

Peran Sosial Media Instagram Dalam Membantu Kegiatan Promosi Perpustakaan di Perpustakaan Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Elgy Wijayanti¹, Annisya², Nurul Aini³, Sarida Sinulingga⁴, Kartini⁵

^{1,2,3,4,5} Program Studi: Ilmu Perpustakaan, Fakultas Ilmu Sosial

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

elgywijayanti114@gmail.com, annisyaarnld@gmail.com,

saridasinulingga32@gmail.com, ainiitama@gmail.com

ABSTRACT

Library Promotion currently holds custodial (minor) positions in Information Science and Library Education at various universities in Indonesia. So don't be surprised if the production unit, which is then called the library, stagnates and stops working. Developing a blog-based library expands the possibilities of your user base, but using a freeware database is sufficient to become the backbone of your library automation. In the current Development 4.0 era, library promotion through Instagram social media is considered more effective and efficient. Interaction between librarians and users can now take place virtually by utilizing existing information technology. The researchers looked specifically at one account of university libraries: universities. Communicating with users via Instagram is an effective way to advertise in university libraries. This article also describes the forms of interaction provided by the Instagram application and how the UIN North Sumatra Library itself uses the facilities available on Instagram. The data collection method consisted of observing the Instagram account of the North Sumatra State Islamic University Library and conducting a literature review. The results of a survey conducted by the UIN Sumut library utilized all existing facilities on Instagram to promote the library. Libraries use the Instagram Stories feature to upload videos and photos, as well as Instagram Direct to promote their library.

Keywords: *Library promotion, Social media, Instagram*

ABSTRAK

Library Promotion saat ini memegang posisi kustodian (minor) di bidang Ilmu Informasi dan Pendidikan Perpustakaan di berbagai universitas di Indonesia. Maka jangan heran jika unit produksi yang kemudian disebut perpustakaan itu mandek dan berhenti bekerja. Mengembangkan perpustakaan berbasis blog memperluas kemungkinan basis pengguna Anda, tetapi menggunakan database freeware sudah cukup untuk menjadi tulang punggung otomatisasi perpustakaan Anda. Di era Pembangunan 4.0 saat ini, promosi perpustakaan melalui media sosial Instagram dinilai lebih efektif dan efisien. Interaksi antara pustakawan dan pemustaka kini dapat berlangsung secara virtual dengan memanfaatkan teknologi informasi yang ada. Para peneliti secara khusus melihat salah satu rekening perpustakaan universitas: universitas. Berkomunikasi dengan pengguna melalui Instagram adalah cara yang efektif untuk beriklan di perpustakaan universitas. Artikel ini juga memaparkan bentuk-bentuk interaksi yang disediakan oleh aplikasi Instagram dan bagaimana Perpustakaan UIN Sumatera Utara sendiri menggunakan fasilitas yang tersedia di Instagram. Metode pengumpulan data terdiri dari observasi akun Instagram Perpustakaan Universitas Islam Negeri Sumatera Utara dan melakukan kajian literatur yang ada. Hasil survei

yang dilakukan perpustakaan UIN Sumut memanfaatkan seluruh fasilitas yang ada di Instagram untuk mempromosikan perpustakaan tersebut. Perpustakaan menggunakan fitur Cerita Instagram untuk mengunggah video dan foto, serta Instagram langsung untuk mempromosikan perpustakaan mereka.

Kata kunci: Promosi perpustakaan, Sosial media, Instagram

PENDAHULUAN

Undang-Undang Perpustakaan No. 43 Tahun 2007 mendefinisikan perpustakaan khusus sebagai “perpustakaan yang diperuntukkan bagi pengguna pengguna secara terbatas di lingkungan instansi pemerintah, instansi masyarakat, lembaga keagamaan, tempat ibadah, dan organisasi lainnya”. Sulisty-Basuki (1994), sebaliknya, menjelaskan perpustakaan khusus sebagai salah satu yang terlihat dari empat unsur yang tidak terpisahkan: status atau jabatan perpustakaan, direktur perpustakaan, perpustakaan induk, dan pengguna perpustakaan.

Perpustakaan universitas merupakan pusat perhatian yang sangat penting dan berpengaruh terhadap keberhasilan atau kegagalan proses belajar mengajar. Perpustakaan menyediakan informasi yang dibutuhkan oleh mahasiswa, dosen, peneliti, dan akademisi yang berkaitan dengan kegiatan belajar mengajar. Saat ini sebagian besar informasi yang dapat disediakan perpustakaan tidak hanya berupa bahan cetak seperti buku dan makalah akademik, tetapi juga bahan digital seperti e-journal dan e-book.

Perkembangan teknologi yang pesat dan kebutuhan informasi yang kompleks menuntut perpustakaan untuk terus berinovasi baik dalam koleksi maupun layanan yang ditawarkan. Salah satu ukuran tingkat keberhasilan layanan perpustakaan adalah jumlah pengunjung yang berkunjung ke perpustakaan. Semakin banyak pemustaka yang berkunjung ke perpustakaan maka semakin berhasil perpustakaan dalam memberikan pelayanan, tetapi jika jumlah pemustaka yang mengunjungi perpustakaan sedikit atau sangat sedikit maka pelayanan yang diberikan kurang berhasil. Itu tidak menarik bagi pengguna. Agus Setiawan (2013:1).

Mengembangkan layanan untuk meningkatkan jumlah pengunjung perpustakaan, termasuk pengadaan bahan pustaka baik dalam format cetak maupun digital dan online yang sesuai dengan kebutuhan pengguna. Pustakawan yang menyediakannya ramah, suasana perpustakaan menyenangkan, dan promosi yang mereka lakukan untuk menyediakan fasilitas dan layanan perpustakaan. Agus Setiawan (2013:1).

Perkembangan teknologi informasi dan telekomunikasi dewasa ini berpotensi untuk mengubah layanan perpustakaan. Dalam hal ini, kemudahan melayani Anda dengan menggunakan media sosial atau jejaring sosial berbasis web (Instagram, Facebook, Twitter, dll). Instagram adalah contoh jejaring sosial yang ada saat ini, dan semakin banyak jejaring sosial yang tersedia untuk perpustakaan. Sirly (2014:1) Mengembangkan perpustakaan berbasis blog memperluas potensi basis pengguna, tetapi menggunakan database freeware sudah cukup untuk menjadi tulang punggung otomatisasi perpustakaan.

Promosi Perpustakaan

Perpustakaan adalah organisasi yang mengembangkan/membiakkan organisme Ranganasan (Lasa HS, 1998:39). Lima Prinsip Ilmu Perpustakaan (The Five Principles of Library) bahwa perpustakaan adalah organisme yang berkembang. Perpustakaan merupakan pusat lembaga, lembaga dan kegiatan yang terus tumbuh dan berkembang, baik koleksi maupun ruang, sistem pelayanan dan penggunaannya.

Periklanan merupakan bagian dari layanan perpustakaan dan mengkomunikasikan sumber belajar yang tersedia (baik koleksi non digital maupun digital) kepada seluruh anggota perpustakaan. Oleh karena itu, pengembangan layanan perpustakaan harus terus beradaptasi dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi. Menurut Darmo, "Iklan adalah mekanisme komunikasi yang menarik untuk pemasaran dengan menggunakan teknik PR."

Perpustakaan harus dapat menginformasikan kepada pengguna tentang berbagai layanan, kegiatan, koleksi, fasilitas, dll. Dan promosi merupakan bagian dari kegiatan pemasaran perpustakaan (library marketing). Promosi perpustakaan bertujuan untuk mendekatkan pengunjung dengan perpustakaan. Pengguna tahu persis apa yang tersedia di perpustakaan, kewajiban apa yang harus mereka penuhi, hak apa yang mereka miliki, fungsi apa yang mereka miliki, informasi apa yang mereka miliki. Untuk membuatnya dimengerti (berorientasi pengguna). Sentrisitas pengguna, atau yang biasa disebut sentrisitas pengguna, adalah salah satu "kata kunci" yang ingin dicapai perpustakaan, sehingga mereka juga berpusat pada pengguna ketika membuat keputusan pendanaan perpustakaan.

Dalam konteks ini, pengguna perpustakaan terkadang mengalami perubahan sosial. Perpustakaan dalam konteks yang lebih luas bekerja secara profesional, memisahkan kebutuhan pribadi dari tugas profesional, memberikan layanan dan informasi yang optimal, bekerja secara profesional, dan memberikan layanan secara optimal, termasuk kebutuhan pengguna informasi. Saya bertugas menyediakan.

Iklan adalah bagian dari informasi yang tersedia untuk pengunjung perpustakaan. (Wiji, 2018, hlm. 5) Karakteristik pengguna pada masyarakat pra industri berbeda dengan masyarakat pasca industri (masyarakat informasi). Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) memiliki dampak terbesar pada perubahan sosial (Ritzer, 2010). Perpustakaan perlu beradaptasi dengan perubahan ini, suka atau tidak suka.

Adapun Tujuan promosi perpustakaan menurut Edsall dalam Mustafa (1996 : 21) adalah :

1. Memberikan kesadaran kepada masyarakat tentang pelayanan perpustakaan.
2. Mendorong minat masyarakat untuk menggunakan perpustakaan
3. Mengembangkan pengertian masyarakat agar mendukung kegiatan perpustakaan.

Dalam mempromosikan perpustakaan ada beberapa metode atau cara yang digunakan disesuaikan dengan kebutuhan pengguna sehingga promosi perpustakaan dapat tepat sasaran dan tidak sia-sia. Menurut Assauri, Sofyan, (2007 : 268-269) terdapat 4 variabel dalam sebuah promosi yaitu :

1. Advertensi. Dalam promosi melibatkan sponsorship / non personal, media yang digunakan yaitu radio, televisi, majalah, surat kabar, billboard.
2. Personal Selling, promosi lisan dalam suatu percakapan lisan dengan seseorang atau lebih konsumen.
3. Promosi Penjualan (sales promotion) merupakan tangan panjang dari agen besar untuk memasarkan produknya kepada konsumen.
4. Publisitas (Publicity), promosi yang berifat komersial dan dipublikasikan untuk menarik konsumen.

Promosi perpustakaan melalui jejaring sosial dapat menjadi salah satu alat pemasaran perpustakaan saat ini, terutama untuk menaklukkan segmen remaja. Misalnya, sebagai langkah awal, Anda bisa memanfaatkan terobosan sirkulasi. Kemudian promosikan perpustakaan Anda melalui jejaring sosial. Iklan cetak dapat berupa brosur, pamflet, dan buku yang dapat dibagikan dalam berbagai kesempatan. Kartu anggota perpustakaan dapat digunakan sebagai sarana promosi, namun jangan sampai menjadi birokrasi yang memberatkan pengunjung. Hal-hal kecil seperti ini seharusnya muncul dari kreativitas para pekerja informasi di tempat kerja.

Tujuan utama pembuatan akun Instagram perpustakaan adalah untuk membangun interaksi antara pustakawan dan pemustaka dengan berbagai berbagai kegiatan terkait informasi peminjaman, update peminjaman, pemesanan buku, kritik saran, dll. Selain itu, minat baca dapat ditingkatkan dengan memanfaatkan Facebook dan Twitter perpustakaan sebagai media publisitas. Misalnya sebagai media iklan, masyarakat yang awam dengan lingkungan perpustakaan akhirnya mengetahui keberadaan perpustakaan dan bisa sedikit belajar dengan melihat profil di Facebook dan Twitter. Bermuka masam (2014:1)

Instagram

Instagram adalah salah satu situs jejaring sosial (media sosial) dengan pertumbuhan tercepat di dunia. Menurut Sheldon & Bryant (2016), Instagram dibuat untuk membuat pemilik smartphone merasa bahwa kamera yang terpasang di perangkatnya tidak mubazir. Kamera smartphone Anda dapat digunakan secara optimal untuk mengambil foto dan video. Instagram adalah aplikasi berbagi foto dan video yang memungkinkan pengguna mengambil foto dan video, menerapkan filter digital dan stiker digital, serta membagikannya di berbagai layanan jejaring sosial, termasuk Instagram itu sendiri.

Instagram dapat terhubung langsung dengan aplikasi media sosial lainnya seperti Twitter dan Facebook. Instagram juga memungkinkan Anda untuk mengedit foto dan video Anda sebelum mengunggahnya ke jaringan. Foto dan video yang diunggah melalui Instagram dapat diunggah seluas-luasnya tanpa batasan unggahan tertentu. Ukuran tidak masalah, tetapi 1 menit adalah batas untuk video. Selain itu, tautan unggahan dapat menyertakan 10 slide foto/video. Sekilas, aplikasi Instagram mirip dengan aplikasi Facebook, di mana pengguna dapat mengunggah foto dan video, menyukai, dan meninggalkan komentar. Namun, ada perbedaan antara Instagram dan Facebook.

Instagram sangat fokus pada tujuan komunikasi melalui gambar, baik foto maupun video. Instagram memungkinkan pengguna memanfaatkan sepenuhnya kemampuan kamera perangkat mereka. Komunikasi terjadi melalui gambar, bukan secara verbal, sehingga pengguna Instagram harus kreatif saat mengunggah. Kalau soal foto, followers pasti paham dengan hasil unggahan dari uploader. Mengunggah foto ke Instagram tidaklah rumit. Pengguna cukup mengambil foto atau video atau memilih foto/video dari galeri smartphone mereka. Kemudian sambungkan ke internet dan buka aplikasi Instagram di smartphone Anda. Kemudian unggah ke server Instagram. Foto yang diunggah secara otomatis dibagikan dengan pengikut dan server pusat. Siapapun bisa "berkomunikasi" dengan foto. Ini adalah bentuk komunikasi baru dimana komunikasi tidak lagi dalam bahasa, tetapi dalam bentuk gambar.

Promosi Perpustakaan melalui media sosial

Pengguna perpustakaan saat ini disebut sebagai generasi internet, dan mereka lahir dan besar sebagai generasi yang akrab dengan internet seiring dengan perkembangan teknologi informasi. Menurut Tapscott (2009), fitur meshing adalah: Kebebasan, Kustomisasi, Kontrol, Integritas, Kolaborasi, Hiburan, Kecepatan, Inovasi. Perpustakaan harus, sebagai pengguna perpustakaan saat ini, menyesuaikan desain promosi perpustakaan dengan kemampuan mesh generation.

Misalnya, sebagai ciri kebebasan dan kebebasan, generasi net ini cenderung tidak menyukai aturan yang membatasi diri dan bebas melakukan apa yang mereka inginkan. Oleh karena itu, iklan perpustakaan harus menggunakan teknik persuasif dan dikemas dengan tepat waktu dan semenarik mungkin tanpa paksaan. Oleh karena itu, media yang Anda gunakan untuk beriklan haruslah media yang disukai oleh generasi milenial.

Perpustakaan dapat memilih dari berbagai presentasi media sosial di dunia maya. King (2015) menjelaskan bahwa ada berbagai jenis media sosial yang dapat digunakan perpustakaan, antara lain: Facebook, Twitter, YouTube, LinkedIn, Tumblr, Pinterest, Instagram, Snapchat, Vine, Google Plus, Flickr. Jenis media sosial dapat digambarkan sebagai:

1. Facebook. Facebook digunakan untuk menambah pertemanan, mengirim teks serta foto maupun video. Sampai saat ini facebook masih menjadi media sosial yang digandrungi oleh kaum millennial.
2. Twitter. Twitter adalah saluran media sosial yang dapat meningkatkan jumlah presentase komunitas tertentu.
3. Youtube. Sebagian besar orang memanfaatkan Youtube untuk membagikan hasil rekaman video melalui saluran media online. Melalui Youtube kita bisa dapat berbagi konten ke teman mengomentarnya dan menyarankan mereka untuk memberikan rating, memfavoritkan, memasukkan dalam bookmark, dan men-share-nya melalui jejaring sosial.
4. LinkedIn. LinkedIn dikenal sebagai jaringan bisnis yang fokus pada spesifikasi dan pemanfaatan alat/media.

5. Tumblr. Tumblr adalah media sosial unik tujuan popularitas, dengan menampilkan informasi berbasis animasi dan visual.
6. Pinterest. Pinterest adalah media sosial yang baik untuk menemukan konten informasi visual yang menarik.
7. Instagram. Instagram adalah media sosial yang dimanfaatkan untuk Promosi Perpustakaan Melalui Media Sosial di Perpustakaan Universitas Islam Negeri Sumatera Utara berbagi foto dan video berdurasi pendek. Setelah Facebook membeli Instagram, fasilitas dan fitur layanannya diperbaiki guna meningkatkan jumlah pelanggan Instagram.
8. Snapchat. Snapchat memungkinkan pengguna untuk mengirim foto dan video, menambah teks dan gambar untuk foto atau video, serta mengatur waktu durasi untuk menampilkan konten.
9. Vine. Vine merupakan alat baru untuk twitter posting. Pengguna Vine relative masih sedikit, tidak sepopuler dengan media sosial yang lain. Konten visual mirip dengan konten di Instagram, durasi video yang dapat di-upload di Vine hanya berlangsung enam detik.
10. Google Plus. Google Plus (Google+ atau G+) adalah jaringan sosial yang dikembangkan oleh Google. Sebelum G+, Google telah mengembangkan jaringan sosial Google Buzz.
11. Flickr. Flickr merupakan media sosial untuk menyimpan dan berbagi foto secara online. Pengguna Flickr dapat berbagi foto dengan teman yang menjadi komunitas, terutama melalui website pribadi.
12. WhatsApp. WhatsApp adalah media sosial terkini yang sama polulernya dengan facebook. Aplikasi ini sangat digandrungi kaum millennial, aplikasi ini bisa mengirimkan teks, video, foto, file pdf, Ms.Word, ppt dll

Manfaat Media Sosial Bagi Perpustakaan Berikut adalah manfaat media sosial menurut Lucky:

1. Berbagi informasi kegiatan perpustakaan yang bisa dilihat oleh pemustaka.
 2. Menarik minat penulis atau penerbit untuk bisa bekerjasama.
 3. Menjadi ajang sarana promosi perpustakaan secara efektif dan efisien
- Karena medsos merupakan bagian dari sistem relasi, koneksi dan komunikasi, maka kita harus menyikapinya dalam kaitannya dengan fungsi-fungsi yang terkandung dalam teori relasi, koneksi dan komunikasi masyarakat.

Berikut ini sikap menurut Tim Pusat Humas Kementerian Perdagangan RI(2014:35) yang harus kita kembangkan terkait dengan peran, manfaat dan fungsi medsos:

1. Sarana belajar, mendengarkan dan menyampaikan. Berbagai aplikasi media sosial dapat digunakan untuk belajar melalui berbagai informasi, data, dan topik yang dikandungnya. Media sosial juga menjadi sarana untuk menyampaikan berbagai informasi kepada orang lain. Konten media sosial berasal dari berbagai belahan dunia dengan budaya, masyarakat, latar belakang ekonomi, kepercayaan, tradisi, dan kecenderungan yang berbeda. Jadi, secara positif, memang benar bahwa media sosial adalah ensiklopedia

global yang sedang berkembang. Dalam konteks ini, pengguna media sosial harus dipersenjatai dengan kritik, meteran analitis yang tajam, refleksi mendalam, keterampilan terapan, dan emosi yang tenang.

2. Kemampuan Dokumentasi, Manajemen dan Integrasi. Berbagai aplikasi media sosial pada hakekatnya merupakan tempat penyimpanan dan dokumen berbagai konten, mulai dari profil, informasi, laporan kejadian, catatan kejadian hingga hasil kajian penelitian. Dalam konteks ini, organisasi, institusi, dan individu harus menetapkan kebijakan penggunaan media sosial dan memberikan pelatihan penyambutan karyawan untuk memaksimalkan fungsi media sosial sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan. Anda bisa mendapat untung. Lakukan berbagai hal dengan menggunakan media sosial seperti membuat organisasi blog, mengintegrasikan berbagai lini ke dalam perusahaan Anda, menyebarkan konten yang relevan sesuai dengan tujuan Anda di komunitas, menggunakan media sosial sesuai dengan minat, visi, misi, dan tujuan yang dapat Anda lakukan. pengoperasian organisasi.
3. Alat perencanaan, strategi, dan manajemen. Di mana diambil di media sosial adalah domain penggunaannya. Jadi di tangan profesional manajemen dan pemasaran, media sosial bisa menjadi senjata perencanaan dan strategi yang ampuh. Saya memiliki. Misalnya, menjalankan promosi, memperoleh pelanggan setia, membangun loyalitas pelanggan, meneliti pasar, menginformasikan publik, dan mengumpulkan reaksi publik.
4. Sarana pengendalian, evaluasi dan pengukuran. Media sosial membantu Anda mengelola organisasi dan mengevaluasi berbagai rencana dan strategi yang telah diterapkan. Ingatlah bahwa reaksi publik dan pasar akan menjadi parameter alat ukur, kalibrasi, dan evaluasi Anda. Seberapa baik masyarakat memahami masalah, bagaimana mereka mengikuti atau melanggar prosedur, dan apa yang mereka inginkan dapat dilihat langsung melalui media sosial. Keinginan, harapan, tren, pilihan, dan pemahaman publik tentang gerakan berdiri terekam dengan baik di media sosial. Oleh karena itu, media sosial juga dapat digunakan sebagai alat pencegahan yang ampuh untuk mengganggu atau mempengaruhi pemahaman publik.

Yang Bisa Anda Aktifkan Dengan Media Sosial Ada banyak media periklanan yang bisa Anda gunakan, dari yang populer hingga yang unik dan baru, seperti media sosial dan jejaring. Selama ini media sosial dan jaringan periklanan seperti Facebook, Twitter telah dijadikan sebagai media yang terbukti sangat efektif untuk menarik calon konsumen baru.

Menurut Sirly (2014), ada beberapa area di mana media sosial dapat digunakan untuk memperkenalkan produk/jasa/merek perpustakaan antara lain:

1. mempromosikan Keberadaan perpustakaan. Meski dunia kini berada di era informasi, masih saja ada orang yang tidak mengetahui letak perpustakaan umum kotanya. Mengapa orang senang mengunjungi perpustakaan ketika mereka bahkan tidak tahu di mana mereka berada. Perpustakaan tidak boleh menutup mata terhadap fakta ini. Untuk itu,

kehadiran komunitas perpustakaan di media sosial menjadi sangat penting. Jadi perpustakaan tidak seperti katak di dalam tangki. Keberadaan perpustakaan akan diketahui oleh masyarakat melalui media sosial. Dengan pemikiran tersebut, dunia maya kini menjadi rujukan utama masyarakat dalam mencari informasi.

2. Mempromosikan koleksi perpustakaan. Sejauh ini, buku-buku bagus tetap ada di rak perpustakaan yang belum menemukan pembacanya. Sekali lagi, berapa banyak pembaca yang masih belum menemukan buku impian mereka? Koleksi di rak perpustakaan tidak cukup hanya dengan nongkrong di papan buletin perpustakaan. Buku-buku ini perlu didinginkan di ruang pengumuman yang lebih besar melalui media sosial. Semoga setiap buku menemukan pembacanya, dan setiap pembaca menemukan bukunya.
3. Mencapai keunggulan dalam pengabdian masyarakat. Kualitas pelayanan birokrasi kepada masyarakat tetap menjadi perhatian. Meskipun banyak instansi pemerintah sekarang menggunakan domain "go.id" untuk mengoperasikan situs webnya, namun masyarakat umum masih kesulitan untuk mendapatkan informasi dari birokrasi secara cepat, akurat, dan tanpa kesalahan. Rata-rata situs web pemerintahnya jarang diperbarui. Ini tidak meninggalkan jejak fungsi utama situs web dalam melayani masyarakat. Yang tersisa hanyalah kemampuannya untuk "modis, menjaga martabat, dan mengingkari janji", jadi kami menganggap dia sudah berpengalaman dalam teknologi informasi. Media sosial merupakan sarana yang tepat untuk memberikan layanan informasi yang cepat, akurat, dan terkini kepada masyarakat. Perpustakaan yang melakukan kerja birokrasi di bidang budaya baca memiliki kewajiban untuk memberikan informasi kepada masyarakat melalui media sosial.
4. Memberikan edukasi kepada masyarakat. Media sosial menjadi salah satu cara bagi perpustakaan untuk menawarkan kelas literasi kepada masyarakat. Kegiatan dan informasi terkait literasi dapat dibagikan di media sosial. Informasi yang disiarkan secara instan dapat diakses oleh ribuan orang melalui komputer, laptop, atau ponsel, yang saat ini memiliki lebih banyak pengguna daripada penduduk Indonesia.

Promosi Perpustakaan Melalui Instagram

Instagram digunakan oleh para pebisnis untuk menjual produknya dengan lebih mudah. Karena target pertama Anda adalah orang-orang terdekat yang mungkin menjadi pengikut Anda. Gambar produk yang menarik konsumen. Komunikasi ini sangat efektif bagi penjual karena media Instagram memudahkan penjual dalam menampilkan gambar dan katalog produk yang dijualnya.

Menurut Indika & Jovita (2017), aspek promosi yang menarik melalui Instagram adalah menguntungkan baik bagi pelaku bisnis maupun pembeli potensial. Di dunia perpustakaan, perpustakaan merupakan pelaku ekonomi yang menyediakan

produk jasa. Instagram perpustakaan menawarkan sembilan informasi tentang produk perpustakaan yang ditawarkan. Publikasi baru, koleksi perpustakaan lain, layanan perpustakaan, penggunaan perpustakaan, dll.

Perpustakaan bagi pengguna sebagai calon pengguna jasa melalui Instagram. Pengguna dapat melihat secara langsung produk-produk yang ditawarkan perpustakaan, sehingga mengenal produk dan kegunaannya serta memenuhi kebutuhan masing-masing pengguna. Dapat digunakan secara bersama-sama. Selain gambar, terdapat juga caption yang dapat dituliskan pada akun Instagram perpustakaan untuk memperjelas maksud dari gambar yang diunggah, dan pengguna juga dapat menuliskan komentar sebagai tanggapan atas interaksi keduanya.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penulisan makalah ini adalah studi komunikasi dalam bentuk kajian pustaka dan observasi langsung. Penelitian komunikasi mengambil data langsung dari media yang ada dan menggunakan pendekatan ilmiah interdisipliner (Pawito 2007; Zelkr 2017). Penulis mengumpulkan berbagai literatur berupa buku teks dan publikasi jurnal dengan topik pembahasan. Berdasarkan literatur yang terkumpul, penulis memutuskan untuk mengembangkan ide untuk menyunting makalah ini (Pendit 2003).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perpustakaan UIN Sumatera Utara merupakan salah satu perpustakaan universitas negeri yang memanfaatkan Instagram sebagai sarana promosi perpustakaan. Memiliki lebih dari 3.000 pengikut. Akun Instagram perpustakaan dapat dilihat di perangkat seluler serta diakses melalui situs web.

Perpustakaan Universitas Islam Sumatera Utara sangat aktif dalam kegiatan sharing perpustakaan melalui Instagram story. Unggahan foto juga terbilang teratur dan kontennya sangat informatif. Ada 166 unggahan/postingan. Selain layanan, terdapat berbagai konten seperti pengenalan kegiatan perpustakaan dan fasilitas perpustakaan. Identifikasi staf perpustakaan dan pustakawan, hari-hari khusus perpustakaan, infografis perpustakaan, kepemilikan perpustakaan dan bahkan tugas peringatan perpustakaan khusus, dan laporkan media yang hilang atau ditemukan di perpustakaan.

Perpustakaan UIN Sumut tidak hanya mengunggah foto dan video, tetapi juga membuat story Instagram, menggunakan filter dan tools yang dimiliki Instagram story setiap hari dan menggunakan filter terbaru. Kami juga secara aktif mengerjakan ini. Kami terus mengunggah konten setiap hari dan pengikut (followers) juga dapat berpartisipasi dalam polling melalui Instagram Stories. Koordinasi sederhana dengan pemustaka dapat menjadi jembatan dalam pendekatan perpustakaan kepada pemustaka.

Foto-foto yang dicetak ulang dari perpustakaan juga menunjukkan reaksi pengguna dan rasa terima kasih mereka kepada perpustakaan. Perpustakaan UINSU juga menggunakan fasilitas live. Live Instagram sendiri merupakan fasilitas

penyiaran pribadi. Anda dapat mengunggah video berdurasi lebih dari 30 menit. Menggunakan fungsi langsung Instagram, kami memperkenalkan perpustakaan, prosedur penggunaan gratis di perpustakaan, tips pencarian, fasilitas pendukung perpustakaan, dll.

Ada cukup banyak interaksi di akun Instagram ini. Seperti admin yang menandai akun Instagram Perpustakaan UINSU untuk membalas komentar dan memposting ulang foto. Jumlah like pada postingan akun tersebut tidak kurang dari 100 yang artinya cukup banyak orang yang mengapresiasi library tersebut. Librarynya lumayan kreatif saat upload, jadi responnya lumayan bagus. Komunikasi yang coba dibangun perpustakaan sangat baik karena mengharapkan umpan balik pengguna. Misalnya saat melakukan polling di Instagram. Juga, posting ulang foto yang Anda temukan di perpustakaan untuk membuat pengguna merasa menjadi bagian dari perpustakaan. Empat fitur promosi dikenali oleh perpustakaan berdasarkan jumlah suka, komentar, dan pengikut. Perpustakaan juga menggunakan hampir semua fasilitas Instagram mereka sebagai promosi perpustakaan.

Mulai dari mengunggah video, mengunggah foto, Instagram Stories dengan berbagai alat dan filter, hingga membuat siaran langsung sendiri. . Banyak yang sekarang percaya bahwa perpustakaan memainkan peran aktif dan strategis sebagai wahana pendidikan masyarakat (Unesco 2006). Program pemerintah untuk mengentaskan kemiskinan dengan meningkatkan kesejahteraan masyarakat, dan banyak program dalam layanan perpustakaan dapat mendukung hal ini (Suharso, Sudardi, et al. 2018; Suharso, Yanto, et al. 2018). Semangat ini sangat berkembang di kalangan pustakawan dan pengelola perpustakaan. Harapannya, hal ini menjadi tantangan tersendiri bagi pustakawan karena layanan perpustakaan dapat memberdayakan pemustaka berbasis teknologi informasi, khususnya media sosial. Berkaitan dengan hal tersebut, dengan dukungan pustakawan dan beberapa instansi terkait, perpustakaan diharapkan dapat berkontribusi dengan membangkitkan budaya cahaya masyarakat.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan dari tulisan ini adalah bahwa promosi sebagai salah satu kegiatan pemasaran perpustakaan merupakan kunci agar perpustakaan dapat terus dimanfaatkan oleh penggunanya. Begitu pula dengan keberadaan media sosial bukan sebagai pesaing melainkan sarana promosi yang memudahkan pustakawan untuk berkomunikasi dengan pemustaka. Perpustakaan IAIN Salatiga menggunakan media sosial berupa website dan akun Youtube sebagai media promosi untuk mengkomunikasikan layanan, kegiatan, dan kekayaan sumber referensi kepada pengguna.

Demikian pula perkembangan teknologi informasi di perpustakaan, dan dengan memanfaatkan media sosial atau jejaring sosial berbasis web, bukan untuk melarang pengguna mengunjungi perpustakaan, tetapi bermaksud untuk memberikan kemudahan akses bagi pengguna untuk memperoleh informasi

mengenai keterlambatan peminjaman koleksi, perpanjangan peminjaman koleksi, jumlah denda, pemesanan buku, saran kritik dan lain-lain

Perpustakaan UINSU telah melakukan promosi perpustakaan melalui Instagram. Fungsi promosi melalui Instagram juga sudah dirasakan oleh civitas akademika berupa pengenalan, komunikasi, dan pencitraan yang baik di kalangan pengguna/masyarakat. Perkembangan konten Instagram merupakan tuntutan pemanfaatan teknologi informasi dalam layanan yang dibutuhkan oleh pengguna.

DAFTAR PUSTAKA

- Indika, Deru R, and Cindy Jovita. 2017. "Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen." *Jurnal Bisnis Terapan*1(1): 25-32.
- udassir, Rayful. 2019. "Daftar Pengguna Instagram Terbanyak Di Dunia, Indonesia Di Urutan Berapa?" : 29 Juni. <https://teknologi.bisnis.com/read/20190629/84/939306/daftar-pengguna-instagram-terbanyak-di-dunia-indonesia-di-urutan-berapa>. Mustofa, Mustofa. 2017.
- "Promosi Perpustakaan Melalui Media Sosial: Best Practice." Publis: Publication Library and Information Sc Handayani, Juli. 2017.
- Kegiatan Promosi Pada Perpustakaan : Makalah Pustakawan Universitas Sumatera Utara. <http://repositori.usu.ac.id/handle/123456789/6427>ience1(2): 21-29.
- Kurniasih, Nuning. 2016. Optimalisasi Penggunaan Media Sosial untuk Perpustakaan : Prosiding Makalah Seminar Nasional "Komunikasi, Informasi dan Perpustakaan di Era Global" Fikom Unpad, Jatinangor
- Sudiar, Nining, Fiqru Mafar, dan Rosman Rosman. 2017. "Model Promosi Perpustakaan Perguruan Tinggi." *Lentera Pustaka*3(1): 19-25.
- Mustafa, Badollahi. 1996. Promosi Jasa Perpustakaan. Jakarta: Universitas Terbuka.