

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi pada masa kini telah mengubah pola interaksi dan akses informasi masyarakat. Salah satu manfaat positifnya adalah hadirnya media sosial, yang memberikan pengguna kesempatan untuk menggunakan platform tersebut sebagai sumber informasi, wadah komunikasi, perluasan jejaring sosial, alat untuk meningkatkan keterampilan dan kompetensi, serta sebagai sarana promosi dan pengembangan bisnis. (Suhendar, 2018). Dengan demikian, perpustakaan nasional juga memiliki peran penting sebagai perpustakaan umum dalam menyediakan sumber informasi dan pengetahuan bagi masyarakat umum. Namun, masih banyak pengguna perpustakaan yang belum mengetahui sepenuhnya tentang layanan dan fasilitas yang tersedia di perpustakaan tersebut.

Di era digital yang terus berkembang ini, media sosial mengubah kehidupan nyata menjadi dunia maya. Di dalamnya, individu memiliki kebebasan untuk berkomunikasi dan berbagi informasi dengan banyak orang tanpa terbatas oleh biaya, ruang, dan waktu (Ridha Djamaluddin et al., 2023). Pemanfaatan Instagram sebagai alat promosi dapat sangat efektif terutama ketika menargetkan generasi milenial. Hal ini disebabkan oleh kecenderungan generasi muda yang lebih memilih konten visual seperti gambar daripada teks. Instagram, yang terhubung dengan Facebook, telah berhasil menetapkan dirinya sebagai alat komunikasi dan pemasaran yang sangat baik untuk menghadirkan produk melalui medium visual. Oleh karena itu, sudah saatnya setiap perpustakaan mengintegrasikan Instagram sebagai bagian dari strategi promosi mereka (Singgih Miyata dan Ec Eddy Madiono Sutanto et al., 2019). Salah satu perpustakaan yang memanfaatkan Instagram sebagai media promosi adalah Perpustakaan Nasional Republik Indonesia. Hal ini dapat dilihat dalam akun Instagram @perpusnas.go.id bahwa akun tersebut telah aktif sejak 2017.

Perpustakaan Nasional Republik Indonesia melalui akun Instagram @perpusnas.go.id juga aktif melakukan promosi perpustakaan berkaitan dengan layanan, kegiatan, dan informasi. Selain itu, akun Instagram milik Perpustakaan Nasional Republik Indonesia juga bertipe akun bisnis. Hal ini juga menguntungkan karena ada fitur tambahan seperti adanya Instagram Ads dan juga Insight sehingga dapat dijadikan sebagai acuan dalam pembuatan konten-konten yang akan diunggah di Instagram (Putri & Suharso, 2023).

Islam memiliki sudut pandang yang berkaitan dengan strategi promosi. Dalam hal ini, menurut (Syafri & Hadziq, 2021) Promosi dijelaskan sebagai komitmen yang dinyatakan secara tertulis atau lisan oleh pemasang iklan kepada calon pelanggan, dan ketersediaan produk dan layanan yang harus diinformasikan dengan jujur, konsisten, dan akurat. Dalam Islam, janji dianggap sebagai tanggung jawab yang harus dipenuhi oleh pihak yang berjanji, karena tidak memenuhi janji dianggap sebagai tindakan munafik yang dapat merusak kepercayaan antar pihak. Ini juga dianggap sebagai bentuk penipuan atau kebohongan, yang bertentangan dengan norma perilaku Muslim. Allah SWT berfirman:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَفُؤُلُوا قَوْلًا سَدِيدًا ٧٠

Terjemahan Kemenag 2019

Artinya: Wahai orang-orang yang beriman, bertakwalah kamu kepada Allah dan ucapkanlah perkataan yang benar. (QS, Al-Ahzab(33):70).

Oleh karena itu ,menurut (Syafri & Hadziq, 2021) seorang pemasar perlu menunjukkan kejujuran dan keterbukaan mengenai produk yang dipasarkan kepada pelanggan. Tidak boleh ada informasi yang disamarkan dari pemahaman pelanggan, segala hal harus diungkapkan dengan jelas dan transparan.

Berkaitan dengan penjelasan sebelumnya, Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 24 Tahun 2014 tentang Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 43 Tahun 2007 tentang Perpustakaan menetapkan dalam Pasal 30 bahwa

promosi layanan yang ada di perpustakaan dapat meningkatkan reputasi perpustakaan dan mengoptimalkan pemanfaatan perpustakaan oleh pemustaka. Selain itu, melalui promosi perpustakaan, dapat ditingkatkan minat membaca masyarakat. Oleh karena itu, dianggap sebagai tanggung jawab perpustakaan, khususnya Perpustakaan Nasional, untuk melakukan promosi guna memperkenalkan perpustakaannya.

Penelitian ini menggunakan teori uses and gratification karena teori tersebut salah satu teori yang dapat digunakan dalam penelitian mengenai pemanfaatan media. Pada penelitian ini medianya adalah instagram Perpustakaan Nasional maka dari itu teori kebutuhan dan kepuasan ini untuk melihat bagaimana pemanfaatan instagram Perpustakaan Nasional dalam melakukan promosi di sosial media instagram, karena aktivitas dari akun @perpusnas.go.id sering membagikan informasi/konten berkaitan dengan Perpustakaan Nasional.

1.2 Rumusan Masalah

Dari yang telah disebutkan pada bagian latar belakang, maka rumusan masalah yang akan digunakan sehingga penelitian yang akan dilaksanakan lebih terarah. Rumusan masalah yang akan diangkat adalah : “Bagaimana pemanfaatan media sosial instagram perpustakaan nasional untuk promosi berdasarkan teori uses and gratification”. Adapun secara rinci penelitian ini akan menjawab pertanyaan sebagai berikut:

1. Bagaimana kebutuhan pengguna perpustakaan terhadap instagram sebagai media promosi di Perpustakaan Nasional?
2. Bagaimana kepuasan pengguna dalam menggunakan instagram sebagai media promosi di Perpustakaan Nasional?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang sudah diuraikan di atas maka tujuan penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis kebutuhan pengguna pada instagram Perpustakaan Nasional
2. Untuk menganalisis kepuasan pengguna pada instagram Perpustakaan Nasional

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi banyak pihak, diantaranya:

Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini mungkin nanti nya akan menjadi acuan dalam mendapatkan peningkatan tentang pengetahuan serta wawasan dan pemahaman dalam bidang ilmu perpustakaan.

Manfaat Praktis

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan untuk memudahkan serangkaian tugas para pustakawan dan dalam hal memberikan informasi kepada pemustaka serta pemustaka diharapkan bisa jauh lebih mudah mengetahui tentang Perpustakaan Nasional.

1.5 Batasan Penelitian

Agar lebih fokus dalam penelitian, maka diberikan pembatasan penelitian yaitu penelitian ini hanya terfokus membahas tentang Pemanfaatan media sosial instagram untuk promosi Perpustakaan Nasional berdasarkan teori uses and gratification dengan syarat hanya pengguna instagram Perpustakaan Nasional dengan waktu penelitian Bulan Januari 2024.