

**PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI
SARANA PROMOSI PADA PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS
ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA**

SKRIPSI

OLEH

JULI ANGGRAINI

NIM: 0601163063



**PROGRAM STUDI ILMU PERPUSTAKAAN
FAKULTAS ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA**

UTARA

MEDAN

2021



**PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI SARANA PROMOSI
PADA PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA**

SKRIPSI

**Diajukan Kepada Fakultas Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sumatera Utara
Medan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratn Memperoleh Gelar
Sarjana Ilmu Perpustakaan (S-1)**

OLEH:

JULI ANGGRAINI

NIM: 0601163063

Mengetahui

Pembimbing Skripsi I

Pembimbing Skripsi II

Dr. Fauziah Lubis S.H.,M.Hum

NIDN: 2028057104

Neila Susanti.S.Sos.,M.Si

NIDN: 2028076902

**PROGRAM STUDI ILMU PERPUSTAKAAN
FAKULTAS ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA**

MEDAN

2021

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Kepada
Yth. Dekan Fakultas Ilmu Sosial
UIN Sumatera Utara
Di Medan

Assalamu'alaikum wr.wb

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi Saudara :

Nama : Juli Anggraini

NIM : 0601163063

Judul Skripsi : Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Pada Perpustakaan Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Sudah dapat diajukan ke Fakultas Ilmu Sosial Program Studi Ilmu Perpustakaan UIN Sumatera Utara sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S-1).

Dengan ini kami mengharap agar skripsi Saudara tersebut di atas dapat segera di munaqasyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Medan, 18 Februari 2021

Pembimbing I



Dr. Fauziah Lubis S.H., M.Hum
NIDN. 2028057104

Pembimbing II



Neila Susanti S.Sos., M.si
NIDN. 2028076902



UIN
SUMATERA U
MEDAN

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi berjudul “ **Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Pada Perpustakaan Universitas Islam Negeri Sumatera Utara**” an. Juli Anggraini, Nim. 0601163063 Program Studi Ilmu Perpustakaan Telah di Munaqasyahkan dalam sidang Munaqasyah Fakultas Ilmu Sosial UIN Sumatera Utara medan pada tanggal 18 Februari 2021.

Skripsi ini telah diterima untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Ilmu Perpustakaan (S.I.P) pada Program Studi Ilmu Perpustakaan.

DEWAN PENGUJI

Ketua Prodi Ilmu Perpustakaan

Sekretaris

Dr. Abdul Karim Batubara, M.A
NIDN. 2012017003

Franindya Purwaningtyas, M.A
NIDN. 2013099001

Anggota Penguji

Penguji I

Penguji II

Dr. Abdul Karim Batubara, M.A
NIDN. 2012017003

Faisal Rizal, M.A
NIDN. 2007068201

Pembimbing I

Pembimbing II



Dr. Fauziah Lubis S.H., M.Hum
NIDN. 2028057104

Neila Susanti S.Sos., M.Si
NIDN. 2028076902

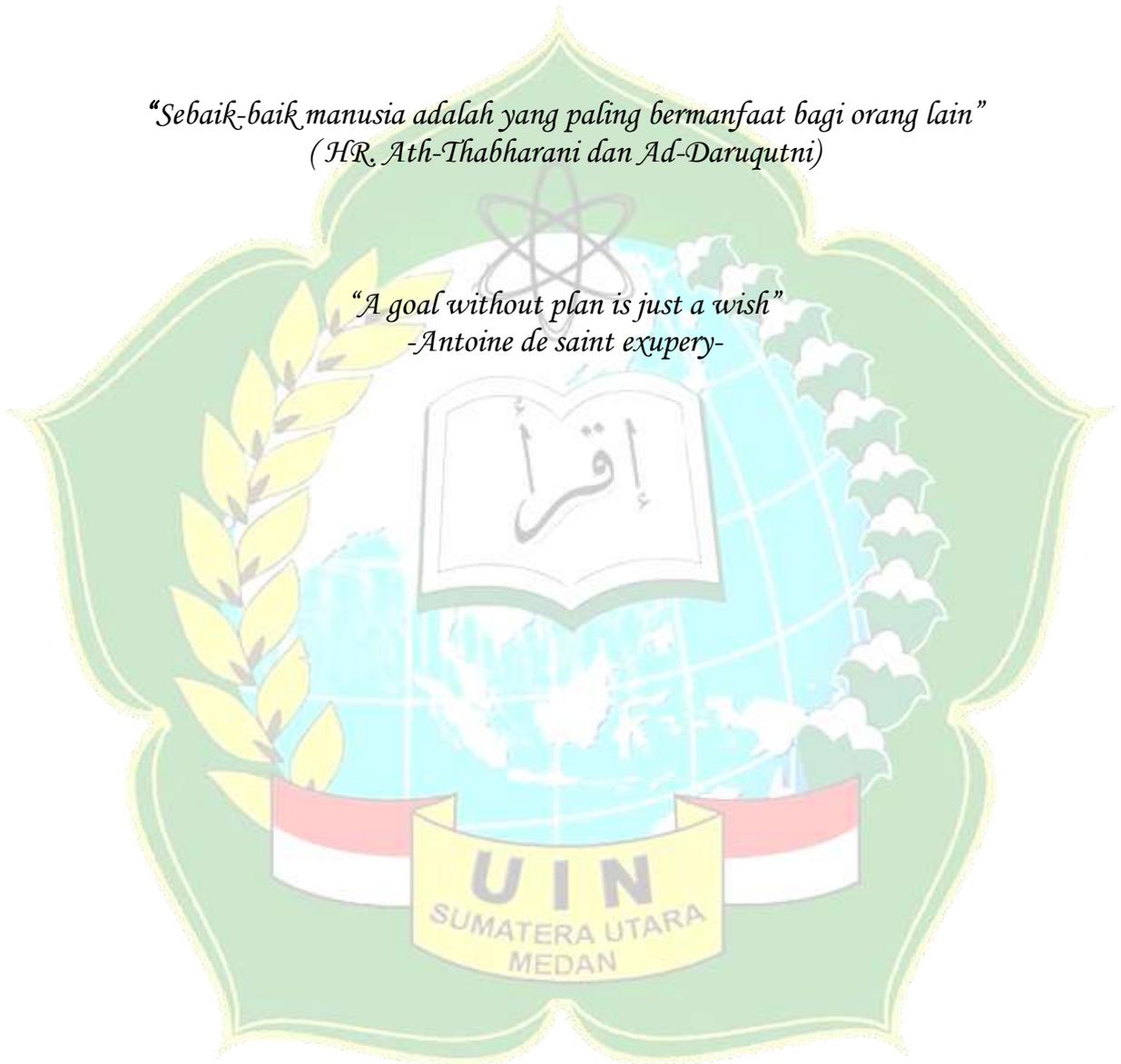
**Mengetahui,
Dekan FIS UINSU**

Dr. Maraimbang, M.A
NIP. 196906291997031003

MOTO

*“Sebaik-baik manusia adalah yang paling bermanfaat bagi orang lain”
(HR. Ath-Thabharani dan Ad-Daruqutni)*

*“A goal without plan is just a wish”
-Antoine de saint exupery-*



PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahiim.....

Sesungguhnya setelah kesusahan itu akan ada kemudahan maka apabila kamu selesai (dari urusan), maka kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain dan hanya kepada Allah SWT hendaknya kamu berharap. (QS AL-Insyira : 6-8)

Syukur Alhamdulillah...

*Dengan rahmad-mu ya Allah akhirnya aku mampu menempuh
Sebuah perjalanan yang penuh tantangan
Berhasil kutempuh dengan suka dan duka
Terus melangkah terlatih, tidak menyerah meski terjatuh
Tidak merunduk meski terbentur demi menggapai cita-citaku
Walaupun dengan cobaan, rintangan dan air mata
Namun aku tak pernah putus asa untuk terus berusaha dan berdo'a kepadamu
Karena hanya kepada-Mu lah aku bersujud dan bersyukur.*

Ya Allah...

*Berikanlah manfaat atas ilmu yang telah engkau karuniakan kepadaku
Dan ridhoilah segenap langkah ku dalam menggapai cita-citaku*

Duhai Ibundaku....

*Do'a mu yang teramat tulus selalu iringi kesuksesanku
Kasih sayangmu semakin dalam hatiku
Belaianmu hadirkan semangat dalam jiwa ku
Pengorbanan dan jasmu yang tak berujung
Takkan mampu menggantikan dengan apapun di dunia ini
Terimakasih telah melahirkanku dan menjadi malikat pelindung bagiku*

Duhai ayahandaku....

*Petuahmu laksana embun yang menyejukan sanubariku
Melihatmu menjadi bekal dalam hidupku, aku akan selalu menjadi putri kecilmu yang selalu mencintaimu
Aku menangis merenungi nasehatmu, aku tergoyah merasakan nasehatmu
Aku selalu yakin dengan dukungan mu hingga saat ini
Terimakasih telah menjadi obat dan penawar dalam hidupku*

Dosen pembimbing Dr. Fauziah Lubis, S.H.,M.Hum dan Neila Susanti, S.Sos.,M.Si

Terimakasih dengan keikhlasan mu dalam membimbingku selama proses menyelesaikan skripsi dan telah banyak meluangkan waktu guna mengarahkan dan memotivasi disetiap kesusahanku dalam menulis skripsi, jasmu takkan pernah terlupakan di benakku.

Dengan ridha Allah dan keikhlasan hati kupersembahkan karya tulis ini kepada Ibunda ku tercinta Rosmaniar. Untuk Ayahanda ku Amri, Adik-adik ku sayang Dinda Indah Apriana dan Anugrah Husni, dan seluruh keluarga besarku.

Atas segala do'a yang telah kalian berikan dalam menggapai cita-cita demi cerahnya masa depan. Kepada sahabat-sahabat ku yang selalu bersama dalam suka dan duka.

Berkat do'a dan dukungan teman semualah menghantarkanku kegerbang kesuksesan.

Terima kasih atas nikmat dan rahmat-Mu yang agung ini, hari ini hamba bahagia sebuah perjalanan panjang dan gelap, telah kau berikan secerah cahaya terang meskipun hari esok penuh teka-teki dan tanda tanya yang aku sendiri belum tau pasti jawabnya.

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Juli Anggraini
NIM : 0601163063
Program Studi : Ilmu Perpustakaan
Fakultas : Ilmu Sosial
Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Sarana
Judul Skripsi : Promosi Pada Perpustakaan Universitas Islam Negeri
Sumatera Utara

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa naskah Skripsi ini secara keseluruhan merupakan asli hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang telah dirujuk sumbernya. Jika dikemudian hari terbukti melakukan plagiasi, maka saya siap ditindak sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku serta gelar yang telah diberikan batal saya terima.

Medan, 25 Desember 2020

Yang menyatakan,



Juli Anggraini
NIM.0601163063

ABSTRAK



Nama : Juli Anggraini
NIM : 0601163063
Judul Skripsi : Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Pada Perpustakaan Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Penelitian ini membahas mengenai Pemanfaatan *Instagram* Sebagai Sarana Promosi Pada Perpustakaan Universitas Islam Negeri Sumatera Utara. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pemanfaatan *Instagram* sebagai sarana promosi di perpustakaan UIN-SU. Metode penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Sedangkan teknik pengumpulan data adalah survey, wawancara, dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan transkrip data hasil wawancara, reduksi data dan analisis data untuk menarik kesimpulan. Teknik pengujian keabsahan data menggunakan teknik triangulasi yakni, triangulasi data, teori dan metode. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perpustakaan telah memanfaatkan *Instagram* sebagai sarana promosi dengan baik. Konten yang dipromosikan berupa informasi dan kegiatan terkait perpustakaan UIN-SU. Kendala yang dihadapi perpustakaan UIN-SU dalam pemanfaatan media sosial *Instagram* sebagai sarana promosi adalah terkait dengan kurangnya SDM yang berkompeten dibidang desain grafis untuk mengoptimalkan kegiatan promosi perpustakaan.

Kata Kunci: *Instagram, Promosi, Promosi Perpustakaan.*

ABSTRACT



Name : Juli Anggraini

NIM : 0601163063

Thesis Title : Utilization Of Instagram Social Media As A Promotion Tool At The North Sumatera Utara Islamic University Library

This study discusses the use of Instagram as a means of promotion at the North Sumatra State Islamic University Library. The purpose of this study was to determine the use of Instagram as a means of promotion in the UIN-SU library. This research method uses descriptive research with a qualitative approach. While the data collection techniques are surveys, interviews, documentation. The data analysis technique uses interview data transcripts, data reduction and data analysis to draw conclusions. The technique of testing the validity of the data uses triangulation techniques, namely, data triangulation, theories and methods. The results of this study indicate that the library has used Instagram as a means of promotion well. The promoted content is in the form of information and activities related to the UIN-SU library. The obstacle faced by the UIN-SU library in utilizing Instagram social media as a means of promotion is related to the lack of competent human resources in the field of graphic design to optimize library promotion activities.

Keywords: Instagram, Promotion, Library Promotion.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahahirabbil'alamin, puji dan syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul : **“Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Pada Perpustakaan Universitas Islam Negeri Sumatera Utara”**. Shalawat dan salam tak lupa penulis ucapkan pada Baginda Rasulullah Muhammad SAW, sebagai suri tauladan yang baik bagi manusia.

Penulis juga mengucapkan banyak terima kasih teristimewa kepada orang tua yang telah memberikan waktu, biaya tentunya semangat yang kuat sehingga penulis bisa menyelesaikan studi sampai sekarang ini.

Skripsi ini disusun dan diajukan untuk memenuhi persyaratan dalam menyelesaikan studi untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Perpustakaan (S.IP) pada Program Studi Ilmu Perpustakaan, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.

Penulis mengucapkan terimakasih kepada pihak-pihak yang telah memberikan bantuan, motivasi dan juga do'a, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Tentunya penulis menyampaikan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada yang paling berjasa dikehidupan penulis yaitu Ayah Amri dan Ibu Rosmaniar yang sudah berjuang sehingga penulis bisa menikmati Pendidikan sampai sekarang ini dan tidak lupa kepada yang terhormat:

1. Bapak Prof. Dr. Syahrin Harahap, M.A selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
2. Bapak Dr. Maraimbang, M.A selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
3. Bapak Dr. Abdul Karim Batubara, M.A selaku Ketua Program Studi Ilmu Perpustakaan Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
4. Ibu Franindya Purwaningtyas, M.A selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Perpustakaan Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
5. Ibu Dr. Fauziah Lubis S.H., Hum selaku Pembimbing Skripsi I yang telah bersedia dan meluangkan waktu untuk membimbing, membantu, mengarahkan dan menuntun penulis untuk menyelesaikan skripsi ini dengan tulus dan ikhlas.
6. Ibu Neila Susanti S.Sos., M.Si selaku Pembimbing II yang telah bersedia dan meluangkan waktu untuk membimbing, membantu, mengarahkan dan menuntun penulis untuk menyelesaikan skripsi ini dengan tulus dan ikhlas.
7. Segenap Dosen dan Staf Fakultas Ilmu Sosial yang telah banyak membantu dan memberikan arahan dan motivasi.

8. Terimakasih kepada kepala Perpustakaan Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Triana Santi, S.Ag, SS, MM. yang telah mengizinkan penulis melakukan penelitian di tempat tersebut.
9. Terimakasih kepada Ibu Novita Sari S. Sos dan Ibu Nurul Hidayah Siregar Amd yang telah membantu saya selama penelitian, memberikan arahan, dan masukan.
10. Terimakasih kepada pustakawan maupun staf-staf yang ada di perpustakaan Universitas Islam Negeri Sumatera Utara dan tentunya tidak lupa dengan juga kepada informan penelitian yang sudah bersedia dan membantu dalam penulisan skripsi tersebut.
11. Terimakasih kepada Saudara kandung Adik-adik ku tersayang Dinda Indah Apriana dan Anugrah Husni, yang banyak memberikan support demi bertahannya semangat penulis.
12. Teman-teman seperjuangan Program Studi Ilmu Perpustakaan Universitas Islam Negeri Sumatera Utara stambuk 2016 yang telah berjuang bersama-sama dan saling memberikan semangat satu sama lain.
13. Serta pihak-pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah berkenan dalam memberikan waktu dan tenaganya kepada penulis.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih terdapat kekurangan baik dari segi tata bahasa maupun materi yang terkandung didalamnya. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis membuka diri untuk menerima segala saran dan kritik yang bersifat membangun dari semua pihak yang mengarah kepada perbaikan skripsi ini.

Akhir kata penulis berharap skripsi ini dapat berguna, memberi manfaat dan menjadi sumber informasi bagi pembaca. Dan penulis mengucapkan terima kasih.

Medan, 18 Februari 2021

Penulis

Juli Anggraini

Nim: 0601163063

DAFTAR ISI

SAMPUL	
HALAMAN JUDUL	
PERSETUJUAN PEMBIMBING	
PENGESAHAN	
MOTO	
PERSEMBAHAN	
PERNYATAAN PENULISAN SKRIPSI	
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR GAMBAR DAN TABEL.....	viii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Batasan Masalah.....	6
C. Rumusan Masalah	6
D. Tujuan Penelitian	7
E. Manfaat Penelitian	7
F. Kajian Terdahulu.....	7
BAB II LANDASAN TEORITIS.....	9
A. Perpustakaan Perguruan Tinggi	9
1. Pengertian Perpustakaan Perguruan Tinggi	9
2. Tujuan Perpustakaan Perguruan Tinggi	9
3. Layanan Perpustakaan.....	10
4. Karakter Pemustaka	10
B. Promosi	13
1. Pengertian Promosi Perpustakaan	13
2. Unsur-unsur Promosi Perpustakaan	14
3. Tujuan Promosi Perpustakaan.....	15
4. Faktor Keberhasilan Kegiatan Promosi Perpustakaan	16
5. Cara-cara Promosi Perpustakaan.....	17
6. Media Promosi Perpustakaan.....	18
C. Instagram.....	24

1. Sejarah Instagram.....	24
2. Promosi Perpustakaan Melalui Instagram.....	26
BAB III METODE PENELITIAN	28
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	28
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	28
C. Subjek Penelitian.....	29
D. Sumber Data.....	29
E. Pemilihan Informan.....	30
F. Instrument Penelitian	31
G. Teknik Pengumpulan Data.....	32
H. Teknik Analisis Data.....	33
I. Teknik Pengujian Keabsahan Data	33
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	35
A. Profil Objek Penelitian	35
Profil Perpustakaan UIN-SU.....	35
1. Visi dan Misi perpustakaan UIN-SU	36
2. Struktur Organisasi Perpustakaan UIN-SU.....	37
3. Lokasi.....	38
4. Layanan Perpustakaan UIN-SU	38
5. Koleksi Perpustakaan UIN-SU	38
6. Tata Tertib Perpustakaan UINSU	39
B. Hasil Penelitian	40
1. Pemanfaatan Media Sosial Instagram sebagai Sarana Promosi pada Perpustakaan UIN-SU	40
2. Kendala Pemanfaatan Media Sosial <i>Instagram</i> pada Perpustakaan UINSU	46
C. Pembahasan.....	47
1. Pemanfaatan Media Sosial <i>Instagram</i> Sebagai Sarana Promosi Perpustakaan UIN-SU.....	47
2. Kendala Pemanfaatan Media Sosial <i>Instagram</i> Pada Perpustakaan UINSU	52
BAB V PENUTUP	53
A. Kesimpulan	53

B. Saran.....53
DAFTAR PUSTAKA55
LAMPIRAN-LAMPIRAN



DAFTAR GAMBAR DAN TABEL

Gambar 1.1	5
Tabel 1.2.....	37
Tabel 1.3.....	37



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perpustakaan berfungsi sebagai pusat informasi, serta sumber pengetahuan, penelitian, dan kemajuan ilmu pengetahuan. Perpustakaan juga berfungsi sebagai tempat relaksasi. Sehingga, keberadaan perpustakaan di tengah-tengah masyarakat dianggap kritis, karena keberadaan perpustakaan suatu bangsa dapat menunjukkan perkembangan atau kemundurannya. Perpustakaan menjadi tempat untuk menyimpan hasil kekayaan intelektual bangsa itu sendiri disimpan dan dilestarikan agar dapat menginformasikan suatu ilmu pengetahuan bagi generasi penerusnya. Ada lima jenis perpustakaan, menurut Undang-Undang Nomor 43 Tahun 2007, Bab 7 pasal 22. Perpustakaan perguruan tinggi adalah salah satunya.

Perpustakaan universitas merupakan salah satu jenis perpustakaan yang banyak terdapat di perguruan tinggi serta sering dimanfaatkan oleh kalangan akademisi. Perpustakaan universitas sebagai salah satu unsur penunjang pendidikan turut membantu terwujudnya visi dan tujuan lembaga. Perpustakaan tidak hanya diam menanti kedatangan pengunjung ke perpustakaan untuk mencari informasi ketika pelaksanaan kegiatannya. Perpustakaan harus meningkatkan kualitas pelayanannya dengan begitu keberadaannya diakui sebagai sumber informasi bagi penggunanya, meskipun banyak jenis pengguna yang tidak menyadari, banyak yang menggunakan layanan ini sendiri. Melakukan promosi, seperti memaparkan koleksi dan fasilitas perpustakaan kepada pelanggan, merupakan salah satu cara untuk menyadarkan masyarakat akan layanan yang tersedia di perpustakaan. Hal ini membantu pengguna menyadari nilai perpustakaan.

Promosi adalah teknik yang dapat digunakan perpustakaan untuk berkomunikasi secara luas antara perpustakaan dan penggunanya; dengan kata lain, promosi adalah alat yang dapat digunakan untuk mempengaruhi, menarik perhatian, dan menginformasikan kepada masyarakat tentang visi, maksud, tujuan, dan layanan perpustakaan. Dengan mempromosikan institusi, koleksi,

sistem, dan jenis layanan, promosi adalah salah satu komponen pemasaran, dan ada metode penyampaian informasi kepada pengguna. Pengguna akan mengetahui koleksi apa saja yang tersedia dan layanan apa saja yang tersedia, sedangkan mereka yang belum mengenal atau belum pernah menggunakan layanan akan mengenalinya dan tertarik untuk mengunjungi atau menggunakannya, sehingga terjadi peningkatan pengunjung dan peningkatan penggunaan perpustakaan sebagai jasa pelayanan. Hal ini adalah bagaimana harapan yang diinginkan.

Sebagai mana sabda Nabi *shallallahu alaihi wassalam* menyampaikan firman Allah *subhanallahu wa ta'ala* yang turunkan kepada beliau. Meski hanya satu ayat, Nabi *Shallallahu 'alaihi wa sallam* mengimbau umatnya untuk mengomunikasikan apa pun yang mereka dengar darinya, Nabi Muhammad *shallallahu alaihi wassalam* bersabda:

بَلِّغُوا عَنِّي وَلَوْ آيَةٌ.....

Artinya: “Sampaikanlah dariku walau hanya satu ayat” (HR. Bukhari).

Dijelaskan oleh Ibnu hajar rahimahullah, *ولو آية* yang dimaksud yaitu meskipun hanya satu ayat, setiap orang yang mendengarnya hendaknya segera mengkomunikasikan informasi berupa ilmu dari Rasulullah yang telah diperolehnya, walaupun hanya sedikit, agar semua ilmu yang datang dari Nabi *shallallahu alaihi wassalam* terus bersambung.

Berdasarkan hadits yang dijelaskan diatas Nabi *shallallahu alaihi wassalam* memerintahkan kepada seluruh umat muslimin baik laki-laki maupun perempuan untuk segera memberikan ilmu yang bermanfaat yang mereka miliki, sebab mustahil bagi seorang muslim jika tidak mempunyai sedikitpun ilmu yang berkaitan dengan agama islam (Haq, 2019). Alhasil baik pihak perpustakaan, lembaga informasi atau siapapun itu diperintahkan untuk menyampaikan dan menyebarkan ilmu/ informasi yang diketahui meskipun hanya sedikit yang dimilikinya, karena tidak menutup kemungkinan ilmu yang kita berikan bermanfaat bagi orang lain walaupun hanya sedikit.

Allah SWT, berfirman dalam QS. Al-Maidah/5: 97.

جعل الله الكعبة البيت الحرام قيماً لنا و ما اشهر الحرم والحدي والقلاد, ذلك لتعلموا ان الله يعلم ما في السموات وما في الارض وان الله بكل شيء عليم

Artinya: Allah telah menjadikan ka'bah, rumah suci tempat manusia berkumpul. Demikian pula bulan haram, Hadyu, dan Qala'id. Yang demikian itu agar kamu mengetahui, bahwa Allah mengetahui apa yang ada dilangit dan apa yang ada di bumi dan bahwa Allah maha mengetahui segala sesuatu.

Ayat tersebut menjelaskan tentang Allah SWT. Telah dinyatakan dalam firman-Nya kepada kita bahwa Ka'bah dan sekitarnya menjadi tempat yang aman dan nyaman bagi manusia untuk menjalankan urusan duniawi dan ukhrawi serta sebagai pusat pelaksanaan haji, hal tersebut terkait dengan memperkenalkan ka'bah sehingga dengan begitu ummat muslim mengetahui bahwa ka'bah merupakan rusng yang nyaman dan tentram serta sebagai pusat untuk melakukan ibadah haji. Dengan demikian, ada banyak orang dari seluruh dunia mengunjungi ka'bah.

Selanjutnya dikatakan bahwa Ka'bah yang merupakan kiblat umat muslim dan yang berkaitan dengan duniawi dan ukhrawi, bulan haram (bulan Dzulkaidah, Dzulhijjah, Muharram dan Rajab), tanah haram (Mekah) dan ihram (bulan yang diharamkan untuk melakukan perperangan) merupakan semua contoh hal-hal yang diberitahukan (diperkenalkan) oleh Allah melalui wahyu yang kemudian dimediasi dengan Al-quran. Orang yang memperoleh informasi melalui promosi yang baik yang menekankan prinsip-prinsip Islam akan memperoleh pengetahuan.

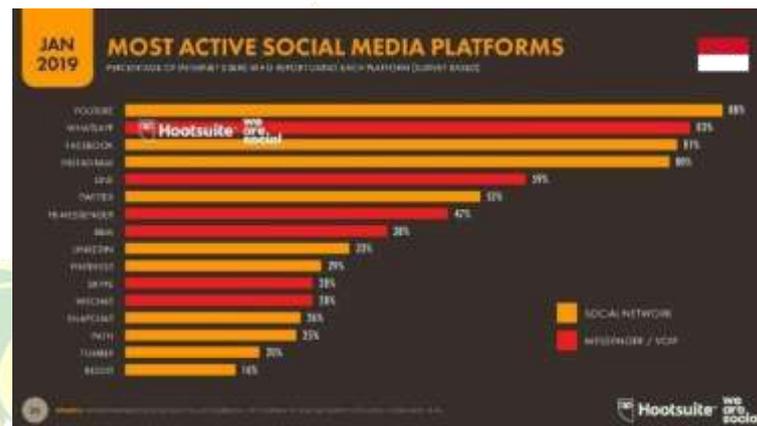
Semua kegiatan yang terkait dengan layanan perpustakaan harus dipromosikan agar konsumen mengetahui dan memahaminya. Dalam rangka mendukung kegiatan pemustaka khususnya mahasiswa, dosen dan pegawai Universitas Islam Negeri Sumatera Utara berusaha terus mengembangkan sistem pelayanan diperpustakaan, Perpustakaan Universitas Islam Negeri Sumatera Utara juga telah menyelenggarakan berbagai acara promosi untuk mendorong mahasiswa membaca dan memperkenalkan perpustakaan kepada mahasiswa dan

civitas akademika. Pada saat ini perpustakaan harus dapat menyesuaikan dengan perkembangan zaman. Sebagaimana dikatakan S.R. Ranganathan yang ke lima dalam lima hukumnya perihal ilmu perpustakaan yang kaitannya dengan eksistensi perpustakaan yaitu “ *Library is a growing organism*” atau perpustakaan merupakan organisme yang berkembang. Perpustakaan saat ini mulai berkembang pesat seiring berjalannya waktu, perpustakaan perlu sekali menyesuaikan dengan keadaan saat ini sehingga dapat memberikan pelayanan terbaik untuk para penggunanya. Sejalan dengan perkembangan teknologi saat ini, perpustakaan pun harus menyesuaikan dengan keadaan yang ada, saat ini dikenal dengan generasi milenial.

Persepsi generasi milenial saat ini adalah mereka ingin serba cepat dalam menerima suatu informasi dari manapun namun harus benar-benar bisa dipercaya informasinya. Perkembangan teknologi saat ini yang dapat meningkatkan interaksi antara individu dengan individu lainnya adalah media sosial. Perpustakaan dapat memanfaatkan media sosial sebagai alat promosi untuk menyebarkan informasi tentang layanan yang diberikan perpustakaan. Salah satu media sosial yang banyak digunakan oleh masyarakat khususnya generasi muda adalah instagram (Matthews, 2014). *Instagram* termasuk dalam media sosial yang berfokus pada konten berupa gambar dan video. Kebiasaan masyarakat era digital yang lebih menyukai hal ringkas dan berbentuk visual yang menarik ini, kemudian juga membuat *Instagram* kian disukai banyak kalangan muda (Mardina, 2017).

Instagram adalah aplikasi *share* foto dan video dimana *followers* dapat melihat dan saling berkomentar dari peng-upload foto atau video tersebut dengan sesama pengguna. Penamaan pada instagram bermula dari frasa *insta* dan *gram*, dimana “*insta*” dari kata *instant* dan “*gram*” dari kata *telegram*, pada penamaan tersebut sudah bisa disimpulkan yaitu cara untuk menginformasikan atau berbagi foto dengan orang lain secara cepat dan praktis. Foto berbentuk bujur sangkar, yang membuatnya tampak seperti diambil dengan kamera palaroid, serta tidak seperti gambar lain yang menggunakan rasio, seperti pada kamera analog. Kevin systrom dan mike krieger menciptakan Instagram yang memulai debutnya pada oktober 2010 (Kaur, 2016).

Indonesia saat ini merupakan salah satu pengguna Instagram paling aktif di dunia. Di Indonesia, jumlah pengguna Instagram telah melampaui 53 juta, menyiratkan bahwa Instagram digunakan oleh hampir semua pengguna *smartphone* di negara ini. Dengan demikian, Indonesia menempati peringkat ke tiga dunia setelah amerika serikat, dan Brazil dalam penggunaan instagram (Ramadhan, 2018).



Gambar 1.1 Pengguna Aktif Instagram Di Indonesia.

(sumber : <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2019/>)

Menurut (Kemp, 2019) hasil survei yang dilakukan oleh *hotsuite and we are social*, sebuah situs layanan manajemen konten yang menyediakan layanan media online yang terhubung dengan banyak situs jejaring sosial seperti facebook, youtube, whatsapp, instagram, tiktok, line, dan situs media sosial lainnya. Seperti pada akhir Januari 2019, ia memberikan statistik trending terkait internet dan media sosial, seperti tahun-tahun sebelumnya.

Berdasarkan hasil survei diatas, menunjukan bahawa 80 persen pengguna Instagram aktif, dan Instagram berada di peringkat keempat. Instagram saat ini banyak dimanfaatkan oleh institusi dan organisasi sebagai media promosi dan komersial, selain digunakan oleh individu untuk informasi dan komunikasi antar teman. Menurut (Bjorkgren, n.d.) Instagram merupakan saluran milik pribadi sebagai kesempatan yang baik untuk menciptakan citra merek atau mencerminkan merek kepada konsumen, keuntungan tersebut berguna untuk sebuah institusi atau perusahaan,.

Penggunaan media sosial pada perpustakaan perguruan tinggi masih belum dilakukan secara maksimal. Padahal ini dapat menjadi peluang besar guna

mengakrabkan lembaga perpustakaan dengan pengguna melalui bacaan digital (Suharso, 2019). Perpustakaan dapat meningkatkan citra juga membantu meningkatkan literasi serta pengetahuan mahasiswa. Apalagi dengan penggunaan sosial media instagram yang sering dan banyak digunakan kalangan mahasiswa. Dengan aktif dimedia sosial kesan perpustakaan pun dapat berubah menjadi kekinian dan tidak melulu kuno. Penelitian yang akan dibahas berfokus pada pemanfaatan Instagram sebagai sarana promosi di perpustakaan UINSU. Saat ini tren dalam memberikan layanan melalui aplikasi (*Instagram*) oleh suatu lembaga sudah menjadi kebutuhan yang bisa dimanfaatkan oleh masyarakat.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas saya tertarik untuk meneliti lebih dalam mengenai pemanfaatan instagram oleh perpustakaan Universitas Islam Negeri Sumatera Utara. Untuk itu penulis mengambil judul “Pemanfaatan Media Sosial Instagram sebagai Sarana Promosi Pada Perpustakaan Universitas Islam Negeri Sumatera Utara”

B. Batasan Masalah

Peneliti membatasi ruang lingkup permasalahan, yaitu mengenai penelitian penggunaan Instagram sebagai media promosi perpustakaan dan kendala yang dihadapi dalam promosi perpustakaan menggunakan media sosial Instagram. Keterbatasan masalah ini berusaha untuk memfokuskan perhatian yang diangkat oleh peneliti dan membuatnya sederhana untuk diterapkan sehingga penelitian tidak mengakibatkan kesalahpahaman.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut dapat dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana pemanfaatan media sosial *instagram* sebagai sarana promosi pada perpustakaan Universitas Islam Negeri Sumatera Utara?
2. Apa saja kendala yang dihadapi perpustakaan Universitas Islam Negeri Sumatera Utara dalam pemanfaatan media sosial instagram sebagai sarana promosi pada perpustakaan?

D. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian berdasarkan rumusan permasalahan diatas yaitu:

1. Untuk mengkaji manfaat penggunaan Instagram sebagai sarana promosi di perpustakaan Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
2. Untuk mengetahui kendala yang dihadapi perpustakaan Universitas Islam Negeri Sumatera Utara dalam Pemanfaatan media sosial instagram sebagai sarana promosi pada perpustakaan Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.

E. Manfaat penelitian

a. Manfaat Akademik.

Penulis berharap penelitian ini bermanfaat dalam kegiatan akademik, yaitu seperti memberikan wawasan tentang perkembangan teknologi informasi yaitu media sosial Instagram dalam konteks masyarakat dan penggunaannya, atau pemanfaatannya dalam kegiatan perpustakaan. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat membantu kemajuan ilmu perpustakaan, khususnya di bidang yang terkait dengan promosi perpustakaan dan teknologi informasi.

b. Manfaat Praktis.

Dengan melihat perkembangan disekitarnya dan menjadikan promosi perpustakaan lebih efektif, penulis berharap penelitian ini bermanfaat dan menjadi masukan bagi pustakawan untuk menciptakan inovasi dalam memperkenalkan perpustakaan dan memberikan pelayanan kepada penggunaannya, serta memberikan inspirasi untuk penelitian lebih lanjut terkait tema yang sama.

F. Kajian Terdahulu

Pada analisis terdahulu, peneliti menggabungkan beberapa konsep dari yang sudah ada. Meskipun memiliki kesamaan namun peneliti menggunakan variabel yang berbeda dengan topik yang spesifik. Terlihat pada judul peneliti yaitu “Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai

Sarana Promosi pada perpustakaan Universitas Islam Negeri Sumatera Utara”

1. Hafilah (2019), dengan judul “ **Pengaruh Promosi Perpustakaan Melalui Instagram Terhadap Pemanfaatan Koleksi**” menemukan adanya pemanfaatan media sosial instagram untuk koleksi di perpustakaan namun Hafilah melakukan penelitian di perpustakaan sekolah, hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa promosi perpustakaan dalam pemanfaatan layanan koleksi perpustakaan ini dikategorikan kuat dengan menggunakan sampel sebanyak 85 responden.
2. Arini E.P (2010), dengan judul “**Pemanfaatan Facebook Sebagai Sarana Promosi Perpustakaan: Studi Kasus Perpustakaan Forum Indonesia Membaca**”. Menemukan adanya hasil dari penelitian Perpustakaan Forum Indonesia Membaca dalam memanfaatkan Facebook belum maksimal. Hal ini terlihat dari masih adanya beberapa fitur Facebook yang belum dimanfaatkan, seperti forum diskusi, event, foto dan video. Perpustakaan Forum Indonesia Membaca dalam memanfaatkan Facebook sebagai cara untuk promosi masih mengalami kendala dalam hal SDM.
3. Martalia Arimbi (2018), dengan judul “ **Studi Kelayakan Penggunaan Instagram Sebagai Media Promosi Kegiatan Di Balai Layanan Perpustakaan Grhatama Pustaka Yogyakarta**”. Hasil penelitian menunjukkan bahwasanya penggunaan instagram sebagai media promosi kegiatan perpustakaan di Balai Layanan Grhatama Pustaka Yogyakarta dikatakan layak untuk dijalankan. Dalam penelitian ini beliau meninjau dari studi kelayakan berdasarkan beberapa aspek yaitu: aspek pemasaran, aspek teknis, aspek manajemen, aspek hukum, aspek ekonomi sosial, dan aspek keuangan.

BAB II

LANDASAN TEORITIS

A. Perpustakaan Perguruan Tinggi

1. Pengertian perpustakaan perguruan tinggi

Perpustakaan perguruan tinggi adalah perpustakaan yang terdapat di universitas, entitas bawahannya, atau lembaga yang berafiliasi dengan universitas, dengan tujuan utama membantu universitas dalam mencapai tujuannya. Perpustakaan universitas, yaitu perpustakaan jurusan, fakultas, universitas, institut, sekolah, universitas, politeknik, akademi, dan perpustakaan untuk pendidikan tinggi di Indonesia memiliki tujuan yang dikenal sebagai Perpustakaan Tri Dharma Perguruan Tinggi (pendidikan, penelitian, dan pengabdian masyarakat), sehingga perpustakaan universitas juga bertujuan untuk membantu melaksanakan tiga dharma perguruan tinggi, yang meliputi perpustakaan universitas. (Sulistyo, 2014).

2. Tujuan perpustakaan perguruan tinggi

Menurut Sulistyo Basuki (Sulistyo, 2014) secara umum tujuan perpustakaan perguruan tinggi adalah:

- a. Memberikan informasi kepada mahasiswa dan kalangan akademik lainnya d perguruan tinggi.
- b. Melengkapkan koleksi pustaka sebagai referensi bagi mahasiswa dan dosen serta semua kelompok akademik, dimulai mahasiswa tahun pertama hingga mahasiswa pascasarjana serta dosen.
- c. Memberikan ruang belajar yang nyaman bagi pengunjung perpustakaan.
- d. Menawarkan layanan pinjaman yang sesuai untuk beragam kriteria pengguna.
- e. Memberikan layanan informan aktif yang tidak hanya untuk perguruan tinggi saja namun juga untuk perusahaan industri lokal

3. Layanan perpustakaan

Menurut Purwani (Istiana, 2014) istiana layanan perpustakaan adalah penyediaan bahan pustaka atau sumber informasi secara tepat serta penyediaan berbagai layanan dan bantuan kepada pengguna berdasarkan kebutuhan pengguna perpustakaan. Hal ini menyiratkan bahwa dalam layanan perpustakaan, kebutuhan pengguna akan barang atau informasi perpustakaan harus diperhatikan serta diminta masukan kepada pengguna. Kemampuan perpustakaan untuk berkembang dalam menanggapi jenis layanan yang dibutuhkan oleh pengguna perpustakaan universitas untuk memberikan informasi untuk melayani Tri Dharma perguruan tinggi yaitu pendidikan, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat dimungkinkan dengan penyediaan layanan yang beragam.

Tujuan dari pelayanan pada perpustakaan yaitu menjadikan koleksi perpustakaan bermanfaat semaksimal mungkin dalam mendukung proses pendidikan, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat. Dewasa ini kita semua menyadari bahwa perguruan tinggi saat ini menuntut mahasiswa untuk belajar secara mandiri. Jenis pembelajaran mandiri ini menuntut kedekatan siswa dengan sumber informasi, salah satunya perpustakaan. Pustakawan bertanggung jawab atas cara memberikan pemahaman pada mahasiswa bagaimana memanfaatkan koleksi pustaka sehingga mahasiswa dapat menemukan sumber informasi yang tepat dan dapat dipercaya.

4. Karakter Pemustaka

Karakter juga dikenal sebagai sifat yang menjadi pembeda antara satu dengan yang lainnya (KBBI). Phoenix juga mengatakan hal yang sama bahwa karakter adalah sifat khas yang dimiliki individu dan menjadi pembeda dirinya dari individu lain. Semua individu (tanpa kecuali) yang menggunakan sumber daya perpustakaan dianggap sebagai pengguna (Suwarno, 2011). Menurut Ahmad dalam kutipan (Hardiningtyas, 2016) berpendapat bahwa karakter pemustaka merupakan atribut pribadi yang dimiliki pemustaka yang mendominasi dan mudah dikenali ketika berada diperpustakaan. Dengan demikian dapat dikatakan kepribadian pengguna adalah fitur pembeda yang mempengaruhi bagaimana mereka memanfaatkan semua layanan perpustakaan dan merupakan pembeda yang

Jelas dari orang lain. Bahkan dengan tes psikologis tertentu, menentukan karakter pengguna itu menantang. Setiap orang memiliki kebutuhan yang harus dipenuhi, namun kebutuhan ini beragam tergantung pada situasi individu. Faktor fisiologis, situasi, dan kognisi semuanya mempengaruhi kebutuhan seseorang. Berdasarkan pemikiran tersebut sering menimbulkan kebutuhan tertentu sesuai dengan apa yang dipikirkannya. Sehingga, ia mulai mempertimbangkan bagaimana meningkatkan pengetahuannya, serta bagaimana memperoleh informasi untuk tujuan ini, seperti dengan membaca berbagai media dan sumber informasi yang tersedia di perpustakaan.

Bedasarkan uraian diatas, maka perpustakaan perlu memperkuat kemampuannya dalam menyediakan beragam jenis layanan perpustakaan dan sebagai bagian dari kebijakan informasi organisasi perpustakaan yang mendorong perilaku masyarakat berubah, khususnya di era digital saat ini. Walaupun demikian, mengingat perubahan perilaku pada masyarakat dan generasi yang tumbuh di era digital kontemporer, pengelola perpustakaan dan pustakawan harus sebagai orang yang *information literate*.

Marc Prenky pertama kali menggunakan frase generasi *digital native* (digital sejak lahir) diseraangkaian esai yang diterbitkan pada tahun 2001 untuk menyinggung generasi baru dari apa yang disebut *digital imigrant* (pendatang digital) (Laxman pendit, 2016). Perbedaan yang dimaksud adalah antara bagaimana orang berpikir dan bagaimana mereka menggunakan pikiran mereka untuk memproses informasi. Marc Prenky percaya bahwa seorang anak yang sejak lahir pada era digital dan terpapar teknologi sejak usia dini memiliki otak yang berbeda dari generasi sebelumnya. Menurut Marc Prenky, pada generasi terlihat lebih mahir memanfaatkan teknologi informasi.

Meskipun kurangnya bukti empiris yang berkaitan dengan generasi *digital native*, akan tetapi membuat kita menyadari akan pentingnya memberikan perhatian khusus pada karakter, sifat, dan perilaku generasi digital saat ini. Topik tentang *digital natives* sangat signifikan dalam hal mempengaruhi sikap, perilaku, dan kebijakan dalam menangani dan melayani generasi ini baik dalam konteks pendidikan maupun perpustakaan.

Penting untuk mengetahui kesenjangan antara pengajar dan murid, serta kesiapan pustakawan untuk menghadapi pengguna dari generasi digital. Meski, terutama di negara berkembang seperti Indonesia, konsep *digital native* ini belum bisa diterapkan secara universal dan merata ke semua masyarakat. Hal ini disebabkan oleh jangkauan kondisi dan kapasitas akses sosial, budaya, dan teknologi informasi.

Dalam uraian sebelumnya, Prenky menyebutkan bahwa generasi era digital berbeda dengan generasi sebelumnya ketika mereka berpikir dan ketika mereka memanfaatkan pikirannya untuk mencerna informasi. Perbedaan yang dimaksud berupa perbedaan-perbedaan pada karakter serta sikap atau perilaku. Sudut pandang ini diperkuat dengan penegasan Wulandari bahwa generasi digital berbeda dengan generasi sebelumnya dalam hal kebiasaan dan sifat, terutama dalam cara mereka belajar dan mencari informasi. Selanjutnya menurut Obliger (Wulandari, 2011), generasi digital menikmati segala hal yang bisa diperoleh dengan cepat dan nyaman.

Sangat penting untuk kita ketahui bahwa penduduk *digital native* membenci menunggu, tidak suka diinterupsi, mencari kepuasan cepat, dan kurang toleransi pada saat masa sekarang. Sementara itu, generasi digital menurut Kompasiana (2009) berbeda dalam berbagai aspek diantaranya yaitu (Awaluddin, 2016);

Identitas, *digital native* prihatin dengan identitas mereka. Oleh karena itu, generasi ini beramai-ramai membuat banyak akun disosial media untuk menunjukkan kepada dunia bahwa mereka ada. Generasi ini tidak puas jika hanya memiliki satu akun saja, sehingga bisa saja mereka memiliki akun lebih dari satu misalnya, *Twitter*, *Facebook*, *Path*, *Instagram*, *WA*, *Line* dan lain- lain. Hal ini wajar karena memang mereka memiliki akses ke berbagai media untuk menyalurkan keinginan dan memuaskan diri mereka sendiri.

- a. Privasi, dibandingkan dengan generasi sebelumnya, generasi ini lebih terbuka, vokal, dan berpikiran terbuka. Jika generasi sebelumnya akan menjaga privasi agar tidak diketahui orang lain, sedangkan generasi *digital native* berlomba-lomba untuk membuka kehidupan privasinya dengan menulis ke media sosial.

- b. Kontrol dan Kebebasan, generasi di zaman digital sekarang terobsesi dengan kemerdekaan, tidak suka dikendalikan dan dibatasi, dan keinginan untuk memegang kendali setiap saat. Contohnya, jika mereka tidak suka dengan situs tertentu maka saat itu juga akan menutup dan beralih ke situs lain, jika mereka tidak suka pertemanan didunia maya maka secara terang-terangan akan menolak atau memblokir, sebaliknya jika mereka suka dengan sesuatu maka akan berbondong-bondong mendukung seperti fans-fans fanatik dan lain sebagainya.
- c. Proses pembelajaran; Proses belajar pada generasi sekarang memiliki perbedaan daripada generasi pedahulunya. Mereka belajar lebih cepat karena mereka memiliki semua pengetahuan yang mereka butuhkan di ujung jari mereka. Mereka terhubung dengan dunia virtual setiap hari dan tidak dapat hidup tanpanya. Sangat mudah untuk bertukar informasi, catatan, tautan, atau video yang menginspirasi dengan pengguna media sosial lainnya melalui profil media sosial mereka yang berbeda.

Mengingat perubahan karakter dan perilaku pengguna di era digital di atas dan di antara *digital native*, masuk akal untuk berasumsi bahwa jenis layanan yang ditawarkan dan pemberian layanan harus dimodifikasi untuk menghindari ditinggalkannya pengguna. Salah satu perubahan tersebut adalah meningkatkan kualitas pelayanan.

B. Promosi

1. Pengertian Promosi Perpustakaan

Frasa promosi diambil dari bahasa Inggris "promote", mengandung arti untuk mengembangkan atau memaksimalkan. Promosi adalah seni serta praktik berinteraksi kepada publik dalam mempromosikan barang, layanan, dan fasilitas sehingga pelanggan potensial mengetahuinya (Kotler, 2000). Promosi adalah teknik yang dapat digunakan perpustakaan untuk berkomunikasi secara luas antara perpustakaan dan publik atau komunitas; Dengan kata lain, promosi adalah alat yang dapat digunakan untuk mempengaruhi, membangkitkan minat, dan menginformasikan visi dan tujuan layanan perpustakaan.

Promosi dalam ranah perpustakaan bukanlah konsep baru; hal tersebut memainkan peran penting dalam menginformasikan publik tentang layanan perpustakaan dan mendorong mereka untuk mengunjungi perpustakaan.

Menurut William Shoel yang dikutip oleh (Manap, 2016) menyatakan:

“Promotion is marketers effort to communicate with target audiences. Communication is the process of influencing others behavior by sharing ideas, information or feeling with them”.

Pendapat diatas dapat diartikan bahwa promosi ialah usaha yang dilakukan oleh marketer, berkomunikasi dengan calon *audiens*. Komunikasi adalah sebuah proses membagi ide, informasi, atau perasaan *audiens*. Promosi merupakan platform untuk bertukar informasi antara bisnis dan pelanggan dengan tujuan memberikan informasi tentang produk atau layanan organisasi. Perpustakaan juga harus berpartisipasi dalam promosi untuk meningkatkan pemustaka untuk mengunjungi pustaka. Ketika sebuah perpustakaan melakukan promosi, akan lebih mudah untuk memperkenalkan semua fasilitas perpustakaan, seperti koleksi dan jenis layanan yang disediakan oleh perpustakaan, yang bertujuan agar pemustaka sering kembali menggunakan layanan ini, sehingga dapat meningkatkan kualitas perpustakaan.

Dari urain diatas dapat dinyatakan bahwa promosi perpustakaan dalam rangka meningkatkan pemanfaatan produk dan layanan perpustakaan oleh pemustaka potensial dan aktual.

2. Unsur-unsur Promosi perpustakaan

Penting untuk dipahami bahwa pemasaran perpustakaan memerlukan sejumlah bagian dan komponen berbeda yang harus diperhitungkan. Menurut Qulyubi dkk, untuk berpromosi harus memperhatikan unsur-unsur sebagai berikut:

- a. *Attention*/perhatian
- b. *Interest*/ketertarikan
- c. *Desire*/keinginan
- d. *Action*/tindakan

e. *Satisfy*/kepuasan

Menurut Elnanda (2016) yang percaya bahwa agar pemasaran pustaka berhasil, berbagai faktor harus diperhatikan, termasuk:

- a. Materi perpustakaan, atau beragam referensi yang perpustakaan miliki untuk dijadikan materi dalam melakukan promosi (cetak, elektronik, web), merupakan aspek penting bagi perpustakaan
- b. Layanan adalah berbagai jenis layanan/jasa yang ditawarkan pustaka.
- c. Petugas adalah yang mengelola perpustakaan dan mengetahui keadaan perpustakaan saat ini sehingga dijadikan penggerak dalam pembutaan untuk promosi.
- d. Pustakawan, yang sebelumnya dikenal sebagai pengguna, merupakan mereka yang menggunakan pustaka menjadi sarana untuk memajukan elektabilitas perpustakaan.
- e. Media/saluran adalah saluran atau peralatan yang digunakan untuk mendistribusikan pemasaran.
- f. Sarana/prasarana adalah perlengkapan yang dimiliki dalam pelayanan perpustakaan.

3. Tujuan promosi Perpustakaan

Tujuan promosi adalah memberikan informasi, menarik perhatian dan selanjutnya memberi pengaruh meningkatnya penjualan. Menurut (Sujatna, 2016) tujuan penerapan promosi perpustakaan yaitu:

- a. Memperkenalkan dan menyebarkan produk atau layanan perpustakaan kepada pelanggan yang mungkin akan menarik minat mereka.
- b. Kembangkan citra layanan perpustakaan terbaik dan ciptakan kesan, yaitu, bagaimana memberi kesan positif kepada masyarakat tentang produk dan layanan perpustakaan.
- c. Memotivasi serta mendorong bagi pengunjung perpustakaan untuk memanfaatkan fasilitas perpustakaan.
- d. Membangkitkan minat seseorang untuk mempelajari lebih lanjut dalam menggunakan barang dan layanan yang telah disediakan oleh perpustakaan.
- e. Mendapatkan umpan balik hal tersebut dimaksudkan agar respon yang baik akan muncul sebagai akibat dari promosi tersebut.

- f. Meningkatkan pemanfaatan dan pendayagunaan perpustakaan dalam rangka peningkatan budaya baca.

4. Faktor Keberhasilan Kegiatan Promosi Perpustakaan

a. Kepala perpustakaan/pustakawan

Efektivitas upaya dalam rangka penerapan pemasaran pustaka atau pustakawan terutama dipengaruhi oleh direktur atau manajemen perpustakaan serta pustakawan. Terutama dalam hal pengelolaan perpustakaan, baik secara teknis ataupun dari segi melayani pengunjung. Status perpustakaan, baik atau buruk, akan berdampak pada kinerja promosi. Sehingga, pelayanan yang paling kompeten merupakan elemen penting untuk mencapai tujuan promosi perpustakaan pemustaka. Pustakawan/perpustakaan, berdasarkan pendapat Soejono Trimo dalam Sudarso (2007), merupakan prediktor yang paling menentukan baik atau buruknya layanan perpustakaan.

b. Koleksi Perpustakaan

Tujuan pokok perpustakaan yaitu untuk menawarkan pengguna perpustakaan melalui keuntungan dalam bentuk layanan. Yang harus disediakan agar konsumen terlayani adalah koleksi yang disesuaikan dengan kebutuhan pengguna. Aspek terpenting dalam membuat perpustakaan adalah koleksi, dapat dikatakan koleksi merupakan pelayanan yang diberikan untuk memenuhi tuntutan dari pengguna perpustakaan. Minat pengguna akan tumbuh sebagai hasil dari koleksi yang tepat karena mereka akan merasa diperhatikan dan kebutuhan mereka akan terpenuhi, dan ini akan berpengaruh pada kegiatan promosi yang dilakukan perpustakaan.

c. Media Promosi

Promosi merupakan komponen penting dari pemasaran untuk perpustakaan karena membantu mereka mencapai tujuan layanan mereka. Istilah "promosi" mengacu pada metode memperkenalkan perpustakaan kepada masyarakat luas. Oleh karena itu, promosi dirancang semenarik mungkin dengan menggunakan bahasa yang ramah pengguna dan mudah dipahami oleh pengguna.

5. Cara-cara Promosi

Pustakawan atau penanggung jawab perpustakaan merupakan satu kesatuan yang tidak terpisahkan dalam upaya promosi. Pelayanan yang diberikan pustakawan akan membuat pengunjung perpustakaan merasa sangat senang dan nyaman serta dihargai. Ketika pengunjung perpustakaan memberi tahu orang-orang tentang perpustakaan, mereka biasanya menyertakan informasi tentang kondisi, kepemilikan, dan pelayanan perpustakaan, serta sikap dari pustakawan. Dengan begitu, jumlah pengunjung perpustakaan akan terus meningkat dari waktu ke waktu. Mulut, gerak tubuh, bahan mendengarkan, dan media periklanan lainnya adalah rute komunikasi yang paling signifikan.

Oleh karena itu, agar perpustakaan dapat menyelenggarakan kegiatan promosi yang sesuai dengan tujuan, maka perlu dibuat program yang baik dengan mempertimbangkan faktor-faktor yang telah diuraikan di atas. Menurut *Usherwood*, seperti yang disampaikan oleh Badollahi Mustafa, pustakawan harus mewaspadaai tentang prasangka publik dan layanan perpustakaan saat melakukan promosi. Ia mengklaim terdiri dari enam kemungkinan daya tarik yang bisa digunakan untuk mengiklankan perpustakaan, diantaranya yaitu:

- a. Daya tarik sosial, yang berarti setiap orang wajib untuk memanfaatkan perpustakaan.
- b. Daya tarik *prestise*, yang berarti perpustakaan sering dikunjungi oleh kaum elit.
- c. Daya pikat untuk bertahan hidup adalah bahwa di zaman sekarang, tidak ada seorang pun yang bisa bertahan hidup jika tidak dengan pertolongan dari perpustakaan.
- d. Daya tarik kesenangan, khususnya bagi pemustaka, adalah tempat yang bisa menjadi hiburan serta tempat yang dijadikan untuk mengisi waktu luang.
- e. Daya tarik egomaniak, yang bermakna kekuasaan adalah pengetahuan.
- f. Daya tarik yang menakutkan, bahwa mustahil bekerja dan bersosialisasi jika tidak memanfaatkan perpustakaan.

6. Media promosi perpustakaan

Media promosi merupakan media atau jenis-jenis perangkat promosi. Adanya sebuah media dalam kegiatan promosi tentunya sangat menunjang sarana kegiatan kegiatan promosi yang dimiliki perpustakaan. Menurut (Sujatna, 2016), memilih media yang tepat sangat penting untuk pemasaran perpustakaan karena membantu memperkirakan kemungkinan promosi setelah menetapkan biaya promosi, memungkinkan operasi promosi berjalan dengan lancar. Promosi adalah media yang dapat secara langsung atau tidak langsung berinteraksi dengan pengguna pustaka. Dalam melakukan promosi perpustakaan dapat digunakan melalui media cetak dan media sosial.

a. Media cetak

Menurut (Harahap, 2016) promosi yang dilakukan perpustakaan (perguruan tinggi) merupakan untuk memperkenalkan produk perpustakaan yang ditujukan pada pengguna perpustakaan baik pemustaka aktual maupun pemustaka potensial, sebagai tindak lanjut upaya promosi yang dilakukan perpustakaan untuk capaian terpacainya secara maksimal koleksi dan fasilitas yang dilayankan ke pemustaka, maka dalam melakukan promosinya tersebut perpustakaan dapat mempergunakan berbagai media promosi yang materinya berisikan pemberitahuan dan ajakan atau anjuran, dan dapat pula sekaligus berisikan keduanya. Media cetak adalah media promosi dari sekian banyak media lainnya yang didesain semenarik mungkin sebagai bentuk ajakan dan persuasi kepada konsumen untuk berinteraksi dengan media yang dibuat oleh perpustakaan. Upaya dalam melakukan promosi perpustakaan menggunakan media cetak adalah diantaranya yaitu:

1) Brosur

Brosur adalah satu dari sekian banyaknya jenis media promosi yang umumnya berbentuk kertas cetak yang berisi informasi barang atau jasa yang akan ditawarkan kepada pemustaka atau pengguna pustaka dengan harapan akan dibeli atau digunakan oleh konsumen atau pengguna.

2) Spanduk

Spanduk adalah sebuah bendera berukuran panjang yang menampilkan sebuah simbol, logo, slogan atau pesan lainnya yang memiliki dimensi lebar diatas 1 meter.

3) Booklet

Booklet atau buku panduan adalah sebuah buku tipis kecil bersampul kertas, biasanya memberikan informasi tentang topik tertentu.

4) Banner

Banner adalah spanduk yang berbentuk strip panjang kain bantalan slogan atau desain yang biasanya digantung ditempat umum, tetapi saat ini sudah banyak beragam banner yang ditemui selain dipasang dengan menggantung juga dipasang dengan posisi tegak menggunakan peyangga sehingga disebut stand banner.

5) Table tent

Table tent adalah media promosi yang bisa dipergunakan secara fleksibel karena materinya dapat diubah sewaktu-waktu, demikian juga pada penempatannya.

6) Merchandise

Merchandise adalah segala bentuk produk yang ditunjukkan sebagai hadiah, dalam hal ini merchandise diberikan secara Cuma-Cuma kepada orang yang telah mengikuti atau melaksanakan kegiatan yang diwajibkan oleh produsen tertentu.

7) Poster

Poster ada salah satu media promosi yang berupa kertas besar berukuran A3 (kurang lebih dua kali ukuran folio) atau ukuran A2 (kurang lebih dua kali ukuran A3) yang berisi tulisan atau gambar informasi untuk umum tentang sesuatu hal yang disajikan secara menarik dengan huruf-huruf besar.

Beberapa media cetak yang telah dijelaskan tersebut dapat juga dibuat dalam bentuk elektronik yang penggunaannya ditampilkan dan dipublikasikan pada website perpustakaan maupun di share melalui media sosial perpustakaan sehingga sampai kepada pemustaka yang kerap menggunakan internet.

b. Media sosial

Media sosial yang meliputi Facebook, Twitter, Instagram, Youtube, dan website merupakan salah satu bentuk media promosi yang saat ini paling banyak digunakan dalam pemasaran. Evolusi media promosi telah melalui tahapan yang signifikan seiring dengan kemajuan sosial dan teknologi. Evolusi teknologi informasi dan komunikasi, serta perubahan di tempat kerja Perpustakaan telah didorong untuk melakukan serangan dan meningkatkan taktik promosi sebagai hasil dari sosialisasi masyarakat. Kami berpotensi dapat menyiarkan visual dan memutar musik ke miliaran orang di seluruh dunia menggunakan satelit komunikasi saat ini, dan jutaan orang hanya akan menyalakan receiver.

Seperti pendapat pada artikel Janet L. Balas, bahwa *“Library promotion have changed as the technology has changed, and now many libraries have gone online to promote their service in the internet”*.

Pernyataan berikut dapat dipahami bahwa iklan perpustakaan telah berkembang seiring dengan teknologi, dan bahwa banyak perpustakaan sekarang menggunakan internet untuk mempromosikan layanan mereka. Berikut ini adalah beberapa bentuk media sosial yang dapat digunakan perpustakaan:

1) Facebook

Berita perpustakaan, yang menginformasikan tentang sumber perpustakaan, layanan perpustakaan, dan program perpustakaan yang telah dilaksanakan, sedang dilaksanakan, atau akan dilaksanakan, dapat ditemukan di Facebook, serta (2) hal-hal menarik (*fun staff*), perpustakaan memberi tahu Anda tentang item menghibur di Facebook, seperti fakta lucu, mendapatkan suka dari pengikut.

2) **Twitter**

Twitter merupakan platform media sosial yang berpotensi untuk meningkatkan jumlah pengguna perpustakaan yang memanfaatkannya. Informasi Twitter biasanya dalam bentuk berita atau informasi singkat, menarik, dan menghibur (dibatasi oleh jumlah karakter) yang mendorong pengikut untuk berkomentar.

3) **Youtube**

Mayoritas individu menggunakan YouTube untuk mendistribusikan rekaman video melalui internet. Pengguna dapat berbagi materi dengan teman-teman melalui YouTube dan mengomentarnya, serta mendorong pengguna lain untuk menilai, memfavoritkan, menandai, berlangganan, menyukai, membagikan, dan mengomentarnya. Materi video perpustakaan di YouTube meliputi referensi dan hiburan di perpustakaan, serta permintaan komentar dari konsumen.

4) **Instagram**

Instagram adalah platform media sosial berbagi foto dan video pendek. Setelah Facebook mengakuisisi Instagram, fasilitas, fitur, dan layanan platform ditingkatkan untuk meningkatkan jumlah pengguna Instagram.

5) **Website**

Website adalah kumpulan halaman web yang berisi informasi, data, dan tampilan visual yang di-host di server dalam jaringan internet. Individu, kelompok, organisasi, dan bisnis berkontribusi pada situs web dalam bentuk karya.

Dari uraian diatas dapat kita simpulkan bahwa perkembangan teknologi mempermudah pekerjaan pustakawan untuk menyebar luaskan informasi seputar perpustakaan kepada pengguna dengan media sosial.

Untuk mencapai pemasaran dan komunikasi merek, promosi media sosial adalah jenis pemasaran internet yang menggunakan banyak jaringan media sosial. Untuk tujuan pemasaran, pemasaran media sosial sebagian besar mencakup tindakan menggunakan beragam materi sosial, foto, dan video. Pemasaran media sosial adalah konsep baru yang dengan cepat mendapatkan daya tarik sebagai sarana bagi bisnis untuk menjangkau klien target mereka dengan mudah. Sederhananya, pemasaran media sosial adalah penggunaan platform media sosial untuk mempromosikan dan menjual produk perusahaan. Perpustakaan harus merangkul media sosial sebagai alat promosi karena berbagai alasan. Menurut Gurepreet Kaur, beberapa manfaat memanfaatkan media sosial untuk membantu Anda mencapai tujuan antara lain: (Kaur, 2016):

- a. Untuk mengumpulkan umpan balik pada perpustakaan dan layanannya untuk tujuan evaluasi diri, untuk merangsang perdebatan, dan untuk memulai kemungkinan rebound umpan balik pengguna perpustakaan.
- b. Untuk membuat informasi tentang acara, layanan, berita, dan kehadiran tersedia untuk umum.
- c. Untuk mempromosikan kerjasama, seperti melalui pembuatan koleksi dan repositori konten kolaboratif yang disesuaikan dengan kelompok pengguna tertentu.
- d. Meningkatkan jumlah masyarakat yang memanfaatkan koleksi perpustakaan dengan mempromosikan materi baru dan terkini.
- e. Untuk berjejaring dengan perpustakaan lain dan tetap terinformasi tentang perkembangan industri.

c. Karakter Media Sosial.

Media sosial memiliki karakteristik khusus yang tidak dimiliki oleh media lain. Ada batasan-batasan dan ciri khusus tertentu yang hanya dimiliki oleh media sosial dibandingkan dengan media lainnya. Adapun karakteristik media sosial menurut Nasrullah yaitu: Jaringan/*Network*, kata jaringan dapat dipahami

dalam terminologi bidang teknologi seperti ilmu komputers yang bearti infrastruktur yang menghubungkan komputer maupun perangkat keras (*Hardware*) lainnya.

- a. Informasi/*Information*, menjadi entitas yang bermanfaat dimedia sosial. Sebab tidak seperti media-media lainnya di Internet, pengguna media sosial mengkreasikan representasi identitasnya, memproduksi konten, dan melakukan interaksi berdasarkan informasi. Bahkan informasi menjadi komoditas dalam masyarakat informasi. Informasi di produksi, dipertukarkan dan dikonsumsi oleh setiap individu.
- b. Arsip/*Archive*, menjadi sebuah karakter yang menyatakan bahwa informasi telah disimpan dan bisa diakses kapan saja dan melalui perangkat apapun. Setiap informasi yang diunggah dimedia sosial tidak akan hilang begitu saja saat pergantian hari, bulan, sampai tahun.
- c. Interaksi/*Interactivity*, karakter dasar dari media sosial ialah terbentuknya jaringan antar pengguna. Gane & Beer menyatakan bahwa “interaksi merupakan proses yang terjadi diantara pengguna dan perangkat teknologi”. Kehadiran teknologi dan perangkatnya telah menjadi bagian yang tidak bisa dilepaskan dari kehidupan sehari-hari, bahkan telah menjadi semacam apa yang disebut *digital technologies have become integral parts of our everyday lives*.
- d. Simulasi sosial/*Simulation of society*, ketika berinteraksi dengan penggna lain melalui antar muka (*interface*) dimedia sosial, pengguna harus melalui dua kondisi. Pertama, pengguna harus melakukan koneksi untuk berada diruang siber, yakni melakukan log in atau masuk ke media sosial dengan sebelumnya menuliskan nama pengguna atau *username* serta kata kunci atau *password*. Kedua, ketika menggunakan media sosial, individu dapat terlibat dalam berbagai aktivitas keterbukaan dalam identitas diri seseorang serta kontrol atas bagaimana seseorang mengidentifikasi atau membangun dirinya di dunia maya.

- e. Konten oleh penggunaan/*User generated content*, Media ini tidak hanya membuat dan mengonsumsi konten yang dibuat oleh penggunanya, tetapi juga mendistribusikan dan mengembangkan konten yang dibuat oleh mereka. Informasi ini disebarluaskan melalui dua cara: melalui konten dan melalui gadget.

C. Instagram

a. Sejarah Instagram

Instagram adalah perangkat lunak media sosial yang populer di kalangan pengguna *smartphone*. *Instagram* berasal dari kata *Insta*, yang berarti "*instan*", dan *gram*, yang berarti "telegram". Jadi, *Instagram* berasal dari frasa "*instan*" dan "telegram". Dapat diartikan sebagai aplikasi untuk mengkomunikasikan informasi secara cepat, khususnya dalam bentuk gambar dalam bentuk mengelola foto, mengubah foto, dan berbagi (*Share*) ke jejaring sosial lain, berdasarkan bagaimana kata itu digunakan.

Orang-orang yang telah bekerja di bidang fotografi pasti akan mendapat manfaat dari aplikasi ini. *Instagram* memiliki daya tarik tersendiri bagi penggunanya karena banyaknya fungsi aplikasi *Instagram* untuk mengolah foto. Selain itu, *Instagram* adalah program berbagi foto dan situs jejaring sosial *online* yang memungkinkan pengguna mengunggah foto di berbagai *platform* media sosial seperti *Facebook*, *Twitter*, dan *Facebook*. sumber informasi alternatif. Pengguna aplikasi ini semakin berkembang pesat karena keunggulan yang ditawarkan dari berbagai fitur aplikasi *Instagram*. Manfaatnya berupa kemudahan mengunggah gambar. Kamera atau album ponsel dapat digunakan untuk mengakses foto-foto yang telah diunggah. *Instagram* memiliki kemampuan untuk menerapkan efek secara langsung. untuk membuat pewarnaan foto yang diinginkan. Dengan latar belakang sebagai jejaring sosial berbagi gambar, *Instagram* memiliki keunikan yaitu memiliki bingkai foto berbentuk persegi, mirip dengan gambar Kodak *Instamatic* dan *Polaroid*, yang sangat berbeda

dari rasio aspek 16:9 yang digunakan kamera saat ini.

Instagram punya dua pendiri. Kevin Systrom adalah yang pertama, dan dia terkenal di bisnis Aplikasi. Systrom lahir dan dibesarkan di Holliston, lingkungan Boston yang indah. Beliau memperoleh gelar ganda di bidang teknik dan manajemen dari Universitas Stanford pada tahun 2006. Setelah itu, bekerja untuk Google selama dua tahun, pertama mengelola *Gmail* dan kemudian di tim pengembangan perusahaan. Kevin ingin mencapai sesuatu yang unik dengan banyak minatnya di ranah media sosial. Kevin Systrom kemudian mendirikan perusahaan teknologi pertamanya, yang berhasil ia kelola berkat keterampilan pemrogramannya. Dia menyadari janji seluler dan perluasan luar biasa dari aplikasi *check-in* berbasis lokasi. Setelah itu, dia terlibat dalam berbagai hal dengan situs web bernama *Burbn.com*.

Kevin Systrom bukan satu-satunya subjek kisah *Instagram*. Mike Krieger, seperti yang sering terjadi, adalah pendiri lainnya. Mike, menurut Kevin, adalah ruh dari *App*-nya, meski kurang dikenal oleh dunia umum. Mike lahir dan dibesarkan di Brasil sebelum pindah ke Amerika Serikat pada tahun 2004 untuk mengejar gelar di bidang teknik di Stanford University. Dia adalah seorang insinyur yang lebih konservatif, namun dia memiliki rasa desain dan daya cipta yang kuat. Ia bergabung dengan Startup Superhot Meeb, sebuah jaringan obrolan berbasis mesin peramban yang popularitasnya melejit setelah ia lulus dari Universitas Stanford. Mike, di sisi lain, ingin berkembang dan melakukan sesuatu yang baru dan berbeda. Akibat dari keinginan bersama ini, mereka berkumpul.

Berasal dari universitas yang sama memudahkan mereka berdua. Kevin sangat menyadari bahwa sekarang Mike telah bergabung dengan tim, mereka akan mempersiapkan sesuatu yang sama sekali berbeda. Kevin tidak tahu apa yang ingin dia capai dengan *Burbn.com*, aplikasi yang telah dia buat beberapa waktu lalu. Pikiran Nicole kemudian dibantu oleh kekasihnya. Pada 6

Oktober 2010, *Instagram* diluncurkan. Itu memiliki sekitar 25.000 pengguna pada hari pertama. Totalnya mencapai 3,75 juta hanya dalam beberapa bulan, pada Mei 2011. Kevin Systrom dan Mike Kreiger mempertahankan eksekusi dan fokus yang sangat baik. Mereka hanya menggunakan satu platform, *iPhone*, dan mereka hanya melakukan satu hal, yaitu berbagi foto. Kebangkitan *Instagram* sedang ditonton dengan rasa ingin tahu dan perhatian di *Twitter* dan *Facebook*. Jika dibiarkan, pertumbuhan seperti itu menimbulkan kekhawatiran. Hal-hal mulai memanasi untuk *Instagram* pada April 2011. Basis penggunanya telah meningkat menjadi 30 juta dalam tiga bulan sebelumnya, dan versi Android akan segera dirilis.

Popularitas *Instagram*, yang telah melampaui 150 juta pengguna, menunjukkan pertumbuhannya yang cepat. Ini adalah album yang luar biasa. *Trend Instagram* adalah bentuk pemasaran yang memanfaatkan barang untuk berkomunikasi. *Trend Instagram* ialah strategi pemasaran yang menggunakan penggunaan produk untuk berkomunikasi. *Instagram* memiliki keuntungan menggunakan interaksi publik sebagai saluran iklan. Sekitar 3 juta pengguna *Instagram* menggunakan *Twitter* atau *Facebook* untuk berbagi foto mereka. Namun, dengan semakin populernya pengguna *Instagram*, aplikasi tersebut kini dapat digunakan di perangkat seluler seperti *smartphone* dan *tablet*. Manfaat ini memungkinkan siapa saja untuk mengakses *Instagram* dari mana saja dan kapan saja. Dengan peningkatan pesat pengguna *Instagram*, jumlah pengguna di platform telah membengkak ke titik di mana banyak pengusaha melihat aplikasi ini karena betapa sederhananya memposting sejumlah besar foto produk dan seberapa cepat pengguna dapat meninggalkan komentar.

b. Promosi Perpustakaan Melalui Instagram

Promosi perpustakaan melalui *Instagram* ialah salah satu jenis kegiatan promosi berbasis internet. Ekspansi internet yang cepat, serta munculnya berbagai situs jejaring sosial seperti

Instagram, telah mendorong perpustakaan untuk menggunakannya untuk mempromosikan layanan mereka. *Instagram* merupakan platform media sosial yang dapat digunakan oleh perpustakaan untuk mempromosikan layanan mereka. *Instagram* sangat populer di kalangan siswa sebagai situs interaktif. *Instagram* adalah cara yang bagus untuk menyebarkan berita tentang acara perpustakaan, pameran, lokakarya, dan kegiatan lainnya kepada pelanggan perpustakaan. Pustakawan dituntut untuk selalu mengikuti perkembangan zaman. Perkembangan internet dan aplikasi web 2.0 berkembang dengan sangat cepat. Saat ini Instagram menjadi situs jejaring sosial yang populer, tetapi untuk beberapa saat mendatang situs jejaring sosial lainnya ataupun teknologi lainnya akan lebih populer dan menggantikan peranan Instagram. Untuk itu kesiapan pustakawan untuk mengikuti perubahan yang ada menjadi hal yang penting dan merupakan tantangan bagi pustakawan.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan pendekatan penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif dan metodologi survei. Penelitian deskriptif ialah teknik untuk menganalisis keadaan saat ini dari sekelompok orang, suatu objek, suatu kondisi, suatu sistem gagasan, atau suatu peristiwa. Tujuan dari penelitian deskriptif ini adalah untuk menciptakan suatu gambaran yang metodis, faktual, dan akurat tentang fakta-fakta, serta gambaran atau lukisan tentang sifat hubungan antara fenomena yang diteliti. Wawancara dengan informan digunakan untuk memperoleh data. Setelah itu, hasil wawancara dan survei akan diperiksa. Sebagai bagian akhir dari penelitian ini, peneliti akan menarik kesimpulan berdasarkan analisis data penelitian. Penelitian ini menekankan pada pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif didefinisikan sebagai studi yang menghasilkan data deskriptif tentang kata-kata lisan dan tertulis orang-orang yang diteliti, serta perilaku mereka yang dapat diamati (Sugiyono, 2018). Sedangkan John W. Creswell mendefinisikan pendekatan kualitatif sebagai proses penyelidikan untuk memahami masalah sosial atau manusia berdasarkan penciptaan gambaran holistik yang dibentuk oleh kata-kata, pelaporan pandangan informan secara rinci, dan disusun dalam setting ilmiah, dalam bukunya Metode Penelitian Kualitatif (Patilima, 2007).

B. Lokasi dan waktu penelitian

Tempat penelitian berada di perpustakaan Universitas Islam Negeri Sumatera Utara yang berlokasi di Jl. Williem Iskandar Pasar V Medan Estate 20371. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Oktober 2020.

C. Subjek Penelitian

Subjek yang diteliti dalam penelitian kualitatif ialah informan yang digunakan sebagai nara sumber bahkan konsultan untuk menggali informasi yang diminta oleh peneliti. Spardley mengatakan bahwa informan yang dipilih harus memiliki pemahaman yang mendalam tentang budaya atau keadaan yang dipelajari untuk memberikan data kepada peneliti (Sugiyono, 2018). Dalam penelitian ini peneliti mengambil 2 informan, yaitu staf bagian pengolahan dan pengadaan perpustakaan Universitas Islam Negeri Sumatera Utara yang menjadi Admin dari akun *Instagram* tersebut dan 5 followers *Instagram* @perpustakaan.uinsu.

D. Sumber Data

Peneliti mengumpulkan sumber data berupa data primer dan sekunder pada saat pengumpulan sumber data.

1. Data Primer.

Data primer ialah jenis dan sumber data penelitian yang dikumpulkan langsung dari sumber primer dan tidak melalui perantara. Jadi, data yang didapatkan secara langsung. Penulis mengumpulkan data primer dengan metode survei. Metode survei yaitu metode pengumpulan data primer yang memerlukan beberapa pertanyaan lisan dan tertulis. Penulis melakukan wawancara kepada pihak perpustakaan yang bersangkutan untuk mendapatkan data atau informasi yang dibutuhkan. Adapun yang menjadi sumber data primer pada penelitian ini ialah Ibu Novita Sari selaku bagian pengolahan, Ibu Nurul selaku bidang Pengadaan dan beberapa *Followers* akun *Instagram* perpustakaan UIN-SU.

2. Data Sekunder

Data sekunder yakni data yang telah dikumpulkan untuk maksud menyelesaikan masalah yang dihadapi. Data ini dapat ditemukan dengan cepat. Dalam penelitian ini yang menjadi sumber data sekunder adalah literatur, artikel, Jurnal serta situs di

internet yang berkenaan dengan penelitian yang dilakukan. Oleh karena itu selain data primer, sumber data yang dipakai peneliti adalah sumber data sekunder.

E. Pemilihan Informan

Dalam pemilihan informan digunakan *purposive sampling*, yakni khususnya melalui pertimbangan-pertimbangan tertentu, terutama mereka yang menguasai/memiliki kedalaman dan keluasan data yang dibutuhkan untuk memahami pokok bahasan yang diteliti. Penulis berkonsultasi dengan beberapa sumber, antara lain :

- a. Staff pertama bagian pengolahan perpustakaan, Ibu Novita Sari. Alasan saya menetapkan beliau sebagai Informan karena beliau mempunyai pengetahuan dan pengalaman mengenai hal promosi di *Instagram* Perpustakaan Universitas Islam Negeri Sumatera Utara
- b. Staff kedua bagian pengadaan perpustakaan, Ibu Nurul Hidayah Siregar. Lantaran saya menunjuk beliau sebagai informan karena beliau tahu tentang pemanfaatan promosi melalui media *Instagram* di perpustakaan Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
- c. 5 followers akun instagram @perpustakaan.uinsu. Alasan saya menunjuk mereka sebagai informan, untuk mengetahui ide mereka tentang promosi pada perpustakaan Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.

No.	Nama Informan	Jabatan/Status
1	Novita Sari	Staf pengolahan
2	Nurul Hidayah Siregar	Staf Pengadaan
3.	Humaira Mustika	Follower
4.	Zulfahriansyah Harahap	Follower
5.	Khairul Yoga Pratama	Follower
6.	M. Nauval Daffari	Follower
7.	Putri Aulia	Follower

Tabel 1.2 Informan Penelitian

F. Instrument Penelitian

Istilah "instrumen penelitian" mengacu pada seperangkat alat yang diperlukan atau digunakan untuk mengumpulkan data. Ini menandakan bahwa data diperoleh dengan menggunakan alat-alat tersebut. Ada perbedaan antara instrumen penelitian kualitatif dan yang digunakan dalam metodologi penelitian kuantitatif. Peneliti sendiri atau orang lain yang membantu peneliti merupakan alat kunci dalam pengumpulan data dalam penelitian kualitatif. Peneliti memperoleh data dalam penelitian kualitatif dengan cara bertanya, menanya, mendengarkan, dan mencatat. Orang lain yang disebut pewawancara dapat membantu peneliti dalam mengumpulkan data.

Seorang pewawancara dalam situasi ini yang mengumpulkan data secara langsung dengan bertanya, bertanya, mendengarkan, dan mencatat. Berbeda dengan penelitian kualitatif, instrumen pengumpulan data dalam penelitian kuantitatif mengacu pada alat yang digunakan peneliti untuk mengumpulkan data, paling sering kuesioner. Perbedaan utama adalah bahwa dalam penelitian kualitatif, peneliti harus mengumpulkan data dari sumber sendiri, sedangkan dalam penelitian kuantitatif, orang yang diteliti (responden) dapat mengisi kuesioner sendiri tanpa kehadiran peneliti, seperti melalui survei elektronik atau kuesioner yang dikirim ke mereka (Afrizal, 2014). Dalam hal instrumen penelitian kualitatif, Lincoln dan Guba menyebutkan bahwa:

“The instrument of choice in naturalistic inquiry is the human. We shall see that other forms of instrumentation may be used in later phases of the inquiry, but the human is the initial and continuing mainstay. But if the human instrument has been used extensively in earlier stages of inquiry, so that an instrument can be constructed that is grounded in the data that the human instrument has product”.

“Instrumen pilihan dalam penyelidikan naturalistik adalah manusia. Kita akan melihat bahwa bentuk-bentuk instrumentasi lain dapat digunakan pada tahap-tahap penyelidikan selanjutnya, tetapi manusia adalah yang utama dan berkelanjutan. Tetapi jika instrumen manusia telah digunakan secara luas pada tahap awal penyelidikan, sehingga instrumen

dapat dibangun yang didasarkan pada data bahwa instrumen manusia memiliki produk” (Sugiyono, 2018).

G. Teknik Pengumpulan Data

1. Survei

Survei merupakan sebuah teknik pengumpulan data primer yang menggunakan pertanyaan lisan dan tertulis. Menurut (Moch, 2003), Metode survei ialah penyelidikan yang digunakan untuk mengumpulkan fakta dari kejadian yang ada dan mendapatkan informasi faktual tentang lembaga sosial, ekonomi, atau politik suatu kelompok atau daerah. Sedangkan menurut (Sugiyono, 2002), Metode survei ialah jenis penelitian yang dilakukan pada populasi besar atau kecil, tetapi data yang diteliti berasal dari sampel yang diambil dari kelompok tersebut. Sehingga ditemukan kejadian-kejadian *relative*, distribusi, dan hubungan-hubungan antar variabel, sosiologi maupun psikologis.

2. Wawancara

Wawancara ialah pertemuan antara dua orang di mana mereka bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab untuk mengembangkan makna dalam masalah tertentu (Sugiyono, 2018). Wawancara semi terstruktur digunakan dalam penelitian ini. Tujuan wawancara semi terstruktur adalah untuk mengungkap masalah secara lebih bebas dengan meminta pendapat dan pendapat pihak-pihak yang diundang wawancara.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik untuk menyimpan informasi. mencari informasi tentang barang atau variabel berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, risalah rapat, lengger, agenda, dan sumber lainnya (Purwono, 2010). Peneliti akan mengumpulkan sebanyak mungkin bukti yang mendukung penelitian ini dengan menggunakan teknik dokumentasi ini, sehingga banyak topik yang relevan dapat didiskusikan dan didokumentasikan, serta validitas dan kemurnian penelitian ini dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

H. Teknik Analisis Data

Sebelum terjun ke lapangan, peneliti mengevaluasi data dari studi pendahuluan, serta data sekunder, untuk menentukan penekanan penelitian. Peneliti telah mempelajari tanggapan partisipan pada saat wawancara. Jika tanggapan orang yang diwawancarai buruk setelah analisis, peneliti akan mengajukan pertanyaan lagi sampai data yang dapat diandalkan dikumpulkan pada titik tertentu. (Sugiyono, 2018, p. 245)

Berikut ini adalah beberapa langkah analisis data yang dilakukan oleh penulis:

1. Transkrip data hasil wawancara Data hasil wawancara berbentuk data dalam bentuk audio (suara). Kemudian data tersebut dituangkan ke dalam bentuk tulisan tanpa menghilangkan kata yang diucapkan oleh informan. Bahasa yang digunakan adalah sesuai dengan yang digunakan oleh informan.
2. Pengurangan data Istilah yang tidak perlu dan tidak perlu dihapus selama langkah ini agar penyelidikan dapat dilanjutkan.
3. Analisis data menurut data dari hasil wawancara yang sudah dituangkan dalam bentuk reduksi data dan diperkuat dengan hasil *survey*, kemudian data tersebut dianalisis dan diinterpretasikan untuk kemudian ditarik kesimpulan.

I. Teknik pengujian Keabsahan Data

Berikut perhitungan yang dilakukan untuk menguji keabsahan data dari penelitian kualitatif dalam meningkatkan kredibilitas atau validitas internal, dengan triangulasi diantaranya:

1. Triangulasi Data

Mengecek ulang wawancara dengan menggunakan berbagai sumber data, seperti hasil wawancara dan observasi.

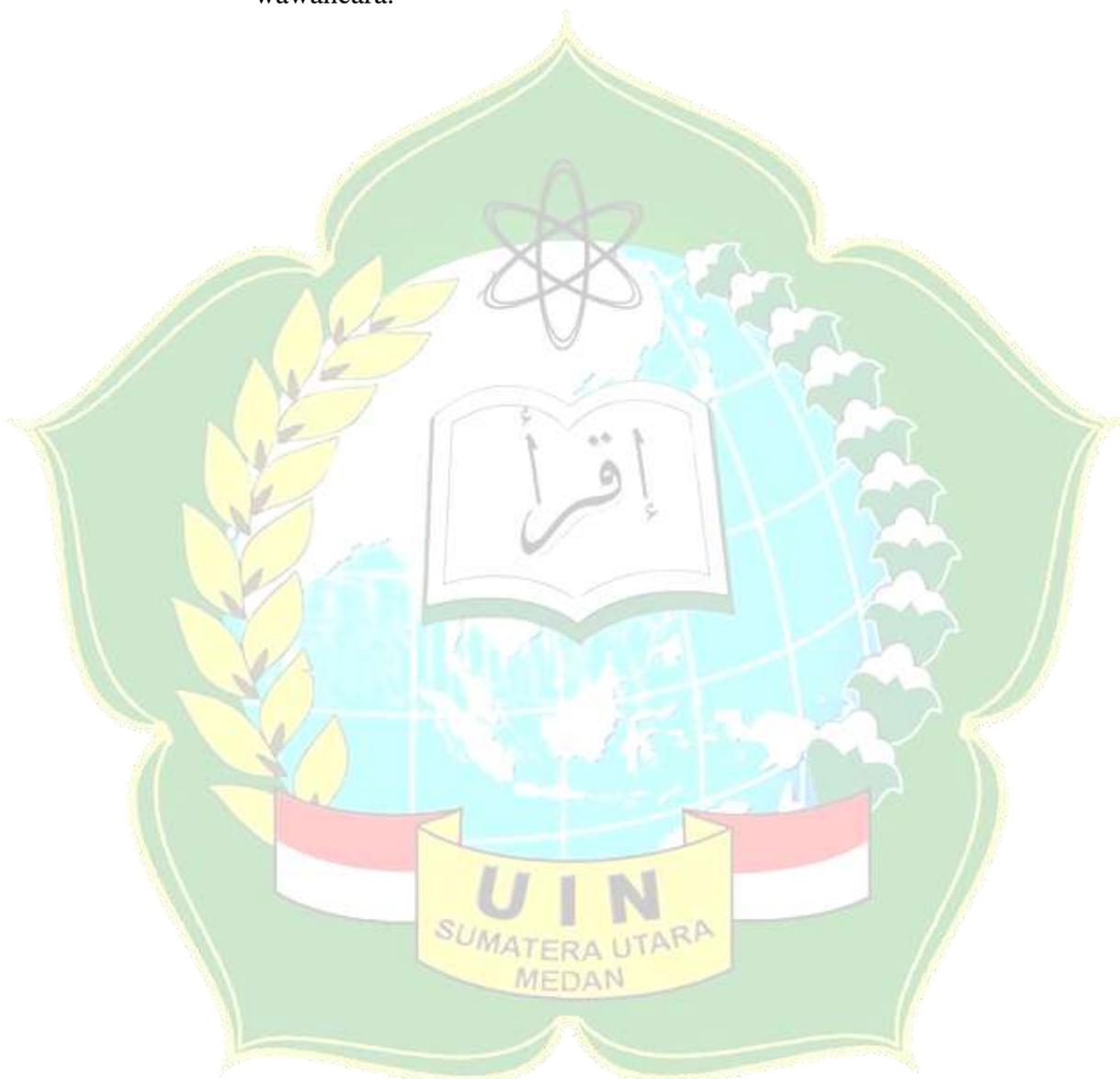
2. Triangulasi teori

Penerapan teori untuk menjamin bahwa data yang dikumpulkan memenuhi persyaratan. Beberapa hipotesis yang

dibahas dalam Bab II diterapkan dan dievaluasi untuk pengumpulan data dalam penelitian ini.

3. Triangulasi metode

Penggunaan metodologi penelitian yang beragam, seperti metode wawancara, yang dilengkapi dengan observasi selama wawancara.



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Profil Perpustakaan Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Perpustakaan UIN-SU yang juga dikenal dengan “Perpustakaan Marah Halim” merupakan perpustakaan akademik yang dibuka pada tanggal 19 November 1973. Saat itu nama ini diambil dari nama pendirinya yaitu Brigjen H. Marrah Halim Harahap, Gubernur KDH Tk. I Provinsi Sumatera Utara. Prof.DR. H.A Mukti Ali, Menteri Agama Republik Indonesia membuka perpustakaan UIN Sumut di Jl Sutomo No 1 Medan. Koleksi perpustakaan tumbuh begitu cepat sehingga dipindahkan ke lantai dua Masjid Ulul Albab IAN-SU dan diberi nama "Perpustakaan IAN-SU Medan".

IAIN awalnya mengelola lima perpustakaan: Perpustakaan Utama Marah Halim, Perpustakaan Fakultas Tarbiyah, Perpustakaan Fakultas Syariah, Perpustakaan Fakultas Dakwah, dan Perpustakaan Fakultas Ushuluddin. Pada tanggal 14 Juli 1995, Rektor IAIN-SU memerintahkan agar perpustakaan fakultas dipersatukan dan dikonsolidasikan kepemilikannya di perpustakaan pusat. Pada tanggal 8 Mei 1995. Tertanda 8 Mei 1995. Sejak saat itu IAIN hanya memiliki satu perpustakaan umum. Perpustakaan IAIN-SU dipindahkan dari Masjid Ulul Albab lantai dua Sutomo ke lantai tiga gedung perkuliahan fakultas Tarbiyah di lokasi baru setelah kampus pindah dari Jalan Sutomo ke Jalan William Iskandar Pasar V Medan Estet (lokasi saat ini) pada tahun 1995. Pada tahun 1998, perpustakaan dipindahkan ke lantai satu gedung yang sama karena peningkatan jumlah koleksi dan pengguna perpustakaan, yang berarti beban yang lebih besar pada gedung lantai tiga.

Perpustakaan IAIN-SU yang baru dibuka pada tahun 2003 memiliki struktur lantai tiga sendiri dengan luas total 3000 m². Gedung ini diresmikan

oleh Menteri Agama RI DR.H Said Aqil Munawwar. Dengan pembangunan gedung pasca sarjana di jalan Karya Helvetia untuk pelaksanaan pembelajaran bagi mahasiswa peogram Master (S2) dan Doktor (S3), maka dibangun pula perpustakaan cabang yang menepati satu ruang perkantoran dilantai I. Sejak tahun 2015 seiring berubahnya IAIN-SU menjadi UIN-SU, maka perpustakaan juga berubah nama menjadi perpustakaan UIN-SU dan menjadi sumber informasi bagi civitas akademika hingga sekarang. Pimpinan perpustakaan Universitas Islam Negeri Sumatera Utara (UIN-SU) adalah ibu Triana Santi, S. Ag, SS, MM.

1. Visi dan Misi Perpustakaan Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Visi Perpustakaan

Pada tahun 2022, menjadi pusat informasi ilmiah di Asia Tenggara berbasis penelitian dan teknologi informasi, serta mengembangkan daya saing di era digital berdasarkan nilai-nilai Islam.

Misi Perpustakaan

1. Permintaan akan koleksi perpustakaan yang relevan dan berkualitas tinggi semakin meningkat.
2. Mengembangkan repository yang Open Access.
3. Memberikan layanan luar biasa yang memenuhi persyaratan layanan minimal.
4. Menciptakan sistem otomasi perpustakaan yang bersifat universal.
5. Mengembangkan keterampilan yang diperlukan untuk menjadi pustakawan bersertifikat.
6. Dalam pengelolaan perpustakaan yang terakreditasi, dikembangkan *Total Quality Management*.
7. Membina kerjasama dengan instansi terkait baik di tingkat nasional maupun Asia Tenggara.

2. Struktur Organisasi Perpustakaan Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Perpustakaan Universitas Islam Negeri Sumatera Utara memiliki struktur organisasi sebagai berikut:



No	Nama	Jabatan
1.	Triana Santi S. Ag. SS.MM	Kepala Perpustakaan
2.	Hildayati Raudah, S.Sos, MM	Bidang Komputerisasi
3.	Parman Siregar, SE	Bidang Pengolahan
4.	Novita Sari, Sos	Bidang Pengolahan
5.	Yatimin	Bidang Pengolahan
6.	Supendi	Bidang Pengolahan
7.	Misdar Pialang, S.Sos	Bidang Pengadaan
8.	Nurul Hidayah Siregar, Amd	Bidang Pengadaan
9.	Sudi	Bidang Pengadaan
10.	M. Solly Pulungan, BA	Bidang Pemeliharaan
11.	Yualita, S.IP	Bidang Administrasi
12.	Fauzi Eka Putra, S.IIP	Bidang Administrasi
13.	Wita Zulharwani Harahap, S.Pd	Bidang Administrasi
14.	Masderitawaty, SE	Bidang Sirkulasi
15.	Amila Ibna, S.Pd.I	Bidang Sirkulasi
16.	Dra. Mardiah Nasution	Bidang Referensi
17.	Drs. H. Sapril, M.Pd	Bidang Referensi
18.	Ibrahim Ikhsan Lubis, SH	Bidang Referensi
19.	Rohmawati	Bidang Penitipan Tas

Tabel 1.3 Struktur Organisasi Perpustakaan UIN-SU

3. Lokasi

Perpustakaan Universitas Islam Negeri Sumatera Utara berlokasi di Jl. William Iskandar Pasar V Medan Estet, Percut Sei Tuan, Deli Serdang, Sumatera Utara 20371.

4. Layanan perpustakaan UINSU

1. Layanan Baca Di Tempat
2. Layanan Sirkulasi
3. Layanan Referensi
4. Layanan Katalog Online
5. Layanan Jurnal Elektronik
6. Layanan Kotak Saran
7. Layanan Digital
8. Layanan Administrasi
9. Layanan Penitipan Tas
10. Layanan Teknis
11. Layanan Poto Cofy
12. Layanan Silang Layan
13. Layanan Penyediaan Dokumen.

5. Koleksi Perpustakaan UINSU

Perpustakaan Universitas Islam Negeri Sumatera Utara memiliki koleksi dari berbagai jenis, yaitu:

1. Buku Teks, dengan jumlah sebanyak 13.952 judul dan 54.063 eksemplar
2. Buku Fiksi, dengan jumlah sebanyak 49 judul dan 157 eksemplar
Buku Non Fiksi, dengan jumlah sebanyak 13.903 judul dan 53.906 eksemplar
3. Koleksi Non Book, dengan jumlah sebanyak 418 judul dan 522 DVD/CD
4. Buku Referensi, dengan jumlah sebanyak 477 judul dan 1.604 eksemplar

5. Tata tertib Perpustakaan UIN-SU

- a. Jam Layanan. Senin s/d Sabtu 16.00 WIB.
- b. Mengisi absensi pengunjung perpustakaan.
- c. Menyimpan tas dan barang bawaan lainnya ditempat penitipan tas, jangan meninggalkan barang berharga (Dompet, Laptop dll) di tempat penitipan, kehilangan barang berharga ditempat penitipan tidak menjadi tanggung jawab perpustakaan.
- d. Menjaga ketenangan, ketertiban dan kebersihan perpustakaan.
- e. Pada saat berada di ruang baca perpustakaan, pemustaka tidak diperbolehkan:
 - Membuat keributan dan mengganggu pemustaka lainnya.
 - Merobek atau merusak koleksi perpustakaan.
 - Merokok, makan dan minum.
 - Membuang sampah sembarangan.
- f. Pada saat meminjam/mengembalikan/memperpanjang pinjaman, pemustaka:
 - Menunjukkan kartu tanda anggota perpustakaan.
 - Tidak diperkenankan menggunakan identitas orang lain.
 - Bagi mahasiswa D3 dan S1 diperbolehkan meminjam koleksi umum sebanyak maksimal 2 eksemplar selama 7 hari dan masa perpanjangan 1 kali.
 - Bagi mahasiswa S2, pegawai dan dosen diperbolehkan meminjamkan 4 eksemplar koleksi selama 14 hari dan masa perpanjangan 1 kali.
 - Antri dengan sabar saat proses peminjaman dan pengembalian koleksi.
 - Segera melaporkan ke petugas perpustakaan jika kehilangan kartu anggota atau bahan pustaka yang dipinjam.
- g. Sanksi:
 - keterlambatan pengembalian bahan pustaka dikenakan denda Rp.500,- per hari per buku
 - Menghilangkan atau merusak buku harus mengganti buku yang sama, sejenis atau mengganti biaya sesuai harga buku tersebut.

- h. Surat keterangan bebas pustaka:
- Menyerahkan bukti setor bebas pustaka dari bank yang ditunjuk.
 - Menyerahkan surat pengantar dari kepala bagian fakultas masing-masing.
 - Menyerahkan karya ilmiah (Skripsi, Tesis, Disertasi) dalam bentuk softcopy format pdf.

B. Hasil Penelitian

1. Pemanfaatan media sosial *Instagram* sebagai sarana promosi pada perpustakaan Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.

Beberapa pertanyaan tentang penggunaan Instagram sebagai sarana promosi di perpustakaan Universitas Islam Negeri Sumatera Utara diajukan kepada informan.

a. Media Promosi Melalui *Instagram*

Aspek terpenting dari proses periklanan adalah konten, yang mencakup informasi yang terkandung dalam materi promosi seperti foto atau video. Nama akun Instagram Perpustakaan UIN-SU yaitu @perpustakaan.uinsu. Menurut informan Ibu Novi, konten-konten yang dipromosikan oleh perpustakaan di akun adalah kegiatan *user education* atau pendidikan pengguna, kegiatan *Libfest*, info jurnal-jurnal yang bisa diakses secara gratis, acara seminar, dan lainnya.

“ kegiatan yang di share itu seperti user education, Libfest itu an pasti di promosikan. Lomba-lomba nya, foto, terus informasinya banyak gimana cara mahasiswa akses repository dan melakukan peminjaman. Surat edaran dari rektor dan buku-buku terbaru yang ada diperpustakaan” (Novita sari, 7 Oktober 2020)

b. Pemanfaatan Instagram sebagai sarana promosi

Pengguna dapat menggunakan berbagai alat di aplikasi Instagram untuk membuat postingan menjadi lebih menarik bagi pengikut. Semakin menarik postingan, semakin banyak suka yang

akan diterimanya. Demikian pula perpustakaan UIN-SU memanfaatkan Instagram dengan memaksimalkan kemampuan yang tersedia, seperti berikut ini:

1) Fitur foto dan video.

Pengguna dapat memanfaatkan berbagai bentuk konten dampak pada aplikasi Instagram secara bersamaan di fitur foto, yang membuat postingan menjadi lebih menarik. Pengguna dapat mengakses berbagai format konten di aplikasi Instagram, seperti yang dilakukan dengan fungsi video. Seperti *instagram stories*, dan *live video instagram*. “*Fitur video memanfaatkan juga fitur tambahannya seperti insta story, live video instagram, dan boomerang tapi untuk yang satu ini jarang*”. (Novita Sari 7 Oktober 2020)

2) Fitur hastag (#) dan arroba (@)

Pengguna dapat memanfaatkan berbagai bentuk konten, dampak pada aplikasi Instagram secara bersamaan di fitur foto, yang membuat postingan menjadi lebih menarik. Pengguna dapat mengakses berbagai format konten di aplikasi Instagram, seperti yang dilakukan dengan fungsi video. Juga ketika perpustakaan UIN-SU ingin mengenalkan akun *Instagram* perpustakaan, maka di setiap mengadakan event dan perlombaan pasti di instruksikan untuk follow dan tidak lupa menggunakan *hastag* (#) dan *arroba* (@) untuk mention ke akun *Instagram* mereka.

“*setiap peserta user education diwajibkan untuk follow akun instagram @perpustakaan.uinsu, terus gunain fitur tag atau mention akun instagram kita*” (Novita Sari 7 Oktober 2020)

Begitupun menurut akun @kyogap_ *Follower Instagram* perpustakaan UIN-SU yang diwawancarai, Informan mendapatkan info perpustakaan UIN-SU saat mengikuti kegiatan *User Education*.

“Sejak pertama kali memasuki bangku perkuliahan. Saat mengikuti program user education” (khairul Yoga Pratama 12-13 November 2020)

Lain hal ya dengan fitur *arroba* (@) pengguna bisa memperluas jangkauan dengan pengguna *Instagram* lainnya dengan mention ke akun pengguna lain yang dituju. Contohnya perpustakaan UIN- SU, maka mentionnya ke akun perpustakaan lain atau ke akun- akun literasi lainnya. sehingga, akun kita diketahui oleh lebih banyak pengguna lain sehingga bisa memperbanyak jumlah pengikut.

“ setiap postingan yang di up pasti mention dan tag ke akun lain, jadi lebih memperluas jangkauan follower gitu” (Novita Sari 7 Oktober 2020)

3) Terhubung ke media sosial lainnya

Fitur ini cukup berguna untuk keperluan promosi. *Instagram* dapat ditautkan ke akun media sosial lain sehingga ketika pengguna memublikasikan foto, profil lain yang ditautkan langsung ditampilkan. Ini dapat membantu Anda menjangkau mereka yang tidak ada di *Instagram*. Saat ini akun *Instagram* @perpustakaan.uinsu dapat dihubungkan langsung dengan akun *Facebook*, jadi saat upload di akun *Instagram* maka akan muncul juga di *Facebook*.

“untuk akun kita saat ini langsung terhubungnya itu ke facebook “ (Novita Sari 7 Oktober 2020)

4) Fitur yang sering digunakan

Instagram memiliki fitur beberapa gambar dan fungsi posting video yang memungkinkan pengguna untuk membuat satu posting dengan banyak foto atau video pada saat yang bersamaan. Total sepuluh gambar dan video diperbolehkan. Fungsi ini sering digunakan untuk mengiklankan perpustakaan UIN-SU. Namun penggabungan di postingan akun perpustakaan UIN-SU dominan foto dan foto, bukan foto dan

video. Juga fitur *insta story* yang sering dipakai dan disematkan menjadi *highlight* di profil.

“*memang kalo di instagram yang dipakek itu Insta Story nya sama ngirim Poto itu aja sih*” (Novita sari, 7 Oktober 2020)

c. Waktu pemanfaatan *Instagram* oleh perpustakaan UINSU

Instagram ialah salah satu media sosial yang dipakai oleh perpustakaan UIN-SU, perpustakaan pertama kali memanfaatkan *Instagram* pada tanggal 14 september 2018. Menurut informan Nurul Hidayah Siregar update postingan mengenai perpustakaan tidak ada jadwal yang ditetapkan, rata-rata postingan di up ke *Instagram* sebulan sekali, ketika ada perayaan atau acara yang diadakan oleh perpustakaan.

”*kalo dilihat awal postingan di akun instagram ini, pada tanggal 14 september, kalo frekuensi atau jadwal berapa kali dalam sebulan harus posting ke instagram itu ga ada, tidak ada jadwalnya. Kita posting itu ketika ada acara atau kegiatan, perayaan hari- hari besar*” (Nurul Hidayah Siregar, 13 Oktober 2020)

d. Keunggulan *Instagram* dengan media sosial lain.

Menurut informan Novita sari perpustakaan UIN-SU memilih *Instagram* menjadi sarana promosi disebabkan menurutnya mempunyai beberapa keunggulan yaitu simpel, mengikuti perkembangan jaman, unggul dalam foto dan video dan memiliki fitur-fitur yang bagus. Seperti *hashtag* (#), *arroba* (@) dan lainnya.

“*instagram salah satu media digital yang bagus, lebih simpel, lebih trend juga mengikuti jamanlah. Sebagai media sosial yang unggul dalam hal foto dan video, bisa dibuat caption juga disetiap foto yang di share*” (Nurul Hidayah Siregar, 13 Oktober 2020)

Begitupun menurut akun @daffari_ismail *Follower Instagram* perpustakaan UIN-SU yang diwawancarai.

“Menurut saya Instagram sangat bagus dijadikan sarana promosi perpustakaan, karena pada umumnya sekarang ini mahasiswa atau pun kaum milenia cenderung menggunakan sosial media Instagram. Jadi pemberitahuan seputar informasi perpustakaan UIN-SU dapat tersampaikan ke pengguna”. (M.Nauval Daffari 12-13 November 2020)

Kemudahan penggunaan Instagram menjadikannya sebagai media yang dengan cepat mendorong orang untuk memanfaatkannya. Memposting gambar dan video, mengikuti, berkomentar, dan memberi suka, serta mencari tagar, semuanya mudah dilakukan. Karena fungsi sinkronisasi Instagram memungkinkannya untuk terhubung dengan media sosial lain, itu dapat menghemat waktu dengan menghilangkan kebutuhan untuk mempublikasikan ke media sosial lain beberapa kali. Instagram menjadi media sosial yang unggul pada hal posting melalui bentuk foto, media ini menyampaikan tampilan serta kualitas foto yang baik, yang tentu saja sangat cocok untuk media yang fokus mengandalkan foto.

e. Tujuan promosi

Menurut Informan Nurul Hidayah Siregar perpustakaan Universitas Islam Negeri Sumatera Utara memiliki beberapa tujuan dalam promosi perpustakaan-nya melalui media sosial *Instagram* yaitu, untuk menyebar luaskan informasi melalui media digital, lebih banyak pengunjung, ajakan kerja sama dan lebih trend.

“tujuannya yaitu menyebar luaskan informasi melalui media digital, supaya orang banyak yang tahu dan berkunjung, instagram juga kan media sosial yang sedang nge-trend yang banyak dipakai untuk bersosial media, jadinya berharap jangkauannya itu luas selain mahasiswa kita bisa juga jangkau perpustakaan lain untuk kerja sama.” (Nurul Hidayah Siregar 13 Oktober 2020)

f. Respon dan Tanggapan

Promosi menggunakan media sosial *Instagram* merupakan promosi dengan menggunakan internet yang bersifat interaktif. Setelah admin mempromosikan kegiatan, *followers* atau pengikut dapat memberikan respon atau tanggapan sehingga kegiatan komunikasi promosi dapat berjalan dua arah.

“udah gitu kalo perpustakaan lagi ngadain event, banyak yang DM banyak seputar event atau lomba yang diadakan” (Novita Sari 7 Oktober 2020)

Respon yang disampaikan oleh salah satu *followers* akun *Instagram* perpustakaan juga melalui via DM (*Direct Message*). Setelah melihat dan membaca informasi mengenai kegiatan yang akan diadakan oleh perpustakaan UIN-SU, jika ada hal yang ingin ditanyakan lebih lanjut, *followers* dapat menghubungi/ bertanya pada pustakawan via DM.

Berikut ada tanggapan dari beberapa *followers* akun @perpustakaan.uinsu mengenai pemanfaatan media sosial *Instagram* sebagai sarana promosi perpustakaan UIN-SU:

Ákun @zulfari_h *“saya rasa itu sangat bagus dan efektif karna Instagram kini makin banyak penggunanya, jadi cocok untuk dijadikan media promosi oleh perpustakaan”*

Akun @putriauliasrg *“Menurut saya sangat bagus, karena disaat sekarang ini sudah banyak menggunakan media sosial khususnya instagram. Dari berbagai kalangan, dan instagram sendiri salah satu platform yang baik untuk pengiklanan.*

Berikut ada tanggapan dari beberapa *followers* akun *Instagram* @perpustakaan.uinsu mengenai promosi perpustakaan UIN-SU sudah menarik perhatian pengguna *Instagram*:

Akun @daffari_ismail *“menurut saya sejauh ini menarik perhatian banyak pengguna Instagram dengan banyaknya pengikut yang mengikutinya”*

Akun @humaira_mustika *“menurut saya sangat menarik”*

Berdasarkan tanggapan dari beberapa *followers Instagram* UIN-SU, mereka menilai bahwa promosi perpustakaan melalui *Instagram* dirasa sudah bagus dan menarik. Saat ini banyak orang-orang menggunakan *Instagram*. Dengan kegiatan promosi melalui *Instagram* mereka menjadi tahu tentang kegiatan yang diadakan oleh perpustakaan UIN-SU. Mereka juga dapat ikut berpartisipasi dalam kegiatan yang diselenggarakan perpustakaan.

2. Kendala pemanfaatan media sosial *Instagram* pada perpustakaan Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.

Keberhasilan perpustakaan dalam menjalankan kegiatan promosi perpustakaan sangat ditentukan dari staf perpustakaan itu sendiri. Kemampuan dalam mengelola perpustakaan baik secara teknis maupun pelayanan, salah satunya menyangkut tentang kemampuan mengelola *Instagram* sebagai sarana promosi melalui media digital. Baik buruknya perpustakaan sangat mempengaruhi keberhasilan promosi yang sedang dijalani.

Dari hasil wawancara yang penulis lakukan disimpulkan bahwa kendala yang dirasakan untuk mengoptimalkan promosi perpustakaan melalui media digital *Instagram* yaitu terletak pada sumber daya manusia atau yang disingkat SDM.

Saat saya mengajukan pertanyaan kepada dua narasumber yang berfokus pada pengelolaan *Instagram* mereka sama-sama menjawab bahwasanya kendala yang dirasakan itu kurangnya SDM yang berkompeten pada bidang desain grafis.

“sejauh ini kendala pada IG ini kalo kita mau ngepost itu kan perlu di desain biar kelihatan makin bagus dan rapi feed postingannya. Kita kendala di SDM untuk yang desain itu tidak ada. Makanya juga kita ga bisa patokan frekuensi misal dalam satu minggu berapa kali update. Bisa dibbilang ngedesain itu susah, ga gampang yang dipikirkan.” (Novita Sari 7 Oktober 2020).

Untuk mengatasi kendala ini, kepala perpustakaan memerintahkan agar bagian pengelola instagram untuk belajar otodidak dan melibatkan beberapa figur duta baca, penggiat literasi dan panitia

yang bergabung di acara libfest.

“klo untuk pegawai yang dibidang desain grafis sih ga ada, palingan kami yang disuruh buat belajar desain, kan ada memang yang hobynya di bidang industri kreatif, kalo kami berdua tergantung kemampuan dan apa yang mau disampaikan aja (posting)karena masih kurang kreatif. kadang melibatkan figur lain, seperti duta baca, dan rekan mahasiswa yang pernah ikut jadi panitia libfest. (Nurul Hidayah Siregar 13 Oktober 2020).

C. Pembahasan

1. Pemanfaatan media sosial Instagram sebagai sarana promosi perpustakaan UIN-SU

a. Media Promosi Melalui Instagram.

Konsep Perpustakaan UIN-SU dibuat dengan konsep *Instagramable*. *Instagramable* adalah sebuah atau sesuatu yang bisa, layak, dan pantas untuk dibagikan ke sosial media seperti *Instagram* dan *Facebook*, dan lainnya dalam bentuk foto dan video. Karena saat ini orang-orang lebih menyukai sesuatu lewat visual. Nama akun *Instagramnya* adalah @perpustakaan.uinsu.

Terbukti dari berbagai kegiatan di posting pada akun *Instagram* tersebut seperti;

- 1) Konten Event. Meliputi kiriman yang digunakan untuk mempromosikan atau mendokumentasikan acara/kegiatan yang diselenggarakan oleh perpustakaan baik dalam bentuk foto, video, maupun poster.
- 2) Konten Internal. Meliputi kiriman yang berisi kegiatan-kegiatan internal yang dilakukan lembaga perpustakaan.
- 3) Konten Ucapan. Meliputi kiriman yang mengandung ucapan hari/perayaan besar nasional dan internasional, serta ucapan-ucapan lainnya.
- 4) Konten Informasi Perpustakaan. Merupakan kiriman yang mengandung segala informasi yang terkait perpustakaan seperti layanan, koleksi, jam buka dan tutup perpustakaan, dan sebagainya.

- 5) Konten Pengetahuan. Berisi kiriman yang mengandung informasi dibidang pengetahuan umum atau bidang tertentu.

Target sasaran perpustakaan UIN-SU dalam promosi perpustakaan melalui *Instagram* adalah mahasiswa dan civitas akademika UIN-SU dan masyarakat luar perguruan tinggi UIN-SU. Menurut Caroline Bjorkgren, *Instagram* adalah saluran pribadi dengan potensi fantastis untuk memberikan citra merek atau mewakili merek kepada pelanggan untuk institusi atau perusahaan. Karena foto diambil saat bepergian (yang masih terjadi), mereka memberikan perasaan tentang apa yang diambil pada saat ini. (Bjorkgren, n.d.)

Dengan demikian disimpulkan bahwa akun *Instagram* perpustakaan UIN-SU memiliki fungsi sebagai alat promosi perpustakaan, sebagaimana perpustakaan UIN-SU merupakan merek dari perpustakaan itu sendiri dibuat dengan konsep yang menarik, koleksi, program, dan segala kegiatan yang ada di perpustakaan tersebut merupakan bagian dari produk perpustakaan UIN-SU.

- b. Pemanfaatan *Instagram* sebagai sarana promosi.

Instagram menawarkan sejumlah fitur yang dapat digunakan pengguna untuk membuatnya lebih mudah digunakan. Beberapa layanan yang dapat diakses di *Instagram* juga digunakan oleh perpustakaan UIN-SU. Berikut ini adalah beberapa fitur *Instagram* yang telah digunakan oleh library UIN-SU:

- a) Fitur foto dan video, berdasarkan penelitian yang ada perpustakaan UIN-SU telah menambahkan 62 file, baik file yang berupa foto maupun video. Pada setiap hasil yang telah di upload selalu dilengkapi dengan edit foto, *caption*, *hashtag*, *tagging*, *maps*, dan *aroba*. Sedangkan fitur video sudah dilengkapi dengan fitur khusus video, seperti *video story* dan *video instagram*.
- b) Pengikut/ *Follower*, saat ini perpustakaan UIN-SU sudah memiliki jumlah pengikut *Instagram* sekitar 1.514 dan bisa

makin bertambah sewaktu-waktu. Pada bagian ini perpustakaan UIN-SU mengupload baik foto ataupun video selalu memperoleh respon atau tanggapan dari para pengikutnya. dengan mendapatkan tanda *Love* atau suka dan komentar pada postingan-postingannya.

- c) Integrasikan dengan media sosial lainnya: Pengguna dapat mempublikasikan foto tidak hanya di Instagram, tetapi juga di *Facebook, Twitter, Vkontakte, Tumblr, Ameba, dan Ok.Ru*. Akibatnya, postingan dari Instagram muncul di situs media sosial lainnya. Ini sangat efektif untuk menjangkau mereka yang tidak memiliki Instagram.
- d) Fitur yang sering dipakai, fitur *multiple image dan video post*. Maksudnya, pengguna bisa menambahkan banyak foto dan video (maksimal 10 slide) yang di gabungkan dalam satu kiriman. Namun di perpustakaan UIN-SU lebih dominan upload dalam bentuk foto.

Berdasarkan pada teori menurut Achmad Sulthony Munfaiid terdapat beberapa fitur-fitur yang ada pada *Instagram* (Anom, 2019), antara lain:

- a) *Upload foto atau video*
- b) *Pengikut/follower*
- c) *Multiple foto & video post*
- d) *Efek foto dan video*
- e) *Geotagging*
- f) *Hastag (#) dan tag*
- g) *Arroba (@)*
- h) *Instagram stories*
- i) *Terhubung kemedial sosial lain*
- j) *Profil bisnis*

Maka bisa ditarik kesimpulan bahwa perpustakaan UIN-SU telah memanfaatkan fitur-fitur Instagram dengan capaian 80% sedangkan fitur yang belum digunakan mencapai 20%. Sebab,

Instagram selalu melakukan perkembangan dengan menambahkan fitur-fitur baru pada *Instagram*.

Pertama, fitur profil adalah opsi gratis untuk akun Instagram yang ingin diidentifikasi sebagai akun bisnis. Bisnis dapat memilih bagaimana mereka ingin konsumen menghubungi mereka, apakah itu melalui telepon, teks, atau email, dan menerima instruksi dengan profil perusahaan. Bergantung pada informasi yang diberikan dan wawasan Instagram, pengguna dapat mengakses berbagai alat bisnis di profil perusahaan Instagram, seperti tombol kontak yang menunjukkan arah, panggilan, dan pilihan email (Instagram Insights). Instagram Insight adalah alat statistik yang menunjukkan siapa pengikut pemilik profil perusahaan (demografi), kapan mereka online, dan sebagainya. (Anom, 2019).

Menurut tim bisnis Instagram, alat periklanan kedua adalah kemampuan untuk mempromosikan, yang memungkinkan mengubah pos biasa menjadi pos iklan berbayar di dalam aplikasi, yang dapat membantu terhubung dengan lebih banyak konsumen. Cukup pilih postingan Instagram yang telah dibagikan dan tambahkan tombol yang mendorong orang lain untuk mengambil tindakan. Pengguna memiliki opsi untuk memilih audiens target atau mengizinkan Instagram untuk merekomendasikannya. Setelah itu, artikelnya akan dipromosikan sebagai iklan selama durasi yang ditentukan.

c. Waktu pemanfaatan oleh Perpustakaan UIN-SU.

Instagram merupakan salah satu media sosial yang digunakan oleh perpustakaan UIN-SU, pertama kali memanfaatkan *Instagram* pada tahun 2018. Menurut dari kedua informan Ibu Novita dan Ibu Nurul, *update* postingan di akun *Instagram* perpustakaan UIN-SU tidak terjadwal.

d. Keunggulan *Instagram* dengan Media sosial lainnya.

Instagram telah berkembang menjadi media sosial yang dalam hal posting foto menampilkan tampilan dan kualitas foto yang baik, yang tentunya sangat cocok untuk media yang mengandalkan foto. Penggunaannya sederhana, dan penggunanya terus bertambah, menjadikan *Instagram* lebih unggul dari fitur pendukung media sosial lainnya. Kemampuan untuk terhubung dengan banyak pengguna media sosial lain, misalnya, bisa lebih efisien karena tidak perlu mempublikasikan berkali-kali di media sosial lain.

e. Tujuan promosi melalui *Instagram*

Promosi melalui *Instagram* perpustakaan UIN-SU memiliki tujuan agar informasi lebih tersebar luaskan, melalui media digital ini diharapkan banyak masyarakat baik mahasiswa, civitas akademik UIN-SU maupun dari luar kampus yang mengetahui informasi-informasi yang disampaikan.

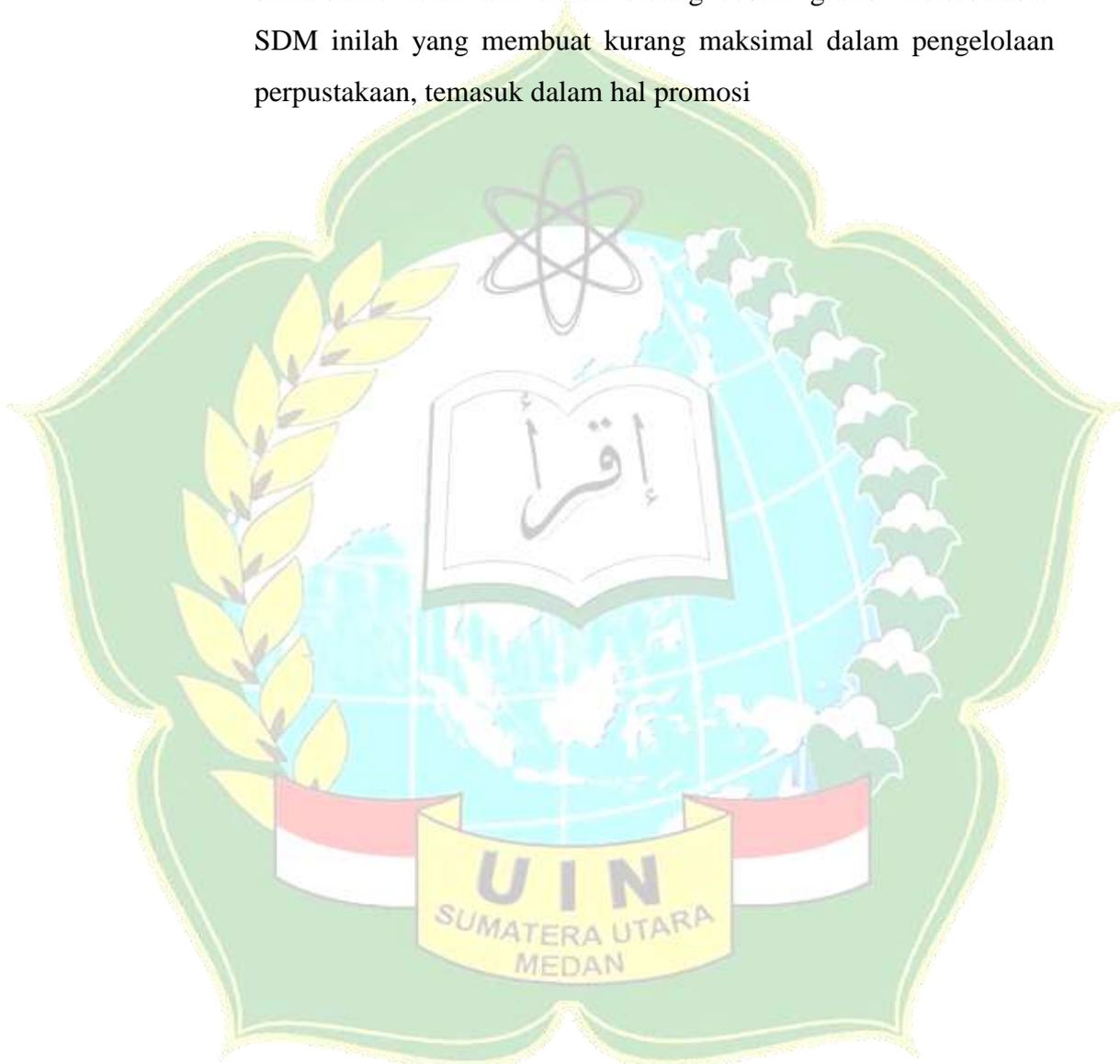
f. Respon dan Tanggapan

Baik Pustakawan (*Admin*) maupun *followers* dapat saling berinteraksi dan berkomunikasi dengan baik. Dikarenakan media sosial *Instagram* menggunakan fasilitas Internet yang bersifat interaktif.

Hal tersebut senada dengan yang disampaikan oleh Belch (Kansha, 2017), bahwa internet merupakan media yang interaktif, memungkinkan aliran informasi yang kuat berpotensi untuk menarik keterlibatan pengguna dan mendapatkan *feedback* yang cepat. Karena itu, semua respon atau pertanyaan yang ditanyakan akan direspon balik oleh admin. Dan berdasarkan tanggapan dari para *Followers* *Instagram* UIN-SU, bahwasanya nya memanfaatkan media sosial *Instagram* sebagai sarana promosi itu bagus dan juga menarik.

2. Kendala pemanfaatan media sosial *Instagram* Perpustakaan Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

- a. Keterbatasan SDM/ kurangnya SDM yang berkompeten dibidang desain grafis. Perpustakaan Universitas Islam Negeri Sumatera Utara hanya memiliki 2 pustakawan yang bertugas dalam mengelola akun *Instagram* @perpustakaan.uinsu. Dan kedua pustakawan ini sama-sama tidak ahli dalam bidang desain grafis. Keterbatasan SDM inilah yang membuat kurang maksimal dalam pengelolaan perpustakaan, termasuk dalam hal promosi



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diambil setelah melakukan penelitian di perpustakaan UIN-SU.

1. Perpustakaan UIN-SU telah memanfaatkan media sosial *Instagram* sebagai sarana promosi. Konsep perpustakaan dibuat dengan konsep *Instagramable*. *Instagram* merupakan salah satu media sosial yang digunakan oleh perpustakaan UIN-SU sebagai media promosi, selain itu ada *Facebook*, *Youtube*, *Twitter*, *Web*, dan lainnya. Tujuan promosi melalui *Instagram* supaya informasinya lebih tersebar luas ke masyarakat, bukan hanya mahasiswa dan civitas akademik UIN-SU tapi masyarakat luar juga. Fitur foto dan video seperti *caption*, *hashtag* (#), *tagging*, *maps*, *arroba* (@) dan tautan ke media sosial lainnya semuanya digunakan. *Multiple Image dan Video Post* adalah dua fitur yang sering digunakan oleh perpustakaan UIN-SU, memungkinkan pengguna untuk memposting hingga 10 foto atau film secara bersamaan. Respon yang baik dalam berkomunikasi dan saling interaktif antara *followers* dan juga pustakawan. Dan berdasarkan tanggapan dari *followers*, bahwasanya pemanfaatan media sosial *Instagram* sebagai media promosi perpustakaan sudah cukup bagus dan menarik
2. Berdasarkan dari hasil yang diperoleh, kendala yang dihadapi oleh Perpustakaan UIN-SU dalam pemanfaatan *Instagram* sebagai sarana promosi perpustakaan adalah masalah SDM (Sumber Daya Manusia) yang ahli dibidang desain grafis, yang menjadi daya tarik untuk *followers*. Karena desain visual merupakan salah satu daya pikat dan minat yang mampu menarik perhatian *followers Instagram*.

B. Saran

Berikut beberapa saran pemanfaatan *Instagram* sebagai sarana promosi yang dapat dilakukan Perpustakaan UIN-SU:

1. Sebaiknya perpustakaan UIN-SU lebih sering dalam memposting tentang update-an perpustakaan, baik itu informasi seputar koleksi,

motivasi, pengetahuan umum, dan kegiatan lainnya. Baik di *instastory* maupun postingan di *feed Instagram*. Jadi terlihat lebih aktif akun *Instagramnya*

2. Sebaiknya perpustakaan UIN-SU menambah SDM yang ahli dibidang desain grafis, dimana itu sangat dibutuhkan dalam mengelola promosi perpustakaan melalui media sosial khususnya *Instagram*.
3. Sebaiknya perpustakaan UIN-SU melakukan kegiatan evaluasi secara berkala terhadap pemanfaatan *Instagram* sebagai sarana promosi perpustakaan guna perbaikan dimasa mendatang.



DAFTAR PUSTAKA

- Afrizal. (2014). *Metode Penelitian*. Jakarta: Rjawali pers.
- Anom. (2019). *4 Langkah Membuat Profil Bisnis Instagram*.
- Awaluddin, W. (2016). *Fenomena Generasi Digital Native*.
- Bjorkgren, C. (n.d.). Kommunicera Ratt Med Instagram (Panduan Berkomunikasi Tepat Dengan Instagram). In *Diakses pada Tanggal 25 Oktober 2020*. Retrieved from <http://internetworld.idg.se/2.1006/1.669591/helsingborg-digitalisering-internet>.
- Haq, A. (2019). *Menyampaikan Ilmu Walau Hanya 1Ayat*.
- Harahap, H. A. (2016). *Library POP Strategi Promosi Perpustakaan*. Medan: Badan Perpustakaan Arsip Dan Dokumentasi Provinsi Sumatera Utara.
- Hardiningtyas, dkk. (2016). Knowledge Sharing Berbasis Karakter Pemustaka (Studi Kasus di UPT Pusat Perpustakaan UNS). *Jurnal Pustaka Ilmiah*, 2.
- Istiana, P. (2014). *LAYANAN PERPUSTAKAAN*. Yogyakarta: OMBAK.
- Kansha, D. R. (2017). *Efektivitas Penggunaan Endorsement Oleh Online Shop Giyomi Di Media Sosial Instagram*.
- Kaur, G. (2016). Social Media Marketing. *Asian Journal of Multidisciplinary Studies*, 4, 34–36.
- Kemp, S. (2019). Digital 2019: Global Internet Use Accelerate. In *Diakses pada Tanggal 25 Oktober 2020*. www.wearesocial.com.
- Kotler, P. (2000). *Marketing Management Millenium Edition*. 563.
- Laxman pendit. (2016). *Digital Native, Literasi Informasi, dan Media Digital- Sisi Pandang Kepustakawanan*.
- Manap, H. A. (2016). *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Mitra Wacana Media.

- Mardina, R. (2017). Literasi Digital Bagi Generasi Digital Natives. Conference: Seminar Nasional Perpustakaan Dan Pustakawan Inovatif. *Seminar Nasional Perpustakaan Dan Pustakawan Inovatif*.
- Matthews, C. (2014). Facebook: More Than 11 Million Young People Have Fled Facebook Since 2011. *Time Magazine*.
- Moch, N. (2003). *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Patilima, H. (2007). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: ALFABETA.
- Purwono. (2010). *Dasar-dasar Dokumentasi*. Jakarta: Universitas Terbuka.
- Ramadhan, B. (2018). Inilah Perkembangan Digital Indonesia Tahun 2018. In diakses pada tanggal 25 oktober 2020. Retrieved from <https://www.goodnewsfromindonesia.id/2018/02/06/inilah-perkembangan-digital-indonesia-tahun-2018>.
- Sugiyono. (2002). *Metode Penelian Administrasi*. Bandung: CV. ALFABETA.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. ALFABETA.
- Suharso, P. (2019). Pemanfaatan Drone Emprit dalam Melihat Tred Perkembangan Bacaan Digital ME melalui Akun Twitter. *ANUVA: Jurnal Kajian Budaya, Perpustakaan, Dan Informasi*, 4, 333–346.
- sujatna. (2016). *Promosi Perpustakaan*. Tangerang: Mahara Publishing.
- Sulistyo, B. (2014). *Pengantar ilmu perpustakaan*.
- Suwarno, W. (2011). *Psikologi Perpustakaan*. Jakarta: Sagung Seto.
- Wulandari, D. (2011). Mengembangkan Perpustakaan Sejalan Dengan Kebutuhan Net Generation. *Visi Pustaka*.
- Afrizal. (2014). *Metode Penelitian*. Jakarta: Rjawali pers.
- Anom. (2019). *4 Langkah Membuat Profil Bisnis Instagram*.

- Awaluddin, W. (2016). *Fenomena Generasi Digital Native*.
- Bjorkgren, C. (n.d.). *Kommunicera Ratt Med Instagram (Panduan Berkomunikasi Tepat Dengan Instagram)*. In *Diakses pada Tanggal 25 Oktober 2020*. Retrieved from <http://internetworld.idg.se/2.1006/1.669591/helsingborg-digitalisering-internet>.
- Haq, A. (2019). *Menyampaikan Ilmu Walau Hanya 1Ayat*.
- Harahap, H. A. (2016). *Library POP Strategi Promosi Perpustakaan*. Medan: Badan Perpustakaan Arsip Dan Dokumentasi Provinsi Sumatera Utara.
- Hardiningtyas, dkk. (2016). Knowledge Sharing Berbasis Karakter Pemustaka (Studi Kasus di UPT Pusat Perpustakaan UNS). *Jurnal Pustaka Ilmiah*, 2.
- Istiana, P. (2014). *LAYANAN PERPUSTAKAAN*. Yogyakarta: OMBAK.
- Kansha, D. R. (2017). *Efektivitas Penggunaan Endorsement Oleh Online Shop Giyomi Di Media Sosial Instagram*.
- Kaur, G. (2016). Social Media Marketing. *Asian Journal of Multidisciplinary Studies*, 4, 34–36.
- Kemp, S. (2019). Digital 2019: Global Internet Use Accelerate. In *Diakses pada Tanggal 25 Oktober 2020*. [www. wearesocial.com](http://www.wearesocial.com).
- Kotler, P. (2000). *Marketing Management Millenium Edition*. 563.
- Laxman pendit. (2016). *Digital Native, Literasi Informasi, dan Media Digital- Sisi Pandang Kepustakawanan*.
- Manap, H. A. (2016). *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Mardina, R. (2017). Literasi Digital Bagi Generasi Digital Natives. Conference: Seminar Nasional Perpustakaan Dan Pustakawan Inovatif. *Seminar Nasional Perpustakaan Dan Pustakawan Inovatif*.
- Matthews, C. (2014). Facebook: More Than 11 Million Young People Have Fled Facebook Since 2011. *Time Magazine*.

- Moch, N. (2003). *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Patilima, H. (2007). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: ALFABETA.
- Purwono. (2010). *Dasar-dasar Dokumentasi*. Jakarta: Universitas Terbuka.
- Ramadhan, B. (2018). Inilah Perkembangan Digital Indonesia Tahun 2018. In *diakses pada tanggal 25 oktober 2020*. Retrieved from <https://www.goodnewsfromindonesia.id/2018/02/06/inilah-perkembangan-digital-indonesia-tahun-2018>.
- Sugiyono. (2002). *Metode Penelian Administrasi*. Bandung: CV. ALFABETA.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. ALFABETA.
- Suharso, P. (2019). Pemanfaatan Drone Emprit dalam Melihat Tred Perkembangan Bacaan Digital MELalui Akun Twitter. *ANUVA: Jurnal Kajian Budaya, Perpustakaan, Dan Informasi*, 4, 333–346.
- sujatna. (2016). *Promosi Perpustakaan*. Tangerang: Mahara Publishing.
- Sulistyo, B. (2014). *Pengantar ilmu perpustakaan*.
- Suwarno, W. (2011). *Psikologi Perpustakaan*. Jakarta: Sagung Seto.
- Wulandari, D. (2011). Mengembangkan Perpustakaan Sejalan Dengan Kebutuhan Net Generation. *Visi Pustaka*.



LAMPIRAN DOKUMENTASI

A. Hasil Dokumentasi.

1. Lampiran 1: Profil akun Instagram Perpustakaan UIN-SU



2. Lampiran 2: postingan Kegiatan/Acara Perpustakaan UIN-SU.



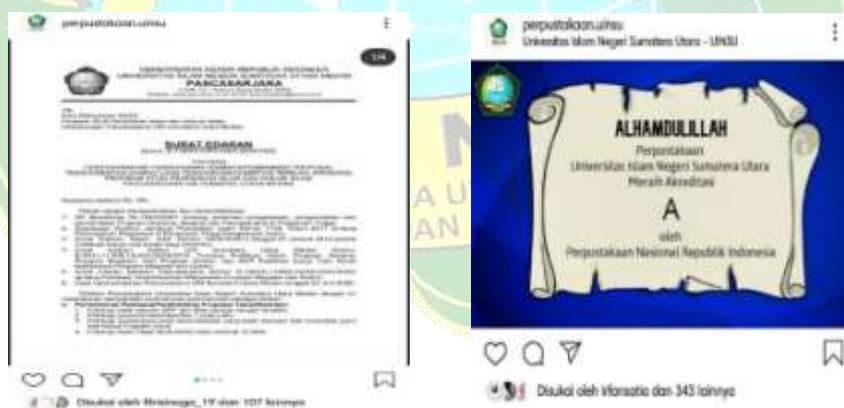
3. Lampiran 3: Postingan kerjasama dengan perpustakaan lain.



4. Lampiran 4: postingan poster/templet perayaan hari-hari besar.



5. Lampiran 5 : Postingan tentang surat edaran dan akreditasi perpustakaan.



6. Lampiran 6: foto dengan pengelola Instagram (Narasumber)



B. Hasil Wawancara

Wawancara dilakukan pada hari rabu, 10 Oktober 2020

Wawancara dengan Ibu Novita Sari S.IP

Jabatan : Staff Pengolahan Perpustakaan

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

1. Apa pengertian promosi dan media sosial menurut informan?

Jawab: *promosi itu, kita punya informasi baru jadi dikasih tahu ke orang-orang biar tau dan di sebarluaskan. Sedangkan media sosial itu seperti sarana kita berkomunikasi ke orang-orang tanpa bertemu lewat internet atau online.*

2. Mengapa memilih media sosial instagram sebagai sarana promosi?

Jawab: *kenapa Instagram, sebenarnya bukan IG aja sih ada youtube, twitter (jarang dipakai), facebook, email, dan web. Ga ada khususan langsung dan memang IG yang dipakek Instastory nya sama ngirim poto video itu aja sih..*

3. Sejak kapan memanfaatkan media sosial instagram sebagai sarana promosi?

Jawab: *Dibuat akunnya sejak 2018, bisa dilihat dari postingan pertama.*

4. Bagaimana memanfaatkan media sosial instagram sebagai sarana promosi?

- a. Hal apa saja yang di promosikan?

Jawab: kegiatan-kegiatan, misalnya User Education, Libfest. Itukan pasti di promosikan. Lomba-lombanya, foto-fotonya, terus informasinya kayak gimana mahasiswa mau akses repository dan melakukan peminjaman. Terus ada info-info surat edaran dari rektor, dan buku-buku terbaru yang ada di perpustakaan.

b. Siapa saja sasaran dari promosi tersebut?

Jawab: sasarannya mahasiswa UIN-SU dan civitas akademik.

c. Bagaimana cara memperkenalkan akun instagram UIN-SU ke masyarakat?

Jawab: setiap peserta yang mengikuti User Education disuruh follow akun IG Perpustakaan, terus dari mulut kemulut, dan memanfaatkan fitur tag di IG.

5. Fitur apa saja yang dimanfaatkan dalam melakukan promosi melalui media instagram? Contohnya:

- a. Foto. Edit dan efek foto
- b. Video. Live video IG, efek dan edit video
- c. Tag/hastag
- d. Arroba (@)
- e. Geotagging (lokasi)
- f. Menghubungkan ke media sosial lain
- g. Multiple image dan video post
- h. Stories IG

Jawab: beberapa fitur yang dimanfaatkan itu seperti fitur foto, video, highlight, instastory, link bio dan situs web di profil

6. Dari semua fitur tersebut, lebih sering fitur mana yang dimanfaatkan?

Jawab: fitur foto sama video itu yang lebih sering dimanfaatkan.

7. Berapa lama waktu frekuensi update melalui media sosial Instagram?

Jawab: *Rata-rata sebulan sekali. Terus kalo ada perayaan atau acara pasti di update. Ga menentu sih jadwalnya. Apalagi pas covid gini makin jarang buat update lagi.*

8. Adakah kerja sama dengan perpustakaan lain mengenai promosi melalui media sosial instagram? Jika ada, kerjasama seperti apa?

Jawab: *Ada, Saat posting di IG kami saling mention/tag dengan akun perpustakaan lain untuk saling mempromosikan, supaya followers akun IG perpustakaan lain juga mengetahuinya. Jadi saling menguntungkan dalam hal memberitahukan bahwa perpustakaan UIN-SU juga punya akun instagram.*

9. Apakah perpustakaan UIN-SU memanfaatkan media sosial lain sebagai sarana promosi?

Jawab: *iya kita ada beberapa media sosial lainnya seperti youtube, facebook, email, dan website.*

10. Adakah anggaran promosi melalui media sosial instagram?

Jawab: *sejauh ini ga ada diperlukan anggaran, karna kan ini media sosial palingan internet itupun kita pakek wifi perpustakaan. Kadang pakek kuota pribadi juga.*

11. Apa saja kontribusi *Followers* setelah memanfaatkan media sosial Instagram sebagai sarana promosi untuk perpustakaan UIN-SU?

Jawab: *sejauh ini kontribusinya palingan mereka bantuin buat promosi akun instagram perpustakaan. Jadikan bisa makin banyak yang tau dan makin bertambah follower. Kalo seperi donasi ga ada sih.*

12. Adakah kendala promosi melalui media sosial instagram? Jika ada, kendala seperti apa?

Jawab: *sejauh ini kendalanya pada IG ini, kalo kita mau ngepost itukan perlu didesain biar makin bagus dan rapi feed postingannya. Kita*

kendala di SDM untuk yang ahli ngedesain itu ga ada. Makanya juga ga bisa dipatokan frekuensi misal dalam satu minggu berapa kali update. Bisa dibbilang ngedesain itu susah, ga gampang yang dipikirkan. Itu aja sih. Kalo hate comment juga ada, kalo terkendala karna jaringan juga engga.

Wawancara Dengan Nurul Hidayah Siregar

Pada Tanggal 13 Oktober 2020

Jabatan Bagian Pengadaan

1. Siapa saja yang terlibat dalam promosi perpustakaan?

Jawab: orang yang terlibat tentunya di tanggung jawabi oleh kepala perpustakaan, dikelola oleh buk Novi dan saya (Nurul) dan ada beberapa dari duta baca dan rekan panitia libfest.

2. Menurut anda apa tujuan promosi perpustakaan uinsu melalui media sosial instagram?

Jawab: tujuannya yaitu untuk menyebarkan informasi melalui media digital. Seperti instgram kan sudah menjadi trend saat ini dipakai untuk bersosmed, jadinya jangkauannya itu selain mahasiswa kita bisa juga ke perpustakaan lain dan tersebar luas.

3. Selain media digital Instagram, media digital apalagi yang dimanfaatkan oleh perpustakaan UIN-SU?

Jawab: Selain Instagram, ada facebook, youtube, website, twitter

4. Media digital yang paling sering/aktif dimanfaatkan untuk promosi?

Jawab: promosinya itu di sinkronkan, kanyak instgram nih bisa disinkronkan dengan facebook dan twitter. Jadi pas posting di Ig langsung muncul juga di facebook.

5. Apakah ada anggaran untuk promosi melalui media sosial instagram?

Jawab: *tidak ada*

6. Adakah diantara follower yang ikut atau sudah berkontribusi kepada perpustakaan?

Jawab: *kalo kontribusi dalam bentuk sumbangan koleksi atau dana ga ada, palingan adanya beberapa dari follower yang juga merupakan mahasiswa kita yang ikut ngambil peran untuk membantu dalam mengadakan kegiatan-kegiatan perpustakaan*

7. Apakah ada hasil yang dicapai dalam promosi perpustakaan melalui media sosial instagram?

Jawab: *Ada, tapi belum maksimal. Dilihat dari jumlah followers yang masih kecil.*

8. Adakah kendala promosi melalui media sosial instagram? Jika ada, kendala seperti apa?

Jawab: *Ada, kendalanya di SDM. Mungkin personal kalinya, tergantung pribadinya adakan orang yang memang hobi di industri kreatif, kalo kami berdua saya dan buk Novi itu sebenarnya tergantung apa yang mau disampaikan aja. Makanya untuk solusinya kami berdua juga masih tahap belajar, dan melibatkan beberapa figur lainnya seperti duta baca dan yang pernah ikut andil dalam acara libfest.*

Wawancara Followers akun media sosial Instagram mengenai perpustakaan UIN-SU, dilakukan pada hari Jumat 13 November 2020, via DM (Direct Message).

- a. **Wawancara dengan akun @humaira_mustika pada tanggal 13 November 2020 sebagai follower akun Instagram perpustakaan UIN-SU.**

1. Darimana dan sejak kapan kamu mendapatkan informasi mengenai keberadaan perpustakaan UIN-SU?

Jawab: *dari pertama masuk kuliah, jadi saya sering berkunjung ke perpustakaan tersebut untuk mencari referensi pembuatan makalah saya, dan saya juga mencari informasi melalui Instagram Perpustakaan UIN-SU.*

2. Pernahkah kamu mengunjungi perpustakaan UIN-SU?

Jawab: *Alhamdulillah kurang kak, karena sebagian fasilitas bukunya belum memadai di perpustakaan tersebut.*

3. Apa yang membuat kamu tertarik untuk mengunjungi perpustakaan UIN-SU?

Jawab: *Yang membuat saya tertarik ialah, buku yang dipergunakan lumayan cukup untuk membantu saya dalam menyelesaikan tugas saya.*

4. Apakah kamu pernah berkontribusi terhadap perpustakaan tersebut? Jika ada, dalam hal apa?

Jawab: *Saya tidak pernah berkontribusi*

5. Selama kamu mengetahui perpustakaan UIN-SU, sudah berapa kali kamu mengunjungi perpustakaan tersebut? Dan biasanya apa yang kamu lakukan ketika berada di perpustakaan tersebut?

Jawab: *Berkunjung ke perpustakaan tersebut tidak terhitung lagi mulai dari semester awal, yang saya dapatkan ialah menambah wawasan saya dan referensi yang begitu sangat bermanfaat dan ilmunya.*

6. Bagaimana pendapat kamu mengenai pemanfaatan media sosial instagram sebagai sarana promosi oleh perpustakaan UIN-SU?

Jawab: *Menurut saya sangat bagus dan bermanfaat.*

7. Bagaimana pendapat kamu apakah promosi perpustakaan UIN-SU sudah menarik perhatian pengguna instagram?

Jawab: *Menurut saya sangat menarik.*

8. Saran apa yang kamu berikan kepada pengelola perpustakaan terkait dengan pemanfaatan media sosial instagram sebagai sarana promosi perpustakaan UIN-SU?

Jawab: *Saran saya kedepannya perpustakaan tersebut lebih sering memberikan informasi lebih banyak lagi.*

b. Wawancara dengan akun @daffari_ismail pada tanggal 13 November 2020 sebagai follower akun Instagram perpustakaan UIN-SU.

1. Darimana dan sejak kapan kamu mendapatkan informasi mengenai keberadaan perpustakaan UIN-SU?

Jawab: *Dari pertama saya menjadi Maba di fakultas ilmu sosial jurusan ilmu perpustakaan. Dan semenjak saya mengikuti pelajaran tentang ilmu perpustakaan saya menjadi tau untuk mendapatkan informasi yang relevan.*

2. Pernahkah kamu mengunjungi perpustakaan UIN-SU?

Jawab: *Ya saya sering berkunjung kesana.*

3. Apa yang membuat kamu tertarik untuk mengunjungi perpustakaan UIN-SU?

Jawab: *Hal yang menarik saat mengunjungi perpustakaan UIN-SU dimana perpustakaan tersebut sudah menggunakan sistem digital.*

4. Apakah kamu pernah berkontribusi terhadap perpustakaan tersebut? Jika ada, dalam hal apa?

Jawab: *Pernah, saya berkontribusi dalam perpustakaan UIN-SU saat mengadakan acara Library Festival*

5. Apa yang membuat kamu ikut berkontribusi dalam mengembangkan perpustakaan?

Jawab: *Karena saya sebagian mahasiswa perpustakaan UIN-SU. Jadi saya harus ikut berkontribusi di dalam perpustakaan tersebut.*

6. Selama kamu mengetahui perpustakaan UIN-SU, sudah berapa kali kamu mengunjungi perpustakaan tersebut? Dan biasanya apa yang kamu lakukan ketika berada di perpustakaan tersebut?

Jawab: *Klau berapa kali nya mungkin tak terhitung, karena hampir setiap hari saya kesana dan yang biasa saya lakukan mengerjakan tugas mencari referensi.*

7. Bagaimana pendapat kamu mengenai pemanfaatan media sosial instagram sebagai sarana promosi oleh perpustakaan UIN-SU?

Jawab: *Menurut saya bagus karena pada umumnya sekarang ini mahasiswa ataupun kaum milenial cenderung menggunakan sosial media yaitu Instagram. Jadi pemberitahuan seputar informasi seputar perpustakaan UIN-SU mudah tersampaikan kepada pengguna.*

8. Bagaimana pendapat kamu apakah promosi perpustakaan UIN-SU sudah menarik perhatian pengguna instagram?

Jawab: *Menurut saya sejauh ini sudah menarik perhatian banyak pengguna Instagram dengan banyaknya pengikut yang mengikutinya.*

9. Saran apa yang kamu berikan kepada pengelola perpustakaan terkait dengan pemanfaatan media sosial instagram sebagai sarana promosi perpustakaan UIN-SU?

Jawab: *Mungkin dengan sering-sering mengupload tentang perpustakaan agar lebih tertarik dan konten yang digunakan haruslah sesuai dengan kebutuhan saat ini.*

c. Wawancara dengan akun @kyoga pada tanggal 13-14 November 2020 sebagai follower akun Instagram perpustakaan UIN-SU.

1. Darimana dan sejak kapan kamu mendapatkan informasi mengenai keberadaan perpustakaan UIN-SU?

Jawab: *Sejak pertama kali masuk bangku perkuliahan. Saat mengikuti program User Education.*

2. Pernahkah kamu mengunjungi perpustakaan UIN-SU?

Jawab: *Pernah.*

3. Apa yang membuat kamu tertarik untuk mengunjungi perpustakaan UIN-SU?

Jawab: *Koleksi yang tersedia dan yang saya butuhkan untuk mengerjakan tugas ada disana.*

4. Apakah kamu pernah berkontribusi terhadap perpustakaan tersebut? Jika ada, dalam hal apa?

Jawab: *Ada, dalam kepanitiaan festival yang diselenggarakan oleh perpustakaan.. juga masa praktek mengelolah bahan pustakanya.*

5. Apa yang membuat kamu ikut berkontribusi dalam mengembangkan perpustakaan?

Jawab: *Latar belakang pendidikan dan untuk perkembangan perpustakaan di masa depan agar perpustakaan lebih dikenal oleh masyarakat.*

6. Selama kamu mengetahui perpustakaan UIN-SU, sudah berapa kali kamu mengunjungi perpustakaan tersebut? Dan biasanya apa yang

kamu lakukan ketika berada diperpustakaan tersebut?

Jawab: *Tidak begitu sering, karena mencari referensi untuk tugas atau melakukan praktek.*

7. Bagaimana pendapat kamu mengenai pemanfaatan media sosial instagram sebagai sarana promosi oleh perpustakaan UIN-SU?

Jawab: *Cukup baik. Namun tidak begitu meluas. Karna tidak semua orang memiliki akun Instagram.*

8. Bagaimana pendapat kamu apakah promosi perpustakaan UIN-SU sudah menarik perhatian pengguna instagram?

Jawab: *Sejauh ini cukup menarik perhatian.*

9. Saran apa yang kamu berikan kepada pengelola perpustakaan terkait dengan pemanfaatan media sosial instagram sebagai sarana promosi perpustakaan UIN-SU?

Jawab: *Mungkin memberikan saran, agar lebih diseringkan upload kegiatan perpustakaan, dan share koleksi-koleksi yang ada diperpustakaan melalui feed Instagramnya dalam bentuk cover dan sinopsis dari buku tersebut. Agar para followers mengetahui koleksi yang ada di perpustakaan UIN-SU.*

d. Wawancara dengan akun @zulfahri_h pada tanggal 14 November 2020 sebagai follower akun Instagram perpustakaan UIN-SU.

1. Darimana dan sejak kapan kamu mendapatkan informasi mengenai keberadaan perpustakaan UIN-SU?

Jawab: *Dari kampus dan sejak kuliah kak.*

2. Pernahkah kamu mengunjungi perpustakaan UIN-SU?

Jawab: *Pernah.*

3. Apa yang membuat kamu tertarik untuk mengunjungi perpustakaan UIN-SU?

Jawab: *Ya disana dapat buku referensi yang kita cari kak*

4. Apakah kamu pernah berkontribusi terhadap perpustakaan tersebut?

Jika ada, dalam hal apa?

Jawab: *Tidak pernah kak.*

5. Apa yang membuat kamu ikut berkontribusi dalam mengembangkan perpustakaan?

Jawab: -

6. Selama kamu mengetahui perpustakaan UIN-SU, sudah berapa kali kamu mengunjungi perpustakaan tersebut? Dan biasanya apa yang kamu lakukan ketika berada di perpustakaan tersebut?

Jawab: *Kalo berapa kalinya ga tau ya kak sering juga sih. Baca buku sama mencari referensi kak.*

7. Bagaimana pendapat kamu mengenai pemanfaatan media sosial instagram sebagai sarana promosi oleh perpustakaan UIN-SU?

Jawab: *Pendapat saya, saya rasa itu sangat bagus dan efektif karena Instagram banyak menggunakan, jadi cocok untuk di promosikan.*

8. Bagaimana pendapat kamu apakah promosi perpustakaan UIN-SU sudah menarik perhatian pengguna instagram?

Jawab: *Saya rasa sudah cukup menarik.*

9. Saran apa yang kamu berikan kepada pengelola perpustakaan terkait dengan pemanfaatan media sosial instagram sebagai sarana promosi perpustakaan UIN-SU?

Jawab: *Sarannya agar bisa memberikan banyak lagi tentang berbagai informasi yang menarik.*

e. Wawancara dengan akun @putriauliasrg pada tanggal 14 November 2020 sebagai follower akun Instagram perpustakaan UIN-SU.

1. Darimana dan sejak kapan kamu mendapatkan informasi mengenai keberadaan perpustakaan UIN-SU?

Jawab: *Sejak saya masuk ke UIN-SU tahun 2017.*

2. Pernahkah kamu mengunjungi perpustakaan UIN-SU?

Jawab: *Pernah, dalam sebulan bisa 5 sampai 6 kali.*

3. Apa yang membuat kamu tertarik untuk mengunjungi perpustakaan UIN-SU?

Jawab: *Kelebihan perpustakaan UIN-SU, tempatnya nyaman, luas, penataan bukunya tertata, dingin, kamar mandinya bersih, sistemnya sudah menggunakan digitalisasi.*

4. Apakah kamu pernah berkontribusi terhadap perpustakaan tersebut? Jika ada, dalam hal apa?

Jawab: *Saya belum ada kontribusi apa-apa untuk perpustakaan, tapi*

hanya berpartisipasi dalam mengaktifkan perpustakaan.

5. Apa yang membuat kamu ikut berkontribusi dalam mengembangkan perpustakaan?

Jawab: Agar perpustakaan UIN-SU lebih aktif dan maju.

6. Selama kamu mengetahui perpustakaan UIN-SU, sudah berapa kali kamu mengunjungi perpustakaan tersebut? Dan biasanya apa yang kamu lakukan ketika berada di perpustakaan tersebut?

Jawab: Biasanya saya mencari bahan tugas kuliah, menggunakan fasilitas perpustakaan seperti menggunakan komputer dan meminjam buku.

7. Bagaimana pendapat kamu mengenai pemanfaatan media sosial instagram sebagai sarana promosi oleh perpustakaan UIN-SU?

Jawab: Menurut saya sangat bagus, karena disaat sekarang ini sudah banyak menggunakan media sosial khususnya Instagram. Dari berbagai kalangan, dan Instagram sendiri salah satu platform yang baik untuk pengiklanan.

8. Bagaimana pendapat kamu apakah promosi perpustakaan UIN-SU sudah menarik perhatian pengguna instagram?

Jawab: Sudah, menurut saya sudah baik.

9. Saran apa yang kamu berikan kepada pengelola perpustakaan terkait dengan pemanfaatan media sosial instagram sebagai sarana promosi perpustakaan UIN-SU?

Jawab: Saran saya, pengelola media sosial perpustakaan harus lebih sering membuat instastory dengan tema quotes, kata-kata motivasi ataupun pengetahuan-pengetahuan umum yang lebih menarik untuk dilihat dan dibaca. Jadi dapat terlihat lebih aktif akun sosial medianya.

B. Reduksi Data

Tabel Reduksi Data

No	Kategori	Sub-kategori	Sub-sub kategori	Data	Interpretasi
1	Pemanfaatan Media Sosial			<p><i>“Instagram, Facebok, Youtube, Twitter, dan Web adalah beberapa media sosial yang dimanfaatkan untuk sarana promosi”</i></p> <p>(Novita Sari)</p>	<p>Perpustakaan UIN-SU menggunakan beberapa media sosial selain Instagram. Perpustakaan memanfaatkan Instagram sebagai sarana promosi, nama akunnya @perpustakaan.</p>

	<p><i>Instagram</i> sebagai Sarana Promosi Perpustakaan UIN-SU</p>	<p>Media Promosi Perpustakaan UIN-SU</p>	<p>Fitur Foto</p>	<p><i>“hal yang dipromosikan adalah kegiatan-kegiatan seperti User Education, Libfest.juga ada lomba-lomba, foto-foto, terdapat informasi tentang mengakses repository, peminjaman, info surat edaran dan info koleksi terbaru”</i> (Novita Sari)</p>	<p>uinsu. kegiatan yang diposting pada akun Instagram Miliknya, seperti kegiatan acara User Education, Libfest, lomba, foto, informasi seputar repository, peminjaman koleksi, surat edaran dan info koleksi terbaru. Karena promosi melalui Instagram lebih menarik dibanding dengan media lainnya. Beberapa postingan bahkan mendapat respon baik dari followers</p>
--	--------------------------------------------------------------------	------------------------------------------	-------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

	<p>Instagram sebagai sarana Promosi</p>	<p>Fitur Video</p>	<p>“Fitur potopun bisa kita edit kasih caption di gambar yang post” (Novita Sari)</p>	<p>maupun pengunjung yang mengikuti kegiatan tersebut.</p> <p>Fitur Instagram yang dimanfaatkan oleh perpustakaan sebagai sarana promosi, seperti fitur potop, video, hastag(#), arroba (@), highlight, instastory, dan terhubung ke media sosial lainnya. fitur yang dominan dimanfaatkan yaitu fitur <i>Multiple image dan video post</i>. Maksudnya fitur tersebut</p>
		<p>Fitur Arroba (@)</p>	<p>“Fitur video memanfaatkan juga fitur tambahannya seperti instastory, live video instagram, dan boomerang tapi untuk yang satu ini jarang”. (Novita Sari)</p>	

				<p><i>“setiap postingan yang di up pasti mention dan tag ke akun lain, jadi lebih memperluas jangkauan follower gitu”</i></p> <p>(Novita Sari)</p>	<p>dapat memposting foto maupun video lebih dari satu dan dapat digabungkan dalam satu kiriman. Namun penggabungan diakukan @perpustakaan.uinsu dominan foto dan foto, bukan foto dan video.</p>
			<p>Terhubung ke media sosial lain</p> <p>Fitur yang sering digunakan</p>	<p><i>“untuk akun kita saat ini langsung terhubungnya itu ke facebook”</i></p> <p>(Novita Sari)</p>	

		<p>Waktu pemanfaatan Instagram oleh Perpustakaan UIN-SU</p>	<p>“memang kalo di instagram yang dipakek itu Insta Story nya sama ngirim Poto itu aja sih” (Novita sari)</p>	<p>Perpustakaan UIN-SU, pertama kali memanfaatkan <i>Instagram</i> pada tanggal 14 september 2018. Dan update postingan</p>
--	--	-------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

				<p><i>postingan di akun instagram ini, pada tanggal 14 september, kalo frekuensi atau jadwal berapa kali dalam sebulan harus posting ke instagram itu ga ada, tidak ada jadwalnya. Kita posting itu ketika ada acara atau kegiatan, perayaan hari-hari besar”</i></p> <p>(Nurul Hidayah Siregar)</p>	<p>mengenai perpustakaan tidak ada jadwal yang ditetapkan, rata-rata postingan di up ke Instagram sebulan sekali, ketika ada perayaan atau acara yang diadakan oleh perpustakaan.</p>
		Keunggu lan Instagra		<p><i>“instagram salah satu media</i></p>	<p>perpustakaan UIN-SU memilih</p>

		<p>m dengan media sosial lain.</p>	<p><i>digital yang bagus, lebih simpler, lebih trend juga mengikuti jamanlah. Sebagai media sosial yang unggul dalam hal foto dan video, bisa dibuat caption juga disetiap foto yang di share</i> (Nurul Hidayah Siregar)</p> <p><i>“Menurut saya Instagram sangat bagus dijadikan sarana promosi perpustakaan, karena</i></p>	<p><i>Instagram sebagai sarana promosi karena menurutnya memiliki beberapa keunggulan yaitu simpler, mengikuti perkembangan jaman, unggul dalam foto dan video dan memiliki fitur- fitur yang bagus.</i></p>
--	--	----------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

			<p><i>pada umumnya sekarang ini mahasiswa atau pun kaum milenia cenderung menggunakan sosial media Instagram. Jadi pemberitahuan seputar informasi perpustakaan UIN-SU dapat tersampaikan ke pengguna”.</i></p> <p>(M.Nauval Daffari)</p>	
		<p>Tujuan Promosi melalui Instagram</p>	<p><i>“tujuannya yaitu menyebar luaskan informasi melalui media digital,</i></p>	<p>Perpustakaan Universitas Islam Negeri Sumatera Utara memiliki beberapa tujuan dalam promosi</p>

				<p><i>supaya orang banyak yang tahu dan berkunjung, instagram juga kan media sosial yang sedang nge-trend yang banyak dipakai untuk bersosial media, jadinya berharap jangkauannya itu luas selain mahasiswa kita bisa juga jangkau perpustakaan lain untuk kerja sama.”</i></p> <p>(Nurul Hidayah Siregar)</p>	<p>perpustakaan-nya melalui media sosial <i>Instagram</i> yaitu, untuk menyebar luaskan informasi melalui media digital, lebih banyak pengunjung, ajakan kerja sama dan lebih trend.</p>
					Respon yang disampaikan

		Respon dan Tanggapan	<p>“udah gitu kalo perpustakaan lagi ngadain event, banyak yang DM nanyak seputar event atau lomba yang diadain”</p> <p>(Novita Sari)</p>	<p>oleh salah satu <i>followers</i> akun <i>Instagram</i> perpustakaan juga melalui via DM (<i>Direct Message</i>).</p> <p>Setelah melihat dan membaca informasi mengenai kegiatan yang akan diadakan oleh perpustakaan UIN-SU, jika ada hal yang ingin ditanyakan lebih lanjut, <i>followers</i> dapat menghubungi/ bertanya pada pustakawan via DM.</p> <p>Tanggapan dari beberapa</p>
--	--	----------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

				<p>“Menurut saya sangat bagus, karena disaat sekarang ini sudah banyak menggunakan media sosial khususnya instagram. Dari berbagai kalangan, dan instagram sendiri salah satu platform yang baik untuk pengiklanan (@putriaulia srg)</p>	<p>followers akun @perpustakaan .uinsu mengenai pemanfaatan media sosial Instagram sebagai sarana promosi perpustakaan UIN-SU, sangat bagus untuk memilih Instagram, karena sekarang ini banyak dipakai dari berbagai kalangan, dan baik untuk dijadikan media iklan.</p> <p>Tanggapan dari beberapa followers akun Instagram @perpustakaan .uinsu mengenai</p>
--	--	--	--	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

				<p><i>“Menurut saya sejauh ini menarik perhatian pengguna Instagram, dan sejauh ini sudah cukup menarik. dengan banyaknya pengikut yang mengikutinya”</i></p> <p>(@daffari_ismail)</p>	<p>promosi perpustakaan UIN-SU sudah menarik perhatian pengguna Instagram, dan sejauh ini sudah cukup menarik.</p>
2	<p>Kendala pemanfaatan Media Sosial Instagram Pada Perpustakaan UIN-SU</p>	<p>SDM (Sumber Daya Manusia)</p>		<p><i>“sejauh ini kendala pada IG ini kalo kita mau ngepost itu kan perlu di desain biar kelihatan makin bagus dan rapi feed postingannya</i></p>	<p>Kendala yang dihadapi oleh Perpustakaan UIN-SU dalam pemanfaatan Instagram sebagai sarana promosi perpustakaan adalah masalah SDM (Sumber</p>

				<p>a. Kita kendala di SDM untuk yang desain itu tidak ada. Makanya juga kita ga bisa patokan frekuensi misal dalam satu minggu berapa kali update. Bisa dibilang ngedesain itu susah, ga segampang yang dipikirkan.”</p> <p>(Novita Sari)</p> <p>“klo untuk pegawai yang dibidang desain grafis sih ga</p>	<p>Daya Manusia) yang ahli dibidang desain grafis.</p>
--	--	--	--	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------

				<p><i>ada, palingan kami yang disuruh buat belajar desain, kan ada memang yang hobynya di bidang industri kreatif, kalo kami berdua tergantung kemampuan dan apa yang mau disampaikan aja (posting)kar ena masih kurang kreatif. kadang melibatkan figur lain, seperti duta baca, dan rekan mahasiswa yang pernah ikut jadi</i></p>	
--	--	--	--	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

				<i>panitia libfest. (</i> Nurul Hidayah Siregar)	
--	--	--	--	------------------------------------------------------------------------	--





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA MEDAN
PERPUSTAKAAN

Jl. William Iskandar Per.V Telp. (061) 6615683-6622925, Fax. (061) 6615683 Medan Estate 20371

Nomor : B-169/Un.11/PIk/PP.00.9/10/2020

06 Oktober 2020

Lamp : -

Perihal : Izin Riset

Yth;
Dekan Fak. Ilmu Sosial
Cq. Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kelembagaan
Fak. Ilmu Sosial UIN-SU
Di tempat

Dengan hormat, membalas surat saudara nomor : B-1484/IS.I/KS.02/10/
/2020, tanggal 04 Oktober 2020, perihal di pokok surat, atas nama :

Nama : JULI ANGGRAINI
N I M : 0601163063
Tempat/ Tgl Lahir : Pulas Baru / 11 Juli 1998
Program Studi : Ilmu Perpustakaan
Semester : IX (Sembilan)
Alamat : Desa Pulas Baru Kecamatan Lawe Bulan

yang akan mengadakan riset di Perpustakaan UIN Sumatera Utara dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul "*Pemanfaat Instagram Sebagai Media Promosi Kegiatan Di Perpustakaan Universitas Islam Negeri Sumatera Utara*", pada prinsipnya dapat kami setujui dengan ketentuan yang bersangkutan bisa mematuhi peraturan yang berlaku di Perpustakaan UIN Sumatera Utara Medan.

Demikian Surat Izin ini kami berikan untuk dapat dipergunakan seperlunya.



Kepala
Triana Santi, S.Ag, SS, MM
19701230 199803 2 003

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Juli Anggraini, lahir di Pulonas Baru pada tanggal 11 Juli 1998. Anak pertama dari Bapak Amri dan Ibu Rosmaniar. Penulis bertempat Tinggal di Desa Pulonas baru Kecamatan Lawe Bulan, Kabupaten Aceh Tenggara. Penulis menyelesaikan pendidikan selama 6 Tahun di SDN 2 Kutacane, 3 Tahun menempuh pendidikan di MTS Pondok Pesantren Darul Azhar, lanjut lagi kejenjang MAS selama 3 tahun di Pondok pesantren yang sama yakni Ponpes Darul Azhar Kutacane. Dan melanjutkan pendidikan S-1 pada Program Studi Ilmu Perpustakaan Fakultas Ilmu Sosial UIN-Sumatera Utara. Penulis sangat bersyukur kepada Allah SWT sehingga dapat menimba ilmu dan semoga menjadi bekal dalam kehidupan untuk menjadi insan yang bermanfaat bagi Keluarga, Masyarakat, Bangsa dan Negara, tak luput pula Agama.

