
**KEGIATAN PROMOSI MELALUI MEDIA SOSIAL DI BALAI LAYANAN PERPUSTAKAAN
DPAD DIY**

**Rahmat Setiawan Saefullah¹
Ribka Pebrina BR Pandia²**

D-3 Perpustakaan, Sekolah Vokasi, Universitas Sebelas Maret, Indonesia

email : rahmatsetiawans@staff.uns.ac.id

ABSTRAK

Perpustakaan sebagai sumber informasi semakin menghadapi tantangan untuk memperkenalkan dirinya di era teknologi. Hal ini disebabkan oleh semakin maraknya penggunaan media sosial oleh masyarakat. Oleh karena itu, perpustakaan perlu mengembangkan strategi promosi yang efektif melalui media sosial. Salah satu contoh strategi promosi perpustakaan melalui media sosial adalah yang dilakukan oleh Balai Layanan Perpustakaan DPAD DIY. Balai Layanan Perpustakaan DPAD DIY menggunakan platform media sosial seperti Instagram, Facebook, YouTube, dan TikTok untuk mengunggah konten kreatif berfokus pada layanan dan fasilitas perpustakaan. Pendekatan ini mencakup penggunaan tren kekinian, gambar, dan video animasi edukatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi promosi ini efektif dalam meningkatkan kesadaran masyarakat tentang keberadaan dan layanan perpustakaan. Selain itu, strategi ini juga meningkatkan minat masyarakat untuk menggunakan perpustakaan, meningkatkan interaksi antara perpustakaan dan masyarakat, dan meningkatkan citra positif perpustakaan di mata masyarakat. Hasil penelitian ini memberikan wawasan mengenai praktik promosi perpustakaan melalui media sosial dan implikasinya terhadap interaksi dengan masyarakat. Hasil ini dapat membantu perpustakaan lain dalam mengembangkan strategi promosi yang efektif dalam menghadapi era digital.

Kata Kunci: promosi, media sosial, perpustakaan umum

ABSTRACT

Libraries as a source of information are increasingly facing challenges to introduce themselves in the era of technology. This is due to the increasing use of social media by the public. Therefore, libraries need to develop effective promotion strategies through social media. One example of a library promotion strategy through social media is the one carried out by the DPAD DIY Library Service Center. The DPAD DIY Library Service Center uses social media platforms such as Instagram, Facebook, YouTube, and TikTok to upload creative content focusing on library services and facilities. This approach includes the use of current trends, images, and educational animated videos. Research results show that this promotion strategy is effective in increasing public awareness of the existence and services of libraries. In addition, this strategy also increases public interest in using libraries, increases interaction between libraries and the public, and improves the positive image of libraries in the eyes of the public. The research results provide insights into the practice of library promotion through social media and its implications for interaction with the public. These results can help other libraries develop effective promotion strategies in the face of the digital age.

Keywords: promotion, social media, public library

PENDAHULUAN

Perpustakaan daerah memiliki peran kunci dalam memajukan sumber daya manusia di wilayahnya. Tugas utama perpustakaan daerah adalah menyediakan bahan dan layanan informasi bagi masyarakat sebagai informasi pendidikan dan hiburan yang sehat (Lestari, 2020). Untuk mencapai tujuan ini, perpustakaan harus memberikan pengaruh positif kepada masyarakat dengan menyediakan informasi, pelayanan yang baik, dan fasilitas yang menarik. Untuk mencapai hal ini, promosi perpustakaan diperlukan. Promosi perpustakaan adalah upaya untuk memperkenalkan perpustakaan kepada masyarakat secara umum, termasuk fasilitas, koleksi, dan manfaatnya (Prihartanta, 2015). Setiap perpustakaan memiliki target yang berbeda-beda sesuai dengan jenisnya. Tujuan promosi perpustakaan adalah untuk meningkatkan minat baca, kunjungan pemustaka, dan meningkatkan kesadaran masyarakat akan keberadaan perpustakaan (Inderiyeni, 2020).

Menurut Mustofa dan Iryanti (2022), penggunaan media sosial oleh perpustakaan dapat meningkatkan kesadaran masyarakat tentang keberadaan dan layanan perpustakaan. Penelitian menunjukkan bahwa penggunaan media sosial dapat meningkatkan minat masyarakat untuk menggunakan perpustakaan. Hal ini dikarenakan media sosial merupakan sarana komunikasi yang efektif untuk menjangkau masyarakat luas. Dalam era digital ini, media sosial menjadi salah satu alat promosi yang penting bagi perpustakaan. media sosial yang populer seperti Instagram, Facebook, dan TikTok dapat digunakan untuk menyebarkan informasi tentang layanan dan fasilitas perpustakaan.

Balai Layanan Perpustakaan Dinas Perpustakaan dan Arsip Daerah Daerah Istimewa Yogyakarta (DPAD DIY) memiliki beragam layanan, tetapi tidak semuanya dikenal dengan baik oleh masyarakat. Promosi perpustakaan melalui media sosial, seperti Instagram, dapat membantu mengatasi masalah ini. Dengan pengikut yang sudah mencapai ribuan dan verifikasi akun yang sah, Balai Layanan Perpustakaan DPAD DIY dapat menggunakan media sosial ini untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang layanan perpustakaan. Melalui penelitian ini, penulis akan mengeksplorasi lebih lanjut tentang kegiatan promosi perpustakaan melalui media sosial di Balai Layanan Perpustakaan DPAD DIY. Penelitian ini akan membantu mema-

hami bagaimana promosi melalui media sosial dapat meningkatkan kesadaran masyarakat tentang layanan perpustakaan. Artikel ini akan membahas pentingnya perpustakaan umum sebagai sumber informasi yang mempengaruhi masyarakat. Perpustakaan bertanggung jawab menyediakan informasi berkualitas dan membantu pengembangan ilmu pengetahuan di masyarakat. Peran perpustakaan dalam menciptakan generasi yang berilmu dan beretika sangat penting untuk kemajuan pendidikan di Indonesia.

METODE

Metodologi Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk menggali data tentang promosi Balai Layanan Perpustakaan DPAD DIY melalui media sosial. Pendekatan kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti kondisi obyek yang alamiah, dimana peneliti berperan sebagai instrumen kunci dan teknik yang dilakukan dalam pengumpulan data secara gabungan serta analisis data bersifat induktif. Penelitian ini lebih menekankan makna. Penelitian ini dilakukan di Balai Layanan Perpustakaan DPAD DIY, yang berlokasi di Jl. Raya Janti, Wonocatur, Banguntapan, Kabupaten Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta. Penelitian ini berlangsung selama 14 hari, mulai tanggal 8 Juni hingga 21 Juni 2023. Data primer diperoleh secara langsung melalui observasi dan wawancara dengan pustakawan yang terlibat dalam kegiatan promosi melalui media sosial. Data sekunder meliputi artikel dan jurnal penelitian terdahulu yang digunakan sebagai referensi. Subjek penelitian adalah pustakawan atau pegawai di Balai Layanan Perpustakaan DPAD DIY yang bertugas dalam kegiatan promosi melalui media sosial. Objek penelitian adalah akun media sosial Balai Layanan Perpustakaan DPAD DIY, termasuk Instagram, Facebook, Youtube, Tiktok, dan Twitter.

Proses analisis data penelitian ini terdiri dari empat tahap, yaitu reduksi data, penyajian data, verifikasi data, dan penarikan kesimpulan. Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini terdiri dari dua jenis, yaitu data primer dan data sekunder.

1. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari informan melalui wawancara dan observasi.
2. Data sekunder, yaitu data yang diperoleh dari sumber-sumber sekunder, seperti dokumen dan literatur.

3. Data primer dianalisis dengan menggunakan teknik reduksi data, penyajian data, verifikasi data, dan penarikan kesimpulan.

Reduksi data dilakukan dengan cara mengorganisasikan data yang diperoleh dari wawancara dan observasi. Data dikelompokkan berdasarkan tema dan subtema tertentu. Penyajian data dilakukan dengan cara menyajikan data dalam bentuk teks, gambar, atau tabel. Penyajian data bertujuan untuk memudahkan interpretasi data yang telah diperoleh. Verifikasi data dilakukan dengan cara membandingkan data dari berbagai sumber. Hal ini dilakukan untuk memastikan keabsahan data. Penarikan kesimpulan dilakukan dengan cara menginterpretasikan data yang telah dianalisis. Kesimpulan yang ditarik harus didasarkan pada data yang telah diolah.

PEMBAHASAN

Balai Layanan Perpustakaan DPAD DIY merupakan salah satu perpustakaan daerah yang memiliki beberapa media sosial mulai dari Facebook, Instagram, Youtube, Tiktok, Twitter, di mana akun media sosial perpustakaan ini di berikan nama sesuai dengan nama perpustakaan ini yakni *balaiyanpus.dpaddiy*. Akun sosial media perpustakaan sudah cukup aktif sehingga sudah memiliki pengikut di sosial media yang dapat menerima informasi yang diberikan oleh Balai Layanan Perpustakaan DPAD DIY. Jumlah pengikut pada akun instagram sudah mencapai 13,7rb dan memiliki 3.009 postingan. Berdasarkan penelitian yang dilakukan setiap harinya ada postingan pada media sosial instagram mengenai kunjungan *study tour* dari berbagai kalangan baik TK, SD, SMP, SMA yang mencapai jumlah sekitar 120 anak dalam kunjungan satu instansi. Akun instagram Balai Layanan Perpustakaan DPAD DIY juga sudah berhasil mendapatkan centang biru yang artinya aplikasi instagram sudah mengkonfirmasi keaslian dari akun ini.

Segala informasi mengenai Balai Layanan Perpustakaan DPAD DIY semuanya disampaikan melalui media sosial, sehingga pengguna lain mendapatkan informasi itu dan mengetahui segala informasi yang disampaikan mengenai Balai Layanan Perpustakaan DPAD DIY. Media sosial dapat dimanfaatkan oleh perpustakaan bukan hanya untuk menyebarkan informasi. media sosial dapat dimanfaatkan oleh perpustakaan sebagai media promosi. Balai Layanan Perpustakaan DPAD DIY sendiri

memiliki beberapa media sosial yang dimanfaatkan sebagai media promosi diantaranya Instagram, Facebook, Youtube, Twitter, Tiktok, Telegram dan Website.

Balai Layanan Perpustakaan DPAD DIY telah menggunakan Instagram alat promosi. Insta- gram dinilai sebagai media promosi perpustakaan sudah cukup membantu dan sangat efektif dengan memanfaatkan fitur fitur yang di sediakan di Instagram (Kurniasih, 2016; Maretno & Marlina, 2021; Nastiti, 2022; Purwa, 2022). instagram menjadi media promosi dikarenakan instagram merupakan platform yang populer dan banyak penggunanya dan instagram me- miliki fitur yang menarik yang dapat meningkatkan penjualan. Mereka menciptakan konten menarik dalam bentuk gambar dan video yang menjelaskan berbagai layanan perpustakaan, koleksi, aplikasi e-library, dan fasilitas yang ditawarkan. Konten ini membantu mendidik masyarakat tentang layanan perpustakaan yang tersedia. Akun Instagram Balai Layanan Perpustakaan DPAD DIY memiliki lebih dari 13,7 ribu pengikut, menunjukkan keterlibatan yang baik. Mereka telah menciptakan berbagai jenis konten promosi, seperti promosi layanan perpustakaan, koleksi, aplikasi e-library, dan fasilitas, yang memberikan informasi tentang manfaat dan cara penggunaan layanan tersebut. Konten video singkat sangat membantu dalam memperkenalkan layanan kepada masyarakat dan menyediakan informasi yang penting.

Dengan strategi pemasaran yang kuat melalui Instagram, Balai Layanan Perpustakaan DPAD DIY berhasil menarik sejumlah besar pengikut dan memberikan informasi yang relevan tentang layanan perpustakaan mereka kepada masyarakat luas. Selain itu, Balai Layanan Perpustakaan DPAD DIY juga aktif dalam mempromosikan layanan digital, aplikasi E-library, dan fasilitas perpustakaan melalui Instagram dengan berbagai jenis konten seperti gambar dan video. Mereka menjelaskan manfaat dan cara penggunaan layanan digital dan aplikasi E-library. Promosi semacam ini membantu menginformasikan masyarakat tentang layanan dan aplikasi yang mereka tawarkan. Terlebih lagi, mereka juga mempromosikan fasilitas khusus untuk disabilitas yang mereka sediakan. Dengan strategi promosi yang kuat melalui Instagram, Balai Layanan Perpustakaan DPAD DIY mampu mengedukasi masyarakat tentang layanan dan fasilitas yang mereka tawarkan, sehingga masyarakat menjadi lebih tahu dan tertarik untuk mengunjungi perpustakaan.

Balai Layanan Perpustakaan DPAD DIY tidak hanya mengandalkan Instagram, tetapi juga memanfaatkan platform lain seperti Facebook untuk mempromosikan layanan perpustakaan, aplikasi E-library, dan fasilitas perpustakaan mereka. Mereka menghasilkan beragam konten, termasuk gambar, video, dan animasi, untuk menjelaskan dan mempromosikan layanan mereka. Melalui platform ini, mereka berusaha untuk mengedukasi masyarakat tentang apa yang mereka tawarkan, termasuk fasilitas seperti gazebo dan layanan yang sesuai dengan berbagai kelompok usia. Pemanfaatan kedua platform media sosial ini membantu mereka mencapai audiens yang berbeda, mulai dari remaja hingga dewasa.

Balai Layanan Perpustakaan DPAD DIY juga memanfaatkan YouTube sebagai platform utama untuk promosi. Mereka menghasilkan video yang mencakup berbagai topik, termasuk profil perpustakaan, sistem perpustakaan terpadu Sepatu Jolifa (Jogja Library For All), dan layanan musik anak. Melalui video-video ini, mereka berusaha memperkenalkan perpustakaan kepada masyarakat dan mengedukasi mereka tentang berbagai layanan dan fasilitas yang mereka tawarkan. Dengan YouTube, mereka dapat menyampaikan informasi dengan lebih rinci dan interaktif melalui format video. Melalui cara ini, mereka meningkatkan kesadaran masyarakat tentang layanan dan sumber daya perpustakaan.

TikTok digunakan oleh DPAD DIY sebagai platform untuk mempromosikan layanan perpustakaan. Mereka membuat video singkat yang menjelaskan berbagai layanan perpustakaan, termasuk perpustakaan keliling, aplikasi I-Jogja, dan layanan anak. Dengan menggunakan platform ini, mereka berusaha memperkenalkan perpustakaan kepada masyarakat dengan cara yang menarik dan kreatif. Penggunaan YouTube memungkinkan mereka memberikan penjelasan yang lebih rinci dan mendalam tentang layanan perpustakaan, sedangkan TikTok memungkinkan mereka untuk mencapai audiens yang lebih muda dan lebih luas dengan video-video singkat yang trendi. Tujuannya adalah untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang layanan dan sumber daya perpustakaan, serta memotivasi mereka untuk berkunjung dan memanfaatkannya. Demikianlah upaya yang telah dilakukan oleh Balai Layanan Perpustakaan DPAD DIY dalam mempromosikan layanan dan fasilitas perpustakaan mereka melalui berbagai platform media sosial. Semua usaha ini bertujuan untuk

meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya perpustakaan dan sumber daya yang mereka tawarkan serta memotivasi masyarakat untuk aktif memanfaatkannya.

Dari kegiatan yang terlaksana di sudah sesuai dengan teori yang ada. Menurut Syahputra (2019) Promosi adalah kegiatan di bidang pemasaran yang berkaitan dengan komunikasi yang efektif pedagang kepada pembeli atau konsumen dengan berita, mengamankan dan mempengaruhi semua produk dan jasa yang dijual menghasilkan bagi konsumen. Tujuan dari promosi adalah untuk membujuk konsumen agar melakukan pembelian untuk meningkatkan volume penjualan. Promosi adalah upaya pemasaran yang menawarkan berbagai tindakan jangka pendek berdampak tinggi untuk menciptakan keinginan untuk mencoba atau membeli produk atau jasa. Semua promosi penjualan bertujuan untuk mempengaruhi perilaku pembelian, tetapi tujuan terpenting dari promosi penjualan adalah untuk menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan (Indriasari, 2017). Dalam hal ini adalah Balai Layanan Perpustakaan DPAD DIY mengupayakan agar masyarakat memanfaatkan fasilitas yang ada di perpustakaan secara maksimal.

KESIMPULAN

Balai Layanan Perpustakaan DPAD DIY aktif dalam melakukan promosi melalui media sosial seperti Instagram, Facebook, Youtube, dan TikTok. Mereka menciptakan konten menarik yang berfokus pada layanan, fasilitas, dan e-library yang mereka miliki. Konten promosi termasuk video dan gambar animasi yang dijelaskan dengan baik dan sesuai dengan tren saat ini, sehingga mencapai tujuan promosi mereka. Berdasarkan uraian di atas, beberapa saran untuk kemajuan Balai Layanan Perpustakaan DPAD DIY adalah sebagai berikut: (1) Evaluasi Berkala: Sebaiknya Balai Layanan Perpustakaan DPAD DIY melakukan evaluasi berkala terhadap promosi yang telah mereka lakukan melalui media sosial. Hal ini penting untuk mengukur perkembangan dan hasil promosi yang dapat membantu dalam perbaikan ke depan. (2) Penyesuaian Konten: Balai Layanan Perpustakaan DPAD DIY dapat mempertimbangkan untuk menyusun konten yang berbeda untuk setiap akun media sosial seperti Instagram dan Facebook. Konten tersebut dapat disesuaikan dengan usia

dan minat pengguna setiap media sosial untuk memastikan pesan promosi lebih diterima dengan baik. (3) Penjadwalan Konten: Sebaiknya Balai Layanan Perpustakaan DPAD DIY membuat jadwal dan daftar konten promosi yang akan diunggah. Hal ini akan memudahkan mereka dalam merencanakan dan melaksanakan kegiatan promosi mereka secara lebih terorganisir. Dengan penerapan saran-saran tersebut, diharapkan Balai Layanan Perpustakaan DPAD DIY dapat terus meningkatkan efektivitas promosi mereka melalui media sosial.

Beberapa saran untuk peneliti terkait peningkatan promosi layanan melalui media sosial adalah sebagai berikut: (1) Lakukan penelitian yang lebih mendalam tentang efektivitas promosi media sosial di berbagai bidang. Penelitian ini dapat dilakukan dengan menggunakan metode kuantitatif untuk mengukur tingkat efektivitas promosi media sosial dalam meningkatkan kesadaran, minat, dan penggunaan layanan. (2) Teliti dampak promosi media sosial terhadap citra layanan. Penelitian ini dapat dilakukan dengan menggunakan metode kualitatif untuk memahami bagaimana promosi media sosial mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap layanan. (3) Teliti bagaimana media sosial dapat digunakan untuk meningkatkan interaksi antara penyedia layanan dan pengguna layanan. Penelitian ini dapat dilakukan dengan menggunakan metode kualitatif untuk memahami bagaimana media sosial dapat digunakan untuk membangun hubungan yang lebih baik antara penyedia layanan dan pengguna layanan.

DAFTAR PUSTAKA

- Indriyeni. 2020. Strategi promosi perpustakaan. Dispusip Pekan Baru
- Indriasari, M. 2017. Pemasaran dan kepuasan pelanggan. Unitomo Press
- Kurniasih, N. (2016). Optimalisasi penggunaan media sosial untuk perpustakaan. Universitas Padjajaran. <https://osf.io/preprints/inarxiv/aj2z9/download>
- Lestari, D.E.G. 2020. “Upaya pengelolaan perpustakaan umum dalam meningkatkan minat baca (Suatu Studi Di Badan Perpustakaan, Arsip dan Dokumentasi Kabupaten Malang)”. *Jurnal Maharsi*, 2 (2), 18-28.
<http://ejurnal.budiutomomalang.ac.id/index.php/maharsi/article/view/1051/527>
- Maretno, S & Marlina, M. (2021). Pemanfaatan media sosial sebagai media promosi perpustakaan. *Jurnal Ilmu Perpustakaan dan Informasi*, 5 (1).
<https://baitululum.fah.uinjambi.ac.id/index.php/bulum/article/view/98>
- Mustofa, A., & Iryanti, E. (2022). Strategi promosi perpustakaan melalui media sosial di Balai Layanan Perpustakaan DPAD DIY. *Jurnal Perpustakaan*, 11(2), 127-140.
- Nastiti, F. A. (2022). Strategi promosi layanan perpustakaan di Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kabupaten Bojonegoro. Universitas Sebelas Maret.
<https://digilib.uns.ac.id/dokumen/detail/94740/Strategi-Promosi-Layanan-Perpustakaan-di-Dinas-Perpustakaan-dan-Kearsipan-Kabupaten-Bojonegoro>
- Prihartanta, W. 2015. Tujuan promosi perpustakaan. *Jurnal Adabiya*, 3 (38), 1-9.
https://www.academia.edu/download/40847928/TUJUAN_PROMOSI_PERPUSTAKAAN.pdf
- Purwa, I. B. G. (2022). Pemanfaatan media sosial menuju masyarakat cerdas berpengetahuan. *Universitas Pendidikan Ganesha*, 2 (1).
<https://perpustakaan.undiksha.ac.id/wpcontent/uploads/sites/28/2022/06/kompilasi-49-58.pdf>
- Sugiyono. 2015. Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D. ALFABETA
- Syahputra, R. (2019). Strategi pemasaran dalam Alquran tentang promosi penjualan. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 6 (2).
<https://jurnal.ulb.ac.id/index.php/ecobisma/article/view/8>