) bahwa perpustakaan perguruan tinggi dapat menggunakan media sosial dalam memberitahukan pengguna mengenai materi dan sumber daya yang baru, untuk memberikan informasi mengenai perpustakaan, mensosialisasikan acara, melakukan campaign perpustakaan serta kegiatan yang dilakukan perpustakaan berkaitan. Promosi perpustakaan di Indonesia menghadapi berbagai tantangan, termasuk keterbatasan anggaran, kurangnya sumber daya manusia yang terampil, dan rendahnya minat baca masyarakat. Dalam buku Manajemen Perpustakaan Sekolah oleh Bambang Sumardjoko (2013), diuraikan bahwa perpustakaan perlu mengatasi tantangan ini dengan inovasi dan kreativitas dalam merancang program promosi. Selain itu, penting untuk melibatkan semua staf perpustakaan dalam kegiatan promosi dan membangun jejaring dengan berbagai pihak terkait untuk mendukung keberhasilan program promosi.

Perpustakaan UPT Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang memiliki berbagai jenis media sosial dalam melakukan kegiatan promosi perpustakaan, salah satunya yaitu instagram. Instagram yang digunakan oleh UPT Imam Bonjol sebagai media untuk mempromosikan berbagai kegiatan yang dilakukan di UPT Perpustakaan, serta menginformasikan berbagai informasi penting terkait pengetahuan, terkait jadwal layanan, kegiatan yang dilakukan di perpustakaan serta yang lain sebagainya melalui Instagram.

METODE

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan kepustakaan atau studi literatur. Penelitian kepustakaan atau penelitian literatur merupakan penelitian yang fokus utamanya adalah pada literatur atau pustaka. Dalam penelitian ini, kajiankajian yang serupa atau berhubungan dimanfaatkan sebagai dasar penelitian.

Penelitian studi kepustakaan atau studi literatur memiliki beberapa karakteristik, yaitu: peneliti berinteraksi langsung dengan data, tetapi bukan dari lapangan; data pustaka biasanya merupakan sumber sekunder dan bukan data asli dari sumber pertama dan data pustaka tidak terbatas oleh ruang dan waktu. Pendapat ini benar, namun tidak





sepenuhnya dapat diterima jika dilihat dari tujuan penelitian (Mestika, 2008).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Promosi Perpustakaan

Promosi dilakukan oleh suatu Perusahaan dengan tujuan memberitahukan keberadaan produk dan memberi keyakinan mengenai manfaat produk tersebut kepada pengguna. Promosi juga merupakan salah satu cara yang digunakan dalam meningkatkan volume penjualan (Puspitarini, 2019). Berbagai jenis kegiatan yang dapat dilakukan dalam promosi, salah satunya promosi perpustakaan. Promosi perpustakaan adalah kegiatan yang bertujuan untuk meningkatkan kesadaran, minat, dan penggunaan layanan perpustakaan di kalangan pengguna potensial dan yang sudah ada. Promosi perpustakaan mencakup berbagai aktivitas pemasaran dan komunikasi yang dirancang untuk mempengaruhi persepsi dan perilaku pengguna terhadap perpustakaan. Menurut Kotler dan Keller (2016), promosi adalah salah satu elemen kunci dari bauran pemasaran (marketing mix) yang meliputi produk, harga, tempat, dan promosi itu sendiri. Dalam konteks perpustakaan, produk adalah layanan dan koleksi yang ditawarkan, harga adalah akses yang umumnya gratis, tempat adalah lokasi fisik dan virtual perpustakaan, dan promosi adalah upaya untuk memberitahukan dan mengajak pengguna memanfaatkan layanan perpustakaan.

Penggunaan media sosial sebagai alat promosi perpustakaan telah menjadi sangat populer dalam beberapa tahun terakhir. Media sosial menawarkan platform yang efektif untuk menjangkau dan berinteraksi dengan pengguna dalam skala besar. Boyd dan Ellison (2007) mendefinisikan media sosial sebagai layanan berbasis web yang memungkinkan individu membangun profil publik atau semi-publik dalam sistem terbatas, mengartikulasikan daftar pengguna lain yang berbagi koneksi, dan melihat serta melintasi daftar koneksi mereka sendiri dan orang lain. Dalam konteks perpustakaan, media sosial seperti Instagram, Facebook, dan Twitter dapat digunakan untuk berbagi informasi tentang layanan baru, acara perpustakaan, koleksi terbaru, dan banyak lagi. Studi oleh Chu dan Du (2013) menunjukkan bahwa media sosial meningkatkan keterlibatan pengguna dan dapat mendorong peningkatan penggunaan layanan perpustakaan.

Instagram

Author correspondence email : shinta.nofita.sari@uinib.ac.id ; rinaldo@perpusnas.go.id
Available online at : <https://www.rjfahuinib.org/index.php/almaarif/about/submissions>
Copyright (c) 2024 by Al Ma'arif : Jurnal Ilmu Perpustakaan dan Informasi Islam





Instagram adalah platform media sosial yang dirancang untuk berbagi foto dan video. Dikembangkan oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger, Instagram diluncurkan pada Oktober 2010. Aplikasi ini memungkinkan pengguna untuk mengambil foto dan video, menerapkan filter digital, dan membagikannya di berbagai platform media sosial lainnya seperti Facebook, Twitter, dan Tumblr. Melalui Instagram, berbagai kegiatan yang dilakukan di perpustakaan dapat ditampilkan sehingga bagi para pengikut akun Instagram tersebut dapat mengetahui informasi dari yang ditampilkan. Banyak sekali fitur yang ada pada sebuah media sosial Instagram, antara lain yaitu:

- 1) Profil Pengguna: Pengguna memiliki profil pribadi di mana mereka bisa mengunggah foto dan video, menulis biografi singkat, serta menampilkan tautan ke situs web mereka.
- 2) Feed Berita: Pengguna dapat melihat unggahan dari akun yang mereka ikuti dalam feed berita mereka. Feed ini menampilkan foto, video, dan cerita dari teman dan akun yang mereka ikuti.
- 3) Stories: Fitur ini memungkinkan pengguna untuk mengunggah foto dan video yang akan hilang setelah 24 jam. Stories sering digunakan untuk membagikan momen sehari-hari yang tidak ingin disimpan secara permanen di profil.
- 4) Direct Messaging Instagram menyediakan fitur pesan langsung yang memungkinkan pengguna untuk mengirim pesan teks, foto, video, dan postingan kepada satu atau lebih pengguna.
- 5) IGTV Instagram TV (IGTV) adalah platform video vertikal yang dirancang untuk video berdurasi panjang, memungkinkan pengguna mengunggah video yang lebih panjang daripada yang diizinkan di feed utama.
- 6) Reels Fitur ini memungkinkan pengguna membuat dan mengedit video pendek berdurasi 15-30 detik dengan audio, efek, dan alat kreatif lainnya.
- 7) Explore Halaman ini menampilkan foto, video, dan cerita populer dari berbagai akun yang mungkin menarik bagi pengguna berdasarkan aktivitas mereka sebelumnya.
- 8) Shopping Instagram memiliki fitur belanja yang memungkinkan pengguna membeli produk langsung dari foto dan video yang diunggah oleh merek dan penjual.

Perpustakaan kini bukan hanya tempat untuk membaca dan meminjam buku, tetapi juga menjadi pusat informasi dan kreativitas. Adanya pemanfaatan media sosial instagram, perpustakaan dapat lebih dekat dengan para penggunanya, terutama para pengikutnya. Melalui unggahan konten yang menarik seperti foto, video singkat, dan cerita





interaktif, perpustakaan dapat mempromosikan koleksi terbaru, acara-acara menarik, dan layanan inovatif yang ditawarkan. Pengguna dapat mengikuti akun instagram perpustakaan untuk mendapatkan update terkini, tips membaca, serta rekomendasi buku yang sesuai dengan minat mereka. Selain itu, fitur instagram live dapat digunakan untuk mengadakan diskusi buku atau sesi tanya jawab langsung dengan penulis dan pakar, menciptakan pengalaman yang lebih personal dan menyenangkan. Instagram juga memungkinkan perpustakaan untuk membangun komunitas pembaca yang aktif.

Dalam menggunakan hashtag tertentu, pengguna dapat berbagi pengalaman membaca mereka dan menemukan teman baru dengan minat yang sama. Kolaborasi dengan influencer lokal atau tokoh literasi juga dapat meningkatkan jangkauan promosi dan menarik lebih banyak pengunjung ke perpustakaan. Cerita-cerita inspiratif tentang pengaruh positif membaca dan kisah sukses dari program-program perpustakaan dapat dibagikan untuk menginspirasi lebih banyak orang. Melalui strategi promosi yang kreatif dan konten yang berkualitas di instagram, perpustakaan dapat menjadi pusat literasi yang relevan dan menarik bagi masyarakat modern. Perpustakaan UPT UIN Imam Bonjol Padang merupakan salah satu perpustakaan perguruan Tinggi Negeri di Kota Padang, Sumatera Barat menggunakan Instagram sebagai alat promosi perpustakaan. Jumlah pengikut lebih dari 7.217 orang pengikut terakhir di 29 Juni 2024, akun instagram perpustakaan UPT UIN Imam Bonjol Padang. Akun instagram perpustakaan ini tidak hanya dapat diakses melalui perangkat mobile, tetapi juga dapat dilihat melalui website.

Perpustakaan UIN Imam Bonjol Padang sangat aktif dalam membagikan kegiatankegiatan perpustakaan lewat postingan dan instagram story. Unggahan fotonya juga dilakukan secara rutin dan kontennya sangat informatif. Akun instagram Perpustakaan UIN Imam Bonjol Padang Selama satu tahun, telah ada 137 unggahan/postingan per tanggal 29 Juni 2024. Konten unggahannya beragam, mencakup layanan perpustakaan, kegiatan yang dilakukan perpustakaan, pengenalan fasilitas perpustakaan, pengenalan staf perpustakaan dan pustakawan, peringatan hari-hari khusus perpustakaan, infografis buatan perpustakaan, koleksi perpustakaan, hingga pemberitahuan khusus serta pengumuman terkait jam layanan dan informasi barang hilang dan penemuan barang di perpustakaan. Selain mengunggah foto dan video, perpustakaan UIN Imam Bonjol Padang juga aktif dalam melakukan instagram story dan menggunakan filter serta alat yang dimiliki instagram story, seperti merepost foto, pengumuman kehilangan, pemberitahuan kendala





perpustakaan, rekomendasi buku setiap hari, bahkan menggunakan filter kekinian. Setiap hari selalu ada konten yang diunggah, dan followers (pengikut) dapat ikut serta dalam voting di story Instagram. Voting sederhana yang melibatkan pemustaka dapat menjadi jembatan dalam pendekatan perpustakaan kepada pemustaka. Foto-foto yang di-repost oleh pihak perpustakaan juga memperlihatkan bagaimana respons dan apresiasi pemustaka ditunjukkan kepada perpustakaan.

Promosi yang dilakukan pada akun media sosial instagram Perpustakaan UIN Imam Bonjol Padang yaitu berbagai macam kegiatan yaitu seperti promosi. Berikut adalah beberapa jenis kegiatan promosi perpustakaan yang bisa dilakukan: 1) Informasi koleksi terbaru dan koleksi langka, atau tematik untuk menarik perhatian pengunjung. 2) Acara tematik yaitu mengadakan acara sesuai tema tertentu, seperti Hari Buku Sedunia, Bulan Bahasa, atau peringatan hari penting lainnya. 3) Lomba menulis dan membaca yaitu meningkatkan minat baca dan menulis dengan mengadakan kompetisi. 4) Kuliah umum dan seminar yaitu mengundang penulis, akademisi, atau pakar untuk memberikan kuliah atau seminar. 5) Workshop yaitu mengadakan workshop terkait keterampilan literasi, seperti menulis kreatif atau teknik membaca cepat. 6) Promosi digital yaitu: menggunakan media sosial, blog, dan situs web perpustakaan untuk mempromosikan koleksi dan layanan. 7) Video trailer yaitu: membuat video singkat yang menarik terakit kegiatan-kegiatan yang dilakukan di perpustakaan. 8) Kerjasama dengan berbagai perguruan tinggi atau sekolah yaitu: mengadakan kunjungan perpustakaan atau program bersama dengan sekolah-sekolah setempat. 9) Program relawan yaitu: mengajak Masyarakat atau mahasiswa untuk terlibat dalam kegiatan perpustakaan sebagai relawan. 10) Pemberian penghargaan yaitu: memberikan penghargaan kepada pengunjung setia atau pembaca dengan jumlah pinjaman terbanyak. 11). Kegiatan inklusi sosial yaitu: memberikan kegiatan terkait inklusi sosial setiap minggu ke 2 dan ke 4 pada hari jumat di perpustakaan dengan berbagai tema kegiatan inklusi. Sangat banyak kegiatan promosi yang dilakukan di perpustakaan UPT UIN Imam bonjol padang dengan tujuan untuk eksistensi perpustakaan itu sendiri.

KESIMPULAN

Media sosial seperti Instagram digunakan dan dimanfaatkan oleh UPT Perpustakaan sebagai media dalam membagikan informasi terkait kegiatan. Perpustakaan UPT UIN Imam Bonjol melakukan promosi perpustakaan melalui





Instagram. Melalui promosi perpustakaan menggunakan Instagram, semua pengguna yang mengikuti media sosial tersebut dapat mengetahui kegiatan-kegiatan yang dilakukan di UPT Perpustakaan UIN Imam Bonjol Padang. Perpustakaan UPT UIN Imam Bonjol Padang berhasil memanfaatkan media sosial Instagram sebagai alat promosi yang efektif untuk mendekati diri dengan penggunanya, terutama generasi muda. Dengan lebih dari 7.217 pengikut, perpustakaan ini aktif mengunggah konten yang informatif dan menarik, termasuk foto, video, dan cerita interaktif. Beragam kegiatan promosi dilakukan melalui Instagram, seperti informasi koleksi terbaru, acara tematik, lomba menulis dan membaca, kuliah umum, seminar, workshop, promosi digital, video trailer, kerjasama dengan institusi pendidikan, program relawan, pemberian penghargaan, serta kegiatan inklusi sosial. Semua ini bertujuan untuk meningkatkan eksistensi perpustakaan dan membangun komunitas pembaca yang aktif, inspiratif, dan kreatif di Kota Padang.

DAFTAR PUSTAKA

- Aras, Bahar Bicen dan Huriye Colakar (2015). The Role Of Social Media in The Promotion of University Libraries: Journal of Library and Information Science.
- Chu, S. K. W., & Du, H. S (2013). Social Networking Tools for Academic Libraries: Journal of Librarianship and Information Science.
- John Corner, Dick Pels (2018). Social Media: Communication, Sharing and Visibility. London: Routledge.
- Kirana, Wahyu. (2014). Manajemen Perpustakaan. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Kotler, P., & Keller, K. L (2016). Marketing Management (15th ed.). Upper Saddle River, NJ: Pearson.
- Marwick, A.E (2015). Instafame: Luxury Selfies in the Attention Economy: Public Culture.
- Mestika Zed (2008). Metode Penelitian Kepustakaan. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Puspitararini, Dinda Sekar (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif Pada Happy Go Lucky House): Jurnal Common Vol 3 Nomor 1.
- Nasrullah, R (2015). Media Sosial. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Richard E. Rubin (2021). Foundations of Library and Information Science. New York: NealSchuman Publisher.
- Sumardjoko, Bambang (2013). Manajemen Perpustakaan Sekolah. Surakarta: UNS Press

