

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perpustakaan perlu memilih media yang tepat dalam melakukan promosi, media merupakan sarana penyampaian informasi kepada pemustaka terkait apa saja yang ingin dipromosikan. Pemilihan media promosi dengan tepat akan membua *output* yang berhasil, sehingga media promosi dapat dikatakan menjadi faktor yang mendukung keefektifan dalam hal promosi yang biasa disebut dengan efektivitas promosi.

Perlunya pemustaka mengetahui layanan perpustakaan tersebut untuk menyampaikan informasi produk atau jasa kepada para pemustaka. Dengan demikian promosi berarti segala kegiatan yang dilaksanakan oleh perpustakaan dengan maksud untuk menyampaikan, memperkenalkan atau mengkomunikasikan produk atau jasa yang ada di perpustakaan baca di tebet.

Minimnya pengetahuan tentang manfaat yang dapat diperoleh dari perpustakaan bisa mempengaruhi tingkat kesadaran serta rasa ketertarikan. Maka perlu dilakukan sosialisasi perpustakaan supaya pemustaka lebih mengetahui layanan dari perpustakaan tersebut. Untuk itu sarana yang efektif merupakan melakukan kegiatan promosi.

Promosi perpustakaan masih efektif hingga saat ini dalam pendidikan ilmu informasi serta perpustakaan di berbagai perguruan tinggi di Indonesia. Untuk meningkatkan jumlah pengunjung perpustakaan antara lain melalui pengadaan bahan pustaka sesuai dengan kebutuhan pemustaka baik pada bentuk tercetak, digital, serta online, pustakawan yang melayani mempunyai sifat ramah, suasana ruang perpustakaan yang nyaman, serta dilakukan promosi untuk memberikan fasilitas serta layanan yang ada di perpustakaan (Mustofa, 2017)

Media sosial menjadi salah satu media yang banyak digunakan masyarakat saat ini. Pengguna internet di Indonesia saat ini mencapai 63 juta orang. Dari angka tersebut, 95 persennya menggunakan internet untuk mengakses jejaring sosial. Menurut data dari Webershandwick, perusahaan *public relations* dan pemberi layanan jasa komunikasi, untuk wilayah Indonesia ada sekitar 65 juta

pengguna facebook aktif. Sebanyak 33 juta pengguna aktif per harinya, 55 juta pengguna aktif yang memakai perangkat *mobile* dalam pengaksesannya per bulan dan sekitar 28 juta pengguna aktif yang memakai perangkat *mobile* per harinya.

Media sosial termasuk instagram sudah bukan sekedar *platform* untuk berkomunikasi serta berinteraksi dengan teman. Media sosial sudah membangun peluang yang lebih baik buat mengekspresikan pendapat. Teknologi ini pula bisa dipergunakan buat mengumpulkan informasi perihal perusahaan serta produk sebelum menghasilkan keputusan pembelian (Nedra, Hadhri and Mezrani, 2019). Keterangan ini menjadi alasan banyak perpustakaan serta organisasi mulai menggunakan media sosial sebagai media promosi tentang perpustakaan atau *brand* mereka.

Instagram adalah layanan berbagi foto ponsel, menyebarkan video, serta media sosial *online* yang memungkinkan penggunanya untuk mengambil gambar serta video, dan kemudian membagikannya pada *platform* lain (Sheldon and Bryant, 2016). Instagram merupakan platform media sosial dengan pertumbuhan tercepat pada dunia saat ini (Southern, 2018). Meskipun instagram mirip dengan facebook pada cara pengguna dapat memposting foto secara *online*, Instagram memberikan sejumlah filter khusus yang memungkinkan pengguna untuk mengganti warna serta resolusi foto sebelum mereka mempostingnya. Beberapa orang mungkin melihat keterbatasan instagram menjadi layanan seluler saja, tetapi statistik menunjukkan bahwa ponsel ialah bentuk akses paling terkenal ke situs jejaring sosial saat ini (Sheldon and Bryant, 2016).

Menurut Ting *et al.*, (2015) dalam tulisannya menyebutkan instagram dapat menjadi media promosi yang sangat efektif jika hendak menasar kaum milenial. Hal ini disebabkan karena generasi yang lebih muda sepertinya lebih senang melihat gambar daripada membaca teks. Instagram, yang terintegrasi dengan facebook, sudah memposisikan dirinya menjadi alat komunikasi dan pemasaran yang sangat kuat untuk mengirimkan ulang produk menjadi gambar. Melihat hal ini, sudah saat-nya setiap organisasi atau perpustakaan menggunakan instagram menjadi media promosi perpustakaan.

Efektivitas merupakan suatu keadaan dalam pencapaian hasil yang sudah ditentukan sebelumnya serta menjadi ukuran berhasil atau tidaknya suatu

kegiatan yang dilakukan dengan hasil serta tujuan yang diharapkan. Maka efektivitas dalam promosi yaitu ketika produk serta jasa yang ditawarkan dapat terjual serta terpakai oleh konsumen atau pengguna. Jika pada perpustakaan, efektivitas promosi adalah ketika jasa perpustakaan yang diperkenalkan kepada pemustaka berupa jenis koleksi dan layanan bisa dikenal serta dimanfaatkan menjadi sumber informasi yang menjadi kebutuhan para pemustaka.

Perpustakaan Baca Di Tebet (BDT) didirikan oleh penulis dan advokat Kanti W. Janis, bersama pustakawan dan pegiat literasi Wien Muldian dan mulai dibuka untuk umum secara resmi sejak 20 Februari 2022. Fasilitas Perpustakaan Baca Di Tebet terdiri dari:

1. Ruang Diskusi

Ruangan ini berada di lantai 1, satu area dengan kafe Makan Di Tebet (MDT)

2. Ruang Temu Roy B.B Janis

Ruangan ini terletak di lantai 2 tepat setelah tangga. Di ruangan ini Pembaca boleh makan dan minum sambil membaca dan berdiskusi

3. Ruang Baca

Di ruangan ini, pembaca tidak diperkenankan membawa makanan dan minuman.

4. Ruang Pikir

Tidak jauh berbeda dengan ruang baca, ruang pikir juga memiliki peraturan yang sama.

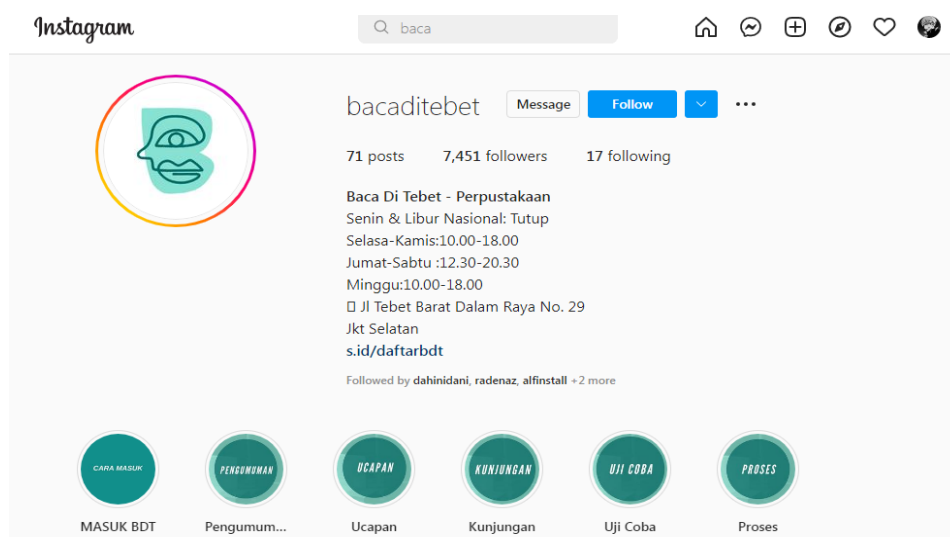
5. Ruang Karya

Ruangan ini tidak bisa digunakan Pembaca untuk membaca, ruangan ini hanya bisa digunakan melalui reservasi.

Layanan Umum Perpustakaan Baca Di Tebet:

1. Calon penyewa akan diminta mengisi formulir melalui WhatsApp. Kami hanya akan menerima acara yang sesuai dengan kondisi BDT.
2. Biaya adalah untuk penggunaan satu *shift*/sesi. Satu *shift* adalah maksimum 4 jam (untuk sewa pemotretan informasi di bawah).
3. Jika penyewa menggunakan kurang dari 4 jam, harganya tetap sama.

Sudah banyak perpustakaan dan organisasi yang memakai instagram menjadi media promosi perpustakaan atau organisasinya. Salah satunya yang menggunakan instagram menjadi media promosi adalah Perpustakaan Baca di Tebet. Instagram Perpustakaan Baca Di Tebet menggunakan *username* “@bacaditebet”. Penelitian yang meneliti tentang promosi perpustakaan, khususnya perpustakaan, masih sangat terbatas. Alasan yang sudah dipaparkan di atas merupakan alasan mengapa penelitian ini hendak dilakukan. Menurut survei awal, jumlah masyarakat yang mengetahui *account* instagram Baca Di Tebet masih relatif. Jumlah *followers* yang mengikuti *account* instagram perpustakaan Baca Di Tebet berjumlah 7450 *followers* per tanggal 1 Juli 2022. Berikut *screenshot* profil instagram @bacaditebet.



Gambar 1. Profil Instagram @bacaditebet

Salah satu dari sekian banyak memanfaatkan instagram sebagai portal penghubung antara mereka dengan masyarakat. Bahkan hingga saat ini, sudah ada sekitar 70 postingan yang berisi konten-konten bermanfaat, serta telah ada sekitar 7450 akun yang menjadi *followers* (pengikut) @bacaditebet ini di instagram. Hal ini membuktikan bahwa masyarakat luar juga memanfaatkan instagram sebagai media penghubung untuk terus mendapatkan informasi mengenai perpustakaan dan koleksi juga kegiatan di dalamnya. Perpustakaan yang telah memanfaatkan media sosial instagram adalah Perpustakaan Baca Di Tebet. *Account* instagram dengan nama @bacaditebet yang dikelola oleh Perpustakaan baca di Tebet ini

sudah dari satu tahun yang lalu. Hal lain yang mendorong dilakukannya penelitian ini adalah:

1. Minimnya pengetahuan mengenai perpustakaan baca di Tebet.
2. Analisis instagram Perpustakaan Baca di Tebet.
3. Menghitung *engagement*.
4. Analisis pendapat narasumber mengenai efektivitas instagram Perpustakaan Baca di tebet.
5. Efektivitas penggunaan instagram sebagai media promosi Perpustakaan Baca Di Tebet

Berdasarkan uraian latar belakang diatas penulis tertarik untuk meneliti lebih mengenai Efektivitas Penggunaan Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi. Untuk itu penulis mengambil judul “Efektivitas Penggunaan Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Perpustakaan Baca Di Tebet”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan maka dapat dirumuskan masalah diantaranya:

1. Sejauh mana efektivitas penggunaan media sosial instagram sebagai sarana promosi Perpustakaan Baca Di Tebet?

1.3 Batasan Masalah

Peneliti membatasi ruang lingkup permasalahan, yaitu mengenai penelitian efektivitas penggunaan instagram sebagai media promosi perpustakaan oleh Perpustakaan Baca di Tebet.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian diantaranya sebagai berikut:

- a) Untuk mengkaji efektivitas penggunaan instagram sebagai media promosi di Perpustakaan Baca Di Tebet.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian diantaranya sebagai berikut:

- a) Penulis berharap penelitian ini bermanfaat pada aktivitas akademik, yaitu seperti menyampaikan wawasan tentang perkembangan teknologi informasi yaitu media sosial instagram dalam konteks masyarakat dan penggunaannya, atau pemanfaatannya dalam aktivitas perpustakaan. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat membantu kemajuan ilmu perpustakaan, khususnya pada bidang yang terkait dengan promosi perpustakaan dan teknologi informasi.
- b) Dengan melihat perkembangan disekitarnya dan menjadikan promosi perpustakaan lebih efektif, penulis berharap penelitian ini bermanfaat dan menjadi masukan bagi pustakawan untuk membangun inovasi dalam memperkenalkan perpustakaan serta memberikan pelayanan kepada penggunaannya, serta memberikan inspirasi untuk penelitian lebih lanjut terkait topik dan tema yang sama.
- c) Dapat dijadikan sebagai bahan masukan dan evaluasi bagi pihak Baca di Tebet terkait promosi perpustakaan yang sudah dilakukan.