

**PENGGUNAAN SOSIAL INSTAGRAM PERPUSTAKAAN SEBAGAI
SARANA PROMOSI: STUDI PADA AKUN PERPUSTAKAAN BACA DI
BATARANILA**

(Tugas Akhir)

Oleh :

Natasya Adelia

2006081011



**PROGRAM STUDI D3 PERPUSTAKAAN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG**

2023

ABSTRAK

PENGUNAAN SOCIAL INSTAGRAM PERPUSTAKAAN SEBAGAI SARANA PROMOSI: STUDI PADA AKUN PERPUSTAKAAN BACA DI BATARANILA

Oleh

NATASYA ADELIA

Tugas akhir ini berjudul “Penggunaan Sosial Instagram Perpustakaan Sebagai Sarana Promosi: Studi Pada Akun Perpustakaan Baca Di Bataranila”. Tujuan yang hendak dicapai dalam penulisan Tugas Akhir ini adalah agar mengetahui bagaimana penggunaan media social instagram sebagai sarana promosi pada perpustakaan Baca Di Bataranila sebagai penunjang operasional perpustakaan dalam meningkatkan dunia literasi masyarakat Lampung. Penulisan ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi dari bulan januari hingga September, wawancara dengan founder serta staf perpustakaan, dokumentasi berupa file dokumen yang ditulis oleh founder dan perpustakaan. Hasil dari penulisan ini adalah: 1). Perpustakaan ini memilih media instagram yang digemari remaja sebagai sarana promosi perpustakaan yang memiliki target utama mahasiswa. 2). Penggunaan instagram sebagai media promosi sudah menggunakan 13 fitur instagram dengan baik dan benar sehingga cukup membuahkan hasil yang dapat ditandai dengan antusias masyarakat untuk mengunjungi perpustakaan, melakukan kegiatan magang, mengikuti ngopila dan berkolaborasi dengan komunitas literasi. 3). Perpustakaan ini memiliki kendala dalam pengelolaan Instagram sebagai sarana promosi pada akun perpustakaan adalah kurangnya sarana dan prasarana, skill fotografi dan skill desain grafis.

Kata Kunci: Promosi, Instagram, Media Sosial, Perpustakaan.

ABSTRACT

SOSIAL MEDIA USAGE OF INSTAGRAM IN LIBRARIES AS A PROMOTIONAL TOOL: A STUDY ON THE LIBRARY ACCOUNT BACA DI BATARANILA

BY

NATASYA ADELIA

This final project is entitled " Social Media Usage of Instagram in Libraries as a Promotional Tool: A Study on the Library Account Baca Di Bataranila. " The goal of this final project is to understand how the use of Instagram social media serves as a promotional tool for the Baca Di Bataranila library to support library operations and enhance literacy in the Lampung community. This writing employs a qualitative descriptive method with data collection techniques that include observations from January to September, interviews with the founder and library staff, and documentation of documents written by the founder and library. The results of this writing are as follows: 1). The library has chosen Instagram, a platform popular among teenagers, as a means of promoting the library, with its primary target audience being students. 2). The use of Instagram as a promotional tool involves utilizing 13 Instagram features effectively, resulting in increased community enthusiasm to visit the library, engage in internship activities, participate in literary events, and collaborate with literary communities. 3). The library faces challenges in managing Instagram as a promotional tool, including a lack of resources and infrastructure, photography skills, and graphic design skills.

Keywords: *Promotion, Instagram, Social Media, Library.*

**PENGGUNAAN SOCIAL INSTAGRAM PERPUSTAKAAN SEBAGAI
SARANA PROMOSI: STUDI PADA AKUN PERPUSTAKAAN BACA DI
BATARANILA**

Oleh

Natasya Adelia

2006081011

Tugas Akhir

**Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mencapai Gelar
AHLI MADYA (A.Md)**

Pada

**Program Studi Diploma III Perpustakaan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG**

2023

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Tugas Akhir : **Penggunaan Sosial Instagram Perpustakaan
Sebagai Sarana Promosi: Studi Pada Akun
Perpustakaan Baca Di Bataranila.**

Nama Mahasiswa : **Natasya Adelia**

Nomor Pokok Mahasiswa : **2006081011**

Program Studi : **DIII Perpustakaan**

Fakultas : **Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**



Andi Windah, S.I.Kom., MComn&Mediast

NIP 19830829 200801 2 010

2. **Ketua Program Studi Diploma III Perpustakaan**

Andi Windah, S.I.Kom., MComn&Mediast

NIP 19830829 200801 2 010

HALAMAN PENGESAHAN

1. Tim Penguji

Ketua : Andi Windah, S.I.Kom., MComn&Mediast

Penguji : Hestin Oktiani, S.Sos., M.Si.

2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dra. Ida Nurhaida, M.Si

NIP 19610807 198703 2 001

Tanggal Lulus Ujian: 4 September 2023

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini adalah:

Nama : Natasya Adelia
NPM : 2006081011
Prodi : DIII Perpustakaan
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Alamat : Jl. Nunyai Gg. Mangga No. 172 Rajabasa, Bandar Lampung.

Dengan ini menyatakan bahwa dalam Tugas Akhir saya yang berjudul “Penggunaan Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Perpustakaan (Studi Pada Akun Instagram Perpustakaan Baca Di Bataranila, Hajimena, Kec. Natar, Kab. Lampung Selatan)” adalah benar hasil karya saya sendiri, bukan plagiat dan sepanjang sepengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang tertulis diacu dalam naskah ini dan disebut dalam daftar pustaka.

Bandar Lampung, 4 September 2023

Yang Menyatakan,



Natasya Adelia

NPM. 2006081011

RIWAYAT HIDUP



Natasya Adelia, penulis tugas akhir dengan judul “Penggunaan Sosial Instagram Perpustakaan Sebagai Sarana Promosi: Studi Pada Akun Perpustakaan Baca Di Bataranila” ini dilahirkan di Bandar Lampung pada tanggal 27 Oktober 2002, anak kedua dari dua bersaudara yang merupakan anak Bapak Yutra Irawan dan Ibu Erni Nurliana.

Penulis menempuh pendidikan di Taman Kanak-kanak (TK) Tunas Harapan pada tahun 2008, lalu melanjutkan pendidikan Sekolah Dasar (SD) di SDN 3 Labuhan Ratu pada tahun 2014, kemudian menyelesaikan Sekolah Menengah Pertama (SMP) di SMPN 28 Bandar Lampung pada Tahun 2017, pendidikan Sekolah Menengah Atas (SMA) di SMAN 2 Bandar Lampung pada Tahun 2020.

Setelah itu, pada Tahun 2020 penulis diterima dan terdaftar sebagai mahasiswa program studi Diploma III Perpustakaan, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung. Selama menjadi mahasiswa, penulis berperan aktif dalam kepengurusan HMD Perpustakaan periode 2022 sebagai Anggota Media dan informasi, dan juga telah berpartisipasi dalam acara Festival Literasi 2022 sebagai MC, penulis melaksanakan praktek kerja Lapangan di Perpustakaan Baca di Bataranila.

PERSEMBAHAN

Dengan segala puji syukur kepada Allah SWT serta sholawat beriring salam
semoga selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW.

Penulis persembahkan Tugas Akhir ini untuk:

Kedua orangtuaku tercinta

Ayah dan Mama yang senantiasa memberikan doa, dukungan, kasih sayang serta
kesabaran yang luar biasa untuk keberhasilan dan kesuksesanku.

Kakakku tersayang

Kakak Cindy yang selalu memberi doa dan dukungan serta semangat tiada
hentinya.

Seluruh keluarga besar, bapak/ibu dosen, rekan-rekan seperjuangan serta
almamater tercinta, Universitas Lampung.

MOTTO

“Kepercayaan akan diri sendiri adalah rahasia utama untuk sukses”.

(Carl Rogers)

SANWACANA

Bismillahirrahmannirrahim, Puji syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT, yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan Tugas Akhir ini sebagai salah satu syarat kelulusan dalam Program Studi Diploma Perpustakaan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.

Sholawat serta salam penulis curahkan kepada junjungan besar Nabi Muhammad SAW. Semoga kita semua mendapatkan safa'atnya di hari kiamat nanti. Penulis juga ucapkan kepada semua pihak yang telah secara langsung maupun tidak langsung memberikan dukungan serta bantuan kepada penulis untuk menyelesaikan Tugas Akhir ini. Dengan segala hormat, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Lusmeila Afriani, D.E.A, IPM Selaku Rektor Universitas Lampung dan para staf Universitas Lampung, yang telah memberikan fasilitas dan layanan yang baik.
2. Dra. Ida Nurhaida, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik dan seluruh jajaran staf Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
3. Andi Windah, S.I.Kom., MComn&MediaSt selaku Ketua Program Studi Diploma Perpustakaan serta pembimbing Tugas Akhir, yang telah memberikan waktu luangnya untuk membimbing dan menuntun penulis dalam menyusun Tugas Akhir ini.
4. Hestin Oktiani, S.Sos., M.Si. selaku penguji yang telah meluangkan waktu untuk memberikan petunjuk, nasehat dan motivasi sehingga terselesaikannya perbaikan penulisan Tugas Akhir ini.
5. Para Dosen pengajar Diploma Perpustakaan beserta staf.
6. Bapak Dr. Purwanto Putra, S.Hum., M.Hum. selaku Ketua Yayasan Petualang Literasi dan Kepala Perpustakaan Baca Di Bataranila yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan kegiatan magang di perpustakaan Baca Di Bataranila. Kak Dwi Ariyansyah A.Md. S.I. dan Kak

Dimas Fakhur Rahman selaku pustakawan dan staf di Perpustakaan Baca Di Bataranila yang telah membantu penulis selama kegiatan magang.

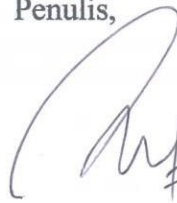
7. Kedua orang tuaku, Ayah dan Mama yang sangat penulis sayangi dan cintai. Terimakasih atas segala kasih sayang, nasehat, pengorbanan, semangat, doa dan dukungan yang diberikan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini.
8. Kakak kandungku Cindy Yurike Aprilia sekaligus sahabat sejak lahir penulis. Terimakasih selalu mendukung penulis disetiap langkah yang penulis ambil.
9. Sahabat-sahabat penulis, Mentega Terbang (Irza Aulia, Siti Safira, Annisa Nabila, Siti Annisa) terutama kepada (Ratna Puspitasari dan Agrevina Mutiara) senantiasa selalu mendukung serta menjadi penyemangat terbaik yang telah memberikan waktu, saran, tenaga serta selalu hadir untuk membantu penulis hingga sampai ditahap ini.
10. Kepada Eva Ulina Siregar yang telah menemani penulis selama melakukan kegiatan magang di Perpustakaan Baca Di Bataranila, dan menjadi salah satu penyemangat dalam penulisan Tugas Akhir ini.
11. Teman-teman ku, mahasiswa Diploma Perpustakaan angkatan 2020 (Alliya, Rahmalia Dias, Sekar, Chelsy, Ana Tarissa, Syaharani, Amelia, Nofa Izal, Sherly, Karina, Putri, Agus, Achmad, Dzaki, Chintia Sagita, Rhenaldy).
12. Kepada adik kecilku Jazz yang telah menghibur penulis disaat penulis lelah dan selalu menghibur serta memberikan semangat dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.
13. Teruntuk pemilik NPM 20211334 terimakasih sudah memberikan kontribusi, baik motivasi, semangat serta dukungannya untuk penulisan skripsi ini. Yang menemani, meluangkan waktu, tenaga dan pikiran kepada saya untuk terus maju tanpa kenal lelah. Terimakasih telah menjadi sosok rumah yang selalu ada untuk saya dan menjadi bagian dari perjalanan hidup saya.

14. Seluruh keluarga besar HIMADIPPUS yang telah memberikan pengalaman yang sebelumnya belum pernah penulis rasakan, sehingga penulis dapat belajar menjadi MC dalam acara Festival Literasi 2022.
15. Seluruh keluarga dan teman-teman yang tidak bisa penulis sebutkan satu-satu, yang telah ikut serta mendukung dan mendoakan penulis.

Semoga Allah SWT melimpahkan segala rahmat dan berkah-Nya serta membalas semua kebaikan yang telah diberikan kepada penulis. Penulis berharap semoga hasil penulisan ini dapat bermanfaat dan memberikan informasi yang berguna bagi semua pihak.

Bandar Lampung, 14 Agustus 2023

Penulis,



Natasya Adelia

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
SURAT PERNYATAAN.....	vi
RIWAYAT HIDUP.....	vii
PERSEMBAHAN.....	viii
SANWACANA.....	ix
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xvi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penulisan.....	4
1.4 Manfaat Penulisan.....	5
1.5 Metode Pengumpulan Data.....	5
1.6 Teknik Pengumpulan Data.....	6
BAB II.....	8
TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Perpustakaan Umum.....	8
2.2 Promosi Perpustakaan.....	9
2.4 Instagram.....	16
BAB III.....	22

GAMBARAN UMUM.....	22
3.1 Gambaran Umum Yayasan Petualang Literasi.....	22
3.2 Gambaran Umum Perpustakaan Baca Di Bataranila	23
3.3 Koleksi Perpustakaan	28
BAB IV	30
PEMBAHASAN.....	30
4.1 Hasil dan Pembahasan.....	30
4.2 kendala dalam kegiatan promosi di perpustakaan Baca Di Bataranila	65
BAB V.....	67
PENUTUP.....	67
5.1 Kesimpulan.....	67
5.2 Saran	68
DAFTAR PUSTAKA.....	69
LAMPIRAN.....	71

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Bagan Struktur organisasi.....	23
Gambar 2 Logo Baca Di Bataranila.....	25
Gambar 3 Logo Buku Terbuka.....	25
Gambar 4 Logo 3 Orang.....	26
Gambar 5 Struktur Organisasi Perpustakaan Baca Di Bataranila.....	26
Gambar 6 Tampilan Depan Akun Perpustakaan.....	31
Gambar 7 Homepage Baca Di Bataranila.....	32
Gambar 8 Comments Baca Di Bataranila.....	33
Gambar 9 Explore Baca Di Bataranila.....	33
Gambar 10 Caption Baca Di Bataranila.....	34
Gambar 11 Penggunaan Hashtags Pada Postingan.....	35
Gambar 12 Penggunaan Lokasi Pada Postingan.....	35
Gambar 13 Bentuk Like Pada Postingan.....	36
Gambar 14 Proses Pembangunan Baca Di Bataranila.....	37
Gambar 15 Resensi Buku.....	37
Gambar 16 Tips dan Fakta Unik Buku.....	38
Gambar 17 Konten Ngopila.....	39
Gambar 18 Kegiatan Pengelolaan Bahan Pustaka.....	40
Gambar 19 Kegiatan Magang Baca Di Bataranila.....	41
Gambar 20 Jam Buka Baca Di Bataranila.....	41
Gambar 21 Spot Foto Baca Di Bataranila.....	42
Gambar 22 QnA.....	42
Gambar 23 DM.....	43
Gambar 24 Kegiatan Pengabdian Masyarakat.....	44
Gambar 25 Siaran Langsung Bataranila Institute.....	45
Gambar 26 Reel Kegiatan Baca Di Bataranila.....	46
Gambar 27 Reel Lampung Geh!.....	46
Gambar 28 Reel Tribun Lampung.....	47
Gambar 29 Tampilan Awal Dasbor Profesional.....	48
Gambar 30 Tampilan Insight (Gambaran Umum).....	48

Gambar 31 Tampilan Jangkauan Konten	49
Gambar 32 Tampilan Pemirsa Jangkauan Konten.....	50
Gambar 33 Aktivitas Profil.....	52
Gambar 34 Tampilan Akun Yang Berinteraksi.....	53
Gambar 35 Tampilan Interaksi Postingan	54
Gambar 36 Tampilan Interaksi Video	54
Gambar 37 Tampilan Interaksi Cerita	55
Gambar 38 Tampilan Interaksi Reels.....	56
Gambar 39 Tampilan Interaksi Video Siaran Langsung	56
Gambar 40 Tampilan Pemirsa Interaksi Video Siaran Langsung.....	57
Gambar 41 Tampilan Insight Total Pengikut	59
Gambar 42 Tampilan Lokasi Populer Pengikut	60
Gambar 43 Tampilan Rentang Usia Total Pengikut	62
Gambar 44 Tampilan Total Pengikut Berdasarkan Jenis Kelamin	63
Gambar 45 Tampilan Waktu Paling Aktif Pengikut	64

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Jam Operasional Tabel 1Perpustakaan Baca Di Bataranila.....	27
Tabel 2 Price List Member	28
Tabel 3 Koleksi Bahan Pustaka di Perpustakaan Baca Di Bataranila.....	28
Tabel 4 Jangkauan Konten Kota Teratas	50
Tabel 5 Jangkauan Konten Negara Teratas	51
Tabel 6 Jangkauan Konten Rentang Usia Teratas	51
Tabel 7 Jangkauan Konten Jenis Kelamin.....	51
Tabel 8 Jangkauan Pemirsa Interaksi Video Siaran Langsung Kota Teratas	57
Tabel 9 Jangkauan Pemirsa Interaksi Video Siaran Langsung Negara Teratas.....	58
Tabel 10 Jangkauan Pemirsa Interaksi Video Siaran Langsung Rentang Usia Teratas.....	58
Tabel 11 Jangkauan Pemirsa Interaksi Video Siaran Langsung Jenis Kelamin Teratas.....	58
Tabel 12 Lokasi Kota Populer Pengikut.....	61
Tabel 13 Lokasi Negara Populer Pengikut.....	61
Tabel 14 Rentang Usia Total Pengikut.....	62
Tabel 15 Total Pengikut Berdasarkan Jenis Kelamin.....	63
Tabel 16 Jam Paling Aktif Pengikut.....	64
Tabel 17 Hari Paling Aktif Pengikut.....	65

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perpustakaan merupakan media pembelajaran, sumber pengetahuan, pusat informasi, dan kemajuan utama ilmu pengetahuan. Dalam pengertiannya yang mutakhir, seperti yang tercantum dalam Keputusan Presiden RI nomor 11, disebutkan bahwa “ perpustakaan merupakan salah satu sarana pelestarian bahan pustaka sebagai hasil budaya dan mempunyai fungsi sebagai sumber informasi ilmu pengetahuan, teknologi dan kebudayaan dalam rangka mencerdaskan kehidupan bangsa dan menunjang pelaksanaan pembangunan nasional (Rohanda, 2000). Istilah perpustakaan juga diartikan sebagai: pusat media, pusat belajar, sumber pendidikan, pusat informasi, pusat dokumenstasi dan pusat rujukan (The American Library Association dalam Mahmudin : 2006).

Perpustakaan juga harus mampu mengkomunikasikan berbagai koleksi, layanan, kegiatan, fasilitas kepada pengguna, untuk menunjang hal tersebut dibutuhkannya promosi perpustakaan. Promosi merupakan salah satu teknik yang digunakan perpustakaan untuk berkomunikasi secara cepat dan praktis antara perpustakaan dan penggunanya. Promosi juga merupakan alat komunikasi yang dapat digunakan untuk mempengaruhi, menginformasikan, menarik perhatian serta mengajak masyarakat untuk lebih mengenal perpustakaan terutama visi & misi, tujuan serta layanan perpustakaan. Dengan adanya promosi dapat mempermudah penyampaian informasi kepada pengguna. Pengguna akan lebih mudah mengetahui koleksi yang tersedia serta layanan yang tersedia diperpustakaan.

Di era digital seperti sekarang ini menuntut masyarakat untuk mampu beradaptasi dan melakukan penyesuaian. Dengan berkembang pesatnya teknologi informasi, menyebabkan pemustaka beralih menggunakan media internet sebagai bentuk dari pemenuhan kebutuhan informasi. Hal ini berdampak pada perkembangan perpustakaan, perpustakaan yang baik harus mampu bersaing di era digital. Banyaknya pengguna media social menurut laporan terbaru We Are Social dan Hootsuite pada Januari 2023 di seluruh dunia mencapai 4,76 miliar atau setara

dengan 59% dari total populasi dunia saat ini (Erlina F. Santika, 2023). Menurut laporan We Are Social dan Hootsuite 2023 Facebook menjadi platform media social yang paling banyak digunakan secara global dengan jumlah 2,9 miliar per januari 2023. Disusul oleh platform youtube dengan jumlah 2,2 miliar, sedangkan instagram dan whatsapp berjumlah 2 miliar pada januari 2023. (Nada Nauriah, 2023).

Menurut Hootsuite Social trends 2021 menyebutkan bahwa instagram menduduki posisi pertama sebagai platform media social paling efektif untuk mempromosikan bisnis. Bahkan survey yang dilakukan menunjukkan instagram memiliki penetrasi tertinggi langsung ke pasar sebesar 70% (Bisnis.com, 2021). Pada bulan juli 2021 Platform media sosial melaporkan pengguna aktif Instagram mencapai 1,07 miliar dan 354 juta penggunanya. Berdasarkan diagram di atas India adalah negara dengan pengguna Instagram terbanyak yaitu memiliki total 190,11 juta pengguna atau 10,4% dari total populasi penduduknya. Selanjutnya diikuti negara amerika serikat dengan 170 juta pengguna aktif, Brasil 110 juta pengguna, Rusia 61 juta pengguna. Sementara Indonesia sendiri ada di nomor empat dengan 91,77 juta pengguna aktif. Instagram adalah platform populer untuk berbagi konten fotografi dan mengikuti kehidupan pesohor favorit Pengguna terbesar terdapat di kelompok usia 18-24 tahun. Instagram sebagai platform media sosial yang paling sering digunakan setelah Youtube dan Whatsapp (Katadata, 2018).

Menurut data tersebut dapat mendorong perpustakaan menggunakan media social instagram untuk memaksimalkan kegiatan promosi, karena hal ini akan mempermudah perpustakaan memperkenalkan fasilitas, pelayanan, koleksi perpustakaan, serta menghemat biaya, tenaga dan waktu dalam menjalankan promosi bahkan dapat menjangkau sasaran lebih luas lagi. Penyaluran informasi menggunakan media social lebih efektif karena dapat lebih luas menjangkau audience. Peran media social instagram dalam kegiatan promosi dan pemasaran perpustakaan sangatlah penting. Dengan adanya media social seperti instagram dapat memudahkan kegiatan promosi dan pemasaran perpustakaan yang bertujuan memperbanyak masyarakat luas untuk mengetahui segala kegiatan dan pelayanan

yang telah diberikan perpustakaan tersebut. Begitu juga pada perpustakaan Baca Di Bataranila yang juga menggunakan media social sebagai media promosi perpustakaan.

Perpustakaan Baca Di Bataranila merupakan kategori perpustakaan komunitas, perpustakaan ini adalah satu satunya perpustakaan yang saat ini masuk dalam konsep perpustakaan komunitas di Lampung, namun perpustakaan ini memiliki mitra jejaring salah satunya di Jakarta yaitu Baca Di Tebet, di daerah Linggar Jati yaitu Baca Di Cermi, dan di Magelang Baca Di Borobudur. Perpustakaan ini tidak didanai dan tidak berada dibawah lembaga induk pemerintah jadi ada upaya menjadi perpustakaan yang mandiri, hanya saja dinaungi oleh sebuah yayasan yaitu yayasan petualang literasi. Salah satu founder yayasan ini memiliki ide untuk membangun sebuah perpustakaan, kemudian secara sinergis dapat dimanfaatkan bersama oleh banyak pihak lalu menjadi satu komunitas tersendiri. Perpustakaan ini mulai beroperasi pada 17 Juni 2023 hingga sekarang.

Dalam menunjang Grand Opening Perpustakaan BDB, pihak perpustakaan berinisiatif untuk melakukan promosi serta publikasi pada media social instagram sebagai media social yang digemari remaja dari kisaran umur 18-24 tahun. Sangat sesuai dengan target promosi perpustakaan ini dimulai dari anak-anak, remaja, mahasiswa, umum, hingga komunitas tertentu. Namun, dilihat dari sekitar Lampung Selatan kebutuhan terhadap perpustakaan serta bahan bacaan atau tempat mengerjakan terkait bidang akademis tidak begitu banyak yang membutuhkan. Selain itu, dilihat dari koleksi bahan pustaka sebanyak 4.576 buku yang didominasi oleh buku pelajaran untuk pelajar dan mahasiswa. karena perpustakaan ini belum lama berdiri, target utama perpustakaan ini cenderung pada mahasiswa. yang memanfaatkan perpustakaan untuk membaca, atau hanya sekedar mengisi waktu luang, mengerjakan tugas terutama tugas akhir dimana mereka membutuhkan tempat, bahan bacaan, fasilitas wifi, makanan atau snack yang bisa didapatkan pada satu tempat. Hal yang membuat perpustakaan ini berbeda salah satunya memiliki cafetarian dimana pengunjung dapat makan dan minum untuk sekedar menemani dalam melakukan kegiatan akademik. Sehingga perpustakaan ini tidak memberikan

batasan terhadap rules di perpustakaan sebagaimana perpustakaan lainnya, perpustakaan ini tidak khawatir apabila koleksi rusak selama dimanfaatkan sebaik-baiknya. Perpustakaan ini memberikan layanan kepada komunitas, kelompok maupun individu untuk mengembangkan diri terutama program-program literasi serta memberikan kontribusi nyata terhadap peningkatan dunia literasi dimasyarakat Lampung.

Dalam rangka menyikapi kegiatan promosi menggunakan media social instagram perlu dilakukannya penelitian mengenai penggunaan social media instagram yang tepat sebagai media promosi untuk perpustakaan. Penulis tertarik melakukan penelitian pada perpustakaan Baca Di Bataranila karena perpustakaan ini memiliki tujuan utama untuk meningkatkan dunia literasi terutama pada masyarakat Lampung, serta penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana penggunaan media social instagram sebagai sarana promosi pada perpustakaan Baca Di Bataranila untuk menunjang operasional perpustakaan.

Maka, penulis tertarik untuk menuliskannya kedalam tugas akhir yang berjudul **“Penggunaan Sosial Instagram Perpustakaan Sebagai Sarana Promosi: Studi Pada Akun Perpustakaan Baca Di Bataranila”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka rumusan masalahnya adalah:

1. Bagaimana penggunaan media sosial Instagram sebagai sarana promosi pada perpustakaan Baca Di Bataranila?
2. Faktor Apa Saja Yang Menjadi Kendala Dalam Kegiatan Promosi Di Perpustakaan Baca Di Bataranila?

1.3 Tujuan Penulisan

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka tujuan penulisannya adalah:

1. Untuk menganalisis serta mengambil kesimpulan mengenai penggunaan media sosial Instagram sebagai sarana promosi pada perpustakaan Baca Di Bataranila.
2. Untuk mengetahui apa yang menjadi kendala bagi pihak perpustakaan dalam mengelola Instagram sebagai sarana promosi pada perpustakaan Baca Di Bataranila.

1.4 Manfaat Penulisan

Beberapa manfaat yang penulis dapatkan dalam penulisan tugas akhir ini, yaitu:

1. Secara Teoritis

Secara teoritis hasil dari penelitian tugas akhir ini dapat menjadi tambahan referensi serta menambah ilmu pengetahuan mengenai analisis pemanfaatan media social instagram sebagai sarana promosi pada perpustakaan bagi penulis dan juga pembaca.

2. Secara Praktis

Secara praktis penulis berharap hasil dari penelitian tugas akhir ini dapat bermanfaat untuk perpustakaan sebagai bahan informasi dalam meningkatkan promosi sehingga perpustakaan tersebut dapat lebih banyak dikunjungi oleh pemustaka, dan hasil penulisan ini juga dapat menjadi pengalaman untuk melatih dan mempraktekan ilmu yang telah penulis dapatkan selama menempuh ilmu di bangku perkuliahan.

1.5 Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Bogdan dan Taylor dalam Moleong (2010) mengemukakan bahwa penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Sedangkan, Menurut Moleong (2016:6) menyebutkan bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dll, secara holistic, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.

1.6 Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang penulis lakukan dalam penelitian ini mencakup beberapa metode diantaranya:

1) Observasi

Observasi merupakan metode pengumpulan data dengan cara meninjau secara langsung dan tidak langsung di lokasi penelitian untuk mengetahui bagaimana kondisi nyata serta bertujuan untuk membuktikan kebenaran penelitian. Penulis melakukan observasi pada akun media sosial instagram perpustakaan Baca Di Bataranila yang berusername @bacadibataranila dengan cara melihat langsung dan terlibat langsung, observasi ini dimulai dari tanggal 16 Januari 2023 s.d. 23 September 2023.

Observasi yang penulis lakukan adalah melakukan pengamatan terhadap fitur-fitur instagram seperti instastory (promosi mengenai jam buka dan harga member), reels, video siaran langsung, like dan Comment, DM (Direct Message), postingan berupa konten berbentuk video dan foto (proses pembangunan, resensi buku, podcast). Dan juga melihat perkembangan hasil analisis insight instagram berupa jangkauan konten, Akun yang berinteraksi, Total pengikut yang sudah meliputi (Kota teratas, Negara teratas, Rentang Usia, Jenis kelamin, Waktu paling aktif, dan Hari paling aktif).

2) Wawancara

Wawancara merupakan metode pengumpulan data dengan cara penulis mengajukan pertanyaan secara langsung kepada pemimpin perpustakaan Baca Di Bataranila yaitu Dr. Purwanto Putra, M. Hum. mengenai sejarah dibentuknya perpustakaan Baca Di Bataranila, lalu melakukan wawancara kepada pustakawan perpustakaan yaitu Dwi Ariyansyah, dan staff perpustakaan yaitu Dimas Fakhur Rahman mengenai promosi perpustakaan pada media social instagram.

3) Dokumentasi

Dokumentasi merupakan metode pengumpulan data untuk memperkuat sebuah data dan informasi, maka penulis mengumpulkan data berupa gambar ataupun dokumen yang berkaitan dengan penulisan tugas akhir ini. Dokumentasi yang penulis dapatkan berupa konten postingan instagram mengenai filosofi logo serta file dokumen yang ditulis langsung oleh pemimpin perpustakaan Baca Di Bataranila yaitu Dr. Purwanto Putra, M. Hum. mengenai sejarah, price list member, visi misi, tujuan, tata tertib perpustakaan baca di bataranila, koleksi perpustakaan, lokasi dan jam buka.

4) Kepustakaan

Kepustakaan merupakan metode pengumpulan data dengan cara mengkaji dan mempelajari sumber informasi yang relevan dan akurat bagi penulisan tugas akhir ini, melalui dokumen-dokumen, baik dokumen tertulis maupun dokumen elektronik yang dapat mendukung dalam proses penulisan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Perpustakaan Umum

Perpustakaan umum adalah perpustakaan yang melayani seluruh lapisan masyarakat tanpa membedakan latar belakang, status social, agama, suku, pendidikan dan sebagainya. konsep dasar perpustakaan umum adalah didirikan oleh masyarakat, untuk masyarakat dan didanai dengan dana masyarakat Rahman Hermawan (2006). Undang-undang No. 47 tahun 2007 menjelaskan bahwa: “Perpustakaan umum adalah perpustakaan yang diperuntukkan bagi masyarakat luas sebagai sarana pembelajaran sepanjang hayat tanpa membedakan umat, jenis kelamin, suku, ras, agama, dan status social ekonomi.

Menurut pendapat Sulistyono-Basuki (1993: 46) perpustakaan umum adalah perpustakaan yang diselenggarakan oleh dana umum dengan tujuan melayani umum. Perpustakaan umum didirikan untuk melayani semua anggota masyarakat yang memerlukan jasa informasi dan perpustakaan. Jadi, perpustakaan umum bersifat terbuka untuk umum, dibiayai dengan dana masyarakat umum, dan memberikan jasa pelayanan yang bersifat cumacuma (Rahayuningsih, 2007: 4)

2.1.1 Tujuan Perpustakaan Umum

Untuk menunjang perpustakaan umum yang baik perpustakaan umum pasti mempunyai tujuan. Menurut Rahman Hermawan (2006) Tujuan perpustakaan umum antara lain untuk: a). Memberikan kesempatan kepada warga masyarakat untuk menggunakan bahan pustaka dalam meningkatkan pengetahuan, keterampilan dan kesejahteraannya; b). menyediakan informasi yang murah, mudah, cepat dan tepat yang berguna bagi masyarakat dalam kehidupannya sehari-hari; c). membantu dalam pengembangan dan pemberdayaan komunitas melalui penyediaan bahan pustaka dan informasi; d). bertindak selaku agen kultural, sehingga menjadi pusat utama kehidupan budaya bagi masyarakat sekitarnya; e). memfasilitasi masyarakat untuk belajar sepanjang hayat.

2.1.2 Fungsi Perpustakaan Umum

Perpustakaan umum juga memiliki beberapa fungsi. Menurut Sulisty Basuki (1994) fungsi perpustakaan umum diantaranya: a). Pusat Informasi: menyediakan informasi yang dibutuhkan masyarakat pemakai Perpustakaan Kota di Yogyakarta Agustina sultra palupi. b). Preservasi kebudayaan: menyimpan dan menyediakan tulisantulisan tentang kebudayaan masa lampau, kini dan sebagai pengembangan kebudayaan di masa yang akan datang. c). Pendidikan : mengembangkan dan menunjang pendidikan non formulir diluar sekolah dan universitas dan sebagai pusat kebutuhan penelitian. d). Rekreasi : dengan bahan-bahan bacaan yang bersifat hiburan perpustakaan umum dapat digunakan oleh masyarakat pemakai untuk mengisi waktu luang.

2.1.3 Ciri-ciri Perpustakaan Umum

Ciri-ciri dari perpustakaan umum menurut Sulisty-Basuki (1993: 46) adalah:

1) Terbuka untuk umum.

Artinya terbuka bagi siapa saja tanpa memandang perbedaan jenis kelamin, agama, kepercayaan, ras, usia, pandangan politik, dan pekerjaan

2) Dibiayai oleh dana umum.

Dana umum ialah dana yang berasal dari masyarakat. biasanya dikumpulkan melalui pajak dan dikelola oleh pemerintah. Dana ini kemudian digunakan untuk mengelola perpustakaan umum, karena dana berasal dari umum maka perpustakaan umum harus terbuka untuk umum.

3) Jasa yang diberikan pada hakekatnya bersifat cuma-cuma

2.2 Promosi Perpustakaan

Promosi merupakan kegiatan penting yang dilakukan oleh setiap organisasi terutama bagi organisasi yang bergerak dalam bidang usaha dan jasa. Bagaimanapun bentuk produk dan jasa yang dihasilkan tidak ada gunanya jika tidak diketahui dan dimanfaatkan oleh sebagian konsumennya (Darmono, 2001:175). Sedangkan menurut Kotler (1999:253) promosi adalah : “Promotion includes all the activities the company undertakes to communicate and promote

its product the target market". Promosi adalah semua kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk mengkomunikasikan dan mempromosikan produknya kepada pasar sasaran.

Promosi perpustakaan merupakan corak manajemen yang khas atau filsafat dari penyajian yang akan dan harus menembus pelayanan dan semua kegiatan yang dilakukan oleh perpustakaan. Dengan demikian promosi bukan sekedar membagi selebaran atau memasang poster, namun promosi dapat 10 secara efektif memiliki dampak yang berkesinambungan untuk menghasilkan kemajuan suatu perpustakaan, Cronin (1982: 62). Dalam hal promosi perpustakaan, Suharto (2001: 24) menyatakan bahwa promosi perpustakaan adalah salah satu cara yang mempunyai peranan untuk memperkenalkan perpustakaan, mengajari pemakai perpustakaan, untuk menarik lebih banyak pemustaka dan meningkatkan pelayanan pemustaka pada suatu perpustakaan.

Menurut Edinger dalam 11 buku yang ditulis Mustafa (2007:4) promosi didalam perpustakaan merupakan kegiatan komunikasi dengan pemustaka yang telah ada maupun pemakai yang belum ada tetapi potensial agar mereka tahu layanan yang ada. Sedangkan menurut Cronin dalam buku yang ditulis Mustafa (2007:5) promosi perpustakaan merupakan refleksi atau pengungkapan corak manajemen yang khas atau filsafat dari penyajian, sasarnya dapat menembus pelayanan dan semua kegiatan yang dilakukan perpustakaan.

Berdasarkan uraian di atas maka dapat disimpulkan bahwa promosi perpustakaan adalah kegiatan berkomunikasi dengan pemustaka untuk menginformasikan atau memperkenalkan tentang produk atau jasa yang disediakan oleh perpustakaan sekaligus mengajak pemustaka untuk merespon dan memanfaatkan produk dan jasa yang ditawarkan.

2.2.1 Tujuan Promosi Perpustakaan

Nasution (1982:15) mengemukakan bahwa tujuan promosi perpustakaan adalah untuk menggairahkan minat baca serta menambah jumlah orang yang gemar membaca agar dapat memanfaatkan koleksi perpustakaan secara maksimal. Promosi perpustakaan bertujuan untuk mengubah pandangan

masyarakat terhadap perpustakaan dari tidak tahu atau tidak peduli menjadi memahami dan menyenangi serta ingin memanfaatkannya (Winoto, 1991).

Menurut Edsall (1980:21) tujuan promosi perpustakaan adalah sebagai berikut : 1) Memberikan kesadaran kepada masyarakat tentang adanya layanan perpustakaan 2) Mendorong minat masyarakat untuk menggunakan perpustakaan 3) Mengembangkan pengertian masyarakat agar mendukung kegiatan perpustakaan dan peranannya dalam masyarakat.

Agar promosi dapat berjalan dan berhasil perlu persiapan-persiapan yang menantang dan berkesinambungan, diantaranya sebagai berikut: 1) Mengatur ruang atau gedung perpustakaan serta seluruh sarana dan prasarana semenarik mungkin, sehingga dapat memotivasi dan menarik perhatian seluruh pemustaka. 2) Sikap petugas perpustakaan agar diupayakan selalu ramah menyapa dan menolong pemustaka serta berpenampilan menarik. 3) Koleksi bahan pustaka diupayakan lengkap dan mutakhir, yang disusun secara sistematis dan bebas dari debu (Departemen Agama, 2001:151- 152).

2.2.2 Kiat atau cara melakukan promosi perpustakaan

Dalam mempromosikan produk atau jasa perpustakaan, tidak cukup hanya dengan membangun jasa informasi saja melainkan juga bagaimana informasi tersebut dapat diserap, disebarluaskan dan dimanfaatkan dengan sebaik-baiknya oleh masyarakat pengguna informasi. Menurut Sulisty Basuki (1993 : 292), untuk efektifitas informasi itu perlu kiat atau cara dalam hal pengenalan atau promosi perpustakaan sebagai berikut:

- a. Ceramah perpustakaan
- b. Pameran perpustakaan
- c. Display
- d. Pemutaran film
- e. Papan reklame
- f. Daftar tambahan buku
- g. Iklan

2.2.3 Metode Promosi Perpustakaan

Menurut Mustafa (1996:28) dalam melakukan kegiatan promosi layanan perpustakaan dikenal beberapa metode yaitu :

1. Publikasi/Publisitas.

Publisitas adalah salah satu alat promosi yang ampuh dan murah untuk memperkenalkan keberadaan perpustakaan termasuk jasa/produk yang ditawarkan melalui berita di media penerbitan seperti surat kabar dan majalah maupun melalui radio, televisi ataupun panggung. Tak peduli jenis perpustakaan apapun, penggunaan bentuk publisitas untuk promosi perpustakaan dapat menjangkau masyarakat pendengar/pembaca yang cukup luas karena banyak dibaca, didengar dan ditonton orang.

Publisitas dapat dilakukan dalam berbagai bentuk seperti : press release dalam rangka pembukaan ataupun penutupan acara pameran, lomba, kursus yang diselenggarakan perpustakaan, ulasan/tanggapan suatu masalah dengan mengaitkan pada salah satu jasa layanan perpustakaan, artikel ilmiah, pengenalan produk/jasa baru, wawancara, diskusi /bedah buku hingga ceritera dan program-program khusus seperti drama dan film ceritera maupun acara “story telling” dan lain-lain.

Beberapa hal penting yang harus diperhatikan dalam melaksanakan publisitas adalah: menjalin hubungan baik dengan media massa, penentuan sasaran dan jangka waktu publisitas, menentukan ide serta media yang sesuai, disampaikan dalam bentuk yang singkat, sederhana dan menarik.

2. Iklan

Berbeda dengan publisitas yang biasanya cuma-cuma., iklan memerlukan biaya untuk membuat. Jika publisitas kurang dapat dikendalikan oleh perpustakaan, karena adanya penyuntingan dan ketergantungan pada media untuk bersedia memuat atau tidak, iklan direncanakan dan dapat dikendalikan dalam hal-hal yang ingin disampaikan dan bagaimana disampaikan.

Iklan dapat disampaikan dalam bentuk media cetak atau elektronik seperti surat kabar, majalah, radio dan televisi, dapat berupa souvenir seperti buku tulis, alat tulis, kalender, dapat pula berupa surat edaran, brosur, buletin, poster ataupun papan pengumuman. Langkah-langkah yang perlu dilalui adalah: memilih dan menentukan media untuk iklan, memilih dan menentukan tema, menentukan struktur pesan, dan menentukan kerangka isi.

3. Kontak perorangan

Promosi dengan menggunakan cara kontak pribadi, merupakan bentuk yang paling ampuh diantara bentuk-bentuk promosi yang lain karena dengan adanya kontak secara pribadi, hubungan antara staf perpustakaan dan konsumen dapat dijalin dan ditingkatkan, kebutuhan, minat serta pribadi pengguna dapat lebih diketahui, sekaligus lebih jelas dalam menyampaikan informasi kepada pengguna.

Kontak pribadi dapat dilakukan melalui ceramah, peragaan atau demo, diskusi, wawancara, forum terbuka, ataupun layanan yang ramah dari masing-masing staf perpustakaan. Kontak informal, seperti rapat dengan unit lain, keterlibatan dalam organisasi profesi, atau merangkap jabatan lain dapat pula menjadi ajang promosi dalam bentuk kontak pribadi. Melalui kontak pribadi ini, dapat dikumpulkan profil pengguna yang dapat dijadikan salah satu pegangan dalam mengetahui kebutuhan pengguna.

4. Insentif

Insentif adalah pemberian sesuatu yang bernilai, baik berupa uang atau barang, dimaksudkan untuk mendorong perubahan sikap konsumen, baik yang kurang bermotivasi atau justru diberikan pada yang sudah menggunakan untuk dapat memberi motivasi pada yang kurang termotivasi. Termasuk dalam insentif ini adalah pemberian penghargaan /hadiah pada pengguna terakatif, memberikan kemudahan dalam perolehan layanan, misalnya memberikan jasa penelusuran gratis untuk peminta jasa selama bulan-bulan tertentu, kegiatan lomba dan lain-lain.

2.3 Media Sosial

Van Dijk dalam Nasrullah (2015) menyatakan bahwa media sosial adalah platform media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktifitas maupun berkolaborasi. Karena itu media social dapat dilihat sebagai medium (fasilitator) online yang menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus sebuah ikatan sosial.

Meike dan Young dalam Nasrullah (2015:11) mengartikan kata media sosial sebagai konvergensi antara komunikasi personal dalam arti saling berbagi diantara individu (to be share one-to-one) dan media publik untuk berbagi kepada siapa saja tanpa ada kekhususan individu. Pada intinya, dengan sosial media dapat dilakukan berbagai aktifitas dua arah dalam berbagai bentuk pertukaran, kolaborasi, dan saling berkenalan dalam bentuk tulisan, visual maupun audiovisual. Sosial media diawali dari tiga hal, yaitu Sharing, Collaborating dan Connecting (Puntoadi, 2011:15).

2.3.1 Ciri-ciri Media Sosial

Menurut Wikipedia yang dikutip oleh Gamble, Teri dan Michael dalam bukunya (Michael Gamble, 1984) menyebutkan media sosial memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

- 1) Informasi yang disampaikan tidak hanya berlaku satu orang, tetapi juga disampaikan kepada banyak orang, misalnya melalui SMS atau internet.
- 2) Informasi seringkali disampaikan lebih cepat dari pada media lainnya.
- 3) Penerima pesan menentukan waktu interaksi.

2.3.2 Kelebihan Media Sosial

Menurut Endang Fatmawati (2017: 4) terdapat beberapa kelebihan yang didapatkan dari penggunaan media social, namun tidak dimiliki media konvensional, yaitu:

- a. Penggunaan media sosial dapat menjangkau secara luas dan global.

Media konvensional juga bisa saja menjangkau secara global, namun media konvensional memerlukan waktu lebih lama dibandingkan dengan media sosial, serta membutuhkan biaya yang tidak sedikit. Sedangkan media sosial sendiri, siapapun bisa mengkomunikasikan dan menyebarkan informasi yang dimiliki secara cepat, tanpa adanya hambatan terhadap ruang (letak geografis).

b. Penggunaan media sosial menciptakan hubungan yang lebih intens.

Media konvensional hanya bisa melakukan komunikasi dalam satu arah saja, sedangkan media sosial dapat membangun komunikasi dalam dua arah dan lebih intens. Media sosial memberikan kesempatan lebih kepada para penggunanya untuk bisa saling berinteraksi dengan keluarga, teman, kerabat, mitra, relasi, rekan, pelanggan, dan lain-lain. Selain itu, media sosial juga membantu pengguna dalam membangun hubungan timbal balik secara langsung dengan orang-orang tersebut.

a. Penggunaan media sosial cepat, mudah, dan sederhana.

Pengguna media sosial tidak harus memiliki pengetahuan atau ahli di bidang teknologi informasi, karena hampir semua orang dapat menggunakan media sosial. Berbeda dengan media konvensional yang membutuhkan keterampilan khusus atau di bidang tertentu. Penggunaan media sosial juga sangat mudah dan sederhana, dimana media sosial hanya membutuhkan smartphone, tablet, laptop, ataupun komputer yang dilengkapi dengan adanya jaringan internet.

d. Dengan media sosial, berbagi informasi berlangsung lebih cepat.

Berbeda dengan media konvensional yang membutuhkan waktu yang cukup lama dalam berbagi informasi, media sosial justru membuat para penggunanya dapat saling berbagi informasi jauh lebih cepat, real time. Hanya sekali „klik“ saja, informasi yang kita butuhkan sudah ada di depan mata.

2.3.3 Manfaat Penggunaan Media Sosial oleh Perpustakaan

Menurut Kurniasih (2016:20) Manfaat penggunaan media sosial oleh perpustakaan antara lain :

1. Dapat meraih target audien yang lebih luas dengan biaya yang murah.
2. Meningkatkan interaksi dengan masyarakat.
3. Dapat meningkatkan pengguna perpustakaan melalui kegiatan promosi di media sosial.
4. Dapat meningkatkan kolaborasi dengan berbagai pihak sehingga layanan perpustakaan dapat lebih kuat.
5. Meningkatkan partisipasi masyarakat dalam membangun perpustakaan yang lebih baik.
6. Menghemat waktu dan biaya penyebaran informasi.
7. Memberikan akses layanan perpustakaan yang lebih luas dan cepat.
8. Mendapatkan umpan balik secara langsung lebih cepat.
9. Membantu dalam meningkatkan citra perpustakaan/ menjaga reputasi perpustakaan.

2.4 Instagram

Instagram merupakan media social yang memberikan layanan berbagi foto dan video secara online. Pada aplikasi ini memungkinkan pengguna untuk mengunggah foto dan video yang dapat diedit dengan berbagai filter yang telah tersedia dan dapat diunggah secara public atau dengan pengikut yang disetujuinya. Pengguna juga dapat menjelajahi postingan pengguna lain melalui tag dan lokasi serta melihat postingan yang sedang tren. Pengguna dapat menyukai foto serta mengikuti pengguna lain agar dapat berkomunikasi dan juga dapat melihat konten satu sama lain.

Menurut Untari dan Fajariana (2018:274), Instagram adalah sebuah aplikasi dari Smartphone yang khusus untuk media sosial yang merupakan salah satu dari media digital yang mempunyai fungsi hampir sama dengan twitter, namun perbedaannya terletak pada pengambilan foto dalam bentuk atau tempat untuk berbagi informasi terhadap penggunanya. Instagram juga dapat memberikan inspirasi bagi penggunanya dan juga dapat meningkatkan kreatifitas, karena Instagram mempunyai fitur yang dapat membuat foto menjadi lebih indah, lebih artistik dan menjadi lebih bagus.

Banyak dari pebisnis yang menggunakan instagram sebagai media promosi dalam mempromosikan produk maupun jasa, karena pada dasarnya masyarakat merupakan makhluk visual yang mudah tertarik pada hal yang dilihat, hal ini sangat cocok dengan instagram yang merupakan media utama foto dan video. Instagram juga banyak digemari oleh masyarakat luas, terutama remaja, sehingga instagram terpilih menjadi media social yang dimanfaatkan oleh pebisnis yang memiliki target jual remaja, seperti halnya perpustakaan Baca Di Bataranila yang memilih instagram sebagai media promosi untuk mempromosikan perpustakaanannya yang memiliki target utama remaja atau mahasiswa.

2.4.1 Fitur dalam Instagram

Instagram merupakan sebuah aplikasi berbagi foto dan video yang memiliki berbagai fitur-fitur instagram, instagram juga dapat menerapkan filter digital untuk mengubah tampilan efek gambar yang dihasilkan sehingga dapat dibagikan ke berbagai layanan media social, termasuk instagram sendiri. Menurut Atmoko (2012) Instagram memiliki Fitur utama dan beberapa fitur aktivitas instagram diantaranya:

1. Home Page

Home page adalah halaman utama yang menampilkan (timeline) foto-foto terbaru dari sesama pengguna yang telah diikuti.

2. Comments

Fitur ini berfungsi untuk mengomentari sebuah foto atau video yang telah diunggah oleh pengguna, fitur ini terletak dibawah foto atau video yang telah diunggah.

3. Explore

Merupakan fitur yang dapat menampilkan foto populer, foto yang diambil dilokasi terdekat, dan juga foto yang sering dicari pengguna.

4. Caption

Fitur ini merupakan fitur mengenai tulisan atau keterangan yang terdapat difitur unggahan foto atau video yang diunggah. Dengan menulis keterangan mengenai foto atau video yang telah diunggah akan lebih membuat pengguna lebih tertarik dengan konten yang telah diunggah.

5. Hashtag

Fitur ini merupakan fitur yang bersimbol tanda pagar # yang dapat memudahkan pengguna untuk mengelompokkan video atau foto yang telah mereka unggah, sehingga pengguna lain dapat lebih mudah untuk mencari unggahan tersebut.

6. Lokasi

Fitur ini berfungsi untuk memasukkan lokasi pada unggahan foto atau video yang pengguna unggah, sehingga pengguna lain dapat mengetahui lokasi dimana foto atau video tersebut diambil.

7. Like

Fitur ini bertujuan untuk memberikan like atau tanda suka kepada unggahan pengguna yang tertarik dengan foto atau video yang telah diunggah.

8. Unggah Foto dan Video

Fitur ini adalah fitur yang memungkinkan para pengguna mengunggah foto dan videonya yang kemudian akan muncul pada halaman utama. Pada awalnya instagram hanya aplikasi berbagi foto saja namun pada 2013 instagram mengeluarkan video sharing berdurasi 15 detik, kemudian pada 2015 instagram menambahkan dukungan video layar lebar. Pada tahun 2016 instagram meningkatkan batas video 15 detik menjadi 60 detik.

9. Instagram Stories

Fitur instagram ini merupakan fitur utama dan terfavorit untuk promosi, menurut instagram, terdapat 400 juta instagram stories yang diunggah. Indonesiapun disebut sebagai Negara instagram stories creator terbesar di dunia.

Fitur ini juga memungkinkan pengguna untuk melakukan percakapan dengan memanfaatkan fitur interaktif.

10. Direct Message (DM)

Merupakan fitur yang memungkinkan pengguna mengirim pesan secara pribadi, pengguna yang mengikuti satu sama lain dapat mengirimkan pesan teks, foto maupun video. Fitur ini dihilangkan pada tahun 2013 dan mulai pembaharuan pada 2015.

11. Siaran Langsung (Live)

Fitur ini merupakan fitur terbaru yang instagram miliki, instagram beranggapan bahwa promosi melalui live lebih memiliki like banyak dibandingkan dengan promosi yang tidak menggunakan live.

12. Reels

Reels merupakan tambahan dukungan video versi lebih panjang dari unggahan video dimana memungkinkan pengguna dapat merekam video hingga 3 menit dengan pilihan audio, efek, dan tools kreatif lainnya.

13. Instagram Insight

Fitur ini merupakan fitur yang akan membantu pengguna instagram untuk melihat berbagai profil bisnis, demografi, dll. Fitur ini sangat baik untuk mengetahui langkah marketing yang harus dilakukan selanjutnya.

2.4.2 Kelebihan Instagram

Sebagai media social yang saat ini paling banyak diminati sebagai alat promosi instagram juga memiliki beberapa kelebihan dan kekurangan. Berikut beberapa kelebihan instagram menurut Matthew Sugiarto (2018) yaitu:

1) Mudah Digunakan

Mudah Digunakan Pengguna instagram memiliki keunggulan yang semua orang dapat membagikan foto atau video kepada orang lain. Setiap pengguna tidak perlu membutuhkan waktu membaca untuk memahami

konteksnya. Dalam melakukan promosi di instagram hanya perlu mengambil foto dan video yang menarik. Kemudian lengkapi dengan caption untuk mempermudah pengguna untuk menemukan postingan, maka gunakan hashtag yang relevan dan sesuai.

2) Kemudahan Penggunaan Tampilan

Kemudahan Penggunaan Tampilan yang ada pada instagram sangat mudah dipahami dibandingkan media sosial lainnya. Cara penggunaannya sangatlah mudah cukup scroll layar ke atas atau kebawah untuk melihat foto baru, video baru, double tap untuk melakukan like serta melihat konten yang lebih menarik lagi di instagram. Tahan foto untuk mengintip secara cepat sangat sederhana dan mudah untuk diingat.

3) Waktu tayang 24 Jam

Waktu tayang 24 jam Setiap pengguna jika mengupload foto atau video di instagram maka konten yang mereka unggah akan tetap bisa dinikmati dimanapun mereka berada. Instagram aktif selama 24 jam. Fitur-fitur yang terlihat sederhana karena layanan online memang seharusnya berjalan 24 jam penuh.

4) Media utama foto dan video

Instagram merupakan media utama dan unggul dalam foto dan video, media ini digemari sebab dapat menghasilkan kualitas foto dan video yang baik serta memiliki fitur edit pada foto dan videonya yang dapat memperindah tampilan foto atau video yang dimiliki. Hal ini sangat menguntungkan bagi pebisnis atau komunitas sebagai media dalam mempromosikan produk atau jasanya, karena dalam mempromosikan sebuah produk atau jasa sangat dibutuhkan kualitas visual yang baik.

5) Up To Date

Mudah Menyampaikan Hal Baru Pada instagram gambar bersifat visual atau lebih menonjolkan gambar daripada teks, proses komunikasi untuk menyampaikan informasi pada produk baru dan konsep unik lebih cepat dipahami. Ditambah lagi masyarakat indonesia memiliki tingkat keingintahuan yang sangat tinggi pada hal yang baru.

6) Terkoneksi dengan media social lainnya

Instagram bekerja sama dan memberikan kemudahan koneksi dengan beberapa social media contohnya facebook, whatsapp, tiktok dll. Sehingga pengguna dapat lebih mudah untuk memberikan konten berkali-kali pada media social lainnya.

7) Digemari semua kalangan

Instagram sangat digemari oleh semua kalangan dimulai dari anak-anak, remaja, hingga dewasa. Terutama kalangan remaja dari usia 17 hingga 24 tahun, sehingga tidak heran jika instagram digunakan sebagai media promosi oleh pebisnis yang memiliki target jual remaja.

2.4.3 Kekurangan Instagram

Berikut kekurangan instagram menurut Matthew Sugiarto (2018) yaitu:

1) Spamming

Dengan adanya kemudahan yang diberikan oleh instagram, menyebabkan instagram rawan spamming. Untuk meniasati hal tersebut pengguna dapat memprivasi akunya agar hanya pengikutnya saja yang dapat berkomentar.

2) Tidak adanya penyaringan konten

Instagram merupakan media social yang mudah dibuat dan digunakan, sehingga siapa saja dapat memiliki akun instagram. Hal ini menyebabkan instagram mudah dimasuki oleh pengguna yang ingin menyebarkan hal-hal buruk.

3) Instagram tidak menampilkan cover picture, hanya menampilkan profil picture.

4) Persaingan yang sangat ketat, karena banyak yang menggunakan instagram.

BAB III

GAMBARAN UMUM

3.1 Gambaran Umum Yayasan Petualang Literasi

3.1.1 Sejarah Yayasan Petualang Literasi

Berawal dari Yayasan Petualang Literasi yang didirikan pada tahun 2018. Yayasan ini merupakan bidang usaha yang menaungi penerbit dan konsultan pendidikan. Kemudian, pada awal tahun 2019 dibentuklah Komunitas Petualang Literasi di Depok. Pada tahun 2022 mulailah dirancang desain perpustakaan yang dapat menjadi tempat santai sambil berdiskusi untuk para anak muda. Namun, keinginan ketua Yayasan ini yaitu Bapak Dr. Purwanto Putra, M.Hum. baru terealisasikan pada awal tahun 2023. Perpustakaan ini berupa rumah dengan 2 lantai yang difungsikan sebagai perpustakaan untuk umum, karena perpustakaan tersebut merupakan lokasi atau tempat yang menghimpun koleksi buku, bahan cetakan serta rekaman lain untuk kepentingan masyarakat umum dan perpustakaan ini dinaungi oleh Yayasan Petualang Literasi. Perpustakaan ini diberi nama “Perpustakaan dan Ruang Temu: Baca Di Bataranila”. Dimana lokasinya yang beralamat di perumahan Bataranila Jalan Teratai No.574.

3.1.2 Visi dan Misi Yayasan Petualang Literasi

Visi

Membudayakan berliterasi untuk membangun kecerdasan dan karakter masyarakat budaya local, serta membangun komunitas literasi yang baik.

Misi

1. Menyiapkan sarana yang dapat mewadahi kebutuhan masyarakat dalam meningkatkan minat baca.
2. Menanamkan dan menguatkan budaya literasi bagi kalangan masyarakat sebagai proses belajar dan berinovasi.

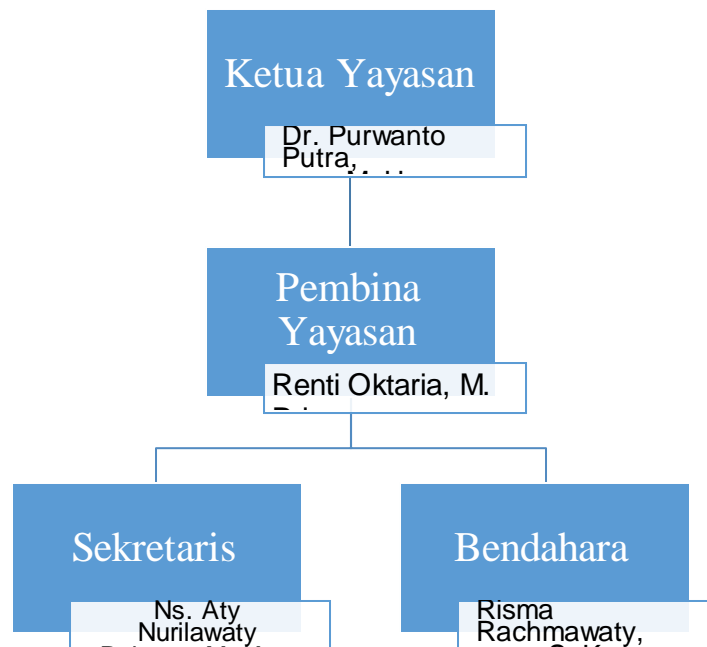
3. Mewadiah dan memberikan ruang bagi para penulis dalam bentuk penerbitan buku.
4. Menjadi konsultan pendidikan, baik pengetahuan maupun ketrampilan melalui kegiatan diskusi dan kajian, bedah buku, dan workshop.

Sumber : Yayasan Petualang Literasi

Dibuat pada 2019, diakses pada 24 maret 2023

3.1.3 Struktur Organisasi Yayasan Petualang Literasi

Gambar 1 Bagan Struktur organisasi



Sumber : Yayasan Petualang Literasi

Dibuat pada 2019, diakses pada 24 maret 2023.

3.2 Gambaran Umum Perpustakaan Baca Di Bataranila

3.2.1 Sejarah Perpustakaan Baca Di Bataranila

Baca Di Bataranila merupakan sebuah perpustakaan, ruang temu, dan tempat minum kopi. Yang dilengkapi dengan ribuan koleksi buku dan juga sarana & prasarana perpustakaan termasuk kursi, meja, wifi, kipas angin dan juga beragam rak-rak buku bacaan. Serta fasilitas utama yaitu perpustakaan dan

cafetarian. Pembangunan perpustakaan Baca Di Bataranila secara resmi telah dirampung pada akhir Januari 2023 dan Pada tanggal 16 Januari 2023 Perpustakaan ini telah menerima tenaga magang dari mahasiswa Diploma Perpustakaan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung. Namun, perpustakaan ini belum dibuka secara resmi untuk masyarakat luas dikarenakan masih dalam proses penataan ruang dan pengolahan koleksi. Diharapkan pada bulan April 2023 perpustakaan ini telah siap beroperasi dan siap untuk menerima pembaca dan pegiat literasi yang akan memanfaatkan koleksi dan fasilitas perpustakaan sebagai tempat menugas, menulis kreatif atau sekedar bersantai bersama teman.

3.2.2 Visi, Misi dan Tujuan Perpustakaan Baca Di Bataranila

Visi

Menjadi sumber inspirasi untuk menulis, ruang temu para pegiat literasi, dan mitra untuk seluruh komunitas yang tersebar di Provinsi Lampung.

Misi

1. Menyediakan ragam buku bacaan sebagai sumber inspirasi bagi para pegiat literasi untuk menulis aneka tulisan.
2. Menyediakan ruang temu untuk para pegiat literasi yang dapat dimanfaatkan sebagai wadah beda buku ataupun berdiskusi santai untuk menghasilkan karya-karya masa depan.
3. Menyediakan kesempatan bagi seluruh komunitas di Provinsi Lampung yang ingin menjalin kemitraan seputar literasi dan lingkup yang berkaitan.

Tujuan

1. Memberikan manfaat bagi para pegiat literasi untuk menulis aneka tulisan dengan menyediakan ragam buku bacaan sebagai sumber inspirasi.
2. Memberikan manfaat bagi para pegiat literasi untuk menghasilkan karya-karya masa depan dengan menyediakan ruang temu yang dapat dimanfaatkan sebagai wadah beda buku ataupun berdiskusi santai.

3. Memberikan manfaat bagi seluruh komunitas di Provinsi Lampung dengan membuka diri untuk menjalin kemitraan seputar literasi dan lingkup yang berkaitan.

Sumber: Perpustakaan Baca Di Bataranila

Dibuat pada 2 Oktober 2022, Diakses pada 25 Maret 2023

3.2.3 Filosofi Logo

Gambar 2 Logo Baca Di Bataranila



Baca Di Bataranila

Sumber: Instagram Baca Di Bataranila

Dibuat pada 2 Oktober 2022, Diakses pada 26 Maret 2023

Gambar 3 Logo Buku Terbuka



Sumber: Instagram Baca Di Bataranila

Dibuat pada 2 Oktober 2022, Diakses pada 26 Maret 2023

Menunjukkan inilah tempat untuk membaca, membuka dunia, memperluas wawasan, memperluas relasi.

Baca Di Bataranila memberikan banyak layanan, sehingga bisa dimanfaatkan semua kalangan.

Gambar 4 Logo 3 Orang

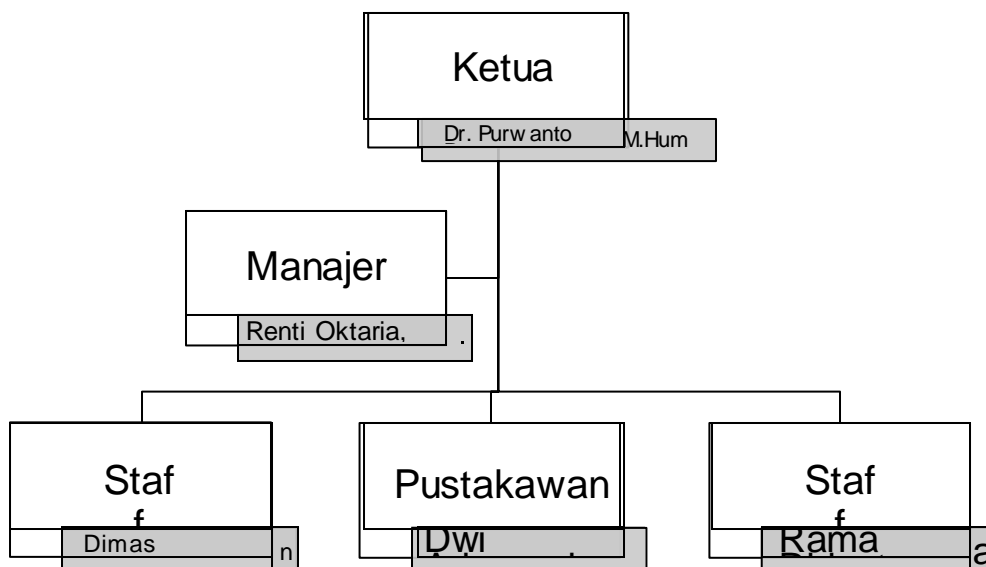


Sumber: Instagram Baca Di Bataranila

Dibuat pada 2 Oktober 2022, Diakses pada 26 Maret 2023

Melambungkan symbol pemustaka yang mengakses Baca Di Bataranila dan diharapkan dapat memberikan manfaat bagi sebanyak-banyaknya masyarakat.

3.2.4 Struktur Organisai Perpustakaan Baca Di Bataranila Gambar 5 Struktur Organisasi Perpustakaan Baca Di Bataranila



Sumber: Perpustakaan Baca Di Bataranila

Dibuat pada 16 Mei 2023, Diakses pada 20 Mei 2023

3.2.5 Tata Tertib Perpustakaan Baca Di Bataranila

1. Perpustakaan buka setiap hari Selasa s.d Minggu sejak pukul 09.00 s.d 17.00 wib dan libur di hari Senin.
2. Setiap pengunjung harus menjadi member. Biaya untuk menjadi member disesuaikan dengan paket yang diambil. Pilihan untuk menjadi member adalah member per-jam, per-hari, per-minggu, per-bulan, dan per-tahun.
3. Penunjung yang datang dapat memesan makanan dan minuman yang tersedia di kedai Baca Di Bataranila, dengan tetap memperhatikan kebersihan dan keamanan buku.
4. Penunjung yang menjadi member bulanan mendapatkan fasilitas untuk menggunakan stage bedah buku ataupun dipromosikan pada IG Baca Di Bataranila apabila ingin melakukan diseminasi karyanya.
5. Pegiat literasi lainnya yang ingin menjadi mitra dapat mengajukan surat permohonan dan akan ditindaklanjuti dengan respon via whatsapp paling lambat 1x24 jam.
6. Segala prosedur yang belum tertulis dapat dibahas dengan pemilik Perpustakaan dengan menghubungi kontak person yang ada di IG @bacadibataranila_

3.2.6 Lokasi dan Jam Buka Baca Di Bataranila

Lokasi: Jalan Teratai No. 574, Perumahan Bataranila, Hajimena Natar.

Tabel 1 Jam Operasional Tabel 1Perpustakaan Baca Di Bataranila

Hari	Jam Operasional
Senin	Libur
Selasa - Kamis	10.00 – 18.00 WIB
Jumat – Sabtu	10.00 – 19.00 WIB
Minggu	10.00 - 18.00 WIB

Sumber : Perpustakaan Baca Di Bataranila

Dibuat pada 24 Maret 2023, Diakses pada 29 Maret 2023

3.2.7 Price List Member

Tabel 2 Price List Member

Daftar Member	Harga
Member Harian	Rp. 10.000 (Pelajar) Rp. 12.000 (Umum)
Member Bulanan	Rp. 50.000
Member Per- 6 Bulan	Rp. 200.000
Member Tahunan	Rp. 400.000

Sumber : Perpustakaan Baca Di Bataranila

Dibuat pada 24 Maret 2023, Diakses pada 29 Maret 2023

3.3 Koleksi Perpustakaan

Koleksi bahan pustaka yang terdapat di Perpustakaan Baca Di Bataranila memiliki jumlah koleksi sebagai berikut:

Tabel 3 Koleksi Bahan Pustaka di Perpustakaan Baca Di Bataranila

No.	Nama Koleksi	Jumlah Eksemplar
1.	000 (Karya Umum)	289
2.	100 (Filsafat & Psikologi)	357
3.	200 (Agama)	386
4.	300 (Ilmu-ilmu Sosial)	1.295
5.	400 (Bahasa)	193
6.	500 (Ilmu-ilmu Murni)	250
7.	600 (Ilmu-ilmu Terapan)	731
8	700 (Kesenian & Olahraga)	137
9.	800 (Kesusasteraan)	723
10.	900 (Geografi & Sejarah Umum)	215
	Jumlah	4.576

Sumber : Perpustakaan Baca Di Bataranila

Dibuat pada 24 Maret 2023, Diakses pada 29 Maret 2023

3.3.1 Sarana dan Prasarana

Berikut sarana dan prasarana yang terdapat di Perpustakaan Baca Di Bataranila

1. Meja dan Kursi Baca
2. Rak Koleksi
3. Rak Surat Kabar dan Majalah
4. Kipas Angin
5. Wi-fi
6. Lampu Penerangan
7. Musholla dan Tempat Wudhu
8. Lahan Parkir
9. Komputer & Printer

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penulis telah mengamati bagaimana penggunaan instagram sebagai media promosi dan publikasi di perpustakaan Baca Di Bataranila serta faktor kendala dalam pelaksanaannya, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut ini:

1. Perpustakaan Baca Di Bataranila memilih instagram sebagai media utama dalam melakukan promosi serta publikasi perpustakaan dikarenakan instagram merupakan salah satu media social yang memiliki cakupan luas serta banyak digemari masyarakat terutama remaja usia 17-24 tahun, sehingga sesuai dengan target perpustakaan BDB yaitu pelajar atau mahasiswa.
2. Penggunaan instagram sebagai media promosi dan publikasi berdasarkan fitur-fitur instagram pada perpustakaan Baca Di Bataranila cukup membuahkan hasil. Perpustakaan ini telah menggunakan ke 13 fitur instagram dengan baik untuk mempromosikan perpustakaannya. Hal ini dapat ditandai dengan antusias dari masyarakat untuk mengunjungi perpustakaan, melakukan kegiatan magang, mengikuti kegiatan ngopila, serta berkolaborasi merupakan wujud berhasilnya promosi perpustakaan. Setiap bulannya pengikut akun perpustakaan Baca Di Bataranila terus bertambah, konten yang dihasilkan dapat menarik pengikut dan pengunjung.
3. Perpustakaan Baca Di Bataranila memiliki beberapa hambatan dalam melaksanakan promosi serta publikasinya yaitu penunjang sarana dan prasarana yang kurang memadai, kurangnya skill fotografi dalam menunjang hasil video dan foto, serta kurangnya skill desain grafis sehingga hanya memanfaatkan aplikasi yang ada.

5.2 Saran

Saran yang penulis berikan berdasarkan hasil pengamatan yang telah penulis amati dan mungkin kedepannya dapat dijadikan masukan untuk perpustakaan Baca Di Bataranila, antara lain:

1. Pihak Perpustakaan Baca Di Bataranila sebaiknya segera memenuhi kebutuhan sarana dan prasarana terutama handphone untuk menunjang kualitas video dan foto agar konten yang dihasilkan lebih bagus serta dapat menarik perhatian masyarakat.
2. Pihak perpustakaan Baca Di Bataranila juga dapat mengikuti kegiatan pelatihan ataupun workshop dalam pengelolaan instagram agar dapat lebih memahami penggunaan instagram dalam memaksimalkan branding dan promosi perpustakaan serta dapat tetap berinovasi dalam mengadakan ide-ide serta konten yang akan diunggah di instagram Baca Di Bataranila.
3. Pihak perpustakaan Baca Di Bataranila juga dapat mengikuti kegiatan pelatihan ataupun berlatih secara otodidak untuk meningkatkan skill dalam fotografi serta desain grafis dalam menunjang video, foto serta mendesain konten instagram Baca Di Bataranila agar konten yang dihasilkan lebih baik lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahdiat, Adi. (2023). *Jumlah Pengguna Instagram Indonesia Terbanyak Ke-4 di Dunia*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/05/04/>. Diakses tanggal 16 Mei, pukul 23.40.
- Atmoko, B.D. (2012). *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Jakarta: Media Kita.
- Baddolahi, Mustafa. (2007). *Promosi Jasa Perpustakaan*. Jakarta: UT
- Basuki, Sulisty. (1994). *Periodisasi perpustakaan Indonesia*. Bandung: Rosdakarya.
- Basuki, Sulisty. (1993). *Pengantar Ilmu Perpustakaan*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Bisnis.com, E. (2021). *Instagram Platform Andalan Untuk Pemasaran Sepanjang 2021*. <https://entrepreneur.bisnis.com/read/20201231/88/1337426/instagram-jadi-platform-andalan-untuk-pemasaran-sepanjang-2021>. Diakses tanggal 17 September, pukul 21.30.
- Bogdan dan Taylor, (2010) J. Moleong, Lexy. 1989. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remadja Karya.
- Cronin, Blaise. (1982). *From Pradigm To Practice: the logic of promotion*. Aslib Proceeding.
- Darmono. (2001). *Manajemen dan Tata Kerja Perpustakaan Sekolah*. Jakarta: Gramedia Widia Sarana Indonesia.
- Departemen Agama R.I. (2001). *Manajemen dan Tata Kerja Perpustakaan Sekolah*. Jakarta: Gramedia.
- Edsall, Mariams. (1980). *Library Promotion Handbook*. Phoenix, Arizona: Oryx Press.
- Hermawan, Rachman & Zulfikar Zen. (2006). *Etika Kepustakawanan*. Jakarta: Sagung Seto.
- Katadata. (2018). *Berapa Pengguna Instagram dari Indonesia*. Databooks.

- Kotler, Philip. dkk. (1999). *Hubungan Promosi dan Persepsi Pengguna Tentang Organisasi Terhadap Mutu Layanan di UPT Perpustakaan Universitas Hasanuddin Makassar*. Makassar.
- Naurah, Nada. (2023). *Daftar Platform Media Sosial Yang Paling Banyak Digunakan 2023, Facebook Juaranya*. <https://goodstats.id/u/nadanaurah> Diakses tanggal 22 September, pukul 00.00.
- Nasution, Suradiyah. (1982). *Promosi di Perpustakaan Umum, Dalam Perpustakaan dan Informasi pp.63-69*. Jakarta: Pusat Pembinaan Perpustakaan Departemen P&K.
- Nasrullah, Rulli. (2015). *Media Sosial; Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media.
- Mahmudin. (2006). Pengantar Ilmu Perpustakaan, (online), [http://www .ipi.or.id/unpas/.doc](http://www.ipi.or.id/unpas/.doc), diakses 12 Agustus, pukul 13.45.
- Sugiarto, Matthew. (2018). *Instagram Marketing*. Jakarta Selatan: PT. Pengembangan Lintas Pengetahuan.
- Michael Gamble, T. (1984). *Communication Works*. New York: Mc Graw-Hill.
- Moleong, Lexy J. (2016). *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Mustafa, Badollahi. (1996). *Promosi Jasa Perpustakaan*. Jakarta: Universitas Terbuka.
- Perpustakaan Nasional. (2007). *Undang-undang Republik Indonesia No. 47 Tahun 2007 Tentang Perpustakaan*. Jakarta: Perpustakaan Nasional.
- Philip, Kotler. dkk. (1999). *Hubungan Promosi Dan Persepsi Pengguna Tentang Organisasi Terhadap Mutu Layanan di UPT Perpustakaan Universitas Hasanuddin Makassar*. Makassar: Alauddin Univrsity Press.
- Puntoadi, Danis. (2011). *Menciptakan Penjualan Melalui Social Media*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Rahayuningsih, F. (2007). *Pengelolaan Perpustakaan*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Rohanda. 2000. Fungsi dan Peranan Perpustakaan Sekolah. [http://www. ipi.or.id/Rohanda.doc](http://www.ipi.or.id/Rohanda.doc), diakses 13 Agustus, pukul 21.54.

- Santika, Erlina F. (2023). *Jumlah Pengguna Media Social di Seluruh Dunia*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/02/07/>. Diakses tanggal 16 Mei, pukul 22.00.
- Suharto dan Sumarsih. (2001). *Promosi Sebagai Salah Satu Pemasaran Meningkatkan Pelayanan Jasa Informasi Di Perpustakaan*. Jakarta: Graha Ilmu.
- Untari, Dewi dan Dewi Endah Fajariana. (2018). *Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun @Subur_Batik)*. Widya Cipta Volume 2, No. 2, 2 September 2018.
- Kurniasih, Nuning. (2016). *Optimalisasi Penggunaan Media Sosial untuk Perpustakaan. Prosiding Makalah Seminar Nasional "Komunikasi, Informasi dan Perpustakaan di Era Global"*, Jatinangor: 15 Juni 2016. 1-10.
- Winoto, Yusup. (1991). *Komunikasi Persuasif Dalam Kegiatan Promosi Perpustakaan*. Pembimbing Pembaca. 10 (12)

