

Analisis isi Konten Media Sosial Sebagai Media Promosi Pada Instagram Perpustakaan Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Banten

Apriyadi^a, Achmad Supandi^b dan Panji Hendrarso^c

^{abc} Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Banten

e-mail : ^a apriyadi.dhie@gmail.com, ^b supandimmsi@gmail.com, ^c panjihendrarso@yahoo.com

Abstrak

Perguruan Tinggi Harus memiliki Perpustakaan untuk mendukung kegiatan pendidikan dan mewujudkan Tridarma perguruan tinggi. Perpustakaan tidak hanya menjadi tempat menyimpan dan mencari buku tetapi lebih dari itu, seperti sebagai pusat informasi dan penyebaran informasi. Banyak cara untuk melakukan promosi perpustakaan, salahsatunya dengan memanfaatkan Media Sosial Instagram, Instagram merupakan salah satu media promosi perpustakaan yang efektif terkait dengan bagaimana konten dibagikan oleh perpustakaan. Pada artikel ini membahas media sosial instagram yang digunakan sebagai alat promosi perpustakaan. Dari latar belakang yang telah penulis sampaikan dapat disimpulkan bahwa rumusan masalah dalam artikel ini adalah Dalam mempromosikan perpustakaan apa saja Konten Instagram yang digunakan oleh Perpustakaan Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Banten? Dan Untuk membantu mempromosikan Fitur Instagram apa saja yang digunakan oleh Perpustakaan Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Banten? Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pengumpulan data menggunakan teknik atau metode observasi tidak langsung melalui akun media sosial Instagram Perpustakaan Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi (STIA) Banten yaitu "*@perpustakaan_stiabanten*". selain itu hasil penelitian yang dilakukan menemukan bahwa pengikut atau follower perpustakaan STIA Banten memperhatikan Design dan Informasi dari konten Instagram "*@perpustakaan_stiabanten*".

Kata Kunci: Media Sosial; Pemasaran; Perpustakaan

Content analysis of social media content as promotional media on Instagram, Banten College of Administrative Sciences Library

Abstract

Universities must have libraries to support educational activities and realize the Tridharma of higher education. The library is not only a place to store and search for books but is more than that, as an information center and information dissemination. There are many ways to promote libraries, one of which is by utilizing Instagram social media. Instagram is an effective library promotion media related to how content is shared by libraries. This article discusses Instagram social media which is used as a library promotion tool. From the background that the author has conveyed, it can be concluded that the problem formulation in this article is: In promoting the library, what kind of Instagram content is used by the Banten College of Administrative Science Library? And to help promote what Instagram features are used by the Banten College of Administrative Science Library? This research uses a qualitative method by collecting data using indirect observation techniques or methods via the Instagram social media account of the Banten College of Administrative Sciences (STIA) Library, namely "@perpustakaan_stiabanten*". Apart from that, the results of the research conducted found that followers of the STIA Banten library paid attention to the design and information from the Instagram content "*@perpustakaan_stiabanten*".*

Keywords: Social media; Marketing; Library

A. PENDAHULUAN

Perguruan Tinggi Harus memiliki Perpustakaan untuk mendukung kegiatan pendidikan dan mewujudkan Tridarma perguruan tinggi. Perpustakaan tidak hanya menjadi tempat menyimpan dan mencari buku tetapi lebih dari itu, seperti sebagai pusat informasi dan penyebaran informasi. Di dalam perpustakaan terdapat berbagai sumber informasi dan bahan bacaan yang

dapat membantu penggunaannya untuk memperluas pengetahuan dan keterampilan. Sebagai pusat informasi seringkali Perpustakaan kurang diminati dan kurang dikenal dikalangan mahasiswa maupun masyarakat umum. Untuk meningkatkan kesadaran mahasiswa dan masyarakat tentang keberadaan perpustakaan maka promosi perpustakaan menjadi sangat penting dalam mengenalkan perpustakaan dan memberikan informasi.

Banyak cara untuk melakukan promosi perpustakaan, seperti kerjasama dengan institusi lain, membuat sebuah website, mempercantik ruang perpustakaan, dan kini hadir banyak media sosial yang akan membantu mempromosikan perpustakaan. Untuk memperkenalkan fungsi perpustakaan, mendorong minat baca, memperkenalkan jasa pelayanan perpustakaan dan memberikan kesadaran kepada mahasiswa dan masyarakat tentang kegiatan perpustakaan maka perpustakaan Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Banten telah memanfaatkan teknologi informasi berupa website, media sosial youtube, whatsapp, facebook, tiktok dan instagram untuk mempromosikan seluruh kegiatan perpustakaan. Pada zaman sekarang masyarakat banyak yang menggunakan media sosial, salah satunya instagram. Instagram menyerupai galeri foto dan video yang banyak sesuai dengan keinginan penggunaannya, dimana antara satu pengguna dengan lainnya dapat melihat hasil foto dan video yang unggah melalui akun Instagramnya dan juga bisa membangun pertemanan melalui Instagram.

Evans dan Ward mengatakan dalam bukunya yang berjudul 'Management Basics for Information Professionals' dalam Fakhlina (2018) bahwa strategi pemasaran penting dalam pusat informasi karena orang-orang perlu mengetahui apa yang dimiliki pusat informasi, adanya strategi yang tepat menjadikan adanya perubahan dalam pusat informasi dengan menyesuaikan kebutuhan informasi masyarakat karena setiap orang membutuhkan informasi.

Pada artikel ini membahas media sosial instagram yang digunakan sebagai alat promosi perpustakaan. Dari latar belakang yang telah penulis sampaikan dapat disimpulkan bahwa rumusan masalah dalam artikel ini adalah

1. Dalam mempromosikan perpustakaan apa saja Konten Instagram yang digunakan oleh Perpustakaan Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Banten?
2. Untuk membantu mempromosikan Fitur Instagram apa saja yang digunakan oleh Perpustakaan Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Banten?

Untuk menganalisis konten dari media sosial instagram Perpustakaan Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Banten menjadikan tujuan dari penelitian ini sehingga dapat dimanfaatkan sebagai media promosi yang efektif di lingkungan Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Banten.

B. METODE

Kualitatif menjadi metode yang di pilih dalam penelitian ini, Metode penelitian kualitatif merupakan suatu penelitian yang digunakan untuk meneliti objek yang alamiah (Prasanti, 2018). Metode kualitatif yang bertujuan untuk memahami suatu fenomena dalam konteks sosial secara alamiah dengan mengedepankan proses interaksi komunikasi yang

mendalam antara peneliti dengan fenomena yang diteliti. Alasan peneliti menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif adalah karena dapat mengungkapkan data-data yang dibutuhkan secara mendalam tentang analisis pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi perpustakaan. Dalam penelitian ini pengumpulan data menggunakan teknik atau metode observasi tidak langsung melalui akun media sosial Instagram Perpustakaan Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi (STIA) Banten yaitu "*@perpustakaan_stiabanten*" dan hasil penelitian akan di perkuat dengan beberapa dokumen atau referensi sekaligus sebagai acuan dalam menganalisis konten promosi Perpustakaan Sekolah Tinggi Ilmu administrasi (STIA) Banten. Adapun cara penggunaan metode tidak langsung dengan langkah-langkah sebagai berikut. Pertama adalah melakukan perencanaan penelitian seperti pemilihan subjek atau fenomena yang akan diamati. Kedua pemilihan lokasi dan waktu. Ketiga penyusunan instrumen observasi. Keempat pelaksanaan observasi dengan cara mengamati fenomena, mencatat dengan cermat dan termasuk faktor-faktor lainnya.



Gambar 1. Metode Observasi tidak langsung
Sumber: (penulis 2024)

C. PEMBAHASAN

1. Gambaran Umum Akun Instagram *@perpustakaan_stiabanten*

Akun Instagram "*@perpustakaan_stiabanten*" merupakan salah satu akun media sosial yang dimiliki dan dikelola oleh staff Perpustakaan Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Banten, akun ini dibuat pada bulan agustus tahun 2018. akun instagram tersebut digunakan untuk mengupload foto dan video berbagai informasi mengenai kegiatan-kegiatan perpustakaan. Tujuan utama dari akun ini adalah untuk mengenalkan dan mempromosikan perpustakaan sekolah tinggi ilmu administrasi banten di kalangan mahasiswa dan masyarakat umum. Dalam melakukan penelitian penulis memanfaatkan fitur analitik Instagram yang berfungsi mengukur kinerja konten yaitu Insight Instagram. Informasi-informasi dari Insight Instagram dapat digunakan untuk memantau dan mengukur performa strategi pemasaran di Instagram. Dari hasil insight, dapat digunakan untuk memperbaiki bagian-bagian yang belum optimal maupun yang berpotensi untuk lebih dioptimasi.



Gambar 2. akun @perpustakaan_stiabanten
Hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis diketahui bahwa jumlah follower Instagram @perpustakaan_stiabanten berjumlah 381 pengikut, 82 postingan seperti tertera pada Gambar 1.



Gambar 3. Gambaran umum
Pada gambar 3 gambaran umum dari hasil Insight Instagram terdapat total pengikut dengan jumlah 381 dan dalam waktu 3 bulan terakhir terhitung tanggal 16 Oktober 2023 samapai dengan tanggal 13 Januari 2024 terdapat 322 akun yang dijangkau dan 30 akun yang berinteraksi dengan akun @perpustakaan_stiabanten.



Gambar 4. kota lokasi pengikut
Berdasarkan analitik instakgram pada Gambar 4 jumlah pengikut terbanyak terdapat dari kota Jakarta sebanyak 37,9%, di ikuti di urutan kedua Pandeglang sebanyak 24,1%, 5% dari wilayah Tangerang, sedangkan serang hanya 2,5% pengikut. Dari pengamatan penulis penulis menyimpulkan bahwa pengikut Instagram @perpustakaan_stiabanten tidak berpengaruh pada tempat atau lokasi perpustakaan STIA Banten itu sendiri tetapi kota Jakarta menjadi pengikut terbanyak dari akun Instagram tersebut.



Gambar 5. Rentang Usia
Rentang Usia pengikut Instagram @perpustakaan_stiabanten di dominasi oleh kelompok umur remaja yaitu 18-24 tahun sebanyak 44,7%, 25-34 tahun sebanyak 31% dan kelompok umur yang paling sedikit mengikuti Instagram ini adalah kelompok umur 65 tahun ke atas sebanyak 0,8% seperti yang telah di jelaskan pada gambar 4.



Gambar 6. Jenis Kelamin
Gambar 6 menjelaskan bahwa jenis kelamin Perempuan menjadi pengikut terbanyak instragram @perpustakaan_stiabanten dengan 60,5% pengikut dan 39,4% pengikut adalah laki-laki.

2. Isi Konten Instagram Sebagai Media Promosi Perpustakaan

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai alat analisis terkait manfaat instagram yang banyak digunakan masyarakat indonesia dan bagian dari media promosi perpustakaan sekolah tinggi ilmu administrasi banten untuk berintraksi dengan mahasiswa dan masyarakat. Konten serta bentuk promosi yang dilakukan oleh @perpustakaan_stiabanten akan di jelaskan melalui bauran promosi.auran promosi sendiri terdiri dari lima hal yang dapat di analisis yakni periklanan, penjualan, personal, promosi penjualan, hubungan masyarakat, dan pemasaran langsung (Faisal & Rohmiyati, 2017). Bauran promosi ini telah membantu peneliti untuk menganalisis pemanfaatan Instagram Perpustakaan Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Banten untuk melakukan promosi dan komunikasi di era digital. Untuk lebih jelasnya peneliti memaparkan hasil penelitian sebagai berikut:

2.1. Pemanfaatan Instagram sebagai Media Promosi dalam Periklanan

Menurut M. Suyanto (2007:143), mendefenisikan "Periklanan adalah penggunaan media bauran oleh penjual untuk mengkomunikasikan informasi persuasif tentang produk, jasa atau pun organisasi dan merupakan alat promosi yang kuat".

Periklanan memiliki tujuan untuk mengajak atau membujuk orang yang membacanya untuk merespon terhadap layanan yang di iklankan. Perpustakaan dapat memanfaatkan periklanan untuk mengajak atau membujuk pemustaka merespon iklan yang di unggah di instagram.

Instagram dapat di gunakan untuk menampilkan suara, teks, warna, video dan foto sehingga iklan yang di tampilkan akan lebih menarik untuk di baca dan di simak. Follower instagram perpustakaan dapat mengikuti konten-konten informasi perpustakaan sehingga akan merubah pemahaman bahwa perpustakaan bukan hanya sebagai media penyimpanan buku tetapi sebagai pusat informasi. Berdasarkan fungsi periklanan yang telah dijelaskan sebelumnya, hasil analisis dari postingan Perpustakaan Perpustakaan STIA Banten dapat dikatakan memenuhi fungsi promosi periklanan untuk mengajak atau membujuk pembaca merespon iklan yang telah di posting.



Gambar 7. Informasi Jam Layanan

2.2. Pemanfaatan Instagram Sebagai Promosi Penjualan Personal

Penjualan Personal dapat dilakukan dalam berbagai industri dan sektor, termasuk perpustakaan untuk melakukan interaksi secara langsung dengan pelanggan perpustakaan dapat mengenalkan diri kepada pemustaka atau masyarakat luas dengan cara personal selling.

Menurut (Faisal & Rohmiyati, 2017) manfaat adanya penjualan personal dalam media sosial khususnya instagram yakni lebih banyak perhatian pada produk tersebut, menyampaikan pesan sesuai kebutuhan konsumen dan penjual, adanya umpan balik yang lebih dikenalnya karakter konsumen, lebih banyak informasi yang dikomunikasikan, dan yang terakhir adalah dapat menunjukkan fungsi serta karakter dari produk yang ditawarkan.



Gambar 8. Kegiatan diskusi perpustakaan
Tujuan utama personal selling adalah memperkenalkan perpustakaan dengan cara bertatap muka langsung dengan calon pelanggan selain itu personal selling bertujuan menarik minat pemustaka untuk berkunjung ke perpustakaan.

2.3. Pemanfaatan Instagram sebagai Promosi dalam Promosi Penjualan

Dalam meningkatkan penjualan sebuah produk perlu di lakukan promosi penjualan, misalnya seperti ulasan produk baik melalui sebuah postingan. Promosi penjualan banyak digunakan untuk mengenalkan produk atau jasa kepada pelanggan. Dari promosi ini diharapkan bisa memberikan daya tarik agar perpustakaan lebih banyak pengunjungnya. Tujuan promosi penjualan tidak lain untuk memberikan informasi produk baik produk.

Perpustakaan STIA Banten memeberikan 3 hadiah kepada 3 orang pengunjung yang paling aktif mengunjungi perpustakaan dan memberikan hadiah kepada follower setiap tahunnya. Secara tidak langsung tentu perpustakaan mengharapkan follower tersebut berkunjung ke perpustakaan dan memanfaatkan fasilitas yang ada di perpustakaan.

2.4. Pemanfaatan Instagram sebagai Promosi dalam Hubungan Masyarakat

Untuk meningkatkan eksistensi di era digital, perpustakaan perlu melakukan perubahan dimulai dari dalam perpustakaan terlebih dahulu, seperti cara pengelolaan perpustakaannya. Setelah melakukan perubahan di dalam lembaga, perpustakaan perlu juga memperbaiki hubungan dengan penggunanya atau publiknya, bisa dengan melakukan kegiatan yang dapat menarik perhatian masyarakat semisal mempromosikan perpustakaan guna memperbaiki citra di masyarakat.



Gambar 9. Kegiatan Perpustakaan

Perpustakaan sering melakukan kegiatan-kegiatan dan kegiatan tersebut di posting melalui instagram. Dengan memposting kegiatan perpustakaan, pengelola menyampaikan berita apa saja yang telah dilaksanakan di perpustakaan dan apa saja yang ada di perpustakaan. Salah satu cara perpustakaan dalam hubungan masyarakat ini adalah dengan mempublikasikan kegiatan atau program-program perpustakaan.

2.5. Pemanfaatan Instagram sebagai Promosi dalam Pemasaran Langsung

Pemasaran langsung adalah sistem pemasaran yang menggunakan media iklan atau saluran saluran langsung kepada konsumen untuk memudahkan suatu pemasaran produk dalam menjangkau dan meyerahkan produk kepada konsumen membutuhkan produk tersebut tanpa menggunakan perantara pemasaran. dari pengertian tersebut perpustakaan STIA Banten telah melakukan pemasaran secara langsung melalui media sosial instagram. Ini merupakan komunikasi dua arah yang menciptakan suatu hubungan yang baik antara pustakawan dengan pemustaka. Komunikasi dua arah pada akun instagram menggunakan Direct Message atau melalui kolom komentar, bahkan dengan fitur live instagram perpustakaan dapat melakukan pemasaran secara langsung tanpa ada batasan jarak.

3. Hasil Observasi

Hasil Penelitian yang dilakukan menemukan bahwa untuk memperbanyak pengikut atau follower perpustakaan STIA Banten memperhatikan Design, Informasi, produk layanan, Foto kegiatan, Giveaway dan fitur-fitur instagram dengan baik sehingga menumbuhkan citra perpustakaan yang baik dan akan menambah pengikut-pengikut baru.



Gambar 10. Hasil Observasi

Sumber : Penulis (2024)

Dalam mempromosikan perpustakaan melalui media sosial Perpustakaan STIA Banten memperhatikan isi konten dengan mengutamakan Design, Informasi, produk layanan, Foto kegiatan, Giveaway dan fitur-fitur Instagram untuk mendorong keberhasilan promosi dan berkomunikasi dengan pengguna lain melalui chat atau komentar.

D. KESIMPULAN DAN SARAN

1. Kesimpulan

Kesimpulan dari penulisan ini adalah bahwa Promosi sebagai salah satu kegiatan pemasaran perpustakaan serta media sosial dapat digunakan sebagai media promosi perpustakaan dengan memperhatikan teori bauran promosi. Media Sosial Instagram menjadi sarana untuk mempermudah pustakawan melakukan promosi dan berkomunikasi dengan pengguna dan pengikut instagram "@perpustakaan_stiabanten". Perpustakaan

STIA Banten menggunakan media sosial berupa Instagram sebagai media promosi untuk mengkomunikasikan layanan-layanan, kegiatan-kegiatan, dan kekayaan sumber referensi yang dimilikinya kepada para pengguna.

2. Saran

Perpustakaan STIA Banten harus lebih aktif dalam memanfaatkan media sosial instagram untuk menginformasikan seluruh kegiatan perpustakaan dan memberikan informasi yang bermanfaat bagi pengguna jasa perpustakaan.

Notes on Contributors :

Apriyadi, S.Kom adalah Mahasiswa Pascasarjana jurusan Magister Administrasi Bisnis Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Banten,.

Dr. Achmad Supandi, S, Kom, MMSI., Doktor Ilmu Administrasi dari Universitas Brawijaya, dan juga Koordinator Bidang Penyelenggaraan Pusat Pendidikan dan Pelatihan BMKG, Ketua Tim BMKG Corporate University / Widyaiswara Madya BMKG PUSDIKLAT dan dosen di STIA BANTEN, Indonesia, *Editorial Board* Jurnal Widya Climago, *Reviewer Journal of Politics and Democracy*. (Scopus ID: 57297780200 , Google Scholar: dan Sinta ID: 6858747).

Dr. Ir. Panji Hendrarso, M.M., adalah Ketua Pembina Yayasan Kemandirian Banten dan juga Dosen Tetap jenjang Jabatan Akademik Assistant Professor pada Program Studi Administrasi Bisnis S2 di Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Banten. (SINTA ID 6820535).

REFERENSI

- Faisal, I. A., & Rohmiyati, Y. 2017. *Analisis Pemanfaatan Media Instagram* Sebagai. Repository Fakultas Ilmu Budaya Univ. Diponegoro, Vol 6(4), p 10.
- Fakhlina, R. J. 2018. *Guerilla Marketing: Taktik Perpustakaan untuk Eksis dalam Menghadapi Generasi Milenial*. Jurnal Perpustakaan, Arsip dan Dokumentasi, 10(2), 133-146. <https://doi.org/10.15548/shaut.v10i2.79>
- Henry Simamora. 2000. *Basis Pengambilan Keputusan Bisnis Salemba Empat*. Jakarta.
- M. Suyanto. 2007. *Marketing Strategy Top Brand Indonesia*. Yogyakarta: Andi.
- Prasanti, D. 2018. *Penggunaan Media Komunikasi Bagi Remaja Perempuan dalam pencarian Informasi kesehatan*. LONTAR: Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol 6(1), p 13-21.