

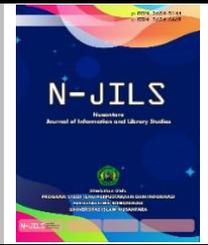


N-JILS

Nusantara

Journal of Information and Library Studies

Journal homepage: ojs.uninus.ac.id/index.php/JILS



Penggunaan Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Dinas Arsip Dan Perpustakaan Kota Bandung

Use of Instagram Social Media as Promotional Media for the Bandung City Archives and Library Service

Mentari Meilani^{*1}, Rifqi Zaeni Achmad Syam², Oom Nurrohmah³

^{1,2,3}Universitas Islam Nusantara

e-mail: ^{*1}mentarimeilani17@gmail.com, ²rifqisyam@uninus.ac.id, ³oom_nurrohmah@uninus.ac.id

ARTICLE INFO

Article history

Received [May, 2023]

Revised [May, 2023]

Accepted [June, 2023]

Available Online [June, 2023]

DOI:

ABSTRACT

Bandung City Archives and Library Service carries out library promotion activities using Instagram social media. However, the level of visits and borrowing of library collections at Bandung City Archives and Library Service tends to be little and the visualization and content on Instagram social media is not very attractive, tending to frequently upload content regarding official activities. So that promotion of the library has not fully been able to generate desire and has not been optimal enough to attract audiences in generating visits and utilizing library facilities. The purpose of this study was to find out and describe the use of social media Instagram as a library promotional medium in increasing the number of visitors and the number of borrowing library collections at Bandung City Archives and Library Service using AIDA model. This study uses a descriptive qualitative approach. Data collection techniques through observation, interviews and documentation. The data analysis technique used is data reduction, data presentation and conclusion. The results showed that the use of social media Instagram as a promotional medium for the library of Bandung City Archives and Library Service had achieved an AIDA model, namely being able to attract attention, maintain interest, generate desire,

and generate action. So that Instagram social media as a library promotion media has succeeded in increasing the number of visitors and the number of borrowing library collections at Bandung City Archives and Library Service.

Keywords: instagram social media, library promotion, AIDA

*Kata kunci: media sosial
instagram, promosi
perpustakaan, AIDA*

ABSTRAK

Dinas Arsip dan Perpustakaan Kota Bandung melakukan kegiatan promosi perpustakaan dengan menggunakan media sosial Instagram. Tetapi tingkat kunjungan dan peminjaman koleksi perpustakaan di Dinas Arsip dan Perpustakaan Kota Bandung cenderung sedikit dan visualisasi serta konten pada media sosial Instagram belum terlalu menarik, cenderung sering mengunggah konten mengenai kegiatan dinas. Sehingga promosi perpustakaan belum sepenuhnya dapat menimbulkan keinginan dan belum cukup optimal menarik khalayak dalam menghasilkan tindakan berkunjung dan memanfaatkan fasilitas perpustakaan. Tujuan dari penelitian ini adalah ingin mengetahui dan mendeskripsikan penggunaan media sosial Instagram sebagai media promosi perpustakaan dalam meningkatkan jumlah pengunjung serta jumlah peminjaman koleksi perpustakaan di Dinas Arsip dan Perpustakaan Kota Bandung menggunakan model AIDA. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan media sosial Instagram sebagai media promosi perpustakaan Dinas Arsip dan Perpustakaan Kota Bandung telah mencapai model AIDA yaitu dapat menarik perhatian, mempertahankan ketertarikan, menimbulkan keinginan, dan menghasilkan tindakan. Sehingga media sosial Instagram sebagai media promosi perpustakaan berhasil meningkatkan jumlah pengunjung serta jumlah peminjaman koleksi perpustakaan di Dinas Arsip dan Perpustakaan Kota Bandung.

© 2023 NJILS. All rights reserved.

A. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi saat ini sangatlah berkembang pesat dan nyatanya sangat membantu kehidupan manusia yang saat ini menginginkan segala hal yang serba praktis dan cepat. Terlebih dengan kehadirannya internet yang dapat dimanfaatkan untuk mengakses dan memenuhi kebutuhan informasi secara global, cepat dan tentunya sangat digandrungi oleh berbagai masyarakat di belahan dunia. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) memaparkan hasil survei mengenai penggunaan internet Indonesia yaitu terdapat 210,03 juta (77,02%) pengguna internet pada periode tahun 2021-2022 di Indonesia (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2022). Dalam hasil survei tersebut pun dipaparkan bahwa alasan masyarakat Indonesia menggunakan internet adalah agar dapat mengakses media sosial.

Website We Are Social (2022) pun mengungkapkan bahwa jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia pada awal tahun 2022 sebesar 190 juta orang (12,35%) dari total populasi 273,5 juta. Hal ini artinya hampir dari setengah penduduk Indonesia merupakan pengguna aktif media sosial. Di mana dituturkan pula bahwa media sosial yang sering digunakan oleh masyarakat Indonesia pada posisi pertama yaitu *WhatsApp* dengan persentase sebesar 88,7%, posisi kedua dan ketiga yaitu *Instagram* dan *Facebook* dengan persentase masing-masing sebesar 84,8% dan 81,3% (*We Are Social*, 2022). Rodin (2017) menyebutkan bahwa fenomena kemajuan teknologi informasi ini membuat masyarakat ataupun instansi mau tidak mau dituntut untuk selalu ikut andil dalam mengikuti perkembangan tersebut dengan berperan dalam menggunakan fasilitas-fasilitas sebagai hasil dari perkembangan teknologi informasi saat ini, salah satunya adalah Perpustakaan.

Perpustakaan adalah institusi pengelola koleksi karya tulis, karya cetak, dan atau karya rekam secara profesional dengan sistem yang baku guna memenuhi kebutuhan pendidikan, penelitian, pelestarian, informasi, dan rekreasi para pemustaka (Undang-Undang Republik Indonesia, 2007). Perpustakaan merupakan salah satu pusat pembelajaran sepanjang hayat bagi seluruh masyarakat, di mana di perpustakaan sendiri memiliki banyak buku dan setiap buku mengandung banyak informasi yang sangat berguna bagi pembacanya. Sebagai salah satu pusat informasi, perpustakaan dituntut berperan dalam mengajak masyarakat untuk memanfaatkan perpustakaan, baik koleksi maupun layanannya.

Rodin (2017) memaparkan bahwa meskipun saat ini internet sangat digandrungi, tetapi keberadaan internet ini tidak selamanya mampu memberikan pelayanan yang memuaskan bagi

seseorang yang mencari sebuah informasi atau membutuhkan layanan informasi tertentu. Agar masyarakat lebih mengenal dan memanfaatkan perpustakaan, maka perpustakaan harus memasarkan jasa layanan serta koleksinya agar dapat diketahui dan dimanfaatkan secara maksimal. Untuk itu, cara agar perpustakaan dapat diketahui dan dimanfaatkan oleh masyarakat adalah dengan melakukan kegiatan promosi. Promosi adalah suatu aktivitas menawarkan produk atau jasa dengan tujuan agar orang lain tertarik untuk membeli, menggunakan atau hanya sekedar melihat produk jasa yang ditawarkan (Harahap dalam Oktaviani & Rustandi, 2018).

Menghadapi fenomena kemajuan teknologi informasi ini perpustakaan dapat melakukan kegiatan promosi dengan memanfaatkan media sosial. Hal ini dilakukan agar perpustakaan dapat diketahui dan dimanfaatkan keberadaannya oleh masyarakat umum dengan memanfaatkan perkembangan teknologi. Salah satu perpustakaan yang melakukan kegiatan promosi dengan memanfaatkan media sosial adalah Dinas Arsip dan Perpustakaan Kota Bandung.

Dinas Arsip dan Perpustakaan Kota Bandung adalah sebuah perpustakaan umum yang memiliki beragam fasilitas dan layanan yang dapat dimanfaatkan oleh masyarakat khususnya masyarakat yang berada di Kota Bandung dalam melakukan pembelajaran sepanjang hayat. Menurut Hermawan & Zen (dalam Musaddik & Nurislaminingsih, 2019), perpustakaan umum adalah perpustakaan yang melayani seluruh lapisan masyarakat tanpa membedakan latar belakang, status sosial, agama, suku, pendidikan dan sebagainya.

Berdasarkan observasi awal yang dilakukan, tingkat kunjungan dan peminjaman koleksi perpustakaan di Dinas Arsip dan Perpustakaan Kota Bandung cenderung sedikit. Lalu, penulis mengamati juga media sosial yang dimiliki Dinas Arsip dan Perpustakaan Kota Bandung, dan diketahui bahwa perpustakaan telah melakukan kegiatan promosi perpustakaan dengan memanfaatkan media sosial, yaitu media sosial Instagram, *Facebook*, *Twitter*, *YouTube* dan *TikTok*. Namun dalam penggunaannya, Dinas Arsip dan Perpustakaan Kota Bandung lebih aktif melakukan kegiatan promosi perpustakaan menggunakan media sosial Instagram. Dalam melakukan promosi perpustakaan melalui media sosial Instagram tersebut, Dinas Arsip dan Perpustakaan Kota Bandung belum sepenuhnya memperhatikan model AIDA (*Attention, Interest, Desire, Action*).

Visualisasi konten yang diunggah melalui akun media sosial Instagram Dinas Arsip dan Perpustakaan Kota Bandung belum terlalu menarik perhatian, karena di setiap konten yang

diunggah tersebut dominan menggunakan desain *layout* dan warna yang sama, padahal konten tersebut isinya berbeda. Konten yang diunggah pun belum terlalu menarik minat khalayak karena akun Instagram cenderung sering mengunggah konten mengenai kegiatan dinas dan jarang mengunggah konten yang isinya menyampaikan, memperkenalkan atau mengkomunikasikan produk atau jasa yang ada di perpustakaan. Berdasarkan kedua hal tersebut, tentunya konten yang diunggah pun belum sepenuhnya menimbulkan keinginan seseorang untuk mengetahui informasi lebih lanjut terkait Dinas Arsip dan Perpustakaan Kota Bandung, dan oleh karena itu konten yang diunggah oleh Dinas Arsip dan Perpustakaan Kota Bandung pada media sosial Instagram belum cukup optimal menarik khalayak dalam menghasilkan tindakan dengan berkunjung dan memanfaatkan fasilitas yang ada.

Dengan demikian, peneliti tertarik untuk mengetahui dan mendeskripsikan penggunaan media sosial Instagram sebagai media promosi perpustakaan dalam meningkatkan jumlah pengunjung serta jumlah peminjaman koleksi perpustakaan di Dinas Arsip dan Perpustakaan Kota Bandung menggunakan model AIDA (*Attention, Interest, Desire, Action*). Untuk itu, penelitian ini diberi judul “Penggunaan Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Perpustakaan Dinas Arsip dan Perpustakaan Kota Bandung”.

B. TINJAUAN PUSTAKA

Dalam suatu penelitian diperlukan dukungan dari hasil-hasil penelitian yang telah ada sebelumnya, tentunya berkaitan dengan penelitian yang penulis teliti. Pertama dikaji oleh Azmi (2022) dengan judul “Evaluasi Strategi Promosi Perpustakaan Pada Dinas Kearsipan dan Perpustakaan Kabupaten Langkat Sumatera Utara Berdasarkan Konsep *Attention, Interest, Desire, Action* (AIDA)”. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa respon pemustaka terhadap promosi kegiatan layanan perpustakaan keliling dan pembagian hadiah berupa gelas mug yang dilakukan oleh Dinas Kearsipan dan Perpustakaan Kabupaten Langkat lebih dominan pada tahap *attention* dan *interest* yang penerapannya melalui visualisasi dan informasi singkat yang terdapat pada media promosi tersebut. Hanya beberapa pemustaka yang mencapai tahap *desire* dan *action*. Kedua, dikaji oleh Suharso & Pramesti (2019) dengan judul “Promosi Perpustakaan Melalui Instagram: Studi di Perpustakaan Universitas Airlangga”. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Perpustakaan Airlangga telah memanfaatkan semua fasilitas yang ada di Instagram dalam melakukan promosi perpustakaan yaitu fitur Instagram *story*, *upload* video, *upload* foto, bahkan

melakukan *live* Instagram guna melakukan promosi perpustakaan. Hasil dari promosi melalui media sosial ini secara langsung berdampak positif terhadap Perpustakaan Universitas Airlangga. Ketiga, dikaji oleh Zuhri & Christiani (2018) dengan judul “Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi *Library Based Community* (Studi Kasus Komunitas Perpustakaan Jalanan Solo @Koperjas)”. Hasil dari penelitian ini dapat diketahui bahwa akun Instagram @Koperjas merupakan langkah yang tepat sebagai media promosi *Library Based Community* oleh Komunitas Perpustakaan Jalanan Solo yang dibuktikan dengan banyaknya respon positif dari masyarakat dan meningkatnya jumlah pengguna perpustakaan pada *stand* Koperjas yang digelar pada saat acara *Car Free Day*. Berdasarkan ketiga penelitian tersebut, perbedaan dengan penelitian ini adalah pada penelitian ini akan membahas mengenai penggunaan media sosial Instagram sebagai media promosi perpustakaan Dinas Arsip dan Perpustakaan Kota Bandung dalam meningkatkan jumlah pengunjung dan jumlah peminjaman koleksi perpustakaan menggunakan model AIDA (*Attention, Interest, Desire, Action*).

Promosi dalam suatu perpustakaan sangat penting dilakukan agar perpustakaan dapat diketahui dan dimanfaatkan oleh pemustaka sebagai tempat yang dapat memberi layanan informasi. Hal tersebut pun dituturkan juga oleh Sukarno (2017) sebagai berikut:

“Promosi perpustakaan sangat penting dilakukan agar perpustakaan diketahui dan dimanfaatkan oleh pemustaka sebagai tempat yang dapat memberi layanan informasi.”

Kegiatan promosi ini merupakan salah satu variabel yang terdapat pada konsep bauran promosi. Menurut Shifa, bauran promosi adalah kombinasi variabel pemasaran yang pengaplikasiannya dilakukan oleh suatu badan perusahaan dalam mencapai tujuan yang di mana bauran promosi ini terdiri dari empat variabel yang sering dikenal dengan istilah 4P yaitu terdiri dari *price* (harga), *product* (produk), *promotion* (promosi) dan *place* (tempat). (Shifa, 2020). Melalui promosi perpustakaan maka informasi yang dimiliki dapat tersampaikan ke pemustaka (Khoeriyah, Indah, & Achmad Syam, 2021).

Menurut Prisgunanto (2017) AIDA (*Attention, Interest, Desire, Action*) merupakan tolak ukur sudah sejauh mana pemahaman manusia terhadap pesan yang disampaikan melalui kegiatan promosi yang dilakukan. Asepek *attention* (menarik perhatian), merupakan tahap awal, sehingga awal dalam sebuah promosi haruslah menarik perhatian bagi orang yang melihatnya. Oleh karena itu, dalam mempromosikan produk atau jasa haruslah memperhatikan visualisasi yang terdiri dari

warna, ukuran, tata letak, dan jenis huruf yang dipakai untuk menarik perhatian. Aspek *interest* (mempertahankan ketertarikan), pada tahap ini, kegiatan promosi harus dilakukan dengan menyuguhkan kata-kata yang dapat membuat sasaran memiliki ketertarikan yang lebih dalam agar sasaran berminat untuk membaca, melihat dan juga mendengar dengan lebih seksama. Aspek *desire* (menimbulkan keinginan), dalam tahap ini, sasaran sudah mulai tertarik dengan pesan yang disuguhkan melalui kegiatan promosi. Untuk itu, agar sasaran memiliki keinginan untuk memiliki, menggunakan dan memanfaatkan produk atau jasa yang ditawarkan maka harus dibangkitkan dengan kalimat-kalimat tertentu. Aspek *action* (menghasilkan tindakan), pada tahap terakhir, kegiatan promosi yang dilakukan sudah mengenai sasaran, dan sasaran sudah melakukan tindakan pemanfaatan terhadap produk atau jasa yang dipromosikan. Dalam meyakinkan sasaran untuk dapat mengambil tindakan haruslah menggunakan kata perintah yang tepat.

C. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan paradigma konstruktivisme. Pendekatan kualitatif bertujuan untuk mengetahui sebuah fenomena sebagaimana adanya yang dijelaskan ke dalam bentuk kata-kata dan kalimat pada suatu konteks yang alamiah melalui penggunaan berbagai pendekatan yang terkandung di dalamnya. Metode deskriptif bertujuan untuk menggambarkan, melukiskan, menerangkan, menjelaskan dan menjawab secara lebih rinci permasalahan yang akan diteliti (Tobing, Herdiyanto & Astiti, 2016).

Miles dan Huberman (dalam Sugiyono, 2017) menyatakan bahwa pada penelitian kualitatif, teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah reduksi data, penyajian data dan verifikasi atau penarikan kesimpulan. Objek penelitian dalam penelitian ini yaitu media sosial Instagram sebagai media promosi perpustakaan Dinas Arsip dan Perpustakaan Kota Bandung yang di khususkan dalam model AIDA (*Attention, Interest, Desire, Action*). Informan dalam penelitian ini ditentukan dengan teknik *purposive sampling* dengan kriteria informan merupakan pengelola media sosial Instagram Dinas Arsip dan Perpustakaan Kota Bandung serta informan merupakan pemustaka yang mengikuti media sosial Instagram Dinas Arsip dan Perpustakaan Kota Bandung dan pernah lebih dari sekali berkunjung ke Perpustakaan Dinas Arsip dan Perpustakaan Kota Bandung. Untuk itu, informan dalam penelitian ini berjumlah 5 (lima) yang dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 1. Daftar Nama Informan Penelitian

No	Nama	Umur	L/P	Jabatan
1.	Intan Nurani	26 tahun	P	Pengelola Instagram
2.	Puji Permana	27 tahun	L	Pengelola Instagram
3.	Fitri Anggraeni R	21 tahun	P	Pemustaka
4.	Ilham Syahputra H	20 tahun	L	Pemustaka
5.	Debby Terania N	32 tahun	P	Pemustaka

Sumber: Olahan Peneliti, 2023

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dinas Arsip dan Perpustakaan Kota Bandung adalah sebuah perpustakaan umum yang letaknya berada di Jl. Seram No.2, Citarum, Bandung Wetan, Kota Bandung. Dinas Arsip dan Perpustakaan Kota Bandung merupakan Perpustakaan Umum Daerah Kota yang memiliki jumlah koleksi sebanyak 9.997 judul dengan 28.250 eksemplar. Jenis koleksinya sendiri terdiri dari koleksi buku anak, koleksi buku remaja dan dewasa, koleksi referensi dan koleksi tandon yang dikelompokkan berdasarkan kelas subjek. Selain itu, layanan perpustakaan yang dapat dimanfaatkan oleh para pemustaka di Dinas Arsip dan Perpustakaan Kota Bandung ini diantaranya yaitu layanan sirkulasi, layanan referensi, layanan baca remaja dan dewasa, layanan anak, layanan perpustakaan keliling, layanan kunjungan, layanan pembinaan perpustakaan dan layanan gerobak baca.

Layanan perpustakaan Dinas Arsip dan Perpustakaan ini menggunakan sistem layanan terbuka dengan jam buka layanan yaitu pada hari Senin sampai Jumat mulai dari pukul 09.00 WIB sampai 15.00 WIB, lalu hari Sabtu mulai dari pukul 09.00 WIB – 12.00 WIB dan untuk layanan perpustakaan keliling dibuka pada hari Senin sampai Kamis dari pukul 09.00 WIB – 11.00 WIB. Untuk hari Minggu dan libur nasional, seluruh layanan perpustakaan ini ditutup. Selain itu, Dinas Arsip dan Perpustakaan Kota Bandung memiliki beberapa fasilitas yang dapat digunakan oleh pemustaka. Adanya fasilitas ini diharapkan dapat menunjang kebutuhan pemustaka pada saat memanfaatkan perpustakaan. Fasilitas tersebut diantaranya meja dan kursi baca, OPAC (*Online Public Access Catalogue*), Mobil Unit Perpustakaan Keliling (MUPK), ruang koleksi anak, ruang baca anak, ruang koleksi remaja dan dewasa, ruang baca, ruang koleksi referensi, BI *Corner*, Pustaka Ki Sunda, pojok sejarah perjuangan TNI Angkatan Darat, meja layanan sirkulasi dan resepsionis, komputer informasi pengunjung, tempat parkir, dan taman.

Media sosial Instagram Dinas Arsip dan Perpustakaan Kota Bandung merupakan media sosial yang dibuat oleh Dinas Arsip dan Perpustakaan Kota Bandung sejak tahun 2016. Media sosial Instagram ini digunakan sebagai media promosi perpustakaan yang mana promosi dalam suatu perpustakaan sangat penting dilakukan agar perpustakaan dapat diketahui dan dimanfaatkan oleh pemustaka sebagai tempat yang dapat memberi layanan informasi. Selain Instagram, Dinas Arsip dan Perpustakaan Kota Bandung ini memiliki beberapa media sosial yang digunakan sebagai media promosi perpustakaan. Hanya saja, media sosial Instagram digunakan lebih maksimal sebagai media promosi perpustakaan dikarenakan sasaran dalam promosi perpustakaan ini lebih banyak aktif melalui media sosial Instagram serta media sosial Instagram ini lebih interaktif jika digunakan sebagai media promosi perpustakaan. Hal tersebut dapat terlihat dengan banyaknya pengikut pada media sosial Instagram Dinas Arsip dan Perpustakaan Kota Bandung (@disarpuskotabdg) yang memiliki jumlah pengikut sebanyak 6.339 pengikut dan 189 mengikuti akun Instagram lainnya (*pada tanggal 03 Juli 2023, Akun Instagram Dinas Arsip dan Perpustakaan Kota Bandung berubah nama akun dari @disarpuskotabdg menjadi @bdg.disarpus).



Gambar 1. Tampilan Awal Akun Instagram
Sumber: <https://instagram.com/disarpuskotabdg>, 2023

Promosi perpustakaan yang dilakukan dengan menggunakan media sosial Instagram Dinas Arsip dan Perpustakaan Kota Bandung itu sendiri pada awalnya hanya membuat postingan kegiatan-kegiatan yang dilakukan di Dinas Arsip dan Perpustakaan Kota Bandung saja, yang mana tujuannya untuk menunjukkan terlebih dahulu mengenai adanya keberadaan Perpustakaan Umum

Kota Bandung. Setelah itu, pada tahun 2019 media sosial Instagram Dinas Arsip dan Perpustakaan Kota Bandung pun memperbarui konsep promosinya dengan postingan atau konten yang lebih menjual, yakni tidak sekedar menunjukkan kegiatan-kegiatan saja, tetapi melakukan promosi perpustakaan dengan memperkenalkan layanan, koleksi dan hal lainnya seputar Dinas Arsip dan Perpustakaan Kota Bandung.

Berdasarkan hasil penelitian, pada aspek **menarik perhatian** (*attention*) diketahui bahwa dalam menyajikan konten promosi perpustakaan agar dapat menarik perhatian, tentunya hal yang harus diperhatikan adalah visualisasinya yang mana visualiasi tersebut terdiri dari tata letak/*layout*, warna, dan jenis huruf yang dipakai. Hal ini sesuai dengan pernyataan Prisgunanto (2017) yang menyatakan bahwa promosi haruslah menarik perhatian bagi orang yang melihatnya. Media sosial Instagram Dinas Arsip dan Perpustakaan Kota Bandung sendiri tidak memiliki kriteria khusus mengenai *layout*, hanya saja *layout* harus sesuai dengan tema atau kegiatan promosi yang mana *layout* yang digunakan oleh Dinas Arsip dan Perpustakaan Kota Bandung adalah preferensi dari website desain seperti *Freepik* dan menggunakan desain tersebut menggunakan *Adobe Illustrator* (AI). Warna yang digunakan dalam konten promosi melalui media sosial Instagram Dinas Arsip dan Perpustakaan Kota Bandung sendiri dominan menggunakan warna biru dan putih agar terlihat formal dan netral. Selain itu, warna yang disajikan pada media sosial Instagram Dinas Arsip dan Perpustakaan Kota Bandung tidak akan jauh dari warna yang berkaitan dengan Kota Bandung, yaitu warna biru, kuning dan hijau. Lalu yang terakhir, berkaitan dengan jenis huruf atau *font* yang digunakan dalam konten promosi melalui media sosial Instagram Dinas Arsip dan Perpustakaan Kota Bandung adalah jenis *font* *Roboto*, *Bebas Neue* dan *Poppin*.



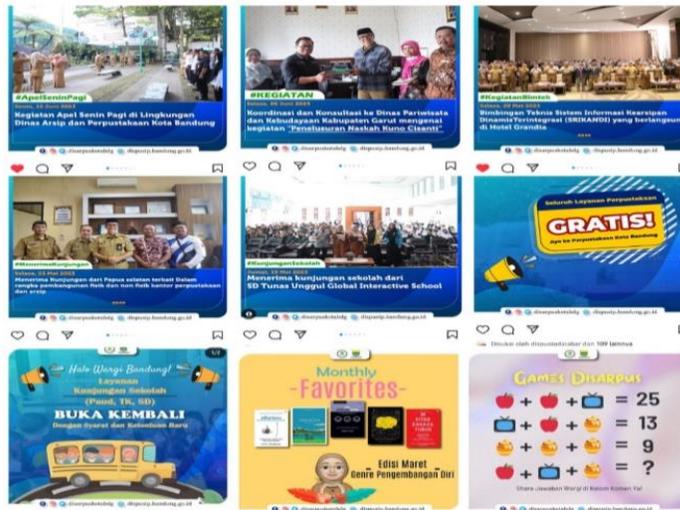
Gambar 2. Visualisasi Instagram

Sumber: <https://instagram.com/disarpuskotabdg>, 2023

Visualisasi dari media sosial Instagram Dinas Arsip dan Perpustakaan Kota Bandung sudah dapat menarik perhatian pemustaka karena ketika melihat tampilan *layout*, warna serta jenis hurufnya tidak mengganggu mata, tidak terlalu kaku dan formal. Jadi bagi pemustaka, visualisasi dari media sosial Instagram Dinas Arsip dan Perpustakaan Kota Bandung sangat menarik, nyaman dan enak untuk dilihat.

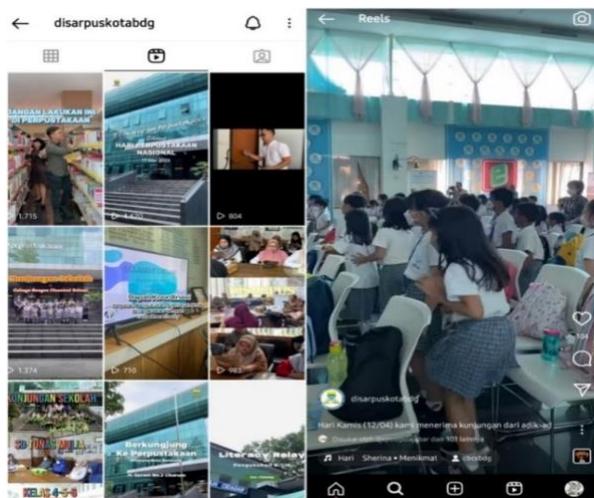
Berdasarkan hasil penelitian, pada aspek **mempertahankan ketertarikan (*interest*)**, diketahui bahwa untuk mempertahankan ketertarikan pemustaka terhadap kegiatan promosi perpustakaan Dinas Arsip dan Perpustakaan Kota Bandung melalui media sosial Instagram, maka yang harus dilakukan adalah menyajikan konten sesuai dengan sasaran atau *audiens* yang mana sasaran khusus dalam kegiatan promosi perpustakaan ini adalah masyarakat Kota Bandung. Dinas Arsip dan Perpustakaan Kota Bandung dalam satu minggunya menyajikan konten melalui media sosial Instagram minimal satu kali dan bahkan bisa lebih, yang mana media sosial Instagram Dinas Arsip dan Perpustakaan Kota Bandung melakukan kegiatan promosi bisa tiga kali untuk konten promosi seperti promosi layanan perpustakaan dan informasi layanan perpustakaan, lalu diselingi *games* satu kali, serta sisanya mengenai konten kegiatan berupa kegiatan dinas seperti rapat, seminar, sosialisasi, dan hal lainnya yang berkaitan dengan Dinas Arsip dan Perpustakaan Kota Bandung, yang mana seluruh konten tersebut dibuat dengan memanfaatkan fitur Instagram yang tersedia. Media sosial Instagram sendiri dapat menjadi alternatif yang mudah untuk digunakan sebagai media promosi dikarenakan terdapat beragam banyak fitur yang bisa dimanfaatkan. Fitur

Instagram yang sering digunakan oleh media sosial Instagram Dinas Arsip dan Perpustakaan Kota Bandung adalah fitur mengunggah foto atau biasa dikenal dengan *feeds*, mengunggah video atau biasa dikenal dengan *reels*, dan fitur *Insta Stories*. Penggunaan fitur *Insta Stories* digunakan ketika hendak menyajikan konten informasi seperti jam buka tutup layanan perpustakaan dan juga konten *Frequently Asked Questions* (FAQ). Dalam setiap konten yang disajikan melalui media sosial Instagram.



Gambar 3. Konten *Feeds* Instagram

Sumber: <https://instagram.com/disarpuskotabdg>, 2023



Gambar 4. Konten *Reels* Instagram

Sumber: <https://instagram.com/disarpuskotabdg>, 2023

Selain konten yang disajikan, menurut Prisgunanto (2017) untuk mempertahankan ketertarikan terhadap suatu kegiatan promosi, maka kegiatan promosi harus dilakukan dengan menyuguhkan kata-kata yang dapat membuat sasaran memiliki ketertarikan yang lebih dalam agar sasaran berminat untuk membaca, melihat dan juga mendengar dengan lebih seksama. Untuk itu, maka media sosial Instagram Dinas Arsip dan Perpustakaan Kota Bandung juga melengkapi konten tersebut dengan kata-kata atau dalam media sosial Instagram dikenal dengan sebutan *caption*. *Caption* merupakan salah satu fitur yang dimiliki media sosial Instagram yang mana fitur ini memiliki fungsi untuk memberi keterangan pada setiap foto yang siap diunggah ke dalam Instagram. Selain itu, dalam fitur ini juga bisa mencantumkan lokasi serta menandai pengguna lain dengan mencantumkan nama akunnya.

Konten yang disajikan pada media sosial Instagram Dinas Arsip dan Perpustakaan Kota Bandung ini sudah disertai dengan *caption* yang memuat informasi mengenai kegiatan yang diunggah dengan menggunakan kata-kata yang mudah dipahami dan mengandung unsur 5W+1H (*What, Who, Why, When, Where + How*), serta bahasa yang semi formal untuk konten promosi maupun *games*. Konten, fitur serta *caption* yang disajikan pada media sosial Instagram Dinas Arsip dan Perpustakaan Kota Bandung cukup mendapat respon yang baik dari para pemustaka yang mengikuti media sosial Instagram Dinas Arsip dan Perpustakaan Kota Bandung, yang mana konten tersebut cukup sering di *like* lalu *caption* sudah dirasa sangat informatif dan konten yang disajikan melalui fitur Instagram berupa unggah foto dan video serta *Insta Stories* mendapatkan respon yang baik dari para pemustaka yang mengikuti media sosial Instagram Dinas Arsip dan Perpustakaan Kota Bandung.

Berdasarkan hasil penelitian pada aspek **menimbulkan keinginan (*desire*)**, diketahui bahwa dalam kegiatan promosi perpustakaan, agar promosi tersebut dapat menimbulkan keinginan pemustaka untuk mengetahui informasi lebih lanjut terkait hal yang dipromosikan tentunya dilakukan dengan memperkenalkan layanan serta koleksi perpustakaan yang dimiliki. Dinas Arsip dan Perpustakaan Kota Bandung memiliki dua kategori layanan perpustakaan yaitu layanan teknis dan layanan pengguna. Untuk layanan perpustakaan yang dapat dimanfaatkan oleh pemustaka Dinas Arsip dan Perpustakaan Kota Bandung, yaitu layanan sirkulasi; layanan referensi; layanan baca remaja dan dewasa; layanan anak; layanan perpustakaan keliling; layanan kunjungan; layanan pembinaan perpustakaan; dan layanan gerobak baca. Layanan perpustakaan kategori layanan pengguna di Dinas Arsip dan Perpustakaan Kota Bandung ini menggunakan sistem layanan

terbuka dengan jam buka layanan yaitu pada hari Senin sampai Jumat mulai dari pukul 09.00 WIB sampai 15.00 WIB, lalu hari Sabtu mulai dari pukul 09.00 WIB – 12.00 WIB dan untuk layanan perpustakaan keliling dibuka pada hari Senin sampai Kamis dari pukul 09.00 WIB – 11.00 WIB. Namun untuk hari Minggu dan libur nasional, seluruh layanan perpustakaan ini ditutup.

Dinas Arsip dan Perpustakaan Kota Bandung memiliki jumlah koleksi sebanyak 9.997 judul dengan 28.250 eksemplar. Jenis koleksinya sendiri terdiri dari koleksi buku anak, koleksi buku remaja dan dewasa, koleksi referensi dan koleksi tandon yang dikelompokkan berdasarkan kelas subjek. Beragamnya layanan serta koleksi yang dimiliki Dinas Arsip dan Perpustakaan Kota Bandung ini tentunya diperkenalkan melalui kegiatan promosi perpustakaan melalui media sosial Instagram Dinas Arsip dan Perpustakaan Kota Bandung, baik berupa foto maupun video. Hal ini sesuai dengan pernyataan Prisgunanto (2017) yang menyatakan bahwa agar sasaran memiliki keinginan untuk memiliki, menggunakan dan memanfaatkan produk atau jasa yang ditawarkan maka harus dibangkitkan dengan kalimat-kalimat tertentu.

Konten foto maupun video mengenai layanan serta koleksi perpustakaan yang disertai dengan kalimat-kalimat tersebut mendapat respon cukup baik dari para pemustaka yang mengikuti media sosial Instagram Dinas Arsip dan Perpustakaan Kota Bandung, yang mana dengan adanya kegiatan promosi seperti itu membuat para pemustaka menjadikan media sosial Instagram Dinas Arsip dan Perpustakaan Kota Bandung sebagai sumber informasi untuk mengetahui berbagai hal secara lebih mendalam seputar Perpustakaan Dinas Arsip dan Perpustakaan Kota Bandung, baik mengenai layanan, koleksi, dan sebagainya yang berkaitan dengan Perpustakaan Dinas Arsip dan Perpustakaan Kota Bandung. Selain itu, kegiatan promosi perpustakaan seperti itu membuat para pemustaka menjadi memiliki keinginan untuk berkunjung dan memanfaatkan layanan serta koleksi perpustakaan yang tersedia.

Berdasarkan hasil penelitian pada aspek **menghasilkan tindakan (*action*)**, diketahui bahwa pada tahap akhir promosi ini, Media sosial Instagram Dinas Arsip dan Perpustakaan Kota Bandung telah berhasil dalam menghasilkan pemustaka agar mau mengambil tindakan berkunjung dan memanfaatkan layanan perpustakaan Dinas Arsip dan Perpustakaan Kota Bandung. Hal ini sesuai dengan pernyataan Prisgunanto (2017) yang menyatakan bahwa pada tahap terakhir, kegiatan promosi yang dilakukan sudah mengenai sasaran, dan sasaran sudah melakukan tindakan pemanfaatan terhadap produk atau jasa yang dipromosikan.

Tabel 2. Jumlah Pengunjung Perpustakaan Dinas Arsip dan Perpustakaan Kota Bandung

Tahun	Jumlah Pengunjung
2017	90.168
2018	112.812
2019	107.962
2020	29.779*
2021	1.125*
2022	29.895
Jumlah	371.741

*Pandemi *Covid-19*

Sumber: Data Dinas Arsip dan Perpustakaan Kota Bandung, 2023

Bersasarkan data statistik Tabel 2 jumlah pengunjung perpustakaan, dapat terlihat bahwa ketika mulai aktif melakukan promosi menggunakan media sosial Instagram terdapat peningkatan jumlah pengunjung perpustakaan yang cukup baik. Di mana media sosial Instagram Dinas Arsip dan Perpustakaan Kota Bandung aktif digunakan sebagai media promosi perpustakaan pada tahun 2019. Dalam data jumlah pengunjung perpustakaan tersebut pun terlihat bahwa terjadi penurunan jumlah pengunjung pada tahun 2020 dan 2021. Hal tersebut terjadi dikarenakan pada dua tahun tersebut kondisinya sedang dalam masa pandemi *Covid-19*. Setelah itu jumlah pengunjung perpustakaan pun meningkat kembali di tahun 2022. Selain meningkatnya jumlah pengunjung perpustakaan di Dinas Arsip dan Perpustakaan Kota Bandung, jumlah peminjaman koleksi pun mengalami peningkatan semenjak melakukan promosi perpustakaan menggunakan media sosial Instagram.

Tabel 3. Jumlah Peminjaman Koleksi di Perpustakaan Dinas Arsip dan Perpustakaan Kota Bandung

Tahun	Jumlah Peminjaman	Jumlah Judul	Jumlah Eksemplar
2017	2597	1565	1906
2018	7596	3507	4854
2019	11796	4321	6708
2020	3930	2025	2757
2021	451	354	384
2022	15709	4445	6804
Jumlah	42079	16217	23413

Sumber: Data Dinas Arsip dan Perpustakaan Kota Bandung, 2023

Berdasarkan data statistik jumlah peminjaman koleksi perpustakaan, dapat terlihat bahwa terdapat peningkatan jumlah peminjaman koleksi dari tahun ke tahun, terutama semenjak Dinas Arsip dan Perpustakaan Kota Bandung melakukan kegiatan promosi perpustakaan menggunakan

media sosial Instagram. Di mana media sosial Instagram Dinas Arsip dan Perpustakaan Kota Bandung aktif digunakan sebagai media promosi perpustakaan pada tahun 2019. Dalam data jumlah peminjaman koleksi perpustakaan tersebut pun terlihat bahwa terjadi penurunan jumlah peminjaman koleksi pada tahun 2020 dan 2021. Hal tersebut terjadi dikarenakan pada dua tahun tersebut kondisinya sedang dalam masa pandemi *Covid-19*. Setelah itu, jumlah peminjaman koleksi perpustakaan pun meningkat kembali di tahun 2022.

Dengan tindakan pemustaka yang melakukan kunjungan serta memanfaatkan layanan perpustakaan, membuat Dinas Arsip dan Perpustakaan Kota Bandung melakukan apresiasi kepada pemustaka dengan kategori paling sering meminjam dan paling sering berkunjung. Apresiasi ini dilakukan dengan pemberian hadiah berupa souvenir seperti payung, totebag, mug, gantungan kunci, dan ATK. Program apresiasi ini diharapkan dapat membuat orang lain menjadi termotivasi untuk melakukan tindakan berkunjung dan memanfaatkan layanan perpustakaan di Dinas Arsip dan Perpustakaan Kota Bandung.

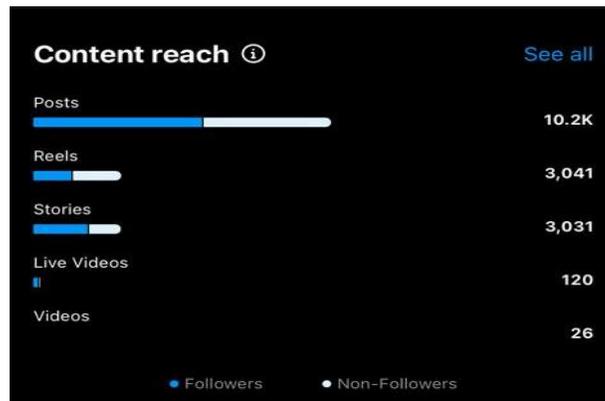
Keberhasilan media sosial Instagram sebagai media promosi perpustakaan Dinas Arsip dan Perpustakaan Kota Bandung selain dapat meningkatnya jumlah pengunjung perpustakaan dan peminjaman koleksi ini, tentunya dapat dilihat juga dari *accounts reached*, *content reach*, *reached audience*, dan *profil activity* dengan rentang waktu 90 hari terakhir yang dapat dilihat sebagai berikut:



Gambar 5. *Accounts Reached*

Sumber: *Insight* Instagram Dinas Arsip dan Perpustakaan Kota Bandung, 2023

Berdasarkan *accounts reached* yang dapat dilihat pada *Insight* Instagram Dinas Arsip dan Perpustakaan Kota Bandung, terlihat bahwa dalam 90 hari terakhir ini konten pada akun media sosial Instagram Dinas Arsip dan Perpustakaan Kota Bandung telah dilihat oleh 7,654 pengguna media sosial Instagram yang mana terdiri dari 3,347 pengikut media sosial Instagram dan 4,307 non pengikut media sosial Instagram Dinas Arsip dan Perpustakaan Kota Bandung.



Gambar 6. *Content Reach*

Sumber: *Insight* Instagram Dinas Arsip dan Perpustakaan Kota Bandung

Berdasarkan *content reach* yang dapat dilihat pada *Insight* Instagram Dinas Arsip dan Perpustakaan Kota Bandung, terlihat bahwa tiga konten yang sering dilihat selama 90 hari terakhir ini adalah konten *posts* yang mana telah dilihat oleh 10,2K pengguna media sosial Instagram, lalu konten *Reels* yang mana telah dilihat oleh 3,041 pengguna media sosial Instagram serta konten *Stories* yang mana telah dilihat oleh 3,031 pengguna media sosial Instagram. Pengguna media sosial Instagram tersebut merupakan pengikut maupun non pengikut media sosial Instagram Dinas Arsip dan Perpustakaan Kota Bandung. Berdasarkan *reached audience* yang dapat dilihat pada *Insight* Instagram Dinas Arsip dan Perpustakaan Kota Bandung, terlihat bahwa *top cities* dari pengikut media sosial Instagram Dinas Arsip dan Perpustakaan Kota Bandung ini berasal dari Bandung dengan persentase sebesar 42,1%, lalu Jakarta dengan persentase sebesar 17,1%, Cimahi dengan persentase sebesar 5,9%, serta yang terakhir adalah Ciajur dengan persentase sebesar 2,3%.

Adapun berdasarkan *profile activity* yang dapat dilihat pada *Insight* Instagram Dinas Arsip dan Perpustakaan Kota Bandung, terlihat bahwa media sosial Instagram ini telah dikunjungi oleh 9,492 pengguna media sosial Instagram, yang mana kunjungan tersebut dimulai dari *profile visits* sebanyak 7,556 pengguna media sosial Instagram, lalu setelah itu sebanyak 1,936 pengguna media sosial Instagram melakukan ketuk tautan luar atau *external link taps*. Media sosial Instagram Dinas

Arsip dan Perpustakaan Kota Bandung mendapatkan performa yang bagus dan hal tersebut dapat dilihat dari *accounts reached*, *content reach*, *reached audience*, dan *profil activity*. Selain itu dengan melakukan promosi melalui media sosial Instagram ini dapat meningkatkan jumlah kunjungan perpustakaan serta peminjaman koleksi perpustakaan di Dinas Arsip dan Perpustakaan Kota Bandung.

E. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, maka dapat disimpulkan bahwa penggunaan media sosial Instagram sebagai media promosi perpustakaan dalam meningkatkan jumlah pengunjung serta jumlah peminjaman koleksi perpustakaan di Dinas Arsip dan Perpustakaan Kota Bandung telah memenuhi tahapan model AIDA, yaitu menarik perhatian (*Attention*) dengan visualisasi dari media sosial Instagram yang sangat menarik, nyaman dan enak untuk dilihat dengan memperhatikan visualisasi mulai dari tata letak/layout, warna dan huruf, mempertahankan ketertarikan (*Interest*) dengan menyajikan beragam konten menggunakan fitur Instagram yang tersedia serta konten tersebut dilengkapi dengan kata-kata atau caption yang dapat membuat pemustaka menjadi mengetahui informasi mengenai konten yang diunggah, menimbulkan keinginan (*Desire*) dengan memperkenalkan layanan serta koleksi yang tersedia di Perpustakaan Dinas Arsip dan Perpustakaan Kota Bandung melalui konten foto maupun video yang disertai dengan kalimat-kalimat yang dapat membangkitkan keinginan untuk memiliki, menggunakan dan memanfaatkan produk atau jasa yang ditawarkan., menghasilkan tindakan (*Action*) dengan performa media sosial Instagram yang bagus, yang dapat dilihat dari *accounts reached*, *content reach*, *reached audience*, dan *profil activity* melalui Insight Instagram. Selain itu dengan melakukan promosi melalui media sosial Instagram dapat meningkatkan jumlah kunjungan perpustakaan serta peminjaman koleksi perpustakaan di Dinas Arsip dan Perpustakaan Kota Bandung. Terdapat beberapa saran yang dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan bagi Dinas Arsip dan Perpustakaan Kota Bandung kedepannya dalam melakukan kegiatan promosi perpustakaan di media sosial Instagram, yaitu pada setiap konten perpustakaan terutama konten mengenai kegiatan kedinasan dan kunjungan perpustakaan, baiknya gambar atau beberapa foto tersebut disajikan dalam kolase agar efisien. Lalu, konten pada media sosial Instagram lebih dieksplorasi lagi seperti pembuatan konten berbagi informasi atau pengetahuan, konten masukan bagi perpustakaan, dan sebagainya yang berkaitan dengan perpustakaan menggunakan fitur Instagram yang beragam. Sehingga pemustaka lebih mengetahui lagi mengenai perpustakaan

seperti fasilitas layanan serta koleksi perpustakaan dan timbul keinginan untuk berkunjung dan meminjam koleksi perpustakaan di Dinas Arsip dan Perpustakaan Kota Bandung.

DAFTAR PUSTAKA

- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2022). Profil Internet Indonesia 2022. Retrieved 10 November 2022 from Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia: <https://apjii.or.id>
- Azmi, N. (2022). Evaluasi Strategi Promosi Perpustakaan Pada Dinas Kearsipan dan Perpustakaan Kabupaten Langkat Sumatera Utara Berdasarkan Konsep *Attention, Interest, Desire, Action* (AIDA). Universitas Islam Negeri Ar-Raniry. <https://repository.ar-raniry.ac.id/id/eprint/23356/>
- Khoeriyah, Y. S., Indah, R. N., & Achmad Syam, R. Z. (2021). Efektivitas Pelaksanaan Program Gerakan Literasi Sekolah Melalui Reading Challenge Di SMA Plus Al-Ghifari Bandung. *Info Bibliotheca: Jurnal Perpustakaan Dan Ilmu Informasi*, 2(2): 115–126. <https://doi.org/10.24036/ib.v2i2.115>
- Musaddik, M., & Nurislaminingsih, R. (2019). ANALISIS IMPLEMENTASI LAYANAN JAMILA (JAMINAN LAYANAN PRIMA MENGANTAR BUKU ANDALAN KE PEMUSTAKA) DI PERPUSTAKAAN UMUM KOTA YOGYAKARTA. *Jurnal Ilmu Perpustakaan*, 7(1), 111-120. Retrieved from <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jip/article/view/22822>
- Oktaviani, F., & Rustandi, D. (2018). Implementasi Digital Marketing dalam Membangun Brand Awareness. *PRofesi Humas*, 3(1), 1-20. doi:<http://dx.doi.org/10.24198/prh.v3i1.15878>
- Prisgunanto, I. (2019). *Aplikasi Teori dalam Sistem komunikasi di Indonesia*. Jakarta: Kencana.
- Rodin, R. (2017). *Teknologi Informasi dan Fungsi Kepustakawanan: Pemikiran tentang Perpustakaan dan Kepustakawanan Indonesia*. Yogyakarta: Calpulis.
- Shifa, D. A. F. (2020). Analisis Bauran Informasi sebagai Strategi Pemasaran Informasi di Perpustakaan Universitas Indonesia. *Jurnal Ilmu Perpustakaan*, 9(3), 35-46. Retrieved from <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jip/article/view/37972>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suharso, P., & Pramesti, A. N. (2019). Promosi Perpustakaan Melalui Instagram: Studi di Perpustakaan Universitas Airlangga. *Publication Library and Information Science*, 3(2), 66–74. <https://journal.umpo.ac.id/index.php/PUBLIS/article/view/2074>
- Sukarno, L. G. (2017). Promosi Perpustakaan melalui Media Sosial di Perpustakaan SMA Negeri 2 Metro. *Media Pustakawan*, 24(4), 56–61. <https://doi.org/10.37014/medpus.v24i4.526>
- Tobing, D. H., Herdiyanto, Y. K., Astiti, D. P., Rustika, I. M., Indrawati, K. R., SusilawatI, L. K. P. A., Suarya, L. M. K. S., Lestari, M. D., Vembriati, N., Wilani, N. M. A., Wulanyani, N. M. S., Widiyasavitri, P. N., Budisetyani, P. W., Supriyadi, & Marheni, A. (2016). *Bahan Ajar Metode Penelitian Kualitatif*. Program Studi Psikologi Fakultas Kedokteran Universitas Udayana.
- Undang-Undang Republik Indonesia. (2007). *Undang-Undang Nomor 43 Tahun 2007 Tentang Perpustakaan*.
- We Are Social. (2022). Digital 2022 Indonesia: The Essential Guide To The Latest Connected Behaviours. Retrieved 05 Desember 2022 from <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2022/>
- Zuhri, M. A. M., & Christiani, L. (2019). PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI LIBRARY BASED COMMUNITY (STUDI KASUS KOMUNITAS PERPUSTAKAAN JALANAN SOLO @Koperjas). *Jurnal Ilmu Perpustakaan*, 7(2), 21-30. Retrieved from <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jip/article/view/22899>