

## ANALISIS AKUN INSTAGRAM @PERPUSUMS SEBAGAI MEDIA PROMOSI PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA (UMS)

<sup>1</sup>Maya Setyaningrum

<sup>1</sup>Program Studi Ilmu Perpustakaan, Universitas Diponegoro, Semarang

E-mail: my@students.undip.ac.id

### Abstract

*Library promotion is one of the important activities that must be carried out by libraries and has positive goals and benefits. In the midst of the development of information technology and a large number of social media users, library promotion should not only be limited to direct activities but must also switch to using social media. The social media that is widely used by libraries as promotional media is Instagram. This study aims to analyze library promotion activities through Instagram media on the @perpusums account. This study uses an observation technique method to the @perpusums Instagram account belonging to the UMS Library. This study shows that the UMS Library has maximized the use of Instagram accounts effectively as an effort to maintain harmonious relations between users and libraries and also Instagram can be used as a medium for distributing information about library activities that aim to improve the skills of its users. And from the efforts made by the UMS library, can attract the interest of users to visit the library and of course, it has succeeded in forming a good and positive image in the eyes of its users.*

**Keywords:** User Analysis; Collection Development; Collection Development Policy; Muhammadiyah Surakarta University Library

### Abstrak

*Promosi perpustakaan merupakan salah satu kegiatan penting yang harus dilakukan oleh perpustakaan dan memiliki tujuan dan manfaat yang positif. Di tengah perkembangan teknologi informasi dan banyaknya pengguna sosial media membuat promosi perpustakaan seharusnya tidak hanya terbatas pada kegiatan secara langsung namun harus juga beralih menggunakan media sosial. Media sosial yang banyak digunakan oleh perpustakaan sebagai media promosi adalah Instagram. Dalam penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kegiatan promosi perpustakaan melalui media Instagram pada akun @perpusums. Penelitian ini menggunakan metode teknik observasi kepada akun Instagram @perpusums milik Perpustakaan UMS. Penelitian ini menunjukkan bahwa Perpustakaan UMS telah memaksimalkan penggunaan akun Instagram secara efektif sebagai upaya menjaga hubungan antara pemustaka dan perpustakaan agar tetap terjalin harmonis dan juga Instagram dapat digunakan sebagai media penyalur informasi mengenai kegiatan perpustakaan yang bertujuan untuk meningkatkan skills dari pemustakanya. Dan dari upaya yang dilakukan oleh perpustakaan UMS dapat menarik minat pemustaka untuk berkunjung perpustakaan dan tentu saja telah berhasil membentuk citra yang baik dan positif dimata pemustakanya.*

**Kata Kunci:** Promosi Perpustakaan; Instagram @perpusums; Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Surakarta (UMS)

## A. PENDAHULUAN

Perkembangan dan perubahan di segala aspek mengiringi keseluruhan manusia disaat melangkah maju kedepan. Perkembangan dan perubahan tentunya menjadi tantangan yang harus dihadapi karena beberapa perkembangan tentunya tidak bisa dibendung dan menuntut semua orang siap untuk beradaptasi dan melakukan penyesuaian. Dikutip dari pendapat Kasali (2014) dalam bukunya terdapat teori yang dikemukakan oleh Charles Darwin (1809-1882) yaitu teori “*survival of the fittest*”, teori tersebut mengungkapkan bahwa “bukan yang terkuat yang mampu bertahan, melainkan yang paling adaptif dalam merespon perubahan”. Dari teori tersebut sudah dijelaskan dengan jelas bahwa agar dapat hidup dan bertahan, *skills* utama yang harus dimiliki adalah dengan adaptif atau mudah menyesuaikan diri dengan keadaan. Perubahan keadaan yang dapat dirasakan saat ini adalah perkembangan pesat teknologi informasi yang menyebabkan beralihnya proses pemenuhan kebutuhan informasi pemustaka melalui akses internet. Hal ini berdampak juga dalam keberjalanan perpustakaan yang dituntut untuk berkembang dan adaptif dengan keadaan disekitarnya. Apalagi di tengah tengah keadaan pandemi *covid-19* maka perpustakaan seharusnya mengubah bentuk pelayanannya yang awalnya hanya konvensional menjadi perpustakaan yang berkolaborasi dengan teknologi informasi dan menyediakan layanan melalui daring (*online*) untuk memenuhi kebutuhan informasi pemustakanya. Terutama data penelitian tahun 2020 milik Hootsuite (We Are Social) memperlihatkan bahwa pengguna aktif sosial media sebanyak 3.800 M penduduk dunia (Riyanto, 2020).

Banyaknya jumlah pengguna aktif sosial media yang ada pada saat ini merupakan peluang bagi perpustakaan untuk melakukan penyaluran informasi yang dibutuhkan oleh pemustaka. Penyaluran informasi melalui sosial media dapat dimanfaatkan karena dapat lebih mudah menjangkau lebih banyak audiens dari berbagai kalangan, sekaligus media sosial juga dapat dimanfaatkan sebagai media promosi perpustakaan. Promosi perpustakaan merupakan upaya untuk memperkenalkan perpustakaan seperti fasilitas, sumber informasi yang tersedia, dan manfaat kepada pemustaka agar lebih mengenal lebih dalam suatu masyarakat (Maretno & Marlina, 2021) serta agar pemustaka dapat terpengaruhi agar dapat memaksimalkan pemanfaatan koleksi tersebut (Garaika & Feriyan, 2019). Pada saat ini media sosial yang paling banyak dimanfaatkan oleh perpustakaan sebagai media promosi adalah Instagram. Di Indonesia pengguna Instagram mencapai 79% dari seluruh pengguna sosial media (Riyanto, 2020), dan dan selama

pandemi Covid-19 intensitas penggunaan media sosial Instagram melonjak hingga 40% (Burhan & Iskana, 2020). Dengan jumlah yang telah disebutkan tidak heran jika sekarang ini banyak perpustakaan yang berusaha memaksimalkan kegiatan promosi dengan menggunakan Instagram. Karena apabila dimanfaatkan dengan baik maka banyak pemustaka yang tentunya ingin mengunjungi dan memanfaatkan perpustakaan.

Lalu dengan latar belakang berupa adanya perkembangan teknologi informasi serta perubahan kegiatan pelayanan perpustakaan yang terjadi pada saat ini, maka peneliti melakukan mini riset untuk mengetahui kegiatan promosi perpustakaan yang ada di Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Surakarta untuk meningkatkan pelayanan yang sudah ada dengan melalui akun @perpusums. Serta pada makalah ini akan dipaparkan hasil observasi mengenai kegiatan promosi yang dilakukan oleh peneliti di Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Surakarta.

## **B. HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **1. Landasan Teori**

Dalam perpustakaan tentunya perlu adanya kegiatan pemasaran, dan dalam perpustakaan pemasaran yang dapat dilakukan adalah penyaluran informasi mengenai perpustakaan itu sendiri. Pemasaran merupakan rangkaian kegiatan manajemen yang biasanya berkaitan mengenai memasarkan produk dan tentu sangat berkaitan dengan kegiatan sehari-hari dikarenakan akan selalu ada dan tetap bersinggungan. Mengutip dari pendapat Shinta (2011) “Pemasaran membuat individu atau kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan menukarkan produk berharga kepada pihak lain atau segala kegiatan yang menyangkut produk maupun jasa dari produsen hingga konsumen”. Sehingga dapat diketahui bahwa pemasaran dapat berupa jasa pada lembaga profit maupun non profit serta tidak terbatas pada pemasaran produk. Dan juga pemasaran tentunya memiliki tujuan berupa meningkatkan penjualan untuk mencapai dari tujuan atau target dari perusahaan, dan tujuan tersebut dapat dicapai melalui promosi.

Promosi merupakan upaya yang dilakukan oleh perpustakaan agar dapat berkomunikasi dengan pemustakanya dalam berbagai hal kepentingan seperti memperkenalkan tujuan, visi misi maupun hal yang ingin dicapai. Dalam

pengertiannya, promosi merupakan salah satu bentuk kegiatan komunikasi pemasaran yang meliputi upaya penyampaian informasi, memengaruhi sasaran atau target pasar dari suatu produk yang dilayankan oleh perusahaan agar target memiliki keinginan membeli dan memanfaatkan produk yang ditawarkan (Putri et al., 2019). Tentunya promosi merupakan hal yang harus dilakukan oleh perpustakaan sebagai upaya memenuhi kebutuhan informasi pemustaka dalam berbagai media dan tentunya sebagai upaya lebih memperkenalkan perpustakaan kepada pemustakanya. Hal ini dikarenakan di dalam perpustakaan promosi berperan dalam membentuk kesadaran masyarakat terkait pentingnya ilmu pengetahuan yang tersedia dalam beragam jenis sumber informasi di perpustakaan (Suharso & Pramesti, 2019). Karena tentu saja perpustakaan dapat dikatakan bermanfaat apabila informasi yang ada didalamnya dapat dimanfaatkan oleh penggunanya.

Menurut Sukirno (2016) promosi perpustakaan memiliki tujuan, diantaranya adalah “(1) memperkenalkan fungsi perpustakaan kepada masyarakat pemakai; (2) mendorong minat baca dan mendorong masyarakat agar menggunakan koleksi perpustakaan semaksimal dan menambah jumlah orang yang gemar membaca; (3) memberi kesadaran masyarakat akan adanya pelayanan perpustakaan dan menggunakannya, serta mengembangkan pengertian masyarakat, agar mendukung kegiatan perpustakaan; (4) memasyarakatkan slogan yang digunakan sebagai ciri khas dari suatu perpustakaan”. Kemudian menurut Ruslan (2012) menuturkan jika kaitannya dengan hubungan masyarakat yang terjalin maka promosi bermanfaat sebagai pembentuk citra positif . Promosi juga memiliki aspek informasi yang disampaikan yaitu *to inform* / menginformasikan; *to influence* / mempengaruhi dan juga *to persuade* / membujuk.

Pada saat ini bentuk kegiatan promosi yang paling banyak dilakukan oleh perpustakaan adalah melalui platform Instagram, hal ini telah dibuktikan melalui data survey “*Use of Social Media by the Library Current Practices and Future Opportunities*” yang dipaparkan oleh Oosman tahun 2014 yaitu perpustakaan yang menggunakan sosial media sebanyak 70%, dari total tersebut yang menggunakan sosial media 3 tahun lamanya sebanyak 60 % dan jumlah pustakawan yang aktif sosial media untuk memposting tiap hari sebanyak 30% (Tatarina & Husna, 2019). Alasan keberhasilan promosi perpustakaan dengan menggunakan Instagram dikarenakan tanpa adanya kendala waktu dan biaya sangat mempercepat proses penyebaran informasi perpustakaan kepada pemustaka dan juga akun Instagram

memudahkan interaksi dua yaitu antara pihak perpustakaan dan pemustaka / penggunaanya yang berupa masyarakat luas (Tatarina & Husna, 2019).

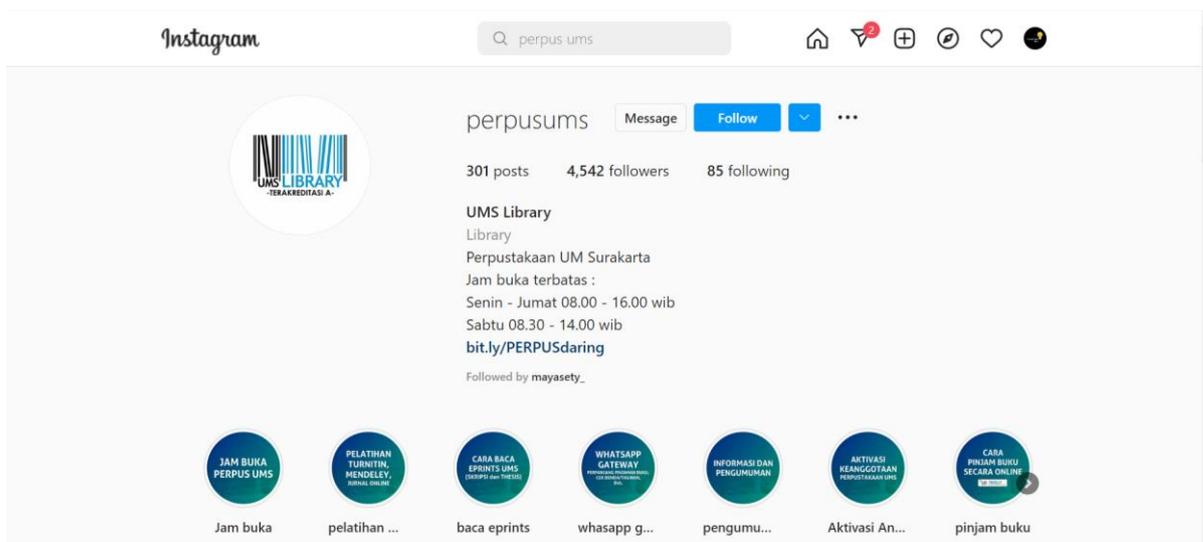
## 2. Profil Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Surakarta (UMS)

Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Surakarta beralamat di Jl. A. Yani Tromol Pos I Pabelan Surakarta dan memiliki 23 pustakawan beserta staff untuk mengelola keberjalanan pelayanan. Pada masa pandemi saat ini Perpustakaan UMS sangat membatasi kunjungan pemustaka ke dalam perpustakaan, dan melayani kebutuhan pemustaka dengan bantuan daring (dalam jaringan). Layanan yang tersedia saat ini diantaranya adalah website perpustakaan di [library.ums.ac.id](http://library.ums.ac.id), TROLLY (Transaksi Online in Library), Smart Library UMS, Whatsapp Gateway, Pelatihan Literasi Informasi Secara Online, e-resource, e-prints (untuk unggah karya tulis mandiri milik mahasiswa yang seperti Skripsi, Thesis, Disertasi, KTI). Kemudian ada e- payment untuk pembayaran denda, lalu ada aktivasi online keanggotaan Perpustakaan UMS bagi sivitas akademika dan yang terakhir adalah layanan cek turnitin.

Sistem Automasi Perpustakaan yang dipakai di dalam Perpustakaan UMS adalah KOHA dan klasifikasi yang digunakan adalah DDC-23. Perpustakaan UMS pada saat ini telah terakreditasi "A", dan setelah peneliti melakukan wawancara dan melakukan observasi Perpustakaan UMS memang sangat sistematis dan bagus dalam keberjalanan baik dari segi pelayanan dan organisasi. Website perpustakaan UMS dan media sosial Instagram yang digunakan oleh Perpustakaan UMS juga aktif melakukan promosi serta praktis dalam digunakan sehingga sangat menambah poin plus dari pandangan pemustaka.

## 3. Analisis Akun Instagram @perpusums

Akun Instagram @perpusums adalah akun milik dari Perpustakaan Muhammadiyah Surakarta dan sudah aktif sejak tahun 2016. Akun Instagram ini tidak hanya dapat dilihat melalui *handphone* namun juga dapat dilihat melalui *websites*. Di dalam akun Instagram Perpustakaan Universitas Muhammadiyah terdapat beberapa postingan dengan bentuk *photo*, *video* dan *reels* yang memiliki tujuan masing masing saat di *upload*.



**Gambar 1. Instagram Perpustakaan UMS**

Gambar diatas adalah tampilan dari Instagram perpustakaan Universitas Muhammadiyah Surakarta, dengan memiliki pengikut sebanyak 4542 pengguna, dan pada saat ini telah memiliki 301 postingan dalam bentuk *photo*, *reels* maupun *videos*. Pada *bio* Instagram tertulis informasi jam buka dari perpustakaan UMS yaitu hari senin hingga jumat buka pada pukul 08.00 – 16.00, dan pada hari sabtu buka pada pukul 08.30 – 14.00. Kemudian Pada *bio* Instagram @perpusums terdapat juga link [bit.ly/PERPUSdaring](http://bit.ly/PERPUSdaring) yang apabila di klik akan menuju websites perpustakaan UMS



## Gambar 2. Websites Perpustakaan UMS

Instagram perpustakaan UMS juga terdapat *highlight* yang berisi berbagai informasi yang dapat dibaca oleh pemustaka, *highlight* tersebut diantaranya memuat tata cara seperti Pelatihan Turnitin, Mendeley dan jurnal *online*; cara pinjam buku secara online; cara baca *eprints* ums untuk mengakses skripsi dan thesis; aktivasi keanggotaan; alur validasi online dan sebagainya. Highlight yang sudah ada pada halaman awal Instagram menandakan bahwa akun Instagram @perpusums sangat rajin dalam hal membuat *stories*. Hampir setiap hari akun Instagram @perpusums memiliki informasi yang disampaikan kepada pemustaka dengan memanfaatkan fitur *stories* ini.

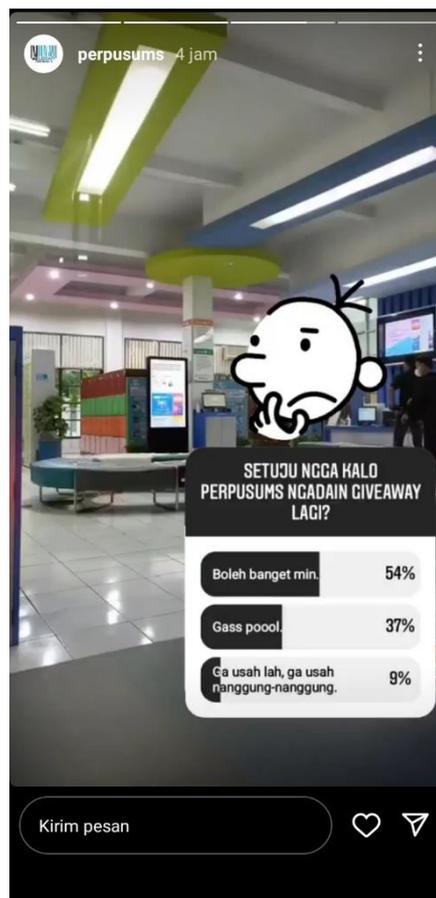


Gambar 3. & Gambar 4. Merupakan contoh dari stories yang dibuat oleh akun instagram @perpusums

Pada contoh *stories* diatas berisi ajakan untuk mengikuti sosialisasi mengenai indeksasi jurnal yaitu scopus dan juga berisi informasi bahwa telah dibuka pendaftaran pelatihan literasi informasi yang disediakan oleh Perpustakaan UMS

namun dengan syarat daftar secara berkelompok. Dari dua contoh diatas telah memenuhi syarat sebagai promosi dikarenakan berisi aspek informasi yang disampaikan yaitu *to inform* / menginformasikan; *to influence* / mempengaruhi dan juga *to persuade* / membujuk. Dan tentu saja pemustaka akan tertarik mengikuti kegiatan yang telah dikomunikasikan.

Melalui akun Instagram @perpusums, perpustakaan UMS juga melakukan upaya dalam hal menjalin kedekatan kepada pemustakanya. Dengan harapan dapat memelihara hubungan diantara keduanya tetap harmonis. Upaya yang dilakukan dapat dilakukan dengan berbagai cara dengan mempertimbangkan situasi dan kondisi yang terjadi pada saat ini. Upaya yang dilakukan oleh perpustakaan UMS melalui akun Instagram @perpusums diantaranya adalah dapat dilihat dari beberapa postingan dibawah ini.



**Gambar 5. Akun Instagram @perpusums memanfaatkan fitur voting**

Interaksi yang terjadi didalam stories tersebut merupakan salah satu upaya agar akun Instagram @perpusums makin banyak dilihat dan diakses dan tentu saja agar

menambah jumlah pengunjung Perpustakaan UMS dengan melalui cara pengadaan *giveaway* dan pemustaka harus melakukan persyaratan seperti contoh meng-follow akun Instagram @perpusums. Pengadaan *giveaway* ini juga dapat menjadi gambaran akan minat pemustaka dan hasilnya menunjukkan bahwa orang yang melihat stories tersebut sangat antusias atas pengadaan *giveaway* tersebut.

Upaya menjalin kedekatan kepada pemustaka yang terakhir adalah dengan memberikan ucapan kepada pemustaka. Perpustakaan UMS sendiri sering memposting ucapan kepada pemustaka dalam berbagai hal seperti memperingati hari hari besar, memperingati hari raya, mengucapkan selamat menjalankan uas dan masih banyak lagi.



Gambar 6. Ucapan memperingati hari besar



Gambar 7. Ucapan memperingati Hari Raya



**Gambar 8. Ucapan penyemangat menempuh Ujian Tengah Semester**

Ketiga gambar diatas merupakan upaya agar pemustaka tertarik dan merasa diperhatikan oleh Perpustakaan UMS, bahkan di dalam setiap postingan terdapat caption yang juga menarik pemustaka agar berkunjung ke perpustakaan yang menyediakan berbagai fasilitas yang dapat dimanfaatkan pemustaka. Tentu saja pemustaka yang melihat postingan tersebut akan tertarik untuk mengunjungi pemustaka dan merasa bahwa perpustakaan memiliki andil dalam hal penyediaan informasi sekaligus sebagai tempat untuk menambah wawasan dan referensi bagi kegiatan perkuliahan.

Yang terakhir adalah akun Instagram @perpusums dimanfaatkan sebagai media promosi kegiatan yang dilakukan oleh Perpustakaan UMS sebagai upaya lebih memperkenalkan Perpustakaan UMS kepada pemustakanya hingga meningkatkan *skills* maupun meningkatkan pengetahuan dan kemampuan dari pemustakanya. Perpustakaan UMS beberapa kali melakukan sosialisasi seperti melakukan pelatihan Literasi Informasi, Sosialisasi mengenai Unggah Mandiri, Sosialisasi pendaftaran akses jurnal internasional dan masih banyak lagi. Gambar dibawah ini merupakan buktinya.



Gambar 9. Sosialisasi pendaftaran akses jurnal internasional



Gambar 10. Sosialisasi unggah mandiri

Dari penjabaran diatas diketahui bahwa akun Instagram @perpusums digunakan sebagai promosi oleh Perpustakaan UMS sebagai upaya menjaga hubungan antara pemustaka dengan perpustakaan selalu harmonis dan terjaga dengan baik. Kemudian akun Instagram @perpusums bermanfaat sebagai penyalur informasi secara cepat kepada pemustaka agar pemustaka dapat mengetahui langkah apa yang harus dilakukan jika ingin membutuhkan sesuatu tanpa harus tanya kepada pustakawan. Serta akun Instagram @perpusums sangat dapat dikatakan telah dimanfaatkan dengan baik sebagai media promosi dan dapat membantu pustakawan maupun pengguna Instagram yang lain jika ingin mengetahui bagaimana perpustakaan UMS. Kemudian dari upaya yang dilakukan oleh perpustakaan UMS dapat menarik minat pemustaka untuk berkunjung perpustakaan dan tentu saja telah berhasil membentuk citra yang

baik dan positif Perpustakaan UMS dimata pemustakanya.

### C. KESIMPULAN

Pada saat ini Perpustakaan dituntut untuk selalu beradaptasi dan menyesuaikan dengan perkembangan yang terjadi agar perpustakaan dapat mempertahankan eksistensinya dan selalu dibutuhkan oleh pemustakanya. Di tengah pesatnya perkembangan informasi yang ada serta adanya pandemic *covid-19* yang mengharuskan dirumah saja pemustaka dapat memenuhi kebutuhan informasi melalui bantuan internet. Apabila perpustakaan tidak beradaptasi maka yang akan didapatkan tentunya ditinggalkan oleh pemustakanya karena perpustakaan dianggap tidak mengikuti perkembangan dan terkesan kaku. Perkembangan yang dapat dilakukan oleh perpustakaan adalah dengan melakukan promosi melalui media sosial terutama yang paling banyak digunakan pada saat ini adalah Instagram.

Hasil dari Observasi yang peneliti lakukan mendapatkan hasil bahwa Perpustakaan UMS telah memaksimalkan penggunaan akun Instagram secara efektif sebagai upaya menjaga hubungan antara pemustaka dan perpustakaan agar tetap terjalin harmonis dan juga Instagram dapat digunakan sebagai media penyalur informasi mengenai kegiatan perpustakaan yang bertujuan untuk meningkatkan *skills* dari pemustaka perpustakaan UMS. Dan dari upaya yang dilakukan oleh perpustakaan UMS dapat menarik minat pemustaka untuk berkunjung perpustakaan dan tentu saja telah berhasil membentuk citra yang baik dan positif Perpustakaan UMS dimata pemustakanya.

### DAFTAR RUJUKAN

- Burhan, F. A., & Iskana, F. R. (2020). *Penggunaan WhatsApp dan Instagram Melonjak 40% Selama Pandemi Corona*. Katadata.Co.Id.  
<https://katadata.co.id/febrinaiskana/digital/5e9>
- Garaika, G., & Feriyan, W. (2019). Promosi Dan Pengaruhnya Terhadap Terhadap Animo Calon Mahasiswa Baru Dalam Memilih Perguruan Tinggi Swasta. *Jurnal AKTUAL*, 16(1), 21–27.
- Kasali, R. (2014). *Let's Change! - Kepemimpinan, Keberanian, dan Perubahan*. Jakarta: Penerbit Buku Kompas.
- Maretno, S., & Marlina, M. (2021). Pemanfaatan Media Sosial sebagai Media Promosi

- Perpustakaan. *Baitul'Ulum: Jurnal Ilmu Perpustakaan Dan Informasi*, 5(1), 58–71.
- Putri, A. D. S., Winoto, Y., & Saepudin, E. (2019). Kaitannya Dengan Perubahan Sikap Followers. *Jurnal Pustaka Budaya*, 6(2), 12–21.
- Riyanto, A. D. (2020). *Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2020*. Andi.Link. <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2020/>
- Ruslan, R. (2012). *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi Konsepsi dan Aplikasi*. Rajawali Pers.
- Shinta, A. (2011). *Manajemen pemasaran*. Universitas Brawijaya Press.
- Suharso, P., & Pramesti, A. N. (2019). Promosi Perpustakaan Melalui Instagram: Studi Di Perpustakaan Universitas Airlangga Library Promotion Through the Instagram: Library Airlangga University. *Publication Library and Information Science*, 3(2), 66–74. <http://journal.umpo.ac.id/index.php/PUBLIS/article/view/2074>
- Sukirno, S. (2016). Optimalisasi Web untuk Promosi Perpustakaan. *Pustakaloka*, 8(2), 244–258.
- Tatarina, W. A. W., & Husna, J. (2019). Dampak Media Sosial Instagram @ Jaklib \_ Cikini Sebagai Media Promosi Perpustakaan Umum Daerah Provinsi Dki Jakarta Cikini. *Jurnal Ilmu Perpustakaan*, 6(1), 351–360. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jip/article/view/23093>