

# PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL FACEBOOK SEBAGAI SARANA PROMOSI DAN KOMUNIKASI DI PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS NEGERI MALANG (UM)

Sufyan Mulana Hastoto\*

Program Studi Ilmu Perpustakaan, Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Diponegoro Semarang

\*Korespondensi: [sufyanmulana05@gmail.com](mailto:sufyanmulana05@gmail.com)

## ABSTRACT

The aim of this research is to identify and expose Facebook utilization in the State University of Malang (UM) Library as a means for conducting promotional and communications activities. This research used a qualitative approach with qualitative descriptive research methods to describe the use of Facebook in promotional and communications activities in the UM library. This research using observation as data collection technique, to observe the Facebook account of State University of Malang Library. The results of this research explained that Facebook was used by the UM libraries to conduct promotional activities in the form of an introduction to library collections, giving incentives/awards, documentation of library activities, and the invitation to visit the library. Aside from being a means for promotional activities, Facebook is also used as a communication medium between the librarian of the UM libraries and the users.

## ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah melakukan indentifikasi dan memaparkan pemanfaatan Facebook di Perpustakaan Universitas Negeri Malang (UM) sebagai sarana untuk melakukan kegiatan promosi dan komunikasi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode penelitian deskriptif kualitatif untuk mendeskripsikan pemanfaatan Facebook dalam kegiatan promosi dan komunikasi di perpustakaan UM. Teknik untuk mengumpulkan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah melalui observasi untuk mengamati akun Facebook dari perpustakaan Universitas Negeri Malang. Hasil yang didapatkan dari penelitian ini menjelaskan bahwa media sosial Facebook dimanfaatkan oleh perpustakaan UM untuk melakukan kegiatan promosi yang berupa pengenalan koleksi bahan pustaka, pemberian insentif/penghargaan, dokumentasi kegiatan perpustakaan, dan ajakan untuk mengunjungi perpustakaan. Selain sebagai sarana untuk kegiatan promosi, Facebook juga digunakan sebagai media komunikasi antara pustakawan perpustakaan UM dengan pemustaka.

**Keywords:** Facebook, Library Promotion, Communication, Academic Library

## 1. PENDAHULUAN

Arus kemajuan teknologi dan informasi yang semakin pesat ini menyajikan berbagai kemudahan dalam melakukan komunikasi dan transfer informasi yang tidak terdapat batasan ruang dan waktu. Hal tersebut menuntut setiap individu dan juga institusi untuk menerapkan strategi tertentu untuk menghadapi perkembangan teknologi informasi tersebut (Benawi, 2013). Beberapa produk dari kemajuan teknologi informasi adalah media sosial (contohnya Facebook, WhatsApp, dan Instagram). Bahkan, Indonesia menempati peringkat empat jumlah pengguna facebook terbanyak di dunia yaitu mencapai 120 juta pengguna aktif (Pratama, 2019). Pesatnya perkembangan teknologi informasi tersebut juga berdampak pada bidang pendidikan perguruan tinggi yang pada dasarnya membutuhkan informasi dengan skala yang besar untuk dapat terus mengembangkan ilmu dan pengetahuan. Tidak dapat dipungkiri bahwa informasi memegang kunci yang sangat penting dalam kehidupan ini (Suharso, Sudardi, Widodo, & Habsari, 2019). Salah satu bagian dari instansi perguruan tinggi yang berperan sebagai pusat dan sumber informasi adalah perpustakaan perguruan tinggi.

Perpustakaan perguruan tinggi dapat dikatakan sebagai suatu pilar penting dalam upaya meningkatkan mutu dari SDM di dalam lingkup pendidikan perguruan tinggi, terutama dalam meningkatkan pengetahuan dan wawasan mengenai informasi. Berdasarkan hal tersebut, perpustakaan perguruan tinggi juga dapat disebut sebagai jantung dari perguruan tinggi yang berperan dalam penyediaan berbagai sumber informasi yang berkualitas bagi seluruh *civitas*

*academica* di dalam sebuah instansi perguruan tinggi. Dalam mendukung peran tersebut, tentu perlu dilakukan sebuah tindakan untuk lebih mengenalkan perpustakaan perguruan tinggi. Salah satu upaya yang dapat dimaksimalkan adalah melalui pemanfaatan media sosial Facebook. Pada dasarnya, perpustakaan memiliki kesamaan dengan sebuah perusahaan, sehingga sebuah perpustakaan juga perlu melakukan kegiatan promosi dan membangun hubungan baik dengan pemustaka supaya perpustakaan tetap diminati dan tidak ditinggalkan oleh pemustakanya (Anna, 2015). Pemanfaatan media sosial Facebook sebagai media komunikasi antara perpustakaan dengan pemustaka juga bertujuan agar pemustaka lebih mengenali perpustakaan dan tidak kesulitan dalam melakukan pencarian informasi yang dibutuhkan (Gunawan, 2017).

Penulisan karya tulis ilmiah ini memiliki tujuan untuk memaparkan pemanfaatan media sosial Facebook sebagai sarana promosi dan komunikasi perpustakaan Universitas Negeri Malang (UM). Dengan ini, penulis menyatakan bahwa karya tulis ilmiah yang telah dibuat ini adalah hasil karya dari penulis sendiri dan dapat di publikasikan secara sepenuhnya. Seluruh kutipan yang terdapat di dalam esai ini telah sesuai dengan etika dan kaidah penulisan kutipan yang berlaku. Seluruh isi di dalam karya tulis ilmiah ini merupakan tanggung jawab dari penulis secara sepenuhnya.

## 2. TINJAUAN PUSTAKA

Beberapa penelitian mengenai pemanfaatan media sosial di perpustakaan telah dilakukan di berbagai aspek. Salah satu penelitian dilakukan oleh Iryanti & Rahman (2019) dengan judul "Promosi Perpustakaan Melalui Media Sosial Twitter di Perpustakaan Hukum Daniel S. Lev". Hasil dari penelitian tersebut memaparkan faktor-faktor yang memengaruhi kegiatan promosi di perpustakaan melalui media sosial Twitter, baik faktor yang menjadi hambatan maupun faktor yang menjadi dukungan bagi kegiatan promosi perpustakaan. Namun, di dalam penelitian tersebut tidak terdapat solusi untuk mengatasi faktor yang menghambat kegiatan promosi di perpustakaan. Selain itu, penelitian tentang pemanfaatan media sosial di perpustakaan juga dilakukan oleh Wardah (2016) dengan judul "Pemanfaatan Facebook dalam Promosi UPT Perpustakaan Universitas Syiah Kuala". Penelitian ini bertujuan untuk mengatasi dampak negatif dari perkembangan teknologi informasi bagi perpustakaan. Hasil dari penelitian tersebut menjelaskan tentang berbagai kegiatan promosi yang dapat diterapkan oleh perpustakaan melalui media sosial Facebook.

Perpustakaan perguruan tinggi adalah suatu perpustakaan yang terletak di dalam lingkup instansi perguruan tinggi yang memiliki fungsi untuk mengelola informasi dan menyediakan informasi bagi *civitas academica* demi mewujudkan tujuan dari suatu perguruan tinggi yaitu Tri Dharma Perguruan Tinggi (Rizki, 2013). Berdasarkan pengertian tersebut, perpustakaan perguruan tinggi mempunyai fungsi dan peran yang begitu vital dalam pengembangan kualitas sumber daya manusia di dalam instansi perguruan tinggi dengan melalui penyediaan sumber informasi secara lengkap dan memadai.

Menurut Lattimore, Baskin, Heiman, & Toth (2010), media sosial merupakan pengembangan dari teknologi yang berbasis pada web 2.0 yang dalam penerapannya memungkinkan banyak orang dapat berkomunikasi secara terbuka dan dapat menyalurkan gagasan, pendapat, ide, serta pengalaman mereka dalam bentuk tulisan dan foto/video secara online. Salah satu media sosial yang memiliki peminat terbanyak di Indonesia bahkan hingga lingkup internasional adalah Facebook. Media sosial Facebook dikembangkan oleh seorang mahasiswa di Harvard University, Mark Zuckerberg, Dustin Moskovitz, Chris Hughes, dan Eduardo Saverin pada Februari 2004 (Pereira, de Fátima Salgueiro, & Mateus, 2014).

Promosi adalah sebuah upaya yang dilakukan oleh suatu pihak untuk menyampaikan informasi mengenai sebuah produk dengan melalui proses komunikasi yang bersifat membujuk dan mempengaruhi seseorang supaya membeli atau menggunakan produk yang dimiliki oleh instansi tersebut (Evelina, Waloejo, & Listyorini, 2013). Di dalam bidang perpustakaan, kegiatan

promosi dapat diartikan sebagai kegiatan mengenalkan koleksi dan layanan di dalam perpustakaan dan mengajak pemustaka untuk berkunjung dan memanfaatkan perpustakaan.

Komunikasi merupakan suatu proses penyampaian pesan / informasi kepada orang lain baik secara langsung (lisan) maupun secara tidak langsung (melalui media) (Rajab, 2014). Berdasarkan pengertian tersebut, terdapat dua jenis komunikasi, yaitu komunikasi secara langsung yang dilakukan dari mulut ke mulut dan komunikasi secara tidak langsung yang dilakukan menggunakan bantuan sebuah media perantara. Salah satu media perantara dalam komunikasi secara tidak langsung tersebut adalah media sosial.

### 3. METODE

Penelitian ini menerapkan metode penelitian berupa deskriptif dengan pendekatan secara kualitatif. Pendekatan kualitatif merupakan pendekatan di dalam penelitian yang digunakan untuk menjawab beragam pertanyaan seperti bagaimana dan mengapa secara lebih detail dan kompleks (Hamilton & Finley, 2019). Kemudian, metode penelitian deskriptif kualitatif merupakan sebuah metode penelitian yang bertujuan untuk mendapatkan sebuah informasi, pengetahuan, dan teori di dalam penelitian pada satu waktu tertentu (Mukhtar, 2013).

Metode yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini adalah melalui metode observasi yaitu dengan mengamati akun media sosial Facebook perpustakaan Universitas Negeri Malang (UM). Data yang terdapat di dalam artikel penelitian ini diolah menggunakan metode analisis data menurut, yaitu sebagai berikut:

a. Kondensasi data (*Data condensation*)

Pada tahapan ini, peneliti harus mempunyai pengetahuan dan wawasan yang tinggi serta mendalam tentang data apa saja yang dibutuhkan untuk dapat menjawab pertanyaan yang ada dalam penelitian sehingga data yang disampaikan sesuai dengan tujuan penelitian.

b. Penampilan data (*Data display*)

Pada tahapan ini, peneliti memaparkan data yang sudah dikondensasi secara tersusun dan sistematis sehingga data yang disajikan dapat dengan mudah dipahami oleh pembaca.

c. Pembuatan kesimpulan (*Drawing and verifying conclusion*)

Pada tahapan ini, penulis membuat kesimpulan yang didasarkan bukti-bukti yang telah diperoleh di dalam penelitian (Miles, Michael Huberman, & Saldaña, 2014).

### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 4.1 Perpustakaan Universitas Negeri Malang (UM)

Perpustakaan Universitas Negeri Malang merupakan perpustakaan perguruan tinggi yang berada di dalam lingkup Universitas Negeri Malang. Visi dari perpustakaan UM adalah menjadi pusat dan sumber penyediaan pengetahuan bagi perkembangan ilmu pengetahuan, kebudayaan dan kemanusiaan. Sedangkan misi dari perpustakaan UM adalah terwujudnya perpustakaan UM sebagai pusat sumber daya pengetahuan bagi perkembangan ilmu pengetahuan, kebudayaan, dan kemanusiaan (Perpustakaan UM, 2016b). Terdapat beberapa layanan yang dapat digunakan oleh pemustaka dalam menunjang pencarian informasi di dalam perpustakaan, yaitu:

a. Layanan peminjaman bahan pustaka

Layanan ini berupa layanan peminjaman koleksi, khususnya koleksi tercetak. Contohnya adalah koleksi buku.

b. Layanan referensi dan koleksi karya ilmiah

Layanan ini berupa sumber referensi/rujukan dan pencarian informasi bagi pemustaka serta layanan tentang koleksi karya ilmiah (laporan penelitian, tugas akhir, skripsi, tesis, dan disertasi).

c. Layanan *reserved book* (buku tandon)

Layanan ini berupa penyediaan bahan pustaka dengan tujuan untuk pemerataan kesempatan meminjam buku bagi setiap pemustaka.

d. Layanan serial

Layanan serial ini berupa penyediaan koleksi bahan pustaka yang memiliki jangka waktu penerbitan secara periodik dalam jangka waktu tertentu yang mencakup majalah, koran, majalah ilmiah, dan jurnal.

e. Layanan penelusuran informasi

Layanan ini berupa penyediaan fasilitas yang dapat digunakan pemustaka untuk membantu pencarian informasi.

f. Layanan antar perpustakaan

Layanan ini berupa pemberian kartu sakti yang memungkinkan pemustaka untuk memanfaatkan koleksi dari perpustakaan selain perpustakaan UM yang menjadi anggota dari FKP2T (Forum Komunikasi Perpustakaan Perguruan Tinggi Negeri) (Perpustakaan UM, 2016a).

## 4.2 Media Sosial Facebook di Perpustakaan UM

Media sosial adalah kumpulan dari berbagai jaringan yang terintegrasi dengan internet yang dirancang dengan menggunakan konsep teknologi web 2.0 dengan tujuan agar pengguna dapat melakukan transfer informasi, baik berupa teks, gambar, maupun video (Kaplan & Haenlein, 2010). Terdapat berbagai jenis media sosial yang dapat dimanfaatkan untuk melakukan promosi dan komunikasi perpustakaan, salah satunya adalah Facebook. Dalam penelitiannya, Rachman & Putri (2018) menyatakan bahwa Facebook menduduki peringkat pertama media sosial terpopuler dan sering digunakan sebagai sarana untuk mempromosikan perpustakaan, kemudian diikuti media sosial Instagram dan Twitter di peringkat dua dan tiga. Hal tersebut menandakan bahwa Facebook merupakan media yang cukup efektif untuk melakukan kegiatan promosi perpustakaan di tengah arus kemajuan teknologi dan informasi yang kian pesat.

Perpustakaan Universitas Negeri Malang (UM) mulai menggunakan media sosial Facebook sejak tahun 2015 dan sudah diikuti sebanyak 1100 *users Facebook* sampai bulan Juni 2020. Pengguna Facebook yang mengikuti sebuah akun Facebook lainnya biasa disebut dengan *follower*. Tujuan dari penggunaan Facebook tersebut adalah untuk meningkatkan mutu dan kualitas perpustakaan UM seiring dengan perkembangan teknologi dan informasi serta menjangkau target pemustaka yang cenderung lebih sering menggunakan media sosial Facebook dalam kehidupan sehari-hari. Utamanya, Media sosial Facebook tersebut digunakan sebagai media promosi perpustakaan dan juga media komunikasi antara perpustakaan UM dengan pemustaka.



Gambar 1. Tampilan *Homepage* Facebook Perpustakaan UM

### 4.3 Penggunaan Facebook sebagai Sarana Promosi di Perpustakaan UM

Promosi perpustakaan dilakukan dengan tujuan memperkenalkan berbagai aspek dalam perpustakaan seperti fasilitas, koleksi bahan pustaka, dan layanan dengan tujuan supaya sasaran pengguna terdorong untuk mengunjungi perpustakaan dan memanfaatkan berbagai layanan dan fasilitas yang telah disediakan. Selain mengenalkan berbagai produk dan layanan sebagai upaya untuk mendatangkan pengunjung, promosi juga berfokus pada melibatkan media dalam meliput dan mempublikasikan kegiatan yang dilakukan oleh perpustakaan (Asri & Megawati, 2018). Berikut ini adalah beberapa aktivitas promosi dengan memanfaatkan media sosial Facebook yang dilakukan oleh perpustakaan Universitas Negeri Malang:

a. Pengenalan Koleksi

Terdapat berbagai macam koleksi yang terdapat di dalam perpustakaan, mulai dari buku, novel, majalah, koran, hingga jurnal yang sesuai dengan kebutuhan pemustakanya (*civitas academica* di Universitas Negeri Malang). Koleksi tersebut tidak lain diperuntukan kepada seluruh pemustaka, maka sangat perlu bagi sebuah perpustakaan untuk mengenalkan koleksi yang dimilikinya agar pemustaka juga lebih mengetahui jenis koleksi yang berada di dalam perpustakaan dan tertarik untuk datang ke perpustakaan.



Gambar 2. Pengenalan Koleksi E-book Perpustakaan UM

b. Pemberian Insentif / Penghargaan

Insentif merupakan pemberian penghargaan baik berupa barang atau predikat bagi seseorang atas prestasinya dengan tujuan memberikan motivasi. Di perpustakaan Universitas Negeri Malang, insentif diberikan kepada pemustaka yang sering berkunjung ke perpustakaan dalam kurun waktu 1 tahun.



Gambar 3. Pemberian Penghargaan bagi Pemustaka Tersering UM 2019



Gambar 4. Pemustaka Tersering dan Kunjungan Fakultas Terbanyak UM 2019

c. Kegiatan Perpustakaan

Perpustakaan bukan hanya ruangan untuk membaca buku saja, tetapi perpustakaan juga merupakan sebuah lembaga/organisasi yang mengembangkan kreatifitas dan pengetahuan dari pemustakanya. Bahkan, Joo, Choi, & Baek (2018) dalam penelitiannya menyatakan bahwa sebagian besar unggahan dari sebuah akun Facebook milik perpustakaan adalah mengenai kegiatan yang telah dilakukan oleh perpustakaan tersebut. Promosi dalam hal kegiatan di perpustakaan Universitas Negeri Malang ini berupa menunjukkan beberapa kegiatan yang berkaitan dengan perawatan perpustakaan dan kegiatan lain di dalam perpustakaan.



Gambar 5. Kegiatan Penyemprotan Disinfektan di Perpustakaan UM



Gambar 6. Kegiatan Bedah Karya di Perpustakaan UM

d. Ajakan / Persuasif

Media sosial merupakan salah satu sarana untuk mengajak banyak orang yang cukup efektif. Perpustakaan Universitas Negeri Malang memanfaatkan media sosial Facebook sebagai sarana untuk mengajak seluruh *followers*-nya berkunjung ke perpustakaan melalui unggahan yang berisi kalimat-kalimat persuasif dengan disertai gambar pendukung.



Gambar 7. Ajakan Berkunjung ke Perpustakaan UM

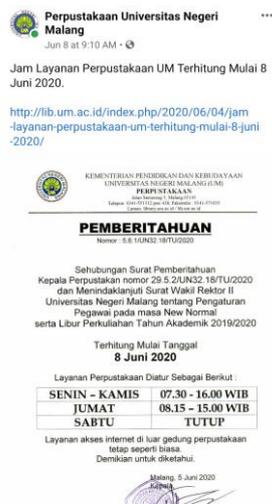
**4.4 Penggunaan Facebook sebagai Sarana Komunikasi di Perpustakaan UM**

Selain kegiatan promosi, media sosial juga dapat dimanfaatkan untuk melakukan komunikasi antara pustakawan dan pemustaka. Komunikasi dapat dilakukan melalui dua metode, yaitu *one-way communication* dan *two-way communication*. *One-way communication* (komunikasi satu arah) dapat diartikan sebagai komunikasi yang bersumber pada satu pihak pengirim (komunikator) dan ditujukan kepada seluruh pihak penerima (komunikan) dengan tidak disertai umpan balik (*feedback*) dari penerima (Hadiani & Ritonga, 2010). Sedangkan

komunikasi dua arah adalah bentuk komunikasi dimana didalamnya terdapat interaksi antara dua pihak dan terdapat umpan balik (*feedback*) (Graham-Clay, 2005). Berikut bentuk komunikasi yang dilakukan oleh perpustakaan Universitas Negeri Malang (UM) dengan menggunakan media sosial Facebook.

a. *One-way communication* (komunikasi satu arah)

Bentuk dari *one-way communication* di dalam media sosial Facebook perpustakaan Universitas Negeri Malang adalah penyampaian berbagai informasi mengenai perpustakaan UM kepada pemustaka melalui sebuah *postingan* di *wall* Facebook. Hal tersebut sejalan dengan Forrestal (2011) yang menyatakan bahwa fungsi penting dari pemanfaatan media sosial bagi sebuah perpustakaan adalah sebagai media dalam membagikan informasi secara efektif kepada seluruh pemustaka.



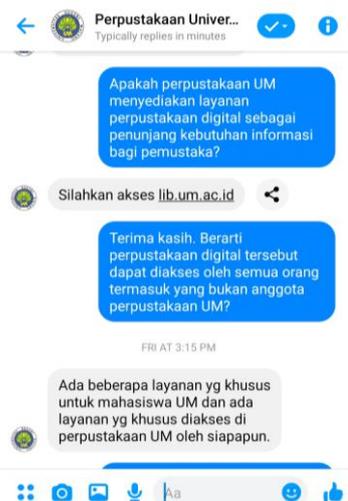
Gambar 8. Pemberitahuan Jam Layanan Perpustakaan UM



Gambar 9. Pemberitahuan Pembukaan Kembali Layanan Sirkulasi Buku

b. *Two-way communication* (komunikasi dua arah)

Bentuk dari *two-way communication* yang dilakukan perpustakaan Universitas Negeri Malang melalui media sosial Facebook adalah berupa interaksi secara langsung antara pengguna Facebook dengan admin dari akun Facebook perpustakaan UM melalui fitur *Chat*. Fitur *chat* tersebut memungkinkan terjadinya komunikasi dua arah yang bersifat pribadi dan juga umum dengan orang lain (Nadkarni & Hofmann, 2012).



Gambar 10. Interaksi dengan akun Facebook perpustakaan UM melalui fitur *chat*

## 5. KESIMPULAN

Perkembangan teknologi dan informasi memiliki dampak yang signifikan terhadap sebuah perpustakaan perguruan tinggi, salah satunya adalah penggunaan hasil perkembangan teknologi informasi berupa media sosial Facebook untuk melakukan kegiatan promosi dan komunikasi di perpustakaan Universitas Negeri Malang (UM). Penggunaan Facebook di dalam perpustakaan tersebut merupakan langkah yang sangat tepat untuk mengembangkan kualitas layanan di perpustakaan perguruan tinggi agar semakin diminati oleh pemustakanya dan juga upaya perpustakaan dalam mengikuti arus perkembangan zaman. Media sosial Facebook di perpustakaan UM dimanfaatkan sebagai sarana untuk melakukan kegiatan promosi dan juga kegiatan komunikasi dengan pemustakanya.

Kegiatan promosi yang dilakukan oleh perpustakaan UM meliputi kegiatan pengenalan koleksi bahan pustaka dan koleksi lainnya, pemberian penghargaan/insentif terhadap prestasi dari seseorang yang berhubungan dengan perpustakaan, peliputan kegiatan yang dilakukan oleh perpustakaan UM, serta ajakan kepada seluruh *followers*-nya untuk mengunjungi perpustakaan. Sedangkan kegiatan komunikasi yang dilakukan oleh perpustakaan UM melalui Facebook berupa komunikasi yang bersifat satu arah (pemberian informasi melalui unggahan di *wall* Facebook) dan komunikasi yang bersifat dua arah (pemanfaatan fitur *chat* untuk berinteraksi dengan orang lain)

## DAFTAR PUSTAKA

- Anna, N. E. V. (2015). Penggunaan Web 2.0 sebagai Media Promosi Perpustakaan Perguruan Tinggi di Indonesia. *Record and Library Journal*, 1(1), 77–82. <https://doi.org/10.20473/rlj.v1i1.82>
- Asri, T. M., & Megawati, F. (2018). Rancangan dan Penerapan Promosi Melalui Media Sosial (Instagram) di Ruang Baca Vokasi. *EduLib*, 8(2), 156–166.
- Benawi, I. (2013). Peningkatan Kualitas Perpustakaan Perguruan Tinggi. *Jurnal Iqra'*, 7(1), 42–57.
- Evelina, N., Waloejo, H. D., & Listyorini, S. (2013). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Telkomflexi (Studi kasus pada konsumen TelkomFlexi di Kecamatan Kota Kudus Kabupaten Kudus). *Diponegoro Journal of Social and Politic*, 1(1), 203–213.
- Forrestal, V. (2011). Making twitter work: A guide for the uninitiated, the skeptical, and the pragmatic. *Reference Librarian*, 52(1), 146–151. <https://doi.org/10.1080/02763877.2011.527607>
- Graham-Clay, S. (2005). Communicating with Parents: Strategies for Teachers. *School Community Journal*, 15(1), 117–130.
- Gunawan, A. (2017). Pemanfaatan Media Sosial di Perpustakaan. *Jurnal Pari*, 3(1), 49–52.
- Hadiani, U. A., & Ritonga, M. J. (2010). Penerapan Komunikasi Satu Arah Di Media Komunikasi Internal “Hallo Online” PT Telkom Divre II Jakarta. *Jurnal Komunikologi*, 7(1).
- Hamilton, A. B., & Finley, E. P. (2019). Qualitative methods in implementation research: An introduction. *Psychiatry Research*, 280. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.psychres.2019.112516>
- Iryanti, Y. S., & Rahman, M. A. (2019). Promosi Perpustakaan Melalui Media Sosial Twitter Di Perpustakaan Hukum Daniel S. Lev. *EduLib*, 9(2), 128–143.
- Joo, S., Choi, N., & Baek, T. H. (2018). Library marketing via social media: The relationships between Facebook content and user engagement in public libraries. *Online Information Review*, 42(6), 940–955. <https://doi.org/10.1108/OIR-10-2017-0288>

- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- Lattimore, D., Baskin, O., Heiman, S. T., & Toth, E. L. (2010). *Public Relations: Profesi dan Praktik* (3rd ed.). Jakarta: Salemba Humanika.
- Miles, M. B., Michael Huberman, A., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative data analysis. A methods sourcebook* (3rd ed.). California: SAGE Publications, Inc.
- Mukhtar. (2013). *Metode Penelitian Deskriptif*. Jakarta: GP Press Group.
- Nadkarni, A., & Hofmann, S. G. (2012). Why do people use facebook? *Personality and Individual Differences*, 52(3), 243–249. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2011.11.007>
- Pereira, H. G., de Fátima Salgueiro, M., & Mateus, I. (2014). Say yes to Facebook and get your customers involved! Relationships in a world of social networks. *Business Horizons*, 57(6), 695–702. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2014.07.001>
- Perpustakaan UM. (2016a). Layanan Perpustakaan. Retrieved June 9, 2020, from <http://lib.um.ac.id/index.php/2016/11/20/layanan/>
- Perpustakaan UM. (2016b). Visi dan Misi. Retrieved June 9, 2020, from <http://lib.um.ac.id/index.php/2016/11/20/visi-dan-misi/>
- Pratama, A. (2019). Jumlah Pengguna Facebook Tembus 2,38 M, di RI Berapa? Retrieved June 9, 2020, from <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20190719144302-40-86209/jumlah-pengguna-facebook-tembus-238-m-di-ri-berapa>
- Rachman, Y. B., & Putri, D. A. (2018). Social media application in Indonesian academic libraries. *Webology*, 15(1), 19–29. Retrieved from [webology.org/2018/v15n1/a162.pdf](http://webology.org/2018/v15n1/a162.pdf)
- Rajab, M. (2014). Dakwah dan Tantangannya dalam Media Teknologi Komunikasi. *Jurnal Dakwah Tabligh*, 15(1), 69–90.
- Rizki, J. W. S. (2013). Optimalisasi Fungsi Perpustakaan Perguruan Tinggi Melalui Peran Pustakawan. *Al-Kuttab*, 1(2), 105–117.
- Suharso, P., Sudardi, B., Widodo, S. T., & Habsari, S. K. (2019). The Role of the Library as a Public Space in Facilitating the Social Activities of Coastal Communities. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 246(1), 1–5. <https://doi.org/10.1088/1755-1315/246/1/012075>
- Wardah, M. W. (2016). Pemanfaatan Facebook dalam Promosi UPT Perpustakaan Universitas Syiah Kuala. *Media Pustakawan*, 23(2), 39–46.