

# Pemanfaatan Akun *Facebook* Perpustakaan Daerah dan Arsip Kota Salatiga Sebagai Upaya Membangun Citra Perpustakaan

Dhimas Aji Priyatmojo<sup>\*)</sup>, Amin Taufiq Kurniawan

*Jurusan Ilmu Perpustakaan, Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Diponegoro,  
Jl. Prof. Soedarto, S.H, Kampus Undip Tembalang, Semarang, Indonesia 50275*

## Abstrak

*Penelitian ini berjudul “Pemanfaatan Akun Facebook Perpustakaan Daerah dan Arsip Kota Salatiga Sebagai Upaya Membangun Citra Perpustakaan”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi promosi perpustakaan melalui Facebook dalam upaya membangun citra perpustakaan di Perpustakaan Daerah dan Arsip Kota Salatiga. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi kasus. Teknik pengumpulan data yang dilakukan yaitu observasi, wawancara, dan studi dokumen. Informan yang terlibat sebanyak tujuh orang. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa adanya strategi promosi yang telah dilakukan oleh Persipda Salatiga adalah berupa kegiatan-kegiatan penyebaran brosur, posting quote dan kalimat persuasif di facebook, ajakan Nonton Bareng Film, siaran TV Persipda, perpustakaan keliling, pemberian stiker, pemberian hadiah buku kepada pemustaka tertentu, bazar buku, meet and greet kepenulisan buku, bekerjasama dengan Institut Ibu Profesional Salatiga mengadakan seminar parenting, bedah buku, dan seminar literasi. Semua informasi kegiatan promosi tersebut di atas terintegrasi dan tertuang menjadi satu dalam timeline facebook Persipda Salatiga. Facebook dapat membantu mengoptimalkan kegiatan promosi Persipda terkait informasi dan kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh Persipda. Sifat facebook yang selalu update setiap saat sangat mendukung untuk sarana promosi Persipda masa kini dan juga meningkatkan citra perpustakaan tersebut. Hasil penelitian menunjukkan posting kegiatan promosi Persipda yang mendapatkan respon positif dari masyarakat. Respon positif tersebut terlihat dari komentar-komentar masyarakat dalam setiap postingan di timeline facebook Persipda. Artinya upaya Persipda untuk membangun citra positif di masyarakat telah berhasil.*

**Kata kunci:** *Facebook, Strategi Promosi Perpustakaan, Citra Perpustakaan, Persipda Salatiga*

## Abstract

**[Title: Utilization Facebook account Regional Library and Archives Salatiga For Effort to Build Image Library].** *This study aims to determine the promotional strategy of the library through Facebook in an effort to build the image of a library at the Regional Library and Archives Salatiga. This research uses qualitative methodology and case study. Data collection techniques are observation, interviews and document study. Informants involved as much as seven people. These results indicate that the promotional strategy that has been done by Persipda Salatiga is the form of the activities of the distribution of brochures, posting quote and sentences persuasive on facebook, solicitation to watching movie together, Press TV Persipda, bookmobile, awarding stickers, gift books to certain visitor, book fairs, meet and greet authorship of the book, in collaboration with the Institute of Professional Capital Salatiga hold parenting seminar, book and seminar literacy. All information promotional activities mentioned above into one integrated and contained within the timeline facebook Persipda Salatiga. Facebook can help optimize Persipda promotional activities related to information and activities carried out by Persipda. Facebook nature are always updated at any time is very supportive for promotion Persipda today and also enhance the image of the library. These results indicate that promotional activities Persipda who get a positive response from the community. The positive response is evident from the comments of society in every Persipda facebook timeline posts. This means Persipda efforts to build a positive image in the community have been successful.*

**Keywords:** *Facebook, Promotion Strategy Library, Image Library, Persipda Salatiga*

---

<sup>\*)</sup>Penulis Korespondensi

E-mail: dhimas.priyatmaja93@gmail.com

## 1. Pendahuluan

Seiring perkembangan teknologi informasi, pada saat ini banyak perpustakaan umum yang sudah mulai mengembangkan layanan berbasis internet mengikuti karakteristik pengguna yang telah berubah generasi yaitu generasi internet (*net generation*). Generasi ini tumbuh dengan teknologi informasi modern, cenderung bergantung, menggunakan media sosial sebagai alat untuk saling berkomunikasi dan berbagi informasi sehingga perpustakaan mulai berpikir untuk memenuhi kebutuhan pengguna melalui media.

Beragam jenis media dapat digunakan untuk memasarkan layanan perpustakaan mereka, salah satunya adalah media *Facebook*. Penelitian yang dilakukan oleh Calvert dan Neo (2012) pada perpustakaan umum di New Zealand menunjukkan bahwa faktor utama mengadopsi *Facebook* adalah manfaat dari penggunaan *Facebook* sebagai pemasaran dari perpustakaan umum, kompatibel dengan budaya dan nilai perpustakaan, berguna untuk mengembangkan minat staff dan manajemen, membantu meningkatkan ketrampilan staff teknik informasi serta memberikan citra yang lebih baik pada perpustakaan.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi turut mempengaruhi perkembangan media sosial, sehingga muncul berbagai macam media sosial yang hingga sekarang dapat digunakan oleh masyarakat, mulai dari *Youtube* dan *Myspace* yang muncul pada tahun 2003. *Facebook* pada tahun 2004 dan *Twitter* pada tahun 2009 (Judhita, 2011:5).

Situs jejaring sosial *Facebook* merupakan salah satu media komunikasi yang dilengkapi fitur-fitur yang memungkinkan penggunanya untuk saling bertukar informasi dalam berbagai bentuk, tidak terbatas dalam bentuk teks/tulisan, tetapi dapat berupa gambar dan video. Media tersebut dapat digunakan untuk bertukar informasi mengenai berbagai hal, seperti informasi yang sifatnya pribadi, bidang ekonomi, pendidikan, dan hiburan. *Facebook* dapat dijadikan sebagai media promosi. *Facebook* merupakan salah satu situs jejaring sosial yang saat ini marak digunakan di Indonesia. Indonesia memang cukup besar dalam penggunaan *Facebook*. Dalam rentang waktu beberapa bulan saja Indonesia berhasil menduduki peringkat ketiga terbesar dalam hal pengguna *Facebook* dengan jumlah pengguna lebih dari 20.000.000 pengguna dan dengan pertumbuhan hampir 800% dalam 12 bulan. Mengingat begitu pesatnya perkembangan penggunaan *Facebook*, banyak kalangan yang memanfaatkan situs jejaring sosial tersebut untuk melakukan promosi, misalnya untuk mempromosikan produk perusahaannya, bahkan untuk ajang kampanye oleh para politisi. Perpustakaan pun dapat pula menggunakan *Facebook* untuk mempromosikan perpustakaanannya sehingga dengan memanfaatkan *Facebook*

memungkinkan bagi pemakai perpustakaan untuk memperoleh informasi cepat, akurat, serba seketika dan langsung dimanfaatkannya.

Hasil survei mengenai implementasi jejaring *Facebook* di perpustakaan umum pada Perpustakaan Amerika Serikat menghasilkan data bahwa sebagian besar Perpustakaan umum di Amerika memiliki halaman *Facebook* yaitu populasi > dari 100.000 sebanyak 73%, populasi 25.000-50.000 sebesar 75%, populasi 5.000-10.000 sebesar 30%, sedangkan populasi dibawah 5.000 hanya berjumlah 8%. Berdasarkan hasil penelitian ini dapat ditarik pengertian bahwa semakin besar populasi yang dilayani, maka semakin besar pula kemungkinan perpustakaan memiliki sebuah halaman *Facebook* (Agosto dan Abbas, 2011).

Fitur paling umum yang digunakan oleh perpustakaan umum Amerika Serikat adalah *link* ke *web* perpustakaan, foto perpustakaan dan kegiatan yang dilakukan, video klip perpustakaan dan program perpustakaan, *link* ke situs yang menarik bagi pengunjung perpustakaan, serta pengumuman kejadian terkini yang diadakan perpustakaan. Mayoritas *website* dari perpustakaan yang melayani populasi lebih dari 100.000 memiliki *link* yang dihubungkan ke jejaring sosial *Facebook*. Persentase penggunaan fitur *Facebook* 30% meliputi deskripsi layanan perpustakaan dan 56% meliputi foto perpustakaan. Bahkan, foto sampul buku dan ulasan tentang buku-buku baru yang jarang dipinjam menunjukkan bahwa beberapa perpustakaan menggunakan halaman jejaring sosial untuk meningkatkan sirkulasi buku tradisional (Agosto dan Abbas, 2011).

Hasil penelitian Utami (2011), menyatakan *Facebook* sangat efektif dalam pemberian notifikasi pengembalian buku bagi pemustaka. Dari 100 orang responden, rerata 95% pemustaka menyatakan bahwa program notifikasi melalui *Facebook* sangat relevan, efektif, akurat dan memuaskan. Berdasarkan hasil uji coba, menunjukkan bahwa tingkat keterlambatan pemustaka dapat ditekan sedemikian rupa sampai 11,2% dari angka 85% sebelumnya. Pemustaka sangat menyukai perpustakaan menggunakan situs jejaring sosial *Facebook* dalam memberikan layanan. Sehingga sikap terhadap notifikasi melalui *Facebook* sangat positif.

Pengembangan layanan perpustakaan di Indonesia berbasis jejaring sosial *Facebook* masih jarang. Hasil studi pendahuluan yang dilakukan peneliti pada perpustakaan umum di seluruh Jawa Tengah pada bulan Maret tahun 2016 menunjukkan bahwa dari 35 perpustakaan terdapat 25 perpustakaan yang telah menggunakan *Facebook* sebagai media dalam mempromosikan layanan, di antaranya Perpustakaan Daerah dan Arsip Kota Salatiga yang menerapkan jejaring sosial *Facebook* dan resmi dikelola oleh petugas perpustakaan (Hasil

wawancara dengan SH, petugas Perpustakaan Salatiga, 2016).

Kondisi faktual di lapangan menunjukkan, meskipun Perpustakaan Daerah dan Arsip Kota Salatiga telah memiliki akun *Facebook* ternyata hal itu hanya dibuat untuk mengikuti tren agar terkesan *update* karena dalam kenyataannya pustakawan tidak aktif untuk mengunggah kegiatan seputar perpustakaan sehingga keberadaan *Facebook* tidak dimanfaatkan secara optimal. Didukung hasil laporan perusahaan riset pasar *eMarketer* bahwa pada bulan Februari 2012 pengguna *Facebook* di negara Indonesia berjumlah 43.060.360 orang dan menempati urutan negara ketiga dengan jumlah pengguna *Facebook* terbanyak di bawah negara Amerika Serikat dan India (Mildward, 2014).

Seharusnya hal tersebut merupakan peluang bagi perpustakaan umum untuk memaksimalkan layanan beragam melalui media *Facebook* sehingga pengguna perpustakaan (pemustaka) akan tetap tertarik datang mengunjungi perpustakaan. Ketertarikan pengguna bisa diartikan sebagai ketertarikan terhadap tempat, lingkungan, koleksi, pelayanan. Rasa ketertarikan akan meningkat menjadi senang apabila kebutuhan dapat terpenuhi, sehingga dengan terpenuhinya kebutuhan dan menimbulkan rasa senang serta kepuasan, maka pemustaka akan datang kembali. Pada sisi lain ada kalanya pemustaka tidak mendapatkan apa yang dibutuhkan sesuai dengan keinginan sehingga menjadi kecewa, jengkel, dan tidak puas (Kotler dan Keller 2007:177).

Perasaan ketidakpuasan, kekecewaan yang timbul terkadang tidak disampaikan kepada petugas. Artinya bahwa tidak ada keluhan yang tersampaikan pada pengelola perpustakaan. Imbasnya dalam teori pemasaran dikatakan seorang yang kecewa mewakili representasi beberapa pelanggan lain yang kecewa, dimisalkan satu orang kecewa akan bercerita kepada lima belas orang lain. Dapat dibayangkan akses berapa orang yang mendengar berita buruk akibat cerita seseorang yang kecewa. Kondisi tersebut dapat berakibat kurang baik bagi citra perusahaan (Nadhiroh dan Kusumawati, 2014:7).

Citra merupakan akumulasi dari setiap materi komunikasi dengan melibatkan faktor-faktor internal dan eksternal seperti pemberitaan (publisitas) dan keberpihakan komunitas. Citra adalah cara bagaimana pihak lain memandang sebuah perusahaan, seseorang, suatu komite, atau suatu aktivitas. Citra perpustakaan merupakan keseluruhan kesan yang terbentuk di benak masyarakat. Persepsi pemustaka terhadap perpustakaan dapat dirasakan dari adanya pengalaman, kepercayaan dan pengetahuan pemustaka terhadap layanan yang diberikan perpustakaan. Dengan demikian citra merupakan aset penting pada perpustakaan yang selayaknya terus menerus dibangun dan dipelihara (Nadhiroh dan Kusumawati, 2014:7).

Citra yang baik merupakan perangkat kuat, bukan hanya untuk menarik pemustaka yang tidak tahu tentang keberadaan perpustakaan, tetapi juga dapat memperbaiki sikap dan kepuasan pada pemustaka. Citra perpustakaan tidak datang dengan sendirinya, melainkan harus dibangun dan dibentuk, dari upaya komunikasi dan keterbukaan perpustakaan dalam membangun citra positif yang diharapkan (Nadhiroh dan Kusumawati, 2014:8).

Sebagai lembaga pengelola informasi harus dapat mempertahankan reputasi dan citra dengan melakukan promosi terhadap kegiatan atau aktivitas yang dilakukan untuk menarik minat kunjung pemustaka. Kegiatan menarik minat pengunjung ke perpustakaan merupakan bagian dari layanan perpustakaan yang harus diberikan kepada pemustaka. Promosi perpustakaan merupakan rangkaian kegiatan perpustakaan yang dirancang agar masyarakat mengetahui manfaat sebuah perpustakaan melalui koleksi, fasilitas, dan produk / layanan yang disediakan (Suparti, 2014: 17).

Berdasarkan studi pendahuluan yang dilakukan oleh peneliti di Perpustakaan Daerah dan Arsip Kota Salatiga sudah menerapkan jejaring sosial *Facebook* dan resmi dikelola oleh petugas perpustakaan. Namun, akun *Facebook* hanya dibuat untuk mengikuti tren agar terkesan *update* karena dalam kenyataannya pustakawan tidak aktif untuk mengunggah kegiatan seputar perpustakaan sehingga keberadaan *Facebook* tidak dimanfaatkan secara optimal.

Hasil pengamatan menunjukkan bahwa Perpustakaan Daerah dan Arsip Kota Salatiga sebagian besar diakses oleh kalangan pelajar untuk menyelesaikan tugas yang diberikan sekolah. Hanya sedikit pengunjung berasal dari kalangan masyarakat umum, sehingga terkesan Perpustakaan Daerah dan Arsip Kota Salatiga memiliki jumlah pengunjung terbatas dimana diketahui bahwa pengunjung terbanyak Perpustakaan Daerah dan Arsip Kota Salatiga adalah pelajar sebesar 55.744 orang atau 48,16%, disusul mahasiswa sebanyak 3.537 atau 29,66%, masyarakat umum 2.294 pengunjung atau 19,23% dan jumlah terkecil adalah PNS sebanyak 351 orang atau 2,94%.

Data di atas menunjukkan bahwa pengunjung terbanyak adalah dari kalangan pelajar, disusul oleh mahasiswa, lalu masyarakat umum dan terakhir adalah PNS. Hal ini menunjukkan bahwa citra yang terbentuk di kalangan pelajar dan mahasiswa adalah positif. Sedangkan untuk masyarakat dan PNS memandang perpustakaan memiliki citra netral karena hanya berkunjung ke perpustakaan untuk hal-hal tertentu saja dan bukan sesuatu yang harus dilakukan.

Jenis layanan yang diberikan tidak diketahui oleh pengunjung bahkan masyarakat kurang mengenal keberadaan Perpustakaan Daerah dan Arsip Kota Salatiga. Padahal Perpustakaan Daerah dan Arsip Kota Salatiga sudah menerapkan jejaring sosial

*Facebook* dan resmi dikelola oleh petugas perpustakaan. Kondisi tersebut mengindikasikan masyarakat pengguna perpustakaan atau pemustaka kurang mengetahui eksistensi perpustakaan serta tidak mengetahui jenis layanan perpustakaan meskipun telah diunggah melalui *Facebook*, ditunjukkan dengan sedikitnya jumlah kunjungan masyarakat umum secara virtual dan tanggapan pengguna perpustakaan di laman *Facebook*.

Dalam proses membangun citra perpustakaan menggunakan *Facebook* diperlukan strategi yang matang, terarah, bermutu serta konsisten dalam mempromosikan perpustakaan melalui akun *Facebook* Persipda, sehingga fungsi dan manfaatnya dapat dirasakan oleh masyarakat penggunanya lebih luas. Perpustakaan harus membenahi diri, meningkatkan layanan, dan memberi kesan positif. Citra baik perpustakaan akan dapat mempengaruhi peningkatan frekuensi kunjungan pemustaka (Suparti, 2014:35).

Kondisi faktual tersebut menarik untuk dikaji dan diteliti lebih dalam penelitian terkait Pemanfaatan Akun *Facebook* Perpustakaan Daerah dan Arsip Kota Salatiga Sebagai Upaya Membangun Citra Perpustakaan.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mendeskripsikan pemanfaatan akun *Facebook* Perpustakaan Daerah dan Arsip Kota Salatiga sebagai upaya membangun citra perpustakaan.

## **2. Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif dan jenis yang digunakan adalah studi kasus. Hal ini dimaksudkan agar peneliti dapat mengkaji secara mendalam mengenai Pemanfaatan Akun *Facebook* Perpustakaan Daerah Dan Arsip Kota Salatiga Sebagai Upaya Membangun Citra Perpustakaan. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi, wawancara, dan studi dokumen dengan keabsahan data menggunakan teori triangulasi data.

Metode analisis data yang digunakan, yaitu metode analisis data deskriptif, dengan teknik analisis data berupa reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan dan verifikasi.

## **3. Hasil dan Pembahasan**

### **3.1 Profil Informan**

Informan yang sesuai dengan kriteria dan telah ditentukan sebelumnya digunakan oleh peneliti supaya data yang diperoleh sesuai dengan tujuan penelitian. Peneliti telah melakukan wawancara terhadap 7 (tujuh) informan dalam penelitian ini yaitu; 3 (tiga) informan pustakawan yang merupakan pengelola perpustakaan dan 4 (empat) pemustaka (pengunjung perpustakaan) yang memanfaatkan fasilitas dan layanan Perpustakaan melalui *Facebook* di Perpustakaan Daerah dan Arsip Kota Salatiga.

Ketiga pengelola perpustakaan itu adalah: 1) Agus Parmadi P.T., yang merupakan kepala Persipda Kota Salatiga, 2) Andis PS, selaku petugas Perpustakaan dan Arsip Daerah Kota Salatiga bagian IT, dan 3) Budi Santoso, petugas Persipda bagian Pelayanan. Sedangkan informan dari pemustaka atau pengunjung adalah 1) Yati Kurniawati yang sudah lima tahun menjadi pengunjung Perpustakaan dan Arsip Daerah Kota Salatiga, 2) Adi Ruswiyono yang baru bergabung menjadi pengunjung Perpustakaan dan Arsip Daerah Kota Salatiga, merupakan seorang mahasiswa, 3) Henny Wuriyansari yang sudah menjadi anggota Perpustakaan dan Arsip Daerah Kota Salatiga selama 2 tahun, 4) Dika Noviana, yang sudah menjadi anggota Perpustakaan dan Arsip Daerah Kota Salatiga selama 2 tahun.

## **3.2 Analisis Timeline Facebook Persipda Salatiga**

### **3.2.1 Home/ Beranda**

*Home/ Beranda* adalah halaman utama dalam *Facebook* yang di dalamnya berisi aktivitas teman *Facebook* dan grup *Facebook* Persipda Salatiga. Pengguna (Persipda Salatiga) dapat meng-*update* status dalam bentuk foto pribadi, video pribadi maupun kegiatan yang sedang dilakukan, dan menandai teman *Facebook* melalui beranda. Selain itu, juga tersedia langsung jika pengguna ingin melakukan *chatting*. Fitur ini menyediakan ruang bagi Persipda Salatiga untuk saling berkomentar dengan teman, testimoni bahkan bisa menyukai komentar pengguna lain yang ada di akun *Facebook* yang sedang diakses.

Berdasarkan hasil wawancara responden didapatkan kesimpulan bahwa media jejaring sosial, *facebook* bisa dikatakan sebagai suatu bahan, alat atau metode yang bisa digunakan sebagai perantara komunikasi/interaksi antara pengunjung dengan pihak Persipda dalam pengelolaan informasi yang menarik, sehingga meningkatkan minat, motivasi, aktifitas dan kreatifitas pengelola maupun pengunjung. Dengan menggunakan fitur *share link/photo/video* yang ada dalam *facebook*, bisa sangat mudah dan cepat dalam berbagi informasi. Persipda dapat dengan mudah berbagi *link/photo/video* yang memuat *content* mengenai Persipda. Hal ini akan membuat pengunjung lebih tertarik untuk mendapatkan sumber informasi yang terpercaya, tidak hanya dalam bentuk teks/tulisan, tetapi pengunjung juga bisa melihat foto/gambar yang mereka maksud.

### **3.2.2 Profil/ About**

Halaman *profil* menyediakan tempat bagi Persipda Salatiga untuk membagikan informasi yang ingin disampaikan tentang diri kita. Dalam perkembangannya, *Facebook* memberikan keleluasaan pada pemilik profil untuk menentukan siapa yang bisa melihat profilnya dan siapa yang tidak. Melalui profil, pengguna *Facebook* yang lain dapat melihat dan mengetahui informasi tentang

Persipda Salatiga. Pada halaman profil terdapat beberapa fitur yaitu kronologi isi postingan yang dibagikan bisa berupa kegiatan yang akan atau telah dilakukan oleh Persipda, tentang, teman, foto, dan lainnya.

Halaman kronologi Persipda Salatiga berisi tentang foto sampul, foto profil, identitas akun, jumlah pertemanan, postingan-postingan dan lain-lain. Untuk memberikan informasi yang mudah diterima masyarakat pengguna, Persipda Kota Salatiga banyak mengunggah foto-foto kegiatan Persipda di berbagai media sosial, khususnya *facebook*. Dengan demikian, masyarakat dapat mengetahui kegiatan-kegiatan dan layanan yang dilakukan Persipda Kota Salatiga.



Gambar 1 Tampilan Profil Persipda Salatiga

Berdasarkan hasil wawancara responden dapat disimpulkan bahwa menu yang paling sering diakses oleh masyarakat pengguna Persipda Kota Salatiga adalah menu profil dan komentar. Masyarakat menyampaikan kritik, komentar/saran dengan cara menghubungi/datang langsung ke petugas layanan sirkulasi, serta melalui media sosial baik itu *facebook*, *twitter*, maupun *instagram*. Setelah itu pengguna menyampaikan komentar, kritik dan saran dengan cara menulis komentar, kritik, dan saran yang kemudian dimasukkan ke dalam kotak saran. Para pengunjung sangat antusias terhadap setiap perkembangan yang terjadi pada Persipda, terbukti dengan paling seringnya kritik/saran yang disampaikan oleh pengunjung ke kotak saran yang telah disediakan oleh Persipda. Saran atau kritik inilah yang nantinya akan digunakan oleh pengelola untuk kemajuan dan perkembangan Persipda yang akan datang. Hal yang paling penting dari disediakan kotak saran ini sebenarnya adalah untuk melihat minat masyarakat terhadap informasi yang dikelola oleh Persipda.

### 3.2.3 Friends/ Pertemanan

Pertemanan merupakan bagian yang dirancang untuk mencari akun *Facebook* lain yang terdaftar dalam situs jejaring sosial *Facebook*. Dengan

mengetikkan nama dari sebuah akun *Facebook* maka dengan segera kita akan menemukan akun tersebut.

Dalam kaitannya dengan akun *Facebook* Persipda Salatiga, fitur *Friends*/pertemanan ini berguna untuk mencari akun *Facebook* baik yang berteman dengan akun *Facebook* Persipda Salatiga maupun yang belum berteman.

Fitur *Friends*/pertemanan juga digunakan untuk melihat berapa jumlah teman dan siapa saja yang sudah berteman. Hasil pengamatan akun *Facebook* Persipda menunjukkan bahwa jumlah teman *Facebook* Persipda Salatiga adalah 4.999 orang, dan di-*follow*/diikuti oleh 508 orang. Artinya tiap satu *feed* berita perpustakaan akan dibaca secara langsung oleh 508 *follower*. Latar belakang teman pun beragam, mulai dari anak-anak hingga orang dewasa, dari akun instansi resmi pemerintah maupun non pemerintah.



Gambar 2 Tampilan fitur *Friends*/Pertemanan Persipda Salatiga

Hasil pengamatan tersebut juga didukung oleh responden bahwa pengunjung Persipda berasal dari berbagai kalangan, terutama pelajar dan mahasiswa. Sedangkan untuk pengunjung di akun *Facebook* Persipda mulai dari remaja sampai orang tua, baik akun secara perseorangan maupun atas nama instansi resmi baik negeri maupun swasta. Persipda tidak membatasi pertemanan agar informasi yang disampaikan oleh Persipda bisa tersebar ke semua kalangan.

### 3.2.4 Posting, Livefeeds, Comment

*Posting* adalah file-file apa saja yang diunggah/di-*upload* ke dalam *Facebook*. Melalui fitur ini akun Persipda Salatiga dapat berbagi foto, video, atau sekedar tulisan-tulisan berupa kalimat atau *quote*. Fitur ini juga yang digunakan sebagai sarana untuk promosi *event-event* yang akan atau sudah dilakukan oleh Persipda Salatiga. Tujuannya adalah untuk promosi perpustakaan sehingga nantinya akan mendongkrak jumlah pengunjung perpustakaan. Selain itu, melalui postingan-postingan berupa *quote* atau kata-kata bijak dari beberapa tokoh seperti kata bijak milik Soekarno, "Apabila dalam diri seseorang masih ada rasa malu

dan takut untuk berbuat suatu kebaikan, maka jaminan bagi orang tersebut adalah tidak akan bertemunya ia dengan kemajuan selangkah pun”, Persipda Salatiga mencoba untuk membangun citra baik di masyarakat. Dengan menyertakan gambar/foto tentang Persipda dalam suatu postingan, diharapkan pengunjung bisa lebih tertarik dan sumber informasi yang mereka dapat juga akurat tidak asal-asalan karena gambar/foto juga disertakan.

Untuk mengetahui berapa banyak respon yang diberikan oleh teman terhadap suatu postingan, bisa dilihat dari jumlah *Comment*/komentar atau pun jumlah *Like*.



Gambar 3 Tampilan Posting dan Comment Persipda Salatiga

Dari hasil pengamatan terhadap akun *Facebook* Persipda diketahui bahwa dalam satu kali posting, jumlah *Like* bisa mencapai ratusan, jumlah *Comment* mencapai puluhan, dan dibagikan sebanyak 3 (tiga) kali. Namun hal ini tidak setiap saat terjadi. Artinya jumlah *Like Comment*, dan *Share* pada suatu postingan bersifat fluktuatif.

*Facebook*, salah satu media sosial yang digunakan Persipda merupakan situs jejaring sosial yang merupakan sebuah situs berbasis pelayanan yang memungkinkan pengelola dan pengunjung membuat postingan dan saling berkomentar dan berbagi *Like*. Hal ini didukung oleh teori dari Yusuf (1996:23) menyatakan bahwa fungsi perpustakaan umum adalah fungsi informatif. Segala informasi yang dimiliki perpustakaan umum sanggup menjawab segala pertanyaan yang diajukan oleh segenap anggota masyarakat, sumber informasinya berpotensi memberitahukan atau memberikan informasi kepada segenap anggota masyarakat yang membutuhkannya

### 3.2.5 Thread

*Thread* adalah sebuah topik untuk dibicarakan bisa mulai dari *IT*, *Sport*, *News*, dan hal-hal lainnya. Sedangkan *Thread Starter (TS)* adalah seorang yang memulai topik pembicaraan, atau dengan kata lain orang yang membuat posting yang kemudian dikomentari oleh orang-orang penghuni sosial media atau forum, seorang *Thread Starter (TS)* wajib memiliki pengetahuan yang lebih untuk menjawab

pertanyaan dari orang-orang yang berkomentar, agar seorang *TS* bisa menjawab pertanyaan tersebut. Namun beda lagi jika seorang *Thread Starter (TS)* adalah jenis orang yang bertanya, seorang *Thread Starter (TS)* akan bertanya kepada orang-orang agar mengetahui jawaban yang ingin diketahuinya, *Thread Starter (TS)* merupakan orang-orang yang akan meramaikan suasana, namun suasana tersebut tidak akan terjadi jika tidak ada yang berkomentar pada postingan tersebut, bagaikan sebuah Mall yang tidak memiliki pengunjung.

Dalam kaitannya dengan Persipda Salatiga, *Thread* yang dibicarakan tidak jauh dari hal-hal yang berkaitan dengan perpustakaan dan Persipda Salatiga. *Thread* beberapa kali dilempar ke masyarakat. Contohnya adalah sebuah *Thread* yang berupa pertanyaan. *Thread Starter (TS)* dalam hal ini adalah admin akun *Facebook* Persipda Salatiga mencoba melempar sebuah pertanyaan “menurut kamu, apa itu perpustakaan ideal?”. Lalu masyarakat mulai merespon satu per satu sesuai dengan versi mereka.

*Thread Starter (TS)* yang baik adalah *Thread Starter (TS)* yang mau menjawab setiap pertanyaan yang diajukan oleh para komentator, dan juga *Thread Starter (TS)* yang baik adalah orang yang mau menanyakan sebuah pertanyaan yang logis.

Persipda sebagai *Thread Starter (TS)* sedang melemparkan sebuah *thread*/pertanyaan yaitu “menurut kamu, apa itu perpustakaan ideal?” kepada masyarakat. Lalu beragam komentar bermunculan sebagai bentuk respon terhadap *thread* yang dilemparkan.



Gambar 4 Tampilan Thread

Dengan adanya *thread* yang dilempar ke masyarakat, maka pihak perpustakaan akan mengetahui persepsi masyarakat tentang Persipda, dan masyarakat bisa menyalurkan kritik dan sarannya.

### 3.3 Membangun Citra Persipda

Pencitraan berasal dari kata Citra. Arti kata citra banyak ahli bahasa mengungkapkan, di antaranya:

Huddleston dalam (Buchari Alma, 2008:55) memberikan definisi atau pengertian citra dengan

mengatakan sebagai berikut: “*Image is a set beliefs the personal associate with an Image as acquired trough experience*”. Artinya: citra adalah serangkaian kepercayaan yang dihubungkan dengan sebuah gambaran yang dimiliki atau didapat dari pengalaman.

Canton (S.Soemirat & Adrianto. E 2007:111) memberikan definisi atau pengertian sebagai kesan, perasaan, gambaran diri publik terhadap perusahaan; kesan yang dengan sengaja diciptakan dari suatu obyek, orang atau organisasi.

Kotler (2009:299) memberikan definisi atau pengertian citra sebagai seperangkat keyakinan, ide, dan kesan yang dimiliki oleh seseorang terhadap suatu objek.

Dari beberapa definisi citra di atas, dapat disimpulkan bahwa citra perpustakaan merupakan kesan, perasaan, gambaran diri perpustakaan yang sengaja dibentuk untuk ditangkap oleh pengunjung perpustakaan. Dalam penelitian ini perpustakaan yang dimaksud adalah Persipda Salatiga.

Sebuah organisasi atau lembaga dikatakan berhasil apabila kualitas layanan yang diberikan telah memperoleh pengakuan dari pemakai yang dilayaninya. Kualitas tersebut dapat dicapai oleh perpustakaan dengan memaksimalkan kinerja dan prestasi yang dimilikinya. Perpustakaan perlu berupaya keras agar eksistensinya diakui oleh masyarakat. Ada beberapa cara yang dapat digunakan untuk membangun citra agar perpustakaan mendapat perhatian dan apresiasi positif dari pemustaka. Misalnya pembuatan logo yang menarik, baik berupa gambar ataupun tulisan. Pembuatan slogan atau motto perpustakaan dengan kalimat yang menarik sehingga mudah diingat pemustaka juga perlu dirancang agar menumbuhkan citra positif perpustakaan.

Dijelaskan oleh Agus Parmadi P.T., kepala Persipda Kota Salatiga bahwa dalam rangka membentuk citra positif Persipda, telah diupayakan melalui berbagai kegiatan dan media. Berikut pernyataan lengkapnya, “Kegiatan promosi Persipda merupakan salah satu langkah kami sebagai upaya membentuk citra positif Persipda di masyarakat. Kegiatan promosi dilakukan secara rutin dan lewat berbagai media. Ada promosi layanan, promosi minat baca, lewat media cetak, radio, kegiatan, website, media sosial, dan TV. Di media sosial, kami ada *Facebook*, *Twitter*, dan *Instagram*. ”

Andis PS selaku petugas Perpustakaan dan Arsip Daerah Kota Salatiga bagian IT dalam wawancara dengan peneliti mengenai upaya Persipda Kota Salatiga dalam membangun citra positif di masyarakat yang dilakukan melalui media sosial sebagai berikut, “Persipda Salatiga telah menggunakan berbagai media sosial sebagai sarana untuk promosi, di antaranya adalah *Facebook* sejak tahun 2013, *Twitter* dari tahun 2014, dan *Instagram* yang baru-baru ini kami gunakan. Kami juga

memiliki *website* untuk berbagi informasi tentang kegiatan-kegiatan apa saja yang sudah dilakukan.”

Berdasarkan wawancara dengan informan dapat diketahui bahwa Persipda Kota Salatiga telah menggunakan berbagai media untuk membangun citra perpustakaan, yakni promosi layanan, promosi minat baca, lewat media cetak, radio, kegiatan, website, media sosial, dan TV. Media sosial yang dimanfaatkan ada *Facebook*, *Twitter*, dan *Instagram*.

Namun, dari sekian banyak media sosial yang digunakan *Facebook* merupakan media yang paling aktif dan paling banyak pengunjung maupun pengikutnya. Hal ini menjadi alasan kenapa *Facebook* lebih diunggulkan daripada media sosial lainnya. Selain karena sudah familiar di kalangan masyarakat, fitur-fitur yang ditawarkan oleh *facebook* mudah digunakan untuk kegiatan promosi dan penyebaran informasi sehingga sangat mendukung upaya Persipda untuk membangun citra perpustakaan.

Berikut ini adalah bentuk-bentuk upaya Persipda Salatiga untuk membangun citra positif di masyarakat lewat *Facebook*.

- 1) Brosur berisi layanan kegiatan bazar buku yang diselenggarakan oleh Persipda Salatiga. Untuk mempercepat penyebaran informasi tersebut pihak Persipda menggunakan sarana brosur yang ditempel langsung di tempat-tempat strategis dan brosur yang disebar lewat *facebook*.
- 2) *Quote* yang diposting lewat *facebook* Persipda. Sekilas memang tidak menunjukkan suatu bentuk kalimat persuasif yang berkaitan dengan promosi perpustakaan, tapi hal ini dilakukan untuk menjangkit perhatian dan minat pengunjung untuk terus mengikuti *facebook* Persipda Salatiga.
- 3) Kalimat persuasif/ajakan kepada masyarakat untuk mengikuti kegiatan lomba bercerita bahasa Jawa yang diselenggarakan oleh Persipda Salatiga. Dengan adanya ajakan tersebut masyarakat akan merasa terpanggil untuk ikut serta dalam kegiatan.
- 4) Ajakan kepada masyarakat untuk nonton bareng film *Habibi Ainun*.
- 5) Kerjasama dengan TV swasta untuk menayangkan hal-hal terkait Persipda. Dengan kegiatan ini diharapkan Persipda semakin dikenal luas oleh masyarakat.
- 6) Perpustakaan keliling sekolah. Bekerjasama dengan pihak sekolah Persipda mencoba untuk menjangkit minat siswa untuk membaca buku.
- 7) Pemberian stiker kepada pemustaka yang meminjam buku. Dengan kegiatan promosi ini diharapkan pengunjung yang datang ke Persipda semakin banyak karena tertarik untuk mendapatkan stiker yang lucu.
- 8) Pemberian hadiah buku kepada pemustaka yang aktif meminjam buku. Kegiatan ini merupakan bentuk terimakasih kepada pemustaka atas keaktifannya dalam berkunjung dan meminjam

buku di Persipda Salatiga. Ini juga merupakan suatu bentuk promosi untuk memotivasi pemustaka lain agar lebih rajin berkunjung ke Persipda untuk membaca atau meminjam buku.

- 9) Bazar buku. Kegiatan ini merupakan even buku murah untuk masyarakat. Tujuan utama bazar adalah untuk memfasilitasi peminat buku untuk mendapatkan buku dengan harga murah. Kegiatan bazar merupakan kerjasama antara Persipda dengan beberapa penerbit buku seperti gramedia, Diva Pres, dll.
- 10) *Meet and greet* dan sharing kepenulisan buku dengan salah satu penulis buku anak. Kegiatan ini merupakan bentuk kerjasama Persipda dengan para penulis buku. Tujuannya untuk mengenalkan dunia kepenulisan buku bagi masyarakat. Dengan kegiatan ini diharapkan dapat menambah wawasan masyarakat tentang buku dan kepenulisannya.
- 11) Seminar parenting. Kegiatan ini merupakan bentuk kerjasama Persipda dengan Institut Ibu Profesional Salatiga. Tujuannya untuk menambah wawasan tentang cara mengasuh anak untuk orang tua.
- 12) Bedah buku. Kegiatan ini merupakan kegiatan Persipda dengan mengundang salah satu penulis buku. Tujuannya untuk menjangkau minat pengunjung Persipda sekaligus mempertemukan pemustaka dengan penulis buku.
- 13) Seminar literasi sekolah. Kegiatan ini merupakan kegiatan Persipda dengan mengundang pembicara yang merupakan praktisi literasi. Tujuan dari kegiatan ini adalah selain untuk ajang promosi Persipda juga untuk menumbuhkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya kegiatan literasi.

Kegiatan promosi Persipda di atas sejalan dengan pendapat dari Mustofa (1996: 110) menyebutkan berikut ini beberapa kegiatan promosi perpustakaan, antara lain: (1) Pameran; (2) Ceramah; (3) Brosur; (4) Poster; (5) News Letter; (6) Pembatas buku; (7) Terbitan khusus perpustakaan; (8) Bazar; (9) *Library Tour* dan (10) Sumber Daya Manusia, pustakawan atau petugas yang bekerja di perpustakaan.

Sedangkan menurut Sutarno (2006:213) kegiatan promosi perpustakaan dapat dilakukan melalui berbagai cara, antara lain: (1) Media cetak seperti penyebaran brosur, pembuatan daftar tambahan koleksi baru; (2) Pemajangan koleksi baru di papan pengumuman; (3) Melalui media elektronik, misalnya membuat situs (*home page, web site*), dan membuat pangkalan data yang dapat diakses; (4) Membuat iklan layanan sosial; (5) Membuat film dokumenter; (6) Mengundang pejabat dan tokoh publik, seperti pengarang, artis ke perpustakaan; (7) Mengadakan berbagai kegiatan yang melibatkan keikutsertaan masyarakat, misalnya perlombaan, pameran; (8) Mengadakan seminar ilmiah, diskusi, bedah buku; (9) Memberikan hadiah buku kepada pemakai perpustakaan tertentu.



Gambar 5 Contoh Upaya Persipda Salatiga Untuk Membangun Citra Positif Berupa Brosur Kegiatan Bazar Buku



Gambar 6 Contoh Upaya Persipda Salatiga Untuk Membangun Citra Positif Berupa Kegiatan Siaran TV tentang Persipda

Seiring dengan perkembangan teknologi bidang informasi, cara untuk mempromosikan perpustakaan pun mengalami perkembangan. Internet dengan berbagai kelebihannya, merupakan media komunikasi interaktif yang dapat digunakan untuk kegiatan promosi perpustakaan. Dalam hal ini media sosial, khususnya *facebook* dimanfaatkan oleh Persipda untuk mempercepat penyebaran informasi kegiatan promosi Persipda.

Berdasarkan wawancara dengan informan inti dan informan pendukung, dapat diketahui bahwa Persipda Kota Salatiga telah menggunakan berbagai media untuk memperkenalkan kegiatan-kegiatan dan layanan yang diberikan. Promosi dilakukan baik melalui media cetak maupun media massa dan sosial. Melalui media cetak ada *leaflet* dan brosur, media massa ada iklan radio, serta media sosial yaitu dengan *facebook, twitter, website, dan instagram*. Kegiatan tersebut di atas merupakan upaya Persipda untuk membangun citra Persipda di masyarakat.

### 3.4 Pemanfaatan Akun *Facebook* Persipda sebagai Upaya Membangun Citra Perpustakaan Persipda

Keberadaan akun *Facebook* Persipda Salatiga merupakan salah satu media promosi berbasis teknologi. Dengan semakin mudahnya akses informasi melalui akun *Facebook* Persipda Salatiga, maka prosentase tersampainya pesan kepada masyarakat juga akan semakin besar. Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya bahwa komunikasi pemasaran sangat penting untuk dilakukan supaya perpustakaan dan segala programnya dikenal luas oleh masyarakat. Komunikasi tersebut bisa dituangkan lewat pesan-pesan posting di akun *Facebook* Persipda Salatiga. Dengan semakin dikenalnya Persipda Salatiga, maka peluang untuk menjangkau pengunjung sebanyak-banyaknya juga akan semakin terbuka lebar. Hal ini juga akan berdampak pada terbentuknya citra positif Persipda Salatiga di mata masyarakat.

Perpustakaan sebagai pengelola informasi harus dapat memberikan pelayanan yang baik bagi pemustaka. Mengingat adanya perkembangan informasi yang semakin pesat, kebutuhan teknologi informasi di perpustakaan sekarang ini sangatlah diperlukan. Adanya teknologi informasi di perpustakaan diyakini dapat bermanfaat bagi perpustakaan, baik bagi pengelola maupun pemustaka. Salah satu faktor yang mempengaruhi penerimaan sebuah teknologi di perpustakaan yaitu, adanya pandangan bahwa teknologi itu bermanfaat bagi penggunaannya baik itu pustakawan maupun pemustaka. Salah satu hasil teknologi yang berkaitan dengan informasi adalah jejaring sosial, yang merupakan layanan berbasis *web* yang memungkinkan setiap individu bisa membangun hubungan sosial melalui dunia maya seperti membangun suatu profil tentang dirinya sendiri, menunjukkan koneksi seseorang dan memperlihatkan hubungan apa saja yang ada antara satu anggota dengan anggota lainnya dalam sistem yang disediakan. Beberapa contoh jejaring sosial diantaranya *MySpace*, *Facebook*, *Twitter* dan *Blog*. Fungsi dari penerapan jejaring sosial berfokus pada koneksi yang akan dibangun oleh satu orang dengan orang lainnya, dimana dapat berupa hubungan sahabat, keluarga, peristiwa atau kegiatan, profesi, hingga bisnis dan pekerjaan.

Sejalan dengan hal itu, maka Perpustakaan Daerah dan Arsip Kota Salatiga menerapkan teknologi informasi perpustakaan untuk membantu permasalahan-permasalahan yang ada di perpustakaan melalui jejaring sosial, yaitu *Facebook*.

Hasil kutipan wawancara dengan Andi, Pengelola Perpustakaan bagian IT, “*facebook* menyediakan fitur-fitur yang memudahkan kami mengelola Persipda ini, misalnya dengan menggunakan fitur *note* atau *docs* pada *group*, kami

menemukan kemudahan dalam membuat dokumen baru, baik berupa *resume* mengenai koleksi buku yang kami miliki kemudian disampaikan dalam bentuk informasi kepada pengunjung dengan lebih terstruktur dan rapi tanpa perlu membuka *link* baru”.

Dari kutipan wawancara di atas, bisa disimpulkan bahwa media jejaring sosial, *facebook* bisa dikatakan sebagai suatu bahan, alat atau metode yang bisa digunakan sebagai perantara komunikasi/interaksi antara pengunjung dengan pihak Persipda dalam pengelolaan informasi yang menarik, sehingga meningkatkan minat, motivasi, aktifitas dan kreatifitas pengelola maupun pengunjung.

Selain media sosial, media promosi yang digunakan untuk menjangkau kalangan pelajar juga didukung dengan kegiatan lapangan seperti Perpustakaan Keliling Sekolah, bazar buku, dan lomba anak.

Hal ini dibuktikan oleh hasil wawancara dengan Yati Kurniawati tentang bentuk kegiatan promosi Perpustakaan Salatiga untuk pelajar, “bentuk kegiatan promosi Perpustakaan Salatiga yang saya ketahui adalah bazar buku, lomba mewarnai anak, dan perpustakaan keliling.”

Hasil wawancara dengan Henny Wuryansari., yang juga merupakan pengunjung perpustakaan yang sudah menjadi anggota selama 2 tahun menyatakan, “bentuk kegiatan promosi yang dilakukan Perpustakaan Salatiga yang saya tahu berupa bazar buku dan nobar.”

Dari kutipan wawancara di atas membenarkan teori yang dikemukakan oleh Kasmir (2004:23), media promosi dapat dilakukan dengan beberapa hal, diantaranya adalah: Periklanan (*Advertising*) merupakan promosi yang dilakukan dalam bentuk tayangan atau gambar atau kata-kata yang tertuang dalam spanduk, brosur, *billboard*, koran, majalah, TV atau radio. Jadi peran *facebook* di dalam kegiatan promosi adalah sebagai media baru dalam menyebarkan informasi kepada masyarakat. Dengan semakin dikenalnya Persipda oleh masyarakat, maka citra Persipda juga akan terbentuk.

### 3.5 Citra yang Terbentuk Melalui *Facebook*

Pada dasarnya, kegiatan promosi dilakukan oleh Persipda Kota Salatiga selain untuk meningkatkan jumlah pengunjung juga untuk membentuk citra Persipda Kota Salatiga itu sendiri. Dengan citra yang baik, diharapkan masyarakat akan semakin tertarik untuk mengunjungi Persipda Kota Salatiga. Petugas Persipda Kota Salatiga mengungkapkan bahwa pembentukan citra Persipda yang utama adalah dengan memberikan layanan prima kepada pengunjung.

Demi menunjang kepuasan masyarakat dan meningkatkan citra positif, maka pustakawan sering menyebarkan informasi terkait program-program yang akan atau sudah dilakukan oleh Persipda Salatiga. Selain aktif mem-posting informasi

program di *Facebook*, Persipda Salatiga juga aktif merespon komentar-komentar dari masyarakat.

Dari pengamatan komentar-komentar postingan yang diberikan oleh pengunjung akun *Facebook* Persipda, didapatkan hasil bahwa citra yang terbentuk di masyarakat adalah citra positif dan citra netral untuk Persipda Salatiga. Hal ini dibuktikan dengan komentar-komentar dari pengunjung *facebook* yang memberikan respon baik di setiap postingan Persipda Salatiga.

Dampak dari citra positif yang terbentuk dapat dilihat dari banyaknya pengunjung yang datang secara langsung ke kantor Persipda setiap harinya untuk membaca buku, meminjam buku, atau mengikuti kegiatan-kegiatan yang sengaja diselenggarakan oleh pihak Persipda. Dalam sehari jumlah pengunjung Persipda mencapai 1000 lebih.

### 3.6 Keunikan *Facebook* Persipda Salatiga

Untuk menarik minat pengunjung akun *facebook* Persipda Salatiga, admin beberapa kali mencoba membuat postingan-postingan unik. Posting berisi ajakan nonton bareng film Habibi Ainun menjadi sesuatu yang unik dan menarik perhatian pengunjung social media. Dikatakan menarik karena pihak perpustakaan jarang mengajak masyarakat untuk nonton film bareng. Ajakan yang paling sering adalah ajakan untuk membaca buku ataupun bazar. Dapat dilihat jumlah komentar yang cukup banyak dan beberapa kali dibagikan postingan dibagikan menunjukkan bahwa masyarakat cukup antusias dengan isi postingan tersebut.



Gambar 7 Postingan Berisi Ajakan Nobar Film Habibi Ainun

Selain itu, postingan berisi kata-kata bijak dari para tokoh berpengaruh di dunia juga cukup sering diposting. Dengan adanya kata-kata bijak ini, pengunjung akan merasa termotivasi dan tercerahkan pikirannya.

Dengan semakin sering memposting hal-hal unik seperti yang dijelaskan di atas, maka kemungkinan besar akan semakin menarik minat pengunjung Persipda dan jumlah *followers facebook* Persipda juga semakin bertambah.

## 4. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis penelitian mengenai Pemanfaatan Akun *Facebook* Perpustakaan Daerah dan Arsip Kota Salatiga Sebagai Upaya Membangun Citra Perpustakaan, maka dapat diambil simpulan sebagai berikut:

1. Pemanfaatan Akun *Facebook* Perpustakaan Daerah dan Arsip Kota Salatiga Sebagai Upaya Membangun Citra Perpustakaan dapat dilihat dari beberapa fitur situs jejaring sosial *Facebook* yang berisi postingan informasi kegiatan-kegiatan yang dilakukan Persipda meliputi : penyebaran brosur, posting *quote* dan kalimat persuasif di *facebook*, ajakan nonton bareng film, siaran TV Persipda, perpustakaan keliling, pemberian stiker, pemberian hadiah buku kepada pemustaka tertentu, bazar buku, *meet and greet* kepenulisan buku, bekerjasama dengan Institut Ibu Profesional Salatiga mengadakan seminar parenting, bedah buku, dan seminar literasi. Semua informasi kegiatan tersebut di atas terintegrasi dan tertuang menjadi satu dalam *timeline facebook* Persipda Salatiga. *Facebook* dapat memudahkan Persipda dalam menyebarkan informasi kegiatan dan layanan kepada masyarakat luas. Sifat *facebook* yang selalu *update* setiap saat sangat mendukung upaya Persipda membentuk citra perpustakaan tersebut.
2. Citra yang terbentuk melalui akun *Facebook* Persipda adalah citra positif. Hal ini dapat dilihat dari postingan berisi kegiatan promosi Persipda sebagian besar mendapatkan respon positif dari masyarakat. Respon positif tersebut terlihat dari komentar-komentar masyarakat dalam setiap postingan di *timeline facebook* Persipda.

## Daftar Pustaka

- Agosto, Denise E dan June Abbas. 2011. *Teens, Libraries, and Social Networking: What Librarians Need to Know*. United States: Libraries Unlimited.
- Alma, Buchari. 2008. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Calvert, Philip J dan Emily Neo. 2012. "Facebook and the diffusion of innovation in New Zealand public libraries." *Journal of librarianship and information science vol 0(0) I-II*. Tersedia di: <http://lis.sagepub.com/content/early/2012/03/01/0961000611435038> (diakses pada 20 September 2014).
- Gunawan, Imam. 2015. *Metode Penelitian Kualitatif Teori dan Praktik*. Jakarta: Bumi Aksara.

- Juditha, Christiany. 2011. "Hubungan Penggunaan Situs Jejaring Sosial Facebook Terhadap Perilaku Remaja di Kota Makasar". dalam *Jurnal Penelitian IPTEK-KOM*, Vol. 13, No 1. Tahun 2011. Surabaya: FISIP.
- Kotler, Philip dan Amstrong. 2001. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin L. 2007. *Manajemen Pemasaran. Edisi 12. Jilid 1. Alih Bahasa Benyamin Molan*.
- Miles, B.B. dan A.M. Huberman. 1992. *Analisa Data Kualitatif*. Jakarta : UI Press.
- Milward, Steven. 2014. *Statistik Pengguna Internet di Dunia dan Indonesia (slideshow)*. dalam [id.techinasia.com](http://id.techinasia.com).
- Moleong, Lexy. 2009. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remadja Karya.
- Nadhiroh, R dan Kusumawati, Diah. 2014. "Peran Website, Facebook Dan Twitter Resmi UNS Dalam Membangun Image Positif Dan Meningkatkan Reputasi UNS (Studi Deskriptif Kualitatif tentang Peran Website, Facebook dan Twitter Resmi UNS dalam Membangun Image Positif dan Meningkatkan Reputasi World Class University UNS di Kalangan Mahasiswa Asing UNS)". *Jurnal Publikasi Prodi Ilmu Komunikasi FISIP. UNS Solo*.
- Suparti. 2014. "Model Pengembangan Komponen Standar Perpustakaan Sekolah Di SMA Negeri 12 Semarang". *Thesis*. Tidak Dipublikasikan. Salatiga. Program Pascasarjana. Magister Manajemen Pendidikan Universitas Kristen Satya Wacana.
- Soemirat, Soleh & Ardianto, Elvinaro. 2007. *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung : Rosdakarya.
- Yusuf, Pawit M. 1996. *Pedoman Praktis Mencari Informasi*. Bandung: Remaja.