

Analisis Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Pada Perpustakaan Universitas Dian Nuswantoro

Hapsari Dewi Saraswati*

*Program Studi Ilmu Perpustakaan, Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Diponegoro
Korespondensi: hapsari.dewisaras@gmail.com

Abstract

Information technology, especially mass communication technology, has begun to experience various developments by adjusting the needs of the community for information and communication that continues to grow. The mass communication technology helps the community in various ways, especially promotion through online. Library promotion media are increasingly diverse, one of which is the use of social media, namely Instagram as a means of promotion. The use of Instagram is one of the effective library promotion media related to how content is shared by the UDINUS library. This study uses a qualitative method with data collection using the method of observation and literature study. This study aims to analyze Instagram content as a library promotion based on the marketing mix theory according to Philip Kotler so that the results obtained that Instagram can be used as a library promotion medium that reaches the wider community.

Keyword: Library Promotion, Marketing Mix, Instagram

Abstrak

Teknologi informasi khususnya teknologi komunikasi massa mulai mengalami berbagai perkembangan dengan menyesuaikan kebutuhan masyarakat akan informasi dan komunikasi yang terus berkembang. Teknologi komunikasi massa membantu masyarakat dalam berbagai hal, terutama promosi melalui online. Media promosi perpustakaan semakin beragam, salah satunya adalah penggunaan media sosial yaitu Instagram sebagai sarana promosi. Penggunaan Instagram merupakan salah satu media promosi perpustakaan yang efektif terkait dengan bagaimana konten dibagikan oleh perpustakaan UDINUS. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pengumpulan data menggunakan metode observasi dan studi pustaka. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis konten Instagram sebagai promosi perpustakaan berdasarkan teori bauran pemasaran menurut Philip Kotler sehingga diperoleh hasil bahwa Instagram dapat digunakan sebagai media promosi perpustakaan yang menjangkau masyarakat luas.

Katakunci: Promosi Perpustakaan, Bauran Pemasaran, Instagram

PENDAHULUAN

Teknologi informasi dan internet terus mengalami perkembangan mengikuti perkembangan masyarakat khususnya untuk memenuhi kebutuhan manusia yang kian hari terus berkembang. Perkembangan teknologi informasi ini senantiasa berkembang guna memudahkan kehidupan manusia agar segala pekerjaan atau kegiatan berjalan secara efisien dan efektif. *Smartphone* merupakan salah satu bentuk dari adanya perkembangan teknologi informasi dengan mengkolaborasi kemudahan akses internet dengan berbagai aplikasi yang dapat diakses hanya dengan menggunakan *smartphone*. Komunikasi yang tercipta dengan adanya bantuan *smartphone* menjadi lebih mudah tanpa terbatas ruang dan waktu seperti komunikasi dua arah yang efektif dan kemudahan membagikan moment dalam bentuk video, foto, atau suara.

Menurut (Faisal & Rohmiyati, 2017) alat komunikasi berkirim pesan dan telepon yang dulu kita sebut sebagai *handphone*, saat ini disebut sebagai *smartphone* memiliki kegunaan selain sebagai media komunikasi yakni sebagai penambah wawasan melalui browsing dan dapat digunakan sebagai media dalam membagikan moment di media sosial. Sedangkan Ramadhan & Rusmono (2021) berpendapat bahwa *smartphone* bukan lagi menjadi komunikasi verbal karena dengan *smartphone* kita dapat mengunggah berbagai video, suara, gambar, dan komunikasi dua arah dengan lebih mudah. Kegunaan *smartphone* serta beragam aplikasi yang ditawarkan di dalamnya tak jarang menjadikan hampir masyarakat Indonesia tidak bisa meninggalkan teknologi tersebut.

Dalam bidang komunikasi khususnya komunikasi massa atau dapat disebut sebagai media sosial, teknologi informasi yang mendukung kegiatan komunikasi di berbagai portal aplikasi media sosial terus berkembang dan kian beragam. Bagi sebagian orang memiliki media sosial merupakan hal yang wajib dimiliki di era teknologi saat ini, terlebih lagi selain fitur yang beragam media sosial menghadirkan berbagai informasi, hiburan, kreatifitas, usaha, dan lainnya. Hal ini sejalan dengan pendapat dari Van Djik (2013) dalam (Theodora, 2021) bahwa media sosial lebih fokus pada eksistensi pemakai dan menyediakan berbagai fasilitas yang mendukung aktivitas. Beberapa media sosial terus bermunculan dan kian beragam fungsi serta manfaatnya. Beberapa media sosial yang sedang banyak digunakan atau sedang banyak dibicarakan di masyarakat saat ini yakni TikTok, Instagram, Twitter, Facebook, dan sebagainya.

Indonesia merupakan salah satu negara yang banyak menggunakan media sosial sebagai salah satu media berkomunikasi dan media hiburan. Menurut riset yang dilakukan oleh data reportal pada Januari 2022 pengguna media sosial di Indonesia mengalami peningkatan mencapai 191,4 persen dari yang sebelumnya hanya 12,6 persen atau 21 juta penduduk Indonesia (Prasty, 2022). Media sosial instagram di Indonesia menjadi salah satu media sosial yang cukup banyak digunakan dan bahkan hampir keseluruhan masyarakat Indonesia khususnya generasi milenial dan generasi Z yang memang dekat dengan perkembangan teknologi tersebut. Hal ini dibuktikan melalui data reportal dengan adanya peningkatan pengguna Instagram mencapai 99,15 juta orang (Prasty, 2022). Sedangkan menurut data yang diperoleh dari *Good Stats* Indonesia termasuk dalam urutan keempat negara dengan pengguna aktif instagram terbanyak setelah negara Brasil (Hasya, 2022).

Penggunaan Instagram yang tinggi di dalam masyarakat ini memicu tingginya aktifitas masyarakat di dalam media sosial Instagram tersebut. Tingginya penggunaan Instagram menjadikan beberapa perusahaan, brand-brand produk, sampai perpustakaan pun menggunakan Instagram sebagai salah satu media komunikasi dan promosi. Media sosial instagram dengan berbagai fitur mampu menunjang promosi serta komunikasi dalam suatu perpustakaan karena jika ditelisik kembali, instagram mampu membangun komunikasi dan citra yang baik dalam perpustakaan. Instagram mampu menyajikan dan menghadirkan informasi secara visual dalam bentuk video maupun gambar. Informasi yang ditampilkan

secara visual itu dapat membantu perpustakaan mempresentasikan dirinya kepada pengikut akun Instagram tersebut.

Teknologi smartphone khususnya media sosial Instagram sangat dekat dengan generasi milenial atau generasi Z dimana segala informasi dapat mereka dapat dari sana. Dalam suatu perguruan tinggi tersedianya fasilitas yang menjamin proses belajar mahasiswa dan civitas akademik merupakan kewajiban perguruan tinggi tersebut. Salah satu fasilitas yang menunjang berkembangnya penelitian dan pendidikan adalah perpustakaan. Tidak hanya sebagai tempat menyimpan berbagai koleksi, perpustakaan memiliki peran penting dalam suatu perguruan tinggi yakni sebagai tempat rujukan referensi yang kredibel, pengembangan intelektual melalui bahan bacaan dan diskusi, dan wahana rekreasi. Pengguna perpustakaan perguruan tinggi mayoritas berasal dari mahasiswa yang dekat dengan media sosial sehingga penggunaan media sosial dalam media komunikasi, promosi, serta persebaran informasi di perpustakaan harus mulai diintegrasikan dalam memberikan citra yang lebih positif melalui promosi di media Instagram.

Perpustakaan Universitas Dian Nuswantoro (UDINUS) merupakan salah satu perpustakaan perguruan tinggi yang menjawab tantangan adanya media sosial tersebut dengan menggunakan berbagai media sosial dalam mempromosikan dan berkomunikasi dengan pemustaka. Tantangan bagi perpustakaan ini berasal dari adanya persebaran informasi atau pencarian informasi yang lebih disukai melalui media sosial ini menjadikan perpustakaan harus beradaptasi dalam segala pengelolaan dan layanan di perpustakaan dengan mengintegrasikan teknologi tersebut. Salah satu media sosial yang paling aktif digunakan dalam membagikan kegiatan di Perpustakaan Universitas Dian Nuswantoro (UDINUS) adalah Instagram. Instastory serta postingan gambar dan video adalah fitur yang sering dimanfaatkan Perpustakaan Universitas Dian Nuswantoro (UDINUS) dalam melakukan promosi.

Di era saat ini bahan pustaka serta cara perpustakaan mempromosikan tidak dapat lagi hanya mengandalkan cara lama yang mana membutuhkan manajemen pemasaran yang tepat dan baik guna meraih tujuan perpustakaan yang berorientasi pada masa depan. Menurut Kotler (1997) pemasaran adalah bagian dari manajemen yang berupa cara dalam menciptakan dan menawarkan dalam suatu kelompok atau individu. Perpustakaan perguruan tinggi sebagai pusat informasi dan penelitian bagi mahasiswa harus memiliki strategi pemasaran karena tidak semua informasi yang dimiliki oleh perpustakaan dapat diketahui oleh mahasiswa jika tidak di promosikan. Selain itu, perpustakaan tidak akan tahu apa yang dibutuhkan oleh pemustaka jika tidak adanya komunikasi dua arah melalui media khususnya

saat ini media sosial. Hal ini sejalan dengan pendapat Evans dan Ward dalam bukunya yang berjudul *'Management Basics for Information Professionals'* dalam Fakhlina (2018) bahwa strategi pemasaran penting dalam pusat informasi karena orang-orang perlu mengetahui apa yang dimiliki pusat informasi, adanya strategi yang tepat menjadikan adanya perubahan dalam pusat informasi dengan menyesuaikan kebutuhan informasi masyarakat karena setiap orang membutuhkan informasi.

Berdasarkan latar belakang di atas dapat disimpulkan bahwa rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apa saja konten Instagram yang dibagikan oleh Perpustakaan Universitas Dian Nuswantoro (UDINUS) dalam mempromosikan perpustakaanannya terkait dengan teori bauran promosi?
2. Apa saja fitur Instagram yang digunakan dalam membantu mempromosikan Perpustakaan Universitas Dian Nuswantoro (UDINUS)?

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis konten dari media sosial instagram Perpustakaan Universitas Dian Nuswantoro (UDINUS) sehingga dapat dimanfaatkan sebagai media promosi yang efektif di lingkungan Universitas Dian Nuswantoro (UDINUS).

METODE

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Metode penelitian kualitatif adalah salah satu metode penelitian yang hasilnya dijelaskan menggunakan kata-kata atau secara deskriptif dari hasil penuturan narasumber atau partisipan. Jenis data dalam penelitian ini adalah data kualitatif yang diambil dari sumber data sekunder. Metode pendekatan penelitian kualitatif yang di gunakan oleh peneliti adalah studi kasus. Oleh karena itu peneliti menggunakan studi kasus untuk mengetahui lebih dalam mengenai pemanfaatan Instagram sebagai promosi perpustakaan. Teknik atau metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi tidak langsung melalui akun media sosial Instagram milik Perpustakaan Universitas Dian Nuswantoro (UDINUS) yakni @dinuslib serta untuk memperkuat hasil penelitian ini digunakan beberapa dokumen atau referensi sebagai acuan dalam menganalisis konten promosi Perpustakaan Universitas Dian Nuswantoro (UDINUS). Hasil dari observasi melalui Instagram Perpustakaan Universitas Dian Nuswantoro (UDINUS) itu kemudian dianalisis baik dari konten, *tools* atau alat yang digunakan di dalam Instagram, dan komunikasi yang tercipta khususnya komunikasi dua arah. Hasil penelitian dari artikel ini berupa analisis dari observasi konten yang dibagikan oleh Perpustakaan

Universitas Dian Nuswantoro (UDINUS) dalam tujuannya sebagai media promosi melalui media sosial.

HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Promosi Perpustakaan

Dalam penelitian ini bertujuan untuk menganalisis terkait pemanfaatan instagram yang banyak digunakan masyarakat Indonesia sebagai bagian dari media promosi suatu perpustakaan khususnya perpustakaan perguruan tinggi yang banyak bersinggungan atau berinteraksi dengan pengguna yang berasal dari kalangan mahasiswa. Konten serta bentuk promosi yang dilakukan oleh Perpustakaan Universitas Dian Nuswantoro (UDINUS) akan dijelaskan dari sisi media promosi khususnya bauran promosi. Bauran promosi sendiri terdiri dari lima hal yang dapat di analisis yakni periklanan, penjualan, personal, promosi penjualan, hubungan masyarakat, dan pemasaran langsung (Faisal & Rohmiyati, 2017). Kelima komponen dari bauran promosi ini akan membantu dalam menganalisis pemanfaatan Instagram sebagai media promosi sehingga dapat diketahui bagaimana Perpustakaan Universitas Dian Nuswantoro (UDINUS) dalam melakukan promosi dan komunikasi di era teknologi ini menggunakan Instagram sebagai medianya. Untuk penjelasan lebih jelas terkait analisis pemanfaatan Instagram pada Perpustakaan Universitas Dian Nuswantoro (UDINUS) sebagai media promosi, berikut merupakan hasil penelitian:

3.1.1 Pemanfaatan Instagram sebagai Media Promosi dalam Periklanan

Periklanan merupakan komunikasi yang bersifat komunikasi massal atau dapat dikatakan sebagai salah satu cara komunikasi dengan banyak individu yang berusaha menjangkau banyak orang. Periklanan dianggap sebagai media komunikasi massal apabila isi dari iklan tersebut mampu memberikan pengaruh atau menggugah orang yang melihatnya (Nurhikmah & Puspita, 2019). Apabila dijabarkan promosi melalui periklanan memiliki empat fungsi yang mendukung tercapainya tujuan baik dari sebagai komunikasi massa atau iklan yang memberikan pengaruh. Fungsi pertama yakni *informing* yang memberikan informasi atau pesan. Pesan itu berupa manfaat atau isi dari merk yang diiklankan jika itu adalah sebuah produk yang mana berusaha memberikan informasi kepada para konsumen. Fungsi kedua adalah *persuading* dimana iklan sebagai komunikasi massal diharapkan mampu mempengaruhi dan

membujuk masyarakat yang melihat iklan tersebut. *Reminding* adalah fungsi ketiga dari periklanan yakni memberikan kesan yang dapat selalu diingat oleh konsumen sehingga produk tersebut tetap dalam ingatan. Iklan mampu memberikan nilai tambah pada produk yang di promosikan sehingga mampu mempengaruhi persepsi maupun minat konsumen merupakan fungsi terakhir dari periklanan yakni *Adding Value*.

Di dalam dunia perpustakaan kegiatan promosi periklanan ini memiliki fungsi dan pengaruh yang baik tidak hanya terhadap citra perpustakaan tetapi juga pada minat kunjung pemustaka yang meningkat seiring dengan giatnya perpustakaan melakukan promosi melalui periklanan tersebut. Berbagai media dapat digunakan oleh perpustakaan dalam melakukan promosi periklanan ini seperti media cetak, media sosial, media langsung dan lainnya. Melihat perkembangan teknologi yang sangat cepat dan semakin canggih kebutuhan masyarakat akan teknologi pun terus berkembang. Demikian pula dengan persebaran informasi melalui iklan yang saat ini lebih banyak memanfaatkan media sosial. Pemanfaatan media sosial ini bukan tanpa alasan melainkan karena biaya yang tidak terlalu mahal, banyak masyarakat yang menggunakan serta familiar dengan beberapa media sosial, dan dapat menjangkau masyarakat luas.

Media sosial instagram menjadi salah satu dari banyak media sosial yang digunakan masyarakat Indonesia. Oleh karena itu, Perpustakaan Universitas Dian Nuswantoro (UDINUS) menggunakan instagram sebagai media periklanan dalam mempromosikan perpustakaan baik promosi layanan, koleksi, atau untuk membangun citra Perpustakaan Universitas Dian Nuswantoro (UDINUS) yang lebih baik khususnya di lingkungan perguruan tinggi. Berdasarkan fungsi periklanan yang telah dijelaskan sebelumnya, hasil analisis dari postingan Perpustakaan Universitas Dian Nuswantoro (UDINUS) dapat dikatakan memenuhi fungsi promosi periklanan yang bersifat menjangkau masyarakat luas.



Gambar 1. Informing Jam Buka

Pada fungsi informing, hal mendasar yang perlu dipublikasi oleh pustakawan Perpustakaan Universitas Dian Nuswantoro (UDINUS) adalah jam buka perpustakaan. Dengan mempublikasi jam buka ini sehingga pemustaka dapat mengetahui jam buka dari Perpustakaan Universitas Dian Nuswantoro (UDINUS). Konten yang dibagikan ini menjadi dasar pemanfaatan instagram yang informatif dalam hal jam layanan sehingga pemustaka yang akan memanfaatkan layanan serta koleksi dapat memperkirakan waktu yang dibutuhkan di dalam perpustakaan. Bukan hal besar, tetapi jam buka ini cukup penting sehingga ada kepastian yang menjadikan pemustaka tidak kebingungan berkunjung ke perpustakaan.



Gambar 2. Instastory Koleksi Perpustakaan

Perpustakaan Universitas Dian Nuswantoro (UDINUS) merupakan pusat informasi di lingkungan perguruan tinggi. Informasi yang dikelola pada akhirnya akan dimanfaatkan oleh pemustaka dan informasi tersebut secara tidak langsung ditransferkan melalui koleksi perpustakaan kepada pemustaka. Akan tetapi, banyaknya informasi yang dikelola oleh Perpustakaan Universitas Dian Nuswantoro (UDINUS) terkadang kurang banyak diketahui sehingga penggunaan media sosial dalam mempromosikan koleksi ini dapat dilakukan. Penggunaan fitur instastory guna mempromosikan koleksi perpustakaan yang dapat menarik perhatian pemustaka untuk membaca atau meminjam buku tersebut. Salah satu unggahan instastory yang mempromosikan koleksi buku dari buku berseri “Percy Jackson”. Unggahan ini memiliki 4 fungsi dari periklanan yakni *informating* yang memberikan informasi bermanfaat bagi pemustaka yang ingin mengetahui koleksi fiksi. Konten tersebut secara tidak langsung mampu mempengaruhi (*persuading*) pemustaka yang memiliki minat pada buku fiksi untuk berkunjung ke perpustakaan. Konten yang dipublikasi

dapat menjaga (*reminding*) perpustakaan dari citra buruk karena telah melakukan persebaran informasi serta memiliki nilai tambah (*adding value*) dalam mempengaruhi pemustaka melalui unggahan tersebut.

3.1.2 Pemanfaatan Instagram Sebagai Promosi Penjualan Personal

Penjualan personal adalah tahap bauran promosi dimana perusahaan atau penjual mulai mengenali konsumen dengan cara menciptakan hubungan antara penjual dan konsumen. Penciptaan hubungan antara penjual dan konsumen ini merupakan salah satu usaha dalam memperkenalkan produk atau perusahaan tersebut kepada masyarakat. Di dalam perpustakaan, penjualan personal ini dilakukan untuk membina hubungan antara pustakawan dan pemustaka sehingga tercipta kerjasama serta citra yang baik bagi perpustakaan tersebut. *Personal selling* dapat dilakukan dengan berbagai cara karena tahapan ini lebih fleksibel dibandingkan dengan tahapan lainnya dalam bauran promosi seperti kontak langsung secara lebih intensif dan pemanfaatan media sosial. Menurut (Faisal & Rohmiyati, 2017) manfaat adanya penjualan personal dalam media sosial khususnya instagram yakni lebih banyak perhatian pada produk tersebut, menyampaikan pesan sesuai kebutuhan konsumen dan penjual, adanya umpan balik yang lebih dikenalnya karakter konsumen, lebih banyak informasi yang dikomunikasikan, dan yang terakhir adalah dapat menunjukkan fungsi serta karakter dari produk yang ditawarkan.

Perpustakaan Universitas Dian Nuswantoro (UDINUS) memanfaatkan instagram sebagai media *personal selling* guna membentuk kerjasama yang baik dengan pihak eksternal atau pun dengan pihak internal perguruan tinggi. Lingkungan perguruan tinggi ini berupa kerja sama dengan prodi atau jurusan lainnya dengan mempromosikan buku atau layanan perpustakaan yang menunjang prodi tersebut. Kerjasama dengan pihak eksternal dapat dengan cara menyelenggarakan acara yang berkaitan dengan perpustakaan atau perpustakaan dapat membantu mempromosikan acara tersebut.



Gambar 3. Vaksinasi Booster Bersama Pihak Eksternal

Universitas Dian Nuswantoro (UDINUS) menyelenggarakan program vaksin booster gratis bersama Polda Jateng sebagai upaya penyelenggaraan program vaksinasi yang berjalan dengan baik Perpustakaan Universitas Dian Nuswantoro (UDINUS) ikut membantu dalam mempromosikan kegiatan tersebut melalui instagram. Konten yang dibagikan ini memang tidak terkait dengan kegiatan perpustakaan, tetapi sebagai bentuk kerjasama dan personal selling yang ingin dibangun, tidak ada salahnya perpustakaan ikut membagikan informasi tersebut sehingga dapat dilihat oleh berbagai follower tidak terkecuali dari pihak luar Universitas.



Gambar 4. Koleksi Buku

Universitas Dian Nuswantoro (UDINUS) memiliki prodi manajemen perhotelan dan sudah kewajiban bagi Perpustakaan Universitas Dian Nuswantoro (UDINUS) menyediakan buku yang dapat menunjang pembelajaran serta sebagai referensi bagi jurusan tersebut. Inststory tersebut memberikan informasi terkait koleksi yang berkenaan dengan jurusan manajemen perhotelan dan tidak lupa *mentag* atau menandai jurusan manajemen perhotelan sehingga informasi tersebut dapat sampai ke

jurusan tersebut. Promosi koleksi ini membantu meningkatkan kerjasama antara Perpustakaan Universitas Dian Nuswantoro (UDINUS) dengan prodi-prodi lainnya sehingga pemustaka menyadari bahwa perpustakaan dapat menjadi tempat rujukan bahan bacaan yang sesuai jurusan.

3.1.3 Pemanfaatan Instagram Sebagai Promosi Penjualan

Menurut Hermawan (2012) dalam Nurhikmah & Puspita (2019) promosi penjualan ini merupakan aktivitas pemasaran yang memberikan nilai tambah dari suatu produk untuk meningkatkan penjualan dan minat konsumen terhadap produk tersebut. Implementasi promosi penjualan pada perpustakaan dapat dilakukan dengan mengadakan acara giveaway bagi followers instagram tersebut. Hal ini menarik perhatian pemustaka untuk mengikuti persyaratan giveaway tersebut sehingga secara tidak sadar minat pemustaka akan meningkat dalam berkunjung ke perpustakaan.



Gambar 5. Valentine Giveaway

Perpustakaan Universitas Dian Nuswantoro (UDINUS) menggunakan instagram sebagai media dalam menyebarkan acara giveaway yang dapat diikuti seluruh pengikut. Giveaway ini secara tidak langsung meningkatkan kecintaan terhadap Perpustakaan Universitas Dian Nuswantoro (UDINUS) karena untuk memenangkan giveaway tersebut followers diminta untuk membuat konten tentang Perpustakaan Universitas Dian Nuswantoro (UDINUS). Adanya hadiah ini menjadikan minat pemustaka atau followers akun instagram menjadi tertarik untuk membuat konten. Ini merupakan suatu promosi penjualan yang mengintegrasikan instagram sebagai media penyebaran informasinya.

3.1.4 Hubungan Masyarakat

Upaya perpustakaan dalam mempengaruhi persepsi, opini, dan keyakinan suatu kelompok yang dalam hal ini adalah pengunjung perpustakaan atau pemustaka yakni dengan cara hubungan masyarakat. Salah satu cara perpustakaan dalam hubungan masyarakat ini adalah dengan mempublikasikan kegiatan atau program-program perpustakaan sehingga pemustaka dapat mengetahui bahwa perpustakaan bukan hanya tempat menyimpan buku tetapi juga tempat terjadinya berbagai kegiatan yang terkait dengan informasi. Unggahan kegiatan yang dimuat dalam instagram dapat berupa video atau gambar serta kegiatan yang ditampilkan dapat berupa kegiatan-kegiatan yang memberikan pengaruh terhadap pengikut akun instagram tersebut seperti layanan perpustakaan, referensi buku, akreditasi perpustakaan, kegiatan pengolahan buku, dan lainnya.



Gambar 6. Akreditasi Perpustakaan

Selama ini masyarakat hanya mengetahui bahwa perpustakaan adalah tempat menyimpan buku tanpa perlu adanya standar yang harus dipenuhi oleh setiap perpustakaan baik dalam layanan, koleksi, ruangan, perabotan, dan lainnya. Namun pada kenyataannya perpustakaan perlu dilakukan akreditasi setiap 5 tahun sekali guna mengetahui kekurangan yang belum terpenuhi secara standar perpustakaan. Perpustakaan Universitas Dian Nuswantoro (UDINUS) melakukan akreditasi setiap 5 tahun sekali guna memenuhi standarisasi perpustakaan yang ada di Indonesia dan mempublikasikan kegiatan akreditasi tersebut di instagram sehingga followers mengetahui bahwa perpustakaan tersebut telah melakukan akreditasi guna memperbaiki fasilitas dan layanan yang lebih baik.

3.1.5 Promosi dalam Pemasaran Langsung



Gambar 7. Pemasaran Langsung

Pemasaran langsung ini dapat berupa komunikasi timbal balik antara pustakawan dengan pemustaka melalui media sosial instagram. Ini merupakan komunikasi dua arah yang menciptakan suatu hubungan yang baik antara pustakawan dengan pemustaka sehingga dapat lebih mengetahui kebutuhan pemustaka terkait informasi atau pengetahuan yang seharusnya dipenuhi oleh perpustakaan. Komunikasi dua arah melalui instastory merupakan salah satu fitur yang ditawarkan oleh instagram yang digunakan oleh Perpustakaan Universitas Dian Nuswantoro (UDINUS) untuk mengetahui kebutuhan koleksi. Pustakawan bertanya terkait UKM apa saja yang followers dinuslib ikuti, setelah mengetahui beberapa UKM tersebut pustakawan memberi tanggapan melalui instastory dengan caption-caption yang lucu dan lebih santai.

PENUTUP

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian berupa analisis penggunaan instagram sebagai media promosi Perpustakaan Universitas Dian Nuswantoro (UDINUS) dengan memperhatikan teori bauran promosi dapat disimpulkan bahwa media sosial dapat digunakan sebagai media promosi perpustakaan yang lebih menjangkau masyarakat luas dengan biaya yang cukup murah, hasil yang menarik, dan menciptakan hubungan dengan berbagai pihak. Fitur-fitur instagram seperti postingan, instastory, dan lainnya dapat digunakan guna mendukung promosi Perpustakaan Universitas Dian Nuswantoro (UDINUS) yang menarik menyesuaikan dengan perkembangan teknologi khususnya di kalangan mahasiswa. Adanya promosi melalui instagram ini meningkatkan citra perpustakaan yang lebih dekat dengan

teknologi dan mau mengetahui kebutuhan pemustaka melalui berbagai media sosial khususnya instagram.

Saran

Perpustakaan Universitas Dian Nuswantoro (UDINUS) lebih aktif lagi dalam memposting konten yang bermanfaat bagi followers dengan memperhatikan kebutuhan informasi, persebaran atau transfer informasi, perkembangan pengetahuan dan teknologi sehingga tidak tertinggal dari kemajuan teknologi yang menjadikan pemustaka beralih dari memanfaatkan perpustakaan menjadi lebih banyak memanfaatkan sumber lain yang belum jelas kebenarannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Faisal, I. A., & Rohmiyati, Y. (2017). Analisis Pemanfaatan Media Instagram Sebagai *Repository Fakultas Ilmu Budaya Univ. Diponegoro*, 6(4), 10.
- Fakhlina, R. J. (2018). Guerilla Marketing: Taktik Perpustakaan untuk Eksis dalam Menghadapi Generasi Milenial. *Jurnal Perpustakaan, Arsip dan Dokumentasi*, 10(2), 133–146. <https://doi.org/10.15548/shaut.v10i2.79>
- Hasya, R. (2022). *Seberapa Besar “The Power of Netizen Indonesia” di Instagram?* Good Stats. <https://goodstats.id/article/seberapa-besar-the-power-of-netizen-indonesia-di-instagram-ktfX4>
- Kotler, P. (1997). *Marketing Management*. Prenhallindo.
- Nurhikmah, I. D., & Puspita, A. O. (2019). Analisis Promosi Pada Aplikasi Salatiga Mobile Library Di Dinas Perpustakaan Dan Kearsipan Kota Salatiga. *Jurnal Ilmu Perpustakaan*, 6(4), 21–30. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jip/article/view/23208>
- Prastya, D. (2022). *Jumlah Pengguna Media Sosial Indonesia Capai 191,4 Juta per 2022*. suara.com. <https://www.suara.com/tekno/2022/02/23/191809/jumlah-pengguna-media-sosial-indonesia-capai-1914-juta-per-2022>
- Ramadhan, W. K., & Rusmono, D. (2021). Pendayagunaan Media Sosial Instagram Dalam Upaya Promosi Perpustakaan Pada Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Daerah Jawa Barat. *JUPI (Jurnal Ilmu Perpustakaan dan Informasi)*, 6(2), 137. <https://doi.org/10.30829/jipi.v6i2.8663>
- Theodora, D. (2021). Analisis Elemen AIDA Pada Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Perpustakaan di Dinas Arsip dan Perpustakaan Kabupaten Bandung. *Palimpsest: Jurnal Ilmu Informasi dan Perpustakaan*, 12(1), 37–47. <https://doi.org/10.20473/pjil.v12i1.25152>