

Promosi Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Surakarta Melalui Sosial Media Instagram

Lathifa Noor Faza
Universitas Diponegoro
E-mail: Lnurfa01@gmail.com

Abstract

The library is one of the places where people get information services. To fulfill this, it is necessary for users to visit the library. One way that can be used to attract the interest of users is promotion. Promotion can be used as a media approach by the library to the community. This is because promotion is one way of communicating indirectly to other people. Promotion itself can use various ways, one of which is to publish the product to be marketed and can use a variety of media. Instagram as one of the social media that is quite popular can be one of the promotional media for libraries. I target a product/service with an emphasis on consumer satisfaction. The Surakarta City Library and Archives Service has an Instagram account called @dispersip_surakarta which can be used as a promotional media.

Keywords: Promotion; Library Promotion; Instagram users; Instagram Promotion

Abstrak

Perpustakaan merupakan salah satu tempat dimana masyarakat mendapatkan pelayanan informasi. Untuk memenuhi hal tersebut maka diperlukan pemustaka yang berkunjung ke perpustakaan. Salah satu cara yang dapat digunakan untuk menarik minat pemustaka adalah promosi. Promosi dapat digunakan sebagai media pendekatan oleh perpustakaan kepada masyarakat. Hal ini dikarenakan promosi merupakan salah satu cara berkomunikasi secara tidak langsung kepada orang lain yang menjad Hal ini dikarenakan promosi merupakan salah satu metode komunikasi yang dilakukan untuk memuaskan konsumen yang menggunakan produk baik jasa maupun barang dari sebuah perusahaan/instansi. Promosi sendiri dapat menggunakan berbagai cara salah satunya adalah melakukan publikasi terhadap produk yang akan dipasarkan dan dapat menggunakan berbagai macam media. Instagram sebagai salah satu sosial media yang cukup banyak digemari dapat menjadi salah satu media promosi bagi perpustakaan. i sasaran sebuah produk/layanan dengan menitikberatkan kepada kepuasan konsumen. Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Surakarta memiliki sebuah akun Instagram yang bernama @dispersip_surakarta yang bisa dimanfaatkan sebagai media promosi.. Penelitian ini dtujukan agar mengetahui sejauh mana pemanfaatan Instagram Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Surakarta atau @dispersip_surakarta.

Kata Kunci: Promosi; Promosi Perpustakaan; Penggunaa Instagram; Promosi Instagram

A. PENDAHULUAN

Perpustakaan merupakan salah satu tempat dimana segala informasi disimpan dan dapat digunakan kembali. Oleh karena itu perpustakaan merupakan salah satu tempat penting bagi masyarakat untuk menambah informasi dan pengetahuan mereka, tetapi banyak juga masyarakat yang masih awam dengan keberadaan perpustakaan yang ada di daerah masing-masing. Padahal dalam keberjalannya keberhasilan sebuah perpustakaan akan diukur dari pengunjung yang datang ke perpustakaan. Agus Setiawan dalam (Mustofa, 2017) mengatakan bahwa semakin banyak pengunjung yang datang maka bisa

dikatakan bahwa perpustakaan tersebut berhasil dalam melayani pengunjungnya, sebaliknya apabila perpustakaan memiliki sedikit pengunjung maka perpustakaan tersebut dapat dikatakan kurang berhasil karena tidak dapat menarik minat pengunjung. Oleh karena itu diperlukan pengenalan terhadap perpustakaan yang berupa promosi terhadap masyarakat secara luas.

Candra dalam (Faisal & Rohmiyati, 2017) menyebutkan bahwa promosi merupakan sebuah penawaran yang menghasilkan keuntungan tambahan kepada konsumen, tetapi harga yang ditawarkan tetap sama. Selain itu, Kotler dalam (Faisal & Rohmiyati, 2017) menyebutkan bahwa promosi adalah bagaimana cara untuk meningkatkan kepuasan dari pelanggan. Dari kedua pernyataan tersebut dapat dilihat bahwa promosi mementingkan aspek kepuasan dan keuntungan yang didapat oleh pengunjung. Penggunaan promosi pada perpustakaan dapat menyasar pada promosi bahan koleksi yang ada, promosi suasana yang ada di ruang pelayanan, dan dapat melakukan promosi terkait fasilitas yang tersedia di perpustakaan. Terence A. Shimp dalam (Putri et al., 2019) menyebutkan ada beberapa fungsi dari sebuah promosi yaitu sebagai berikut:

1. Memberikan Informasi
Konsumen akan diberlihatkan dan diberikan gambaran seputar produk dan mengajarkan kepada konsumen terkait manfaat dari produk sebuah merek untuk menciptakan citra sebuah perusahaan.
2. Membujuk
Promosi yang tepat adalah promosi yang mampu mempengaruhi pembeli untuk menggunakan sebuah produk atau menciptakan permintaan konsumen terhadap suatu p[roduk
3. Mengingat
Promosi dibuat supaya konsumen mengingat produk yang ada dan apabila konsumen memiliki kebutuhan yang berkaitan dengan produk tersebut maka konsumen akan langsung mengingat merek dari perusahaan tersebut.
4. Menambah Nilai
Promosi yang tepat adalah ketika sebuah promosi mampu memunculkan kesan pada sebuah merek sehingga merek tersebut dipandang lebih unggul dari merek lainnya.
5. Mendampingi Upaya Lain Perusahaan
Promosi dapat memberikan sebuah kredibilitas pada suatu merek. Sehingga perusahaan dapat dipandang lebih kredibel.

Perkembangan teknologi memiliki dampak yang cukup besar terhadap berbagai bidang salah satunya adalah bidang informasi dan komunikasi. Adanya teknologi ini membantu dalam menyebarluaskan informasi kepada khalayak ramai tanpa perlu bertatap muka secara langsung. Salah satu bentuk dari teknologi ini adalah sosial media yang saat ini sedang digemari oleh masyarakat global. Hal ini dikarenakan kemudahan yang ditawarkan oleh sosial media seperti terhubung dengan orang lain tanpa perlu berinteraksi secara langsung, informasi yang didapatkan juga lebih cepat, dan pengguna dapat membagi aktivitas yang mereka lakukan pada sosial media. Menurut data yang dihimpun oleh salah satu *platform We Are Social* pengguna aktif sosial media secara global pada tahun 2022 adalah sekitar 4,62 miliar dan untuk di Indoneia sendiri pengguna aktif sosial media pada tahun 2022 ada sekitar 191,4 juta yaitu sekitar 68,9% dari total populasi di Indonesia pada tahun 2022. Salah satu sosial media yang digemari khususnya di Indonesia adalah *Instagram*.

Instagram merupakan salah satu sosial media yang cukup banyak digemari di masyarakat. Hal ini ditunjukkan oleh survey yang dilakukan oleh *platform we are social* bahwa ada sekitar 84,8% dari total populasi masyarakat Indonesia yang menggunakan

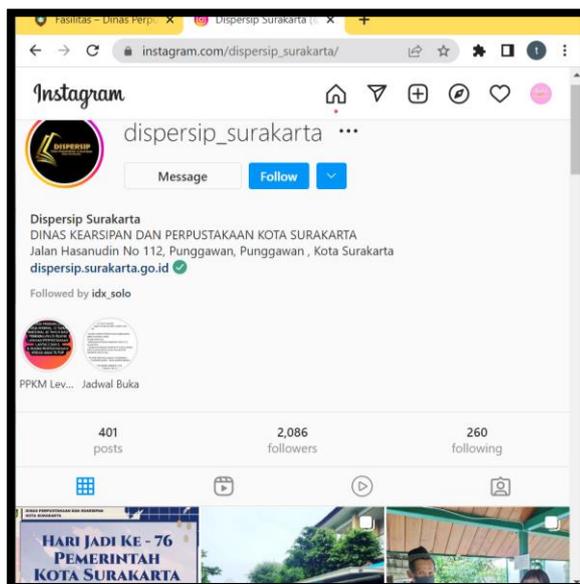
platform Instagram sebagai sosial medianya. Instagram sendiri merupakan sebuah *platform* sosial media yang menggunakan foto dan video sebagai sarana komunikasi antar penggunanya. Pada *platform Instagram* juga terdapat fitur seperti komentar, *like*, *share*, dan *direct message*. Fitur-fitur ini memungkinkan orang lain untuk berinteraksi dengan sesama pengguna Instagram tanpa harus bertemu secara langsung. Selain ada juga fitur *follower* dimana darisitu dapat digunakan sebagai parameter seberapa banyak orang yang mengikuti segala aktivitas online yang di unggah di sebuah akun *Instagram*. Semakin berjalannya waktu *Instagram* menambah fitur-fitur seperti *instastory*, *live*, *filter* foto. Semua fitur yang dimiliki *Instagram* memiliki daya tarik tersendiri bagi pengguna *Instagram*. Instagram pada saat ini tidak hanya digunakan sebagai media untuk membagikan foto dan video saja, tetapi juga dijadikan sebagai media untuk melakukan sebuah promosi. Promosi ini merambah ke berbagai bidang seperti pariwisata, Pendidikan, kuliner, dan masih banyak lagi. Oleh karena itu *Instagram* dapat digunakan sebagai salah satu cara untuk mempromosikan perpustakaan.

Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Surakarta merupakan salah satu perpustakaan umum yang dimiliki oleh Kota Surakarta. Perpustakaan ini menyediakan berbagai macam fasilitas dan layanan seperti area parkir yang luas, ruang baca, Komputer (OPAC untuk Penelusuran Informasi bahan pustaka), Ruang Koleksi, Locker (tempat tas), Individual study room (ruang belajar mandiri), Ruang Kreasi Anak, Braille Corner, BI Corner, Pojok LIPI, Audio Visual 6 Dimensi, Mushola, Wifi, dan Internet Corner. Untuk meningkatkan kunjungan layanan perlu adanya upaya promosi supaya kunjungan pada Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Surakarta. Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Surakarta sudah memiliki akun *Instagram* untuk mengenalkan Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Surakarta kepada masyarakat. Penelitian ini akan melihat seberapa jauh Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Surakarta memanfaatkan potensi sosial media *Instagram* untuk kegiatan promosi kepada masyarakat khususnya masyarakat Kota Surakarta.

B. HASIL DAN PEMBAHASAN

Perpustakaan memiliki misi yaitu untuk menyediakan informasi bagi masyarakat. Untuk memenuhi misi dari perpustakaan itu sendiri, pihak perpustakaan harus bisa mengenalkan kepada masyarakat disekitarnya agar tertarik untuk berkunjung ke perpustakaan. Oleh karena itu perpustakaan harus memiliki pendekatan yang tepat kepada masyarakat untuk memberikan gambaran terkait layanan yang ada di dalam perpustakaan tersebut. Promosi dapat digunakan sebagai media pendekatan oleh perpustakaan kepada masyarakat. Hal ini dikarenakan promosi merupakan salah satu cara berkomunikasi secara tidak langsung kepada orang lain yang menjadi sasaran sebuah produk/layanan dengan menitikberatkan kepada kepuasan konsumen. Yuven dalam (Faisal & Rohmiyati, 2017) menyebutkan bahwa ada beberapa strategi promosi perpustakaan yaitu yang pertama adalah membuat sebuah komunikasi yang baik antara pemustaka dan pihak perpustakaan sehingga promosi yang akan disampaikan menjadi lebih efektif, yang kedua adalah membuat kerjasama dengan pihak lain, dan cara yang ketiga dapat dilakukan dengan menggunakan publikasi dan dapat dilakukan melalui berbagai media seperti sosial media *Instagram* dan masih banyak lagi.

Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Surakarta memiliki sebuah akun *Instagram* yang bernama @dispersip_surakarta. Pada akun ini terdapat 401 postingan dan 2086 pengikut seperti yang dapat dilihat pada gambar 1 yang merupakan profil dari instgaram @dispersip_surakarta.



Gambar 1 Profil akun @dispersip_surakarta

Pada akun *Instagram* Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Surakarta memiliki pengikut/*follower* yang cukup banyak. Pada akun *Instagram* sudah menerapkan beberapa konsep promosi walaupun kebanyakan masih memfokuskan pada kegiatan seperti foto bersama dan peringatan hari besar. Untuk foto yang menggambarkan pelayanan ada foto yang memiliki *likes* sebanyak 58 *likes* dan foto tersebut menggambarkan peresmian layanan pojok digital.



Gambar 2 Promosi layanan Pojok Digital

Pada akun *Instagram* @dispersip_surakarta mayoritas berisikan foto Bersama para pegawai dengan orang-orang yang berkunjung, tetapi tidak terlalu menunjukkan

bagaimana suasana layanan yang ada pada Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Surakarta.



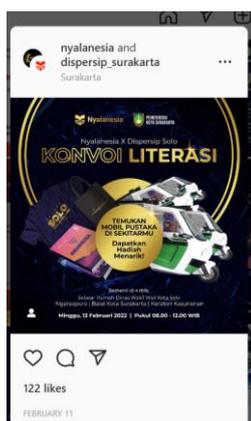
Gambar 3 Feed Instagram akun @dispersip_surakarta

Pada postingan diatas menunjukkan bahwa Instagram akun @dispersip_surakarta masih belum memperlihatkan layanan-layanan yang ada pada Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Surakarta. Melihat dari akun Instagram Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Surakarta memang memberikan berbagai informasi seperti siapa saja yang pernah berkunjung ke perpustakaan, tetapi untuk promosi layanannya sendiri yang aktif untuk diunggah di Instagram hanya layanan kelilingnya seperti pada gambar 4.



Gambar 4 Foto layanan perpustakaan keliling

Dari kelima fungsi promosi yang dinyatakan oleh . Terence A. Shimp dalam (Putri et al., 2019). Promosi pada *Instagram* Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Surakarta sudah cukup informatif dinilai dari beberapa postingannya yang memberikan penjelasan beberapa layanannya dan informasi terkait perpustakaan seperti hari libur perpustakaan, informasi peresmian layanan baru, informasi layanan keliling, dan informasi kunjungan dan penghargaan, tetapi untuk penggambaran suasana pada layanan Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Surakarta masih kurang terlihat. Untuk fungsi kedua yaitu membujuk dapat dilihat bahwa akun *Instagram* Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Surakarta berhasil membujuk pengikutnya untuk menyukai setaip postingannya minimal 20 pada setiap postingan dan memiliki *likes* tertinggi sebanyak 122 likes



Gambar 5 Unggahan dengan *likes* terbanyak

Pada fungsi ketiga yaitu mengingatkan akun *Instagram* Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Surakarta cukup terlihat berhasil dikarenakan kunjungan yang dilakukan ke Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Surakarta cukup banyak seperti yang dilihat pada gambar 6.



Gambar 6 Foto Kunjungan

Pada fungsi keempat dapat dilihat dari gambar keenam dengan adanya promosi maka secara tidak langsung meningkatkan citra yang ada pada Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Surakarta. Pada fungsi kelima juga dampaknya dapat dilihat pada banyaknya kunjungan yang ada dikarenakan semakin kredibel sebuah perpustakaan maka

masyarakat akan semakin percaya kepada perpustakaan tersebut sehingga bisa dilihat bahwa masyarakat mulai percaya dengan Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Surakarta sehingga terdapat banyak kunjungan seperti yang ditampilkan pada gambar 6.

C. KESIMPULAN

Perpustakaan memiliki misi dalam keberjalanannya yaitu sebagai pelayanan masyarakat khususnya dalam bidang pelayanan informasi. Untuk memenuhi misi tersebut maka dibutuhkan antusiasme dari pengunjung perpustakaan yaitu pemustaka. Untuk meningkatkan jumlah pemustaka yang berkunjung maka dibutuhkan sebuah metode pendekatan yang tepat yaitu menggunakan promosi sebagai media pendekatan. Hal ini dikarenakan promosi merupakan salah satu metode komunikasi yang dilakukan untuk memuaskan konsumen yang menggunakan produk baik jasa maupun barang dari sebuah perusahaan/instansi. Promosi sendiri dapat menggunakan berbagai cara salah satunya adalah melakukan publikasi terhadap produk yang akan dipasarkan dan dapat menggunakan berbagai macam media. *Instagram* sebagai salah satu sosial media yang cukup banyak digemari dapat menjadi salah satu media promosi bagi perpustakaan.

Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Surakarta sebagai salah satu perpustakaan umum yang ada di Kota Surakarta memiliki akun *Instagram* yang memiliki 2 ribu pengikut. Pada promosi keefektifan sebuah promosi dapat dilihat dari kelima fungsinya apakah terpenuhi atau tidak. Kelima fungsi tersebut diantaranya memberikan informasi, membujuk, mengingatkan, menambah nilai, mendampingi upaya perusahaan. Akun *Instagram* Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Surakarta berhasil memenuhi kelima fungsi tersebut, tetapi sayangnya kurang maksimal dikarenakan informasi mengenai kondisi dan situasi layanan yang ada tidak ditampilkan. Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Surakarta perlu merapikan dan lebih memperhatikan terkait informasi layanan yang ada pada Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Surakarta supaya pemustaka bisa lebih tertarik untuk berkunjung ke Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Surakarta.

DAFTAR RUJUKAN

- Faisal, I. A., & Rohmiyati, Y. (2017). Analisis Pemanfaatan Media Instagram Sebagai. *Repository Fakultas Ilmu Budaya Univ. Diponegoro*, 6(4), 10.
- Mustofa, M. (2017). PROMOSI PERPUSTAKAAN MELALUI MEDIA SOSIAL : Best Practice. *Publication Library and Information Science*, 1(2), 21. <https://doi.org/10.24269/pls.v1i2.691>
- Putri, A. D. S., Winoto, Y., & Saepudin, E. (2019). Kaitannya Dengan Perubahan Sikap Followers. *Jurnal Pustaka Budaya*, 6(2), 12–21.
- (t.thn.). Diambil kembali dari https://www.instagram.com/dispersip_surakarta/
- A'yunin, N. A. (2018). PROMOSI PERPUSTAKAAN PUSAT STUDI SOSIAL ASIA TENGGARA UNIVERSITAS GADJAH MADA YOGYAKARTA MELALUI MEDIA SOSIAL. *LIBRIA*, 48-63.
- Miyata, N. S. (2019). EFEKTIVITAS PENGGUNAAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS KRISTEN PETRA. *AGORA*, 1-5.

- Prabowo, A., & Absor, U. (2019). Mediatisasi Perpustakaan Perguruan Tinggi Di Yogyakarta Pada Instagram Dalam Promosi Kepada Masyarakat. *N-JILS*, 172-187.
- Tatarina, W. A., & Husna, J. (2017). DAMPAK MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @JAKLIB_CIKINI SEBAGAI MEDIA PROMOSI PERPUSTAKAAN UMUM DAERAH PROVINSI DKI JAKARTA CIKINI. *Jurnal Ilmu Perpustakaan*, 1-10.