

PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI *LIBRARY BASED COMMUNITY* (STUDI KASUS KOMUNITAS PERPUSTAKAAN JALANAN SOLO @Koperjas)

M. Abdul Malik Zuhri^{*)}, Lydia Christiani

*Program Studi S-1 Ilmu Perpustakaan, Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Diponegoro,
Jl. Prof. Soedarto, SH, Kampus Undip Tembalang, Semarang, Indonesia 50275*

Abstrak

Penelitian ini berjudul “Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi *Library Based Community* (Studi Kasus Komunitas Perpustakaan Jalanan Solo @Koperjas)”. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pemanfaatan akun Instagram @Koperjas sebagai media promosi bagi *Library Based Community* pada Perpustakaan Jalanan Solo. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik pengolahan dan analisis data menggunakan model analisis data Miles and Huberman, diantaranya yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Uji keabsahan data mengacu pada Creswell (2014) dengan menggunakan triangulasi sumber. Hasil penulisan skripsi ini, disimpulkan bahwa pemanfaatan media sosial Instagram merupakan langkah yang tepat sebagai media promosi *Library Based Community* oleh Komunitas Perpustakaan Jalanan Solo. Pemasaran maupun promosi perpustakaan mengacu pada teori yang sesuai diantaranya meliputi; *Attention, Interest, Desire, and Action*. Hasil yang didapat adalah banyaknya respon positif dari masyarakat dan meningkatnya jumlah pengguna perpustakaan pada stand Koperjas yang digelar pada saat acara *Car Free Day*.

Kata kunci: pemanfaatan media sosial; media promosi; komunitas Perpustakaan; media sosial

Abstract

[Title: Utacization of Social Media Instagram as Media Campaign Library Based Community (Case Study: Solo Street Library Community @ Koperjas)] The purpose of this study is to determine the use of Instagram @ Koperjas account as a media campaign for Library Based Community on the Solo Street Library. This research uses qualitative method with case study approach. Techniques of data collection using observation, interviews, and documentation. Technique of processing and data analysis using Miles and Huberman data analysis model, such as data reduction, data presentation, and conclusion. The data validity test refers to Creswell (2014) using source triangulation. The result of this thesis writing, concluded that the utilization of social media Instagram is appropriate step as media promotion of library based community by Solo Street Library Community. Marketing and promotion of libraries refers to appropriate theories of which include; *Attention, Interest, Desire, and Action*. The results obtained are the number of positive responses from the community and the increasing number of library users in Koperjas stand that was held during the *Car Free Day* event.

Keywords: utilization of social media; promotion media; Library Community; social media

^{*)} Penulis Korespondensi
E-mail: malikzuhri18@gmail.com

1. Pendahuluan

Web 2.0 merupakan sebuah sistem *Web* yang mempunyai fungsi sebagai media berbagi data, maupun sebagai sarana interaksi antar pengguna sistem. Sebagai sebuah sistem *Web* yang dapat mewadahi fitur berbagi informasi di antara penggunanya, *Web 2.0* menjadi cikal bakal munculnya media sosial. Media sosial sebagai salah satu perwujudan perkembangan konsep *Web 2.0*, merupakan suatu sarana berupa media elektronik yang dapat digunakan untuk berkomunikasi, dimana pengguna dapat membuat komunitas *online* untuk berbagi informasi, ide, pesan-pesan personal dan konten lainnya (seperti gambar, suara, dan video). Media sosial sangat berperan dalam kehidupan masyarakat. Oleh karena itu proses pertukaran informasi yang canggih melalui teknologi telekomunikasi semakin berkembang sehingga pertukaran informasi yang dilakukan semakin cepat, tepat, murah, efisien, dan efektif.

Sosial media adalah media yang didesain untuk memudahkan interaksi sosial yang bersifat interaktif atau dua arah. Media sosial berbasis pada teknologi internet yang mengubah pola penyebaran informasi dari yang sebelumnya bersifat satu ke banyak audiens menjadi banyak audiens ke banyak audiens (Paramitha, 2011: 42). Unsur-unsur utama yang dimiliki media sosial yaitu media sosial melibatkan saluran sosial yang berbeda dan *online* menjadi saluran utama media sosial berubah dari waktu ke waktu, artinya media sosial terus berkembang. Media sosial adalah partisipatif. "Penonton" dianggap kreatif sehingga dapat memberikan komentar (Evan, 2008: 34). Teknologi *Web 2.0*, merupakan teknologi generasi kedua layanan internet.

Kehadiran teknologi internet dan sosial media yang dilakukan untuk menggerakkan massa dalam perubahan sosial, yang dapat diamati dengan menggunakan teori AIDA yang dikemukakan oleh Kotler dan Keller (2009: 186). AIDA (*Attention, Interest, Desire, Action*) merupakan formula yang paling sering digunakan untuk membantu perencanaan suatu iklan secara menyeluruh, dan formula itu dapat diterapkan pada suatu iklan. Perencanaan ini yang terdiri atas (*Attention*), membuat ketertarikan produk (*Interest*), membuat keinginan untuk memiliki produk (*Desire*), dan mengajak pelanggan untuk melakukan tindakan dalam pembelian produk (*Action*). Model AIDA (*Attention, Interest, Desire, Action*) akan memperjelas konsep perubahan, sikap, dan perilaku dalam kaitannya dengan sebuah kerangka tindakan.

Popularitas Instagram menjadi hal strategis bagi para pebisnis untuk memasarkan produk, hanya dengan cara membagikan foto dalam waktu beberapa menit saja, produk yang ditawarkan dapat dilihat oleh

seluruh pengguna akun Instagram tanpa mengeluarkan banyak biaya dan tenaga. Selain menjadi media sosial yang mudah digunakan, Instagram kini menjadi media sosial yang paling diminati oleh banyak orang. Faktanya untuk saat ini terbukti pengguna Instagram di Indonesia mencapai 400 juta pengguna aktif berdasarkan data dari Asosiasi Penyelenggara Jaringan Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2016. Semakin populernya Instagram yang biasanya digunakan oleh lembaga organisasi profit seperti PT. Indofood untuk media promosi, kini Instagram mulai dilirik oleh lembaga nonprofit untuk digunakan sebagai media promosi.

Koperjas memiliki tugas dan tanggung jawab untuk menyampaikan informasi secara langsung. Tugas tersebut dibuktikan dengan melakukan sosialisasi secara langsung ke beberapa Sekolah Dasar di Solo, kegiatan ini dilakukan dengan tujuan untuk meningkatkan minat baca khususnya di Daerah Solo terutama bagi anak-anak, remaja, maupun dewasa. Koperjas juga ikut serta dalam kegiatan *Car Free Day* yang diselenggarakan di jalan Slamet Riyadi Solo dengan tujuan agar lebih dikenal oleh masyarakat luas.

Usaha yang telah dilakukan oleh Koperjas untuk dikenal masyarakat luas tidak memiliki dampak yang signifikan sehingga pengelola Koperjas memiliki inisiatif membuat akun Instagram yaitu @Koperjas. Akun Instagram @Koperjas memberikan berbagai macam informasi tentang Koperjas mulai dari koleksi buku, kegiatan perpustakaan, kegiatan pengunjung yang membaca, dan berbagai informasi terkait Perpustakaan Jalanan Solo. Selain informasi berupa gambar dan tulisan, akun tersebut juga memberikan informasi berupa video yang menayangkan kegiatan perpustakaan komunitas secara langsung. Adanya kegiatan promosi melalui akun Instagram @Koperjas diperuntukkan untuk menyelesaikan permasalahan yang ada.

Permasalahan terkait promosi perpustakaan komunitas yaitu adanya keterbatasan waktu dalam melakukan kegiatan promosi secara langsung dan kurang efektifnya kegiatan secara langsung dalam mendapatkan jumlah peminat perpustakaan. Hal ini dapat dilihat dari perbandingan peminat perpustakaan melalui promosi secara langsung yang lebih sedikit dibandingkan dengan peminat perpustakaan hasil promosi melalui akun instagram @Koperjas. Pada promosi secara langsung peminat perpustakaan hanya berkisar 20 orang, sedangkan *Followers* (pengikut) melalui promosi akun Instagram berjumlah 438 orang. Berdasarkan permasalahan tersebut, maka penggunaan akun Instagram sebagai sarana kegiatan promosi perpustakaan menarik untuk dikaji lebih lanjut dalam sebuah penelitian dengan judul "Pemanfaatan Media Sosial Instagram sebagai Media Promosi *Library Based Community* Studi Kasus Komunitas Perpustakaan Jalanan Solo @Koperjas".

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pemanfaatan akun Instagram @Koperjas sebagai media promosi bagi *Library Based Community* pada perpustakaan komunitas yang bernama Komunitas Perpustakaan Jalanan Solo.

2. Metode Penelitian

Desain penelitian ini adalah penelitian kualitatif, sebab data dan analisis yang digunakan dalam penelitian bersifat kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan suatu pendekatan penelitian atau penelusuran untuk mengeksplorasi dan memahami pandangan seseorang atau kelompok terhadap suatu masalah sosial. Penelitian kualitatif bertujuan untuk memperoleh gambaran seutuhnya mengenai suatu peristiwa berdasarkan sudut pandang manusia yang diteliti (Sulistyo-Basuki, 2006: 78). Penelitian ini bertujuan untuk memahami pemanfaatan media sosial Instagram sebagai media promosi.

Penelitian ini menggunakan pendekatan studi kasus yang secara khusus mengungkapkan permasalahan yang berkaitan dengan satu entitas tertentu dengan memperhatikan konteks khusus dari keberadaan entitas tersebut (Pendit, 2003: 252). Tujuan penelitian ini yaitu untuk memahami suatu proses dan memperoleh pemahaman yang mendalam dari pemanfaatan media sosial Instagram sebagai media promosi Komunitas Perpustakaan Jalanan Solo.

Jenis data dalam penelitian ini adalah data kualitatif karena data yang diungkapkan dalam penelitian ini berupa kata-kata atau narasi dan berpijak dari hasil wawancara. Jenis data dalam penelitian ini diperoleh dari sumber data primer dan sekunder. Sumber data adalah sumber-sumber yang dimungkinkan seorang peneliti mendapatkan sejumlah informasi atau data-data yang dibutuhkan dalam sebuah penelitian (Mukhtar, 2013: 107).

Peneliti menggunakan data kualitatif berupa sumber primer dan sumber sekunder. Teknik yang digunakan oleh peneliti untuk mendapatkan sumber primer antara lain dengan melakukan observasi, wawancara dan dokumentasi. Sumber sekunder yang digunakan oleh peneliti berupa buku, dan jurnal, skripsi, Undang-Undang yang berhubungan dengan topik penelitian. Peneliti menggunakan sumber sekunder dengan tujuan untuk memperkuat penelitian dan melengkapi informasi penelitian.

Subjek penelitian adalah orang-orang yang berada dalam situasi sosial yang ditetapkan sebagai pemberi informasi dalam sebuah penelitian (Mukhtar, 2013: 89). Subjek dalam penelitian ini adalah pengelola akun Instagram @Koperjas. Objek penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek, atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2011: 38). Objek dalam penelitian ini

adalah pemanfaatan akun Instagram sebagai media promosi.

Teknik pengumpulan data merupakan hal yang perlu dipahami oleh peneliti guna mendapatkan data-data yang sesuai dengan yang dibutuhkan dalam menyelesaikan penelitian. Pengumpulan data penelitian dapat dilakukan dengan beberapa cara yang tepat. Menurut Sugiyono (2012: 225), macam teknik pengumpulan data terdiri dari observasi, wawancara, dokumentasi, dan triangulasi/gabungan. Teknik pengumpulann data yang digunakan oleh peneliti antara lain yaitu:

1. Observasi

Observasi menurut (Wahyuni, 2012: 21) adalah pemilihan dan pencatatan perilaku orang-orang di lingkungannya. Metode ini berguna untuk menghasilkan deskripsi organisasi atau acara secara mendalam, untuk mendapatkan informasi yang tidak dapat diakses dan untuk melakukan penelitian saat metode lain tidak memadai. Pengamatan menambah pemahaman secara mendalam dan kaya tentang fenomena, situasi dan latar dan perilaku para peserta dalam latar tersebut. Observasi juga bisa menjadi dasar pengembangan teori dan hipotesis.

2. Wawancara

Teknik wawancara yang dilakukan peneliti yaitu dengan wawancara semiterstruktur. Menurut Barlow (2010: 2) wawancara semiterstruktur digunakan ketika tujuan peneliti adalah untuk menggabungkan respon partisipan secara bersama-sama mencari pemahaman yang mendalam mengenai suatu pengalaman yang unik. Berbagai wawancara dikatakan efektif dengan sampel yang banyak dan digunakan ketika peneliti memiliki banyak informasi dari area subjek tetapi akan dikembangkan dengan pemahaman yang dimiliki.

3. Dokumentasi

Dokumentasi yang dimaksud yaitu mengumpulkan dokumen-dokumen pendukung penelitian. Dokumen dapat berbentuk seperti tulisan misalnya sejarah kehidupan, bentuk gambar misalnya foto, dan bentuk karya-karya monumental misalnya karya seni (Sugiyono, 2012: 239). Hasil penelitian dari observasi dan wawancara akan lebih *credible* apabila didukung oleh dokumentasi.

Penelitian ini menggunakan informan sebagai sumber data penelitian. Peneliti tidak menggunakan populasi dan sampel karena jenis penelitian adalah kualitatif. Informan sebagai sumber informasi akan memberikan gambaran, bukti dan keadaan nyata berupa jawaban dari hasil wawancara. Adapun yang dimaksud informan dalam penelitian

adalah subjek yang memahami informasi objek penelitian sebagai pelaku maupun orang lain yang memahami objek penelitian (Boengin, 2012: 78).

Sugiyono (2008: 246) mengungkapkan bahwa analisis data pada penelitian kualitatif dilakukan saat proses pengumpulan data di lapangan, dan setelah selesai melakukan pengumpulan data dalam suatu periode tertentu. Miles and Huberman (1984) dalam Sugiyono mengemukakan bahwa aktivitas dalam melakukan analisis data kualitatif dilakukan secara intensif dan terus menerus hingga tuntas, sehingga data yang dihasilkan jenuh. Berikut model analisis data menurut Miles and Huberman (1984) dalam Sugiyono (2008: 247-252):

- a) Reduksi Data (*Data Reduction*)
Reduksi data artinya merangkum, memilih poin-poin pokok, memfokuskan suatu hal yang dianggap penting, dan mencari tema serta pola. Data yang telah direduksi, akan memberikan memudahkan peneliti serta memberikan gambaran yang jelas ketika akan melakukan pengumpulan data selanjutnya.
- b) Penyajian Data (*Data Display*)
Penyajian data pada penelitian kualitatif dapat dilakukan dalam bentuk uraian yang singkat, bagan, flowchart, hubungan antar kategori dan sejenisnya. Namun yang paling banyak digunakan dalam penyajian data kualitatif yaitu dengan menggunakan teks naratif. Display data digunakan supaya dapat memudahkan untuk memahami sesuatu yang terjadi, dan untuk merencanakan langkah kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami.
- c) Penarikan Kesimpulan (*Conclusion Drawing*)
Penarikan kesimpulan pada penelitian kualitatif dapat dikatakan masih bersifat sementara, sebab kesimpulan tersebut kemungkinan dapat menjawab rumusan masalah, atau sebaliknya. Kesimpulan tersebut merupakan suatu temuan baru yang pada tahap sebelumnya belum pernah ada. Pada tahap penyajian data, apabila didukung dengan data-data yang sesuai maka dapat dijadikan sebagai kesimpulan yang bersifat kredibel.

Uji keabsahan atau validitas pada penelitian kualitatif merupakan upaya pemeriksaan terhadap keakuratan hasil penelitian dengan menerapkan prosedur tertentu (Creswell, 2014: 285). Menurut Creswell (2014: 286), validitas ini didasarkan pada suatu kepastian apakah hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti sudah akurat dari sudut pandang si peneliti, partisipan, ataupun pembaca secara umum.

Ada beragam strategi yang digunakan dalam validitas pada penelitian kualitatif. Strategi validitas yang digunakan oleh peneliti yaitu dengan

mentriangulasi (*triangulate*) sumber-sumber data yang berbeda. Triangulasi dilakukan dengan memeriksa bukti-bukti dari berbagai sumber yang kemudian menggunakannya untuk membangun justifikasi tema secara koheren. Tema-tema yang dibangun berdasarkan sejumlah sumber data akan menambah validitas penelitian (Creswell, 2014: 286).

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Instagram @Koperjas Sebagai Media Promosi Perpustakaan

Perpustakaan Jalanan Solo merupakan perpustakaan komunitas yang berdiri sejak 25 September 2016. Perpustakaan ini dikelola oleh sembilan orang dari berbagai latar belakang jurusan pendidikan yang berbeda. Sembilan anggota tersebut terdiri dari, Brondy, Jaya, Yoga Nizar, Akmam, Reza, Akmal, Nurul dan Elvira yang memiliki sebuah pandangan yang sama mengenai pentingnya membaca. Perpustakaan jalanan solo tersebut akhirnya berkembang dan dikenal dengan nama Komunitas Perpustakaan Jalanan Solo (KOPERJAS). Komunitas Perpustakaan Jalanan Solo juga ikut serta dalam kegiatan *Car Free Day* yang diselenggarakan di Jalan Selamat Riyadi Solo sebagai bentuk sosialisasi kepada masyarakat.

Sosialisasi kepada masyarakat ditujukan untuk promosi perpustakaan. Promosi perpustakaan merupakan hal yang perlu diadakan guna menarik pengguna untuk ikut serta bergabung dan memanfaatkan koleksi bahan perpustakaan. Hal tersebut sesuai dengan pendapat ahli yang bernama (Darmesta, 2002: 245-248) bahwa "Promosi sangat berfungsi bagi perpustakaan karena dengan adanya promosi kita dapat memajukan perpustakaan dan mengenalkannya kepada seluruh masyarakat pengguna".

Koperjas selain memiliki tugas untuk memberikan informasi secara langsung melalui koleksi, juga bertanggung jawab untuk memberikan informasi dan promosi perpustakaan melalui akun Instagram @Koperjas yang dilakukan oleh bagian pengelola media yang mengoperasikan akun Instagram @Koperjas. Kegiatan pokok tersebut telah dilakukan oleh pengelola media akun Instagram @Koperjas dan dibuktikan dengan beberapa hasil pendokumentasian kegiatan pokoknya sebagai berikut:



Gambar 1. Contoh Pendokumentasian Menyiapkan Bahan Pelaksanaan Kegiatan
(Sumber: Komunitas Perpustakaan Jalanan Solo 2017)

Kegiatan pokok pertama pengelola akun @Koperjas adalah menyiapkan bahan pelaksanaan kegiatan. Berdasarkan gambar tersebut maka dapat diketahui bahwa para pengelola akun @Koperjas secara rutin mengikuti setiap kegiatan membuka *Stand* pelayanan membaca yang dibuka secara umum. Para pengelola secara langsung membantu menyiapkan stand dengan membersihkan sampah pada area stand, memasang banner, menyiapkan buku-buku yang akan di layankan, dan membantu menata dengan rapi buku-buku tersebut agar menarik minat masyarakat untuk memanfaatkan koleksi sebagai bahan bacaan.



Gambar 2. Contoh Pendokumentasian Kegiatan Koperjas
(Sumber: Komunitas Perpustakaan Jalanan Solo 2017)

Kegiatan pokok pengelola akun Instagram @Koperjas yang kedua adalah mengabadikan setiap kegiatan yang dilakukan oleh Koperjas setiap minggunya. Berdasarkan gambar tersebut maka dapat diketahui bahwa pengelola akun Instagram @Koperjas telah melaksanakan tugas pokoknya sebagai bagian pengambilan dokumentasi setiap kegiatan yang dilakukan oleh Koperjas. Pada gambar tersebut diketahui pengelola akun Instagram @Koperjas mengabadikan momen kunjungan oleh komunitas teman-teman mahasiswa UMS (Kine club UMS).



Gambar 3. Contoh Pendokumentasian Pengelolaan Foto Kegiatan Koperjas
(Sumber: Komunitas Perpustakaan Jalanan Solo 2017)

Kegiatan pokok pengelola akun Instagram @Koperjas yang ketiga adalah mengelola dokumen berupa foto-foto kegiatan Koperjas. Berdasarkan gambar tersebut maka dapat diketahui bahwa peran pengelola akun @Koperjas adalah mencari foto sebagai bahan unggahan untuk kemudian melakukan editing foto berupa penambahan kalimat agar menarik perhatian masyarakat. Selain itu pengelola juga bertugas untuk melakukan editing video yang akan diunggah sebagai bentuk promosi Komunitas Perpustakaan Jalanan Solo.



Gambar 4. Contoh Pendokumentasian Foto dengan *Caption* Ajakan Membaca
(Sumber: Komunitas Perpustakaan Jalanan Solo 2017)

Kegiatan pokok pengelola yang keempat adalah meng-*upload* dokumen-dokumen kegiatan berupa foto di akun media sosial Instagram (@Koperjas) yang setiap fotonya diberikan caption berupa motivasi untuk giat dalam membaca dan memberikan beberapa promosi Komunitas Perpustakaan Jalanan Solo. Berdasarkan gambar di atas maka dapat diketahui bahwa pengelola akun @Koperjas telah melakukan tugas pokoknya yaitu melakukan promosi dengan membuat isi pesan unggahan berupa caption yang tepat sebagai bentuk promosi kepada para pengguna Instagram secara luas.

Kegiatan-kegiatan tersebut dilakukan untuk mendukung tugas pokok pada bagian media dalam melakukan penyebaran informasi dan promosi

perpustakaan yang dilakukan untuk menarik minat baca terutama pada masyarakat Solo. Kegiatan tersebut dilakukan juga untuk memenuhi permintaan masyarakat maupun pengguna yang mengikuti (follow) akun Instagram @Koperjas agar dapat memberi informasi pada setiap minggunya dalam kegiatan yang dilakukan Komunitas Perpustakaan Jalanan Solo.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa alasan media sosial Instagram lebih dipilih sebagai sarana promosi oleh pengelola @Koperjas 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.

Pelaksanaan promosi Koperjas tidak akan berhasil dan berkembang jika tidak adanya Sumber Daya Manusia yang berkompeten sebagai penunjang kegiatan promosi. Sumber Daya Manusia tersebut merupakan anggota perpustakaan yang ditugaskan dalam mengelola akun Instagram @Koperjas yang memang telah memiliki tugas dan tanggung jawab masing-masing. Tujuan adanya pengelola khusus akun Instagram @Koperjas adalah agar membuat strategi promosi menarik banyak pengguna aktual maupun potensial untuk ikut bergabung dan memanfaatkan koleksi yang ada di Koperjas. Semua informan sepakat menjawab bahwa ada tiga anggota yang ditugaskan untuk mengelola akun @Koperjas sebagai media promosi. Adapun ke tiga anggota pengelola tersebut diantaranya adalah Jaya, Elvira, dan Brondy.

Akun Instagram @Koperjas memberikan berbagai macam informasi tentang Komunitas Perpustakaan Jalanan Solo mulai dari koleksi buku, kegiatan perpustakaan, kegiatan pengunjung yang membaca, dan berbagai informasi terkait Perpustakaan Jalanan Solo. Melalui akun Instagram @Koperjas pengelola perpustakaan memberikan update informasi berupa *postingan* yang bertujuan memberikan informasi dan ajakan kepada masyarakat sebanyak delapan kali dalam sebulan.

Sebuah organisasi dalam melakukan promosi perlu menentukan sasaran atau target pemasarannya. Penentuan target market tersebut diperuntukkan agar dalam penyampaian promosi bisa langsung tepat sasaran. Tidak terkecuali Perpustakaan Jalanan Solo juga menentukan target dalam melakukan pemasaran melalui akun Instagram @Koperjas. Adapun promosi yang dilakukan oleh pengelola Koperjas dalam setiap *postingan*-nya secara umum diperuntukkan oleh masyarakat luas. Sedangkan secara khusus targetnya adalah anak-anak (pelajar) di Kota Solo dan para remaja maupun orang tua para pelajar agar mau mengajak anaknya untuk berkunjung ke-*Stand* Koperjas. Adapun pengguna yang paling banyak berkunjung dan memanfaatkan koleksi sebagai bahan

bacaan di-*Stand* Koperjas adalah anak-anak dan orang dewasa atau orang tua.

Pada umumnya pelaksanaan sebuah kegiatan yang dilakukan oleh organisasi akan terdapat faktor-faktor penghambat atau bisa juga disebut sebagai kendala dalam kegiatan. Salah satu kegiatan yang tidak luput dari adanya sebuah kendala adalah kegiatan promosi perpustakaan yang dilakukan baik secara langsung maupun melalui media sosial. Kendala tersebut menyebabkan pelaksanaan kegiatan promosi menjadi terhambat. Selain itu kendala tersebut juga berimbas pada kurangnya pengguna perpustakaan atau kurang minatnya masyarakat terhadap perpustakaan tersebut. Oleh karenanya, kendala tersebut hendaknya ditemukan dan diatasi agar dalam pelaksanaan kegiatan promosi bisa berjalan dengan baik dan efektif.

Kegiatan promosi yang dilakukan oleh anggota Komunitas Perpustakaan Jalanan Solo juga tidak luput dari adanya sebuah hambatan atau kendala. Hambatan atau kendala yang dialami tersebut berbeda-beda. Berdasarkan jawaban semua informan dalam penelitian, maka dapat diketahui bahwa kendala atau hambatan yang terdapat dalam pelaksanaan promosi yang dilakukan oleh Komunitas Perpustakaan Jalanan Solo melalui akun @Koperjas adalah kurangnya konsistensi dari para anggota komunitas untuk melakukan promosi dan juga kurangnya koordinasi antar admin. Kendala lain yaitu jumlah *postingan* yang kurang konsisten, susah menentukan tema yang sesuai dengan kesepakatan bersama, dan susah membuat *caption* yang sesuai dengan foto yang akan diunggah.

3.2 Signifikansi Akun Media Sosial Instagram @Koperjas Sebagai Media Promosi Perpustakaan

Fitur-fitur yang dimanfaatkan oleh akun media sosial Instagram @Koperjas tersebut dimaksudkan untuk menjadikan sebuah unggahan foto maupun informasi yang di-share melalui akun Instagram @Koperjas lebih dikenal banyak pengguna Instagram agar mereka lebih tertarik untuk memanfaatkan perpustakaan dan memanfaatkan informasi yang didapat dari akun Instagram @Koperjas. Keenam fitur tersebut juga sangat membantu pengelola akun media sosial Instagram @Koperjas dalam hal penyebarluasan informasi yang disampaikan untuk para penggunanya. Penggunaan media sosial instagram melalui akun @Koperjas sebagai media promosi perpustakaan diharapkan mampu memperbanyak pengguna atau pengunjung di lapak Komunitas Perpustakaan Jalanan Solo.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka dapat diketahui bahwa setelah melakukan promosi dengan menggunakan akun @Koperjas, banyaknya pengguna semakin bertambah. Hal tersebut dibuktikan dengan bertambahnya *followers* Instagram @Koperjas,

banyaknya pengunjung yang datang dan meminjam buku yang dilihat dari *postingan* yang memperlihatkan banyaknya pengunjung, dan masyarakat yang antusias dengan menanyakan atau memesan buku yang di-*postingan* di akun @Koperjas kepada pengelola.

Seiring dengan berkembangnya internet, sosial media mengantarkan pengguna melakukan gerakan sosial untuk mengajak lebih banyak orang terlibat. Gerakan yang dilakukan melalui sosial media disebut sebagai *New social movement*. *New social movement* atau gerakan sosial dipahami sebagai suatu tipe gerakan sosial yang memiliki tampilan karakter yang baru. Gerakan ini lebih berpusat pada tujuan-tujuan non material dengan menekankan pada perubahan-perubahan spesifik dalam kebijakan publik atau perubahan ekonomi (Nash, 2005: 11). Aktivitas gerakan ini juga menggunakan bentuk-bentuk demonstrasi yang dramatis dan direncanakan matang sebelumnya, lengkap dengan kostum dan representasi simboliknya (Suharko, 2006: 19). Secara umum gerakan sosial baru menampakkan wajah gerakan sosial yang plural yang terpantul jelas melalui bentuk-bentuk aksi gerakan sosial baru yang menapaki banyak jalur, mencita-citakan beragam tujuan dan menyuarakan aneka kepentingan. Reaksinya juga melintasi batas-batas region, dari arah lokal hingga internasional, sehingga strategi dan cara mobilisasinya bersifat global (Singh, 2001: 12).

Kehadiran teknologi internet dan sosial media yang dilakukan untuk menggerakkan massa dalam perubahan sosial, yang dapat diamati dengan menggunakan teori AIDA yang dikemukakan oleh Kotler dan Keller (2009: 186). AIDA (*Attention, Interest, Desire, Action*) merupakan formula yang paling sering digunakan untuk membantu perencanaan suatu iklan secara menyeluruh, dan formula itu dapat diterapkan pada suatu iklan. Perencanaan ini yang terdiri atas (*Attention*), membuat ketertarikan produk (*Interest*), membuat keinginan untuk memiliki produk (*Desire*), dan mengajak pelanggan untuk melakukan tindakan dalam pembelian produk (*Action*). Model AIDA (*Attention, Interest, Desire, Action*) akan memperjelas konsep perubahan, sikap, dan perilaku dalam kaitannya dengan sebuah kerangka tindakan.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka dapat diketahui bahwa alasan pengelola lebih tertarik untuk mengunggah foto berupa koleksi buku dengan disertai *caption* tentang isi buku tersebut adalah dengan tujuan agar masyarakat lebih tertarik kembali membaca buku. Selain itu alasan yang lain adalah agar menimbulkan rasa penasaran pada keseluruhan isi buku tersebut, sehingga dapat meluangkan waktu untuk datang ke lapak baca.

Melakukan promosi dengan menggunakan media sosial seperti Instagram tidak bisa dilakukan dengan tanpa menggunakan cara atau metode

tertentu. Karena akan percuma jika isi informasi atau gambar yang ditampilkan tidak bersifat persuasif atau bukan bersifat promosi. Teknik maupun metode tertentu dalam pemasaran akan sangat efektif jika diterapkan dalam melakukan promosi perpustakaan. Komunitas Perpustakaan Jalanan Solo juga menggunakan cara tertentu dalam melakukan promosi, dengan menentukan *caption* yang efektif dalam setiap unggahan dengan tujuan menarik perhatian masyarakat khususnya pengguna perpustakaan.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan maka dapat diketahui bahwa cara pengelola menentukan *caption* yang efektif dalam sebuah unggahan dengan tujuan menarik perhatian pengguna adalah dengan cara membuat *caption* dan isi buku yang mengandung makna dan dapat menambah wawasan bagi masyarakat yang melihat *postingan* Koperjas, dengan memperlihatkan keramahan dan wawasan yang luas tentang pembahasan buku tertentu, dan dengan menentukan *caption* sesuai dengan isi buku dan disertai kesan setelah membaca isi buku tersebut.

Berikut adalah salah satu dokumentasi berupa *postingan* @Koperjas yang tergolong dalam promosi yang mengandung unsur (*Attention*);



Gambar 5. Contoh *Postingan* yang Tergolong *Attention* (Sumber: Komunitas Perpustakaan Jalanan Solo 2017)

Berdasarkan unggahan tersebut pihak Koperjas melakukan sosialisasi dengan menawarkan salah satu koleksi bukunya yang berjudul “Makin Lama Makin Cinta” karya Haedar Harbit. Pesan yang disampaikan pengelola dalam unggahan akun Instagram @Koperjas tergolong pada komponen perhatian (*Attention*), hal tersebut dapat dilihat dalam unggahan bahwa pengelola memberikan pesan yang menimbulkan perhatian kepada pengguna.

Unggahan yang dilakukan oleh pengelola akun Instagram @Koperjas selain mengandung unsur perhatian (*Attention*) juga berisi mengenai unsur ketertarikan (*Interest*). Artinya adalah pesan yang disampaikan menimbulkan perasaan ingin tahu, ingin mengamati, dan ingin mendengar serta melihat lebih seksama. Hal tersebut terjadi karena adanya minat yang menarik perhatian konsumen atau pengguna akan pesan yang ditunjukkan. Tahap ketertarikan atau

(*Interest*) merupakan turunan dari tahanan perhatian (*Attention*). Pada tahap ini konsumen atau pengguna memiliki rasa yang lebih jauh untuk mengetahui informasi secara mendalam tentang keistimewaan atau keunggulan jasa atau informasi yang di tawarkan oleh pembuat promosi.

Berikut adalah beberapa dokumentasi yang membuktikan bahwa unggahan pengelola akun @Koperjas mengandung unsur ketertarikan (*Interest*):



Gambar 6. Contoh *Postingan* yang Tergolong *Interest* (Sumber: Komunitas Perpustakaan Jalanan Solo 2017)

Berdasarkan unggahan tersebut dapat diketahui bahwa pengelola ingin memberitahukan kepada masyarakat tentang peran ibu sebagai guru pertama bagi anak-anaknya dalam menanamkan minat baca. Pesan yang disampaikan pengelola dalam unggahan akun Instagram @Koperjas tergolong pada komponen ketertarikan (*Interest*), hal tersebut dapat dilihat dalam unggahan bahwa pesan yang disampaikan menimbulkan perasaan ingin tahu kepada pengguna.

Berikut adalah beberapa gambar dalam unggahan pengelola akun Instagram @Koperjas yang membuktikan bahwa *postingan* tersebut tergolong dalam tahap keinginan (*Desire*):



Gambar 7. Contoh *Postingan* yang Tergolong *Desire* (Sumber: Komunitas Perpustakaan Jalanan Solo 2017)

Berdasarkan unggahan akun Instagram tersebut dapat diketahui bahwa pengelola akun Instagram memberikan ajakan kepada masyarakat untuk bergabung atau sekedar mengunjungi Stand Koperjas di acara *Car Free Day* di pagi hari. Pesan yang disampaikan pengelola dalam unggahan tersebut tergolong pada komponen Keinginan (*Desire*). Hal tersebut dapat dilihat dalam unggahan bahwa pesan yang disampaikan menimbulkan rasa keinginan pemustaka untuk memanfaatkan.

Berikut adalah beberapa gambar dalam unggahan pengelola akun instagram @Koperjas yang membuktikan bahwa *postingan* tersebut tergolong dalam tahap tindakan (*Action*):



Gambar 8. Contoh *Postingan* yang Tergolong *Action* (Sumber: Komunitas Perpustakaan Jalanan Solo 2017)

Berdasarkan unggahan video bagian kedua tersebut dapat diketahui bahwa pengelola mengapresiasi kepada pembaca sekaligus sastrawan Kota Solo yang menanggapi kegiatan Koperjas. Pesan yang disampaikan pengelola dalam unggahan tersebut tergolong pada komponen Tindakan (*Action*). Hal tersebut dapat dilihat dalam unggahan bahwa pesan yang disampaikan menimbulkan tindakan kepada pemustaka dalam memanfaatkan pelayanan Koperjas.

4. Simpulan

Berdasarkan hasil pembahasan dari penelitian yang telah diuraikan oleh penulis, maka dapat diambil kesimpulan bahwa pemanfaatan media sosial instagram sebagai media promosi *Library Based Community* Studi Kasus di Komunitas Perpustakaan Jalanan Solo dimanfaatkan oleh Komunitas Perpustakaan Jalanan Solo sebagai suatu sistem pengelolaan media promosi perpustakaan yang memanfaatkan perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) yang memberikan suatu pesan yang jelas untuk memudahkan pengguna maupun pencari informasi dalam memanfaatkan media sosial Instagram.

Pada pelaksanaan promosi melalui akun Instagram pengelola juga mendapatkan respon positif dari pengguna tentang setiap *postingan* yang diunggah, hal tersebut dibuktikan dari adanya respon

berupa *like* dan komentar disetiap unggahan. Pemasaran maupun promosi perpustakaan mengacu pada teori yang sesuai dengan promosi perpustakaan melalui media sosial yang meliputi; Perhatian terhadap pesan yang disampaikan oleh pengelola agar pengguna tertarik terhadap apa yang disampaikan (*Attention*); Ketertarikan, dimana penyampaian pesan yang disampaikan pengelola memberikan kesan baik sehingga menarik minat pengguna. Hal tersebut dibuktikan dari respon pengguna berupa *like* dan komentar (*Interst*); Keinginan, suatu tindakan pengguna yang ingin mengetahui lebih dalam dari pesan yang disampaikan pengelola. Dalam hal ini keinginan dibedakan menjadi dua yaitu motif rasional dan motif emosional (*Desire*); Tindakan, hal ini terjadi karena keinginan yang kuat dari pengguna untuk mengetahui dan melakukan tindakan lebih lanjut dari pesan yang disampaikan/ ditawarkan oleh pengelola (*Action*).

Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Perpustakaan dimanfaatkan oleh Komunitas Perpustakaan Jalanan Solo lebih tertuju kepada penyebarluasan informasi yang disampaikan melalui pesan di akun Instagram @Koperjas dan lebih memberikan pesan yang bersifat persuasif (ajakan) untuk memanfaatkan layanan/ jasa perpustakaan. Kegiatan promosi perpustakaan yang dilakukan Komunitas Perpustakaan Jalanan Solo memberikan respon positif terhadap pengguna hal tersebut terbukti dari meningkatnya pengunjung yang datang langsung di- Stand Komunitas Perpustakaan Jalanan Solo dan bertambahnya *Followers* akun Instagram @Koperjas.

Berdasarkan hasil analisis data terhadap jawaban dari keseluruhan pertanyaan dalam wawancara untuk pemanfaatan media sosial Instagram sebagai media promosi *Library Based Community* studi kasus di komunitas perpustakaan jalanan Solo @Koperjas, terdapat beberapa saran yang diajukan berdasarkan hasil dari penelitian ini yaitu:

1. Perhatian (*Attention*) terhadap pesan yang disampaikan oleh pengelola melalui akun Instagram @Koperjas diharapkan dapat ditingkatkan kesinambungannya terhadap tema yang sesuai dengan unggahan foto/ video agar pengguna lebih tertarik terhadap apa yang disampaikan pengelola melalui unggahan foto/ video.
2. Ketertarikan (*Interest*) dimana penyampaian pesan yang disampaikan pengelola akun Instagram @Koperjas diharapkan selalu memberikan kesan maupun pesan baik sehingga unggahan pengelola mampu menarik minat pengguna agar hal tersebut bisa memberi respon positif bagi pengguna yang berupa komentar maupun *like* pada

unggahan yang dilakukan pengelola di akun Instagram @Koperjas.

3. Keinginan (*Desire*) suatu tindakan pengguna yang ingin mengetahui lebih dalam dari pesan yang disampaikan pengelola diharapkan dapat ditingkatkan dengan lebih memperhatikan kualitas unggahan foto/ video yang lebih menarik minat pengguna dalam hal melakukan tindakan keinginan (*Disire*) agar pengguna tidak merasa kecewa setelah melihat pesan yang disampaikan pengelola melalui akun Instagram @Koperjas.
4. Tindakan (*Action*) hal ini terjadi karena keinginan yang kuat dari pengguna oleh karena itu diharapkan pengelola lebih meningkatkan kualitas *Stand* Koperjas agar pengunjung yang datang ke-*Stand* Koperjas merasakan bahwa apa yang telah disampaikan melalui akun Instagram @Koperjas oleh pengelola itu memang benar sesuai dengan apa yang disampaikan.

Daftar Pustaka

- Barlow, C. 2010. Interviews. Encyclopedia of Case Study Research (pp. 496-499). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications Ltd. Sumber < <http://dx.doi.org/10.4135/9781412957397.n182> >. Diunduh [16 Juni 2017].
- Boengin, Burhan. 2012. Analisis Data Penelitian Kualitatif. Jakarta: Raja Grafindo.
- Creswell, John W. 2014. Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Evan, Dave. 2008. Social Media Marketing: An Hour a Day. Wiley Publishing, Inc: Canada.
- Kotler dan Keller. 2009. Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga.
- Mukhtar. 2013. Metodologi Praktis Penelitian Deskriptif Kualitatif. Jakarta: Referensi.
- Miles, Matthew B dan A. Michael Huberman. 1992. Analisis Data Kualitatif: Buku
- Nash, June (Ed.). 2005. Social Movements, An Anthropological Reader. Oxford: Blackwell Publishing Ltd.

- Paramitha, Cindy Rizal Putri, 2011. "Analisis Faktor Pengaruh Promosi Berbasis Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan dalam Bidang Kuliner". Thesis. Ekonomi S-1, Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.
- Pendit, Putu Laxman. 2003. Penelitian Ilmu Perpustakaan dan Informasi: suatu pengantar diskusi epistemology dan metodologi. Jakarta: JIP-FSUI.
- Singh, Rajendra. 2001. Social Movements, Old and New, A Post-modernist Critique. New Delhi: Sage Publication.
- Suharko, 2006. Gerakan Sosial: Konsep, Strategi, Aktor, Hambatan dan Tantangan Gerakan Sosial di Indonesia. Buku Seri Demokrasi II, Program Penguatan Simpul Demokrasi. Jakarta: Averroes Press.
- Sugiyono. 2011. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D. Bandung: Alfabeta.
- _____. 2016. "Cara Ampuh Mempromosikan Akun Instagram". (<https://digitalmarketer.id/content/ini-cara-terampuh-mempromosikan-akun-instagram-anda-untuk-jualan-online/>, diakses 2 Desember 2016).
- _____. 2012. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sulistyo-Basuki. Metode Penelitian. Jakarta: Wedatama Widya Sastra bekerja sama dengan FIB UI. 2006. -----, Pengantar Ilmu Perpustakaan dan Informasi. Jakarta: 2005.
- Wahyuni. 2012. Qualitative Research Method (theory and practice). Jakarta: Salemba Empat.