

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perpustakaan merupakan pusat sumber informasi yang dibutuhkan oleh para pemustakanya. Sesuai dengan undang-undang Nomor 43 Tahun 2007 menjelaskan bahwa perpustakaan adalah institusi yang mengelola karya tulis, karya cetak, dan/ karya rekam secara profesional dengan sistem yang baku untuk memenuhi kebutuhan pendidikan, penelitian, pelestarian, informasi, dan rekreasi para pemustaka (UU No. 43 Tahun 2007). Dalam menjalankan fungsinya, perpustakaan menyediakan berbagai koleksi yang tersedia seperti buku, majalah, jurnal, kamus, artikel, skripsi dan koleksi lainnya yang dapat membantu para pemustaka dalam memenuhi kebutuhan informasi yang dibutuhkan.

Perpustakaan mempunyai peran penting dalam menyediakan informasi bagi pemustakanya. Seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi, perpustakaan dituntut untuk terus beradaptasi dengan perkembangan teknologi guna meningkatkan layanan dan fasilitas serta menarik minat kunjung para pemustaka. Salah satu strategi yang banyak diterapkan oleh perpustakaan dalam menarik minat kunjung para pemustaka adalah dengan melakukan kegiatan promosi.

Seiring dengan perkembangan teknologi informasi, perpustakaan membutuhkan cara baru dalam melakukan kegiatan promosi untuk menjangkau audiens secara luas yaitu melalui media sosial. Media sosial merupakan sebuah platform yang membantu para penggunanya dalam melakukan interaksi, sosialisasi, kolaborasi, dan bertukar informasi dengan mudah tanpa batasan waktu dan tempat. Berbagai kebutuhan informasi mulai dari informasi tentang hiburan, pendidikan, dan pengetahuan dapat diakses dengan mudah melalui media sosial (Wulandari *et al.*, 2023).

Selain itu, media sosial juga digunakan sebagai sarana promosi untuk kebutuhan pemasaran bagi instansi, organisasi, perusahaan dan lainnya. Kegiatan promosi yang dilakukan di media sosial memiliki dampak yang signifikan bagi masyarakat, karena dengan adanya promosi yang dilakukan di media sosial tentunya membantu dengan cepat dalam penyebaran informasi secara luas terkait dengan kebutuhan informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat.

Kegiatan promosi sangat penting dilakukan pada perpustakaan agar koleksi dan layanan yang tersedia di perpustakaan dapat dikenal oleh masyarakat. Etika dalam melakukan kegiatan promosi harus diperhatikan, agar tidak melanggar aturan yang ada. Dalam Islam, terdapat beberapa pedoman terkait kegiatan promosi. Hal ini ditegaskan dalam surah Al-Jatsiyah ayat 18 (Hasibuan, 2022, hlm. 3). Allah ﷻ berfirman dalam ayat tersebut berbunyi:

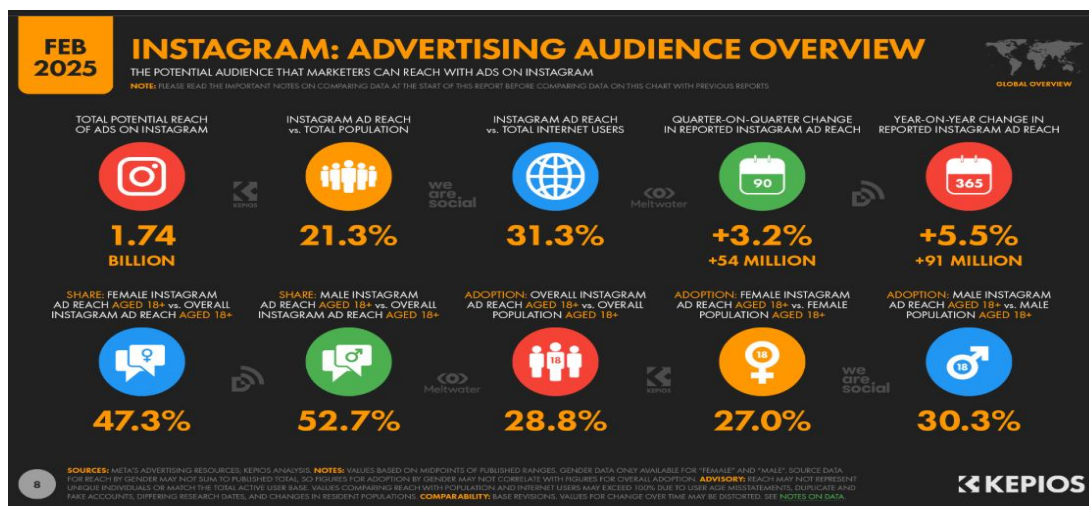
﴿ثُمَّ جَعَلْنَاكَ عَلَىٰ شَرِيعَةٍ مِّنَ الْأَمْرِ فَاتَّبِعْهَا وَلَا تَتَّبِعْ أَهْوَاءَ الَّذِينَ لَا يَعْلَمُونَ﴾

Terjemahan Kemenag 2019

Artinya:

18. “Kemudian, Kami jadikan engkau (Nabi Muhammad) mengikuti syariat dari urusan (agama) itu. Maka, ikutilah ia (syariat itu) dan janganlah engkau ikuti hawa nafsu orang-orang yang tidak mengetahui.” (QS. Al-Jatsiyah: 18)

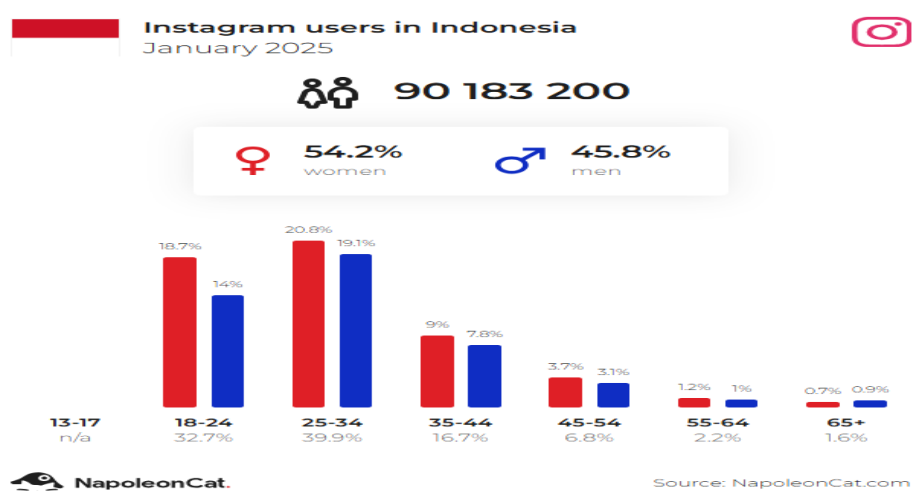
Pada ayat tersebut menegaskan pentingnya mempertimbangkan aturan saat melaksanakan suatu tindakan. Contohnya, dalam promosi perlu diterapkan etika yang baik dan positif, tanpa ada tujuan untuk merendahkan atau merugikan orang lain. Secara umum, promosi diperbolehkan dalam Islam, asalkan pelaksanaannya mengikuti syariat Islam serta prinsip-prinsip yang ditetapkan. (Hasibuan, 2022, hlm. 1245-1250).



Gambar 1. Data Pengguna Instagram di Seluruh Dunia

Sumber: (Pengguna Instagram, Statistik, Data, Tren, dan Lainnya — DataReportal – Wawasan Digital Global)

Maraknya penggunaan media sosial di era saat ini, membuat masyarakat lebih memilih untuk mencari informasi di media sosial. Banyak media sosial yang beredar seperti Instagram, Tiktok, X, Threads, Facebook, Whatsapp, Youtube dan lainnya. Berdasarkan Data Reportal (2025), media sosial menjadi salah satu tempat yang digunakan masyarakat untuk mencari informasi yang mereka butuhkan yaitu salah satunya media sosial Instagram yang memiliki pengguna sekitar 1,74 miliar di seluruh dunia, 30,3% pengguna laki-laki, 27,0% pengguna perempuan, dan 28,8% pengguna berasal dari usia di atas 18 tahun dari populasi seluruh dunia.



Gambar 2. Data Pengguna Instagram di Indonesia

Sumber: (Social Media Demographics by Country – Monthly Updates)

Menurut laporan NapoleonCat pada bulan Januari 2025 terdapat sejumlah 90.183.200 pengguna media sosial Instagram atau sebanding dengan 31,7% dari seluruh jumlah populasinya. Para pengguna media sosial banyak menghabiskan waktunya di media sosial Instagram untuk mencari informasi yang dibutuhkan dan tingginya penggunaan media sosial Instagram menjadi salah satu cara yang dapat digunakan oleh perpustakaan dalam menjangkau mahasiswa untuk melakukan kegiatan promosi pada perpustakaan.

Adanya promosi melalui media sosial Instagram dapat meningkatkan minat kunjungan pemustaka karena lebih mudah untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Penyebaran informasi yang dilakukan melalui media sosial Instagram dapat memudahkan dalam penyebaran informasi tentang koleksi, layanan, fasilitas, dan kegiatan yang ada di perpustakaan yang dapat meningkatkan minat pemustaka untuk berkunjung ke

perpustakaan. (Syaf, Harefa and Nofita Sari, 2024). Oleh karena itu, promosi melalui media sosial instagram menjadi strategi yang efektif dalam meningkatkan minat kunjung pemustaka dengan menjangkau audiens yang lebih luas. Perpustakaan dapat menyebarkan informasi melalui media sosial instagram dengan menggunakan berbagai fitur-fitur yang tersedia seperti gambar, video, dan siaran langsung untuk menarik perhatian para penggunanya.



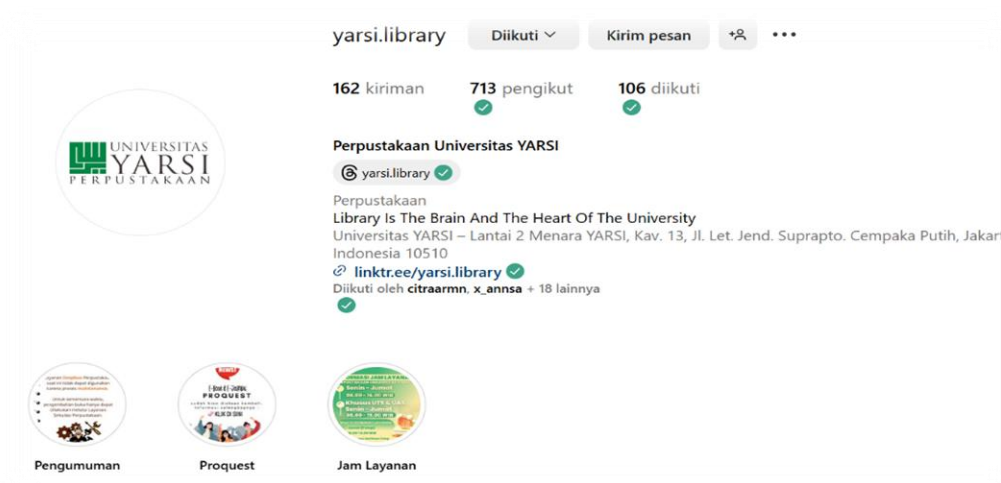
Gambar 3. Pengunjung Perpustakaan Universitas YARSI

Sumber: (*YARSI Library – Search, Focus, and Get it*)

Data berikut menampilkan jumlah pengunjung perpustakaan Universitas YARSI pada bulan Januari 2025 yaitu sekitar 3168 pengunjung perpustakaan, 746 pengunjung website, 119 peminjaman koleksi, dan 95 terima karya ilmiah. Perpustakaan Universitas YARSI berperan dalam memenuhi kebutuhan informasi yang dibutuhkan oleh civitas akademik di Universitas YARSI. Perpustakaan Universitas YARSI telah meraih akreditasi A dengan memenuhi kualitas standar perpustakaan bagus yang diberikan oleh Perpustakaan Nasional. Hal ini menunjukkan bahwa layanan dan fasilitas yang tersedia telah memenuhi standar kualitas yang baik sehingga untuk meningkatkan daya tarik perpustakaan, diperlukannya promosi salah satunya melalui media sosial untuk meningkatkan kualitas layanan dan minat kunjungan mahasiswa.

Terdapat beberapa media sosial yang digunakan oleh Perpustakaan Universitas YARSI untuk melakukan promosi secara digital tersebut yaitu media sosial yang digunakan adalah Instagram, Tiktok, dan Youtube. Berbagai media sosial yang digunakan

oleh perpustakaan Universitas YARSI, penelitian ini akan menuju ke salah satu media sosial yaitu Instagram. Kegiatan promosi melalui media sosial instagram diharapkan dapat menarik perhatian mahasiswa dan mendorong mereka untuk memanfaatkan fasilitas dan layanan yang ada di perpustakaan Universitas YARSI secara optimal.



Gambar 4 Tangkapan Layar Instagram Perpustakaan Universitas YARSI

Sumber: (*Instagram yarsi.library*)

Promosi melalui media sosial instagram di perpustakaan Universitas YARSI dapat membantu untuk mencari informasi mengenai suatu hal yang ingin dituju baik informasi tentang fasilitas dan layanan di perpustakaan Universitas YARSI, pengguna dapat mencari informasi tentang layanan di perpustakaan tersebut dengan mencari informasinya melalui berbagai media sosial yang dimiliki oleh perpustakaan yaitu melalui media sosial Instagram yang digunakan oleh akun perpustakaan Universitas YARSI yang bernama @yarsi.library dengan jumlah 713 pengikut pada bulan april 2025.

Terdapat kesenjangan antara harapan dan kenyataan yang ada, meskipun kegiatan promosi telah dilakukan melalui media sosial instagram, belum ada peningkatan yang signifikan dalam jumlah kunjungan mahasiswa ke perpustakaan. Dalam hal ini, menimbulkan pertanyaan mengenai bagaimana pengaruh promosi perpustakaan melalui media sosial instagram terhadap minat kunjung pemustaka yang dilakukan dari penelitian sebelumnya oleh (Wulandari *et al.*, 2023). Penelitian lebih lanjut diperlukan untuk memahami dinamika promosi Instagram terhadap minat kunjungan mahasiswa di lingkungan Universitas YARSI, karena saat ini masih sedikit penelitian serupa yang berfokus pada perpustakaan Universitas dan belum ada penelitian yang membahas

pengaruh dari promosi perpustakaan melalui media sosial Instagram terhadap minat kunjung mahasiswa Universitas YARSI.

Urgensi penelitian berdasarkan hasil observasi yang telah dilakukan adalah kegiatan promosi melalui media sosial instagram pada perpustakaan Universitas YARSI telah dilakukan namun belum berjalan secara optimal. Hal ini disebabkan kurangnya konsistensi dan upaya dalam peningkatan konten yang dapat menarik para pemustaka dalam pelaksanaan promosi yang telah dilakukan, maka perlu mendapatkan dukungan untuk meningkatkan kegiatan promosi secara optimal dalam penyampaian informasi untuk menarik minat kunjung para pemustaka.

Berdasarkan pemaparan di atas, penulis tertarik untuk melihat lebih lanjut penelitian ini yang berjudul “pengaruh promosi perpustakaan melalui media sosial instagram terhadap minat kunjung mahasiswa Universitas YARSI.” Penelitian ini akan menggunakan model AISAS (*Attention, Interest, Search Action, Share*) untuk menganalisis pengaruh promosi perpustakaan melalui media sosial instagram dan menggunakan model *Theory of Planned Behavior (Behavioral Intention)* untuk menganalisis minat kunjung mahasiswa Universitas YARSI. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi nyata pada perpustakaan dalam peningkatan promosi melalui instagram dan minat kunjung mahasiswa.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dijelaskan, maka peneliti merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana tingkat intensitas promosi di instagram @yarsi.library perpustakaan Universitas YARSI?
2. Bagaimana tingkat intensitas minat kunjung mahasiswa Universitas YARSI ke perpustakaan?
3. Apakah terdapat pengaruh promosi perpustakaan melalui media sosial Instagram terhadap minat kunjung mahasiswa Universitas YARSI?
4. Bagaimana pengaruh promosi perpustakaan melalui media sosial Instagram terhadap minat kunjungan mahasiswa Universitas YARSI dalam tinjauan islam?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui tingkat intensitas promosi di instagram @yarsi.library perpustakaan Universitas YARSI.
2. Untuk mengetahui tingkat intensitas minat kunjung mahasiswa Universitas YARSI dalam berkunjung ke perpustakaan.
3. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh promosi perpustakaan melalui media sosial Instagram terhadap minat kunjungan mahasiswa Universitas YARSI.
4. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh promosi perpustakaan melalui media sosial Instagram terhadap minat kunjung mahasiswa Universitas YARSI dalam tinjauan islam.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat Teoritis:

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan tentang pengaruh promosi perpustakaan melalui media sosial Instagram terhadap minat kunjung mahasiswa Universitas YARSI.

Manfaat Praktis:

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi pengelola perpustakaan Universitas YARSI terkait pengaruh promosi perpustakaan terhadap minat kunjung mahasiswa Universitas YARSI.
2. Penelitian ini bisa menjadi bahan referensi bagi penelitian selanjutnya mengenai promosi perpustakaan melalui media sosial instagram.

1.5 Batasan Penelitian

Pada penelitian ini penulis membatasi ruang lingkup permasalahan yaitu mengenai penelitian pengaruh antara promosi perpustakaan melalui media sosial Instagram terhadap minat kunjungan mahasiswa Universitas YARSI. Penelitian ini berfokus pada media sosial instagram dengan responden mahasiswa aktif S-1 Universitas YARSI dengan kriteria angkatan 2021-2024 yang telah mengikuti instagram perpustakaan Universitas YARSI @yarsi.library dan pernah mengunjungi perpustakaan Universitas YARSI minimal 1x.