

Optimalisasi Promosi Taman Baca Fakultas Adab dan Humaniora UIN Ar-Raniry Banda Aceh melalui Media Sosial

Oleh:

Khairiah, SIP

Pustakawan taman baca Fakultas Adab & Humaniora UIN Ar-raniry Aceh

e-mail: khairiah.nasir@ar-raniry.ac.id

Abstrak

Salah satu hal penting yang bisa dilakukan sebagai bentuk pengembangan perpustakaan adalah dengan melakukan promosi. Promosi perpustakaan merupakan cara yang dilakukan oleh suatu perpustakaan dalam menarik minat pemustaka dan juga berguna dalam hal peningkatan kualitas layanan. Dengan perkembangan zaman saat ini, promosi perpustakaan melalui media sosial menjadi salah satu bentuk promosi yang sangat tepat, mengingat hampir seluruh kalangan tanpa perbedaan usia menggunakan media sosial dalam hal mengakses suatu informasi. Hal ini juga yang turut dilakukan oleh Taman Baca dalam mempromosikan layanan yang dimilikinya. Promosi melalui media sosial dalam hal ini berupa *instagram*, *facebook*, dan *channel youtube* dipilih oleh Taman Baca Fakultas Adab dan Humaniora sebagai bentuk penyebaran informasi mengenai layanan, koleksi, serta informasi penting lainnya mengenai Taman Baca Fakultas Adab dan Humaniora yang bermanfaat dalam hal mendekatkan antara perpustakaan dengan pemustaka secara virtual.

Kata kunci: Promosi Perpustakaan, Media Sosial, Taman Baca, *Instagram, Facebook, Youtube*

Abstract

One of the important things that can be done as a form of library development is to do promotions. Library promotion is a method used by a library to attract users' interest and is also useful in terms of improving service quality. With the current developments, library

promotion through social media is a very appropriate form of promotion, considering that almost all people without age differences use social media in terms of accessing information. This is also what Taman Baca also does in promoting its services. Promotion through social media, in this case in the form of Instagram, Facebook, and YouTube channels, was chosen by the Reading Gardens of the Faculty of Adab and Humanities as a form of disseminating information about services, collections, and other important information about the Reading Gardens of the Faculty of Adab and Humanities which are useful in bringing the library closer together. with a virtual library.

Keywords: *Library Promotion, Social Media, Reading Gardens, Instagram, Facebook, Youtube*

A. Pendahuluan

Dalam Peraturan Pemerintah Republik Indonesia nomor 24 tahun 2014 tentang pelaksanaan Undang-Undang Nomor 43 Tahun 2007 tentang Perpustakaan pada pasal 30 disebutkan bahwa promosi layanan perpustakaan dapat meningkatkan citra perpustakaan dan memaksimalkan penggunaan perpustakaan oleh pemustaka serta adanya peningkatan dalam kegiatan budaya gemar membaca masyarakat. Sudah menjadi suatu kewajiban bagi setiap perpustakaan untuk mempromosikan mengenai perpustakaan masing-masing, terutama bagi Perpustakaan Perguruan Tinggi. Hal ini pula yang dilakukan oleh Taman Baca Fakultas Adab dan Humaniora UIN Ar-Raniry Banda Aceh. Media sosial merupakan pilihan yang tepat, mengingat hampir setiap kalangan menggunakan media sosial dalam mengakses informasi.

Taman Baca Fakultas Adab dan Humaniora UIN Ar-Raniry Banda Aceh merupakan perpustakaan Fakultas yang terdapat di lingkungan Perguruan Tinggi UIN Ar-raniry. Taman Baca Fakultas Adab dan Humaniora didirikan tahun 1999. Ibu Nurhayati Ali Hasan, M. LIS, menjabat sebagai kepala Taman Baca Fakultas Adab dan Humaniora pada tahun 1999. Selain memiliki koleksi yang berkaitan

dengan tiga program studi yang terdapat pada Fakultas Adab dan Humaniora yaitu Bahasa dan Sastra Arab, Ilmu Perpustakaan dan Sejarah Kebudayaan Islam, koleksi Taman Baca FAH juga terdiri dari berbagai disiplin ilmu lainnya.

Artikel ini bertujuan untuk memaparkan secara rinci mengenai optimalisasi promosi yang dilakukan oleh Taman Baca Fakultas Adab dan Humaniora UIN Ar-Raniry Banda Aceh melalui media sosial berupa *instagram*, *facebook*, dan *channel youtube* beserta dampak baik yang dirasakan oleh Taman Baca setelah adanya promosi tersebut.

B. Pembahasan.

1. Promosi perpustakaan

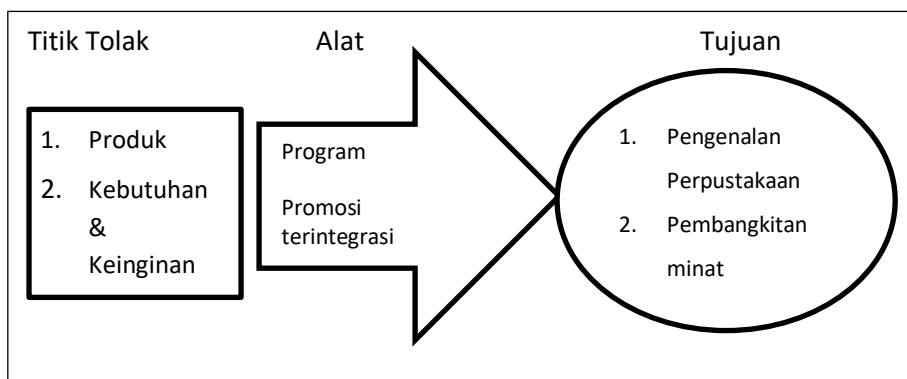
Pada era globalisasi yang saat ini sedang kita rasakan, usaha dalam memasarkan produk atau jasa yang kita miliki sangatlah penting. Hal ini disebabkan oleh pemasaran yang sudah masuk ke berbagai ranah atau aspek kehidupan masyarakat sehari-hari, baik itu berupa individu, kelompok, maupun unit organisasi umum atau khusus. Alasan tersebut menjadi penyebab adanya pemasaran yang tidak hanya terbatas pada dunia bisnis saja, tetapi mencakup semua pihak yang ingin memasarkan produk atau jasa yang dimiliki masing-masing.

Promosi menjadi wadah dalam pertukaran informasi yang terjadi antara organisasi dan pengguna dengan tujuan pentingnya yaitu memberi informasi mengenai produk ataupun jasa yang dilayankan oleh suatu organisasi, dan juga guna mendapatkan feedback positif dari konsumen terhadap produk atau jasa yang ditawarkan. Umpan balik dari konsumen terhadap promosi bisa terjadi dalam segala bentuk, mulai dari munculnya kesadaran atau sebatas mengetahui tentang adanya produk atau jasa itu, dan berlanjut pada kegiatan membeli atau pemanfaatannya.¹

Promosi perpustakaan merupakan segala bentuk kegiatan yang dilakukan oleh perpustakaan sebagai salah satu cara untuk meningkatkan penggunaan produk dan layanan perpustakaan oleh

¹ Sujatna, Promosi Perpustakaan, (Tangerang, Mahara Publishing, 2016), hlm. 15

pengguna potensial. Tujuan dari peningkatan produk dan layanan perpustakaan ini tergantung pada misi dan tujuan masing-masing jenis perpustakaan.²



Sumber: Sujatna dalam Promosi Perpustakaan (2016: 15)

Salah satu yang memerlukan promosi perpustakaan adalah perpustakaan perguruan tinggi. Sebuah perpustakaan akan memiliki peranan penting ketika masyarakat pengguna di perpustakaan tersebut mampu memanfaatkan perpustakaan secara profesional seperti bahan pustaka dimanfaatkan secara maksimal baik ketika dibaca maupun dipinjam.³

2. Fungsi dan Tujuan Promosi Perpustakaan

Berikut beberapa fungsi promosi perpustakaan antara lain:

- a. Sebagai wadah dalam memperkenalkan keberadaan perpustakaan dengan lebih luas kepada masyarakat .
- b. Memberikan informasi mengenai visi, misi, manfaat, tujuan, serta kegunaan perpustakaan kepada banyak orang

² *Ibid*, hlm. 17

³ Arief Djufand, Perpustakaan MASJID : dalam kumpulan makalah pelatihan tenaga pengelola perpustakaan masjid provinsi DIY, hlm.20

- c. Menginformasikan mengenai koleksi baru yang dimiliki oleh perpustakaan agar dapat dipinjamkan kepada pemustaka.
- d. Menginformasikan tentang kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh perpustakaan
- e. Membantu pembaharuan layanan dan lain-lain.

Berikut beberapa tujuan promosi perpustakaan antara lain :

- a. Mengenalkan dan mensosialisasikan produk dan jasa layanan perpustakaan yang akan diberikan kepada pemustaka sehingga muncul kedekatan.
- b. Membangun reputasi baik perpustakaan sehingga memunculkan kesan bagi pemustaka.
- c. Meningkatkan pemanfaatan perpustakaan oleh pemustaka.
- d. Memperoleh feedback positif dari pemustaka.
- e. Meningkatkan pemakaian dan pendayagunaan dari perpustakaan dalam rangka peningkatan budaya baca.⁴

3. Media Sosial

Perkembangan teknologi digital yang begitu pesat terjadi saat ini memberi pengaruh besar terhadap berbagai perubahan di setiap bidang, salah satunya dalam bidang teknologi komunikasi. Perkembangan ini tentu merupakan hal baik yang patut disambut bersama sehingga terjalannya komunikasi dalam berbagai bentuk, termasuk media komunikasi melalui media sosial. Meningkatnya tingkat konsumtif publik terhadap media sosial memberikan kemungkinan besar terhadap peluang dalam pelaksanaan promosi produk dan jasa yang dimiliki oleh berbagai kalangan, termasuk promosi produk dan jasa perpustakaan.

Media sosial merupakan media online yang membantu adanya interaksi sosial. Penggunaan media sosial dapat mempermudah interaksi sosial, perolehan informasi dan feedback yang diberikan. Media sosial memanfaatkan teknologi berbasis website yang mampu menggantikan komunikasi menjadi dialog yang lebih interaktif. Media sosial mulai dikenal di Indonesia sejak awal tahun 2000 dan

⁴ Sujatna, Promosi Perpustakaan, (Tangerang, Mahara Publishing, 2016), hlm. 21

terus berkembang hingga saat ini dengan beragam fitur yang diminati oleh semua kalangan. Media sosial tidak hanya memberi kemudahan dalam menyebarkan informasi, namun juga memudahkan dalam mengakses informasi, serta memudahkan instansi atau lembaga dalam mempromosikan barang atau jasa instansi tersebut guna menarik pengguna. Beberapa situs media sosial yang sering digunakan saat ini yaitu *facebook*, *Instagram*, *Twitter* dan *Youtube*.

a. *Facebook*

Facebook merupakan salah satu situs media sosial yang dimanfaatkan ketika seseorang akan berinteraksi dengan orang lain melalui jarak jauh. *Facebook* mempunyai berbagai jenis aplikasi lainnya seperti game, chatting, video chat, halaman komunal, dan aplikasi lainnya. Sebagai media sosial yang berisi beragam fitur, *facebook* dianggap lebih familiar oleh berbagai kalangan baik itu yang berusia tua maupun muda.⁵

b. *Instagram*

Instagram merupakan suatu media sosial yang menghadirkan aplikasi untuk berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto tersebut, mampu mengaplikasikan filter digital, serta membaginya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik pengguna itu sendiri.⁶

c. *Youtube*

Youtube merupakan sebuah *website* yang menghadirkan fitur dengan tujuan membantu penggunaannya untuk berbagi video yang mereka buat dan miliki, maupun sekedar untuk menikmati atau menyaksikan berbagai video yang diunggah oleh berbagai pihak.

4. Promosi Taman Baca FAH melalui Media Sosial

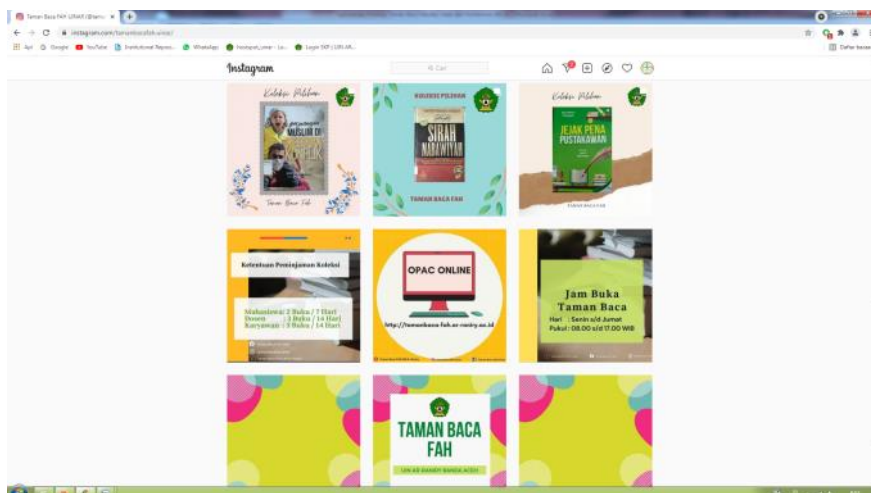
⁵ Saily Yikwa "analisis hubungan sosial anggota himppar salatiga di media facebook menggunakan social network analysis. Hlm 72. Diakses melalui <http://ejournal.itn.ac.id/index.php>.

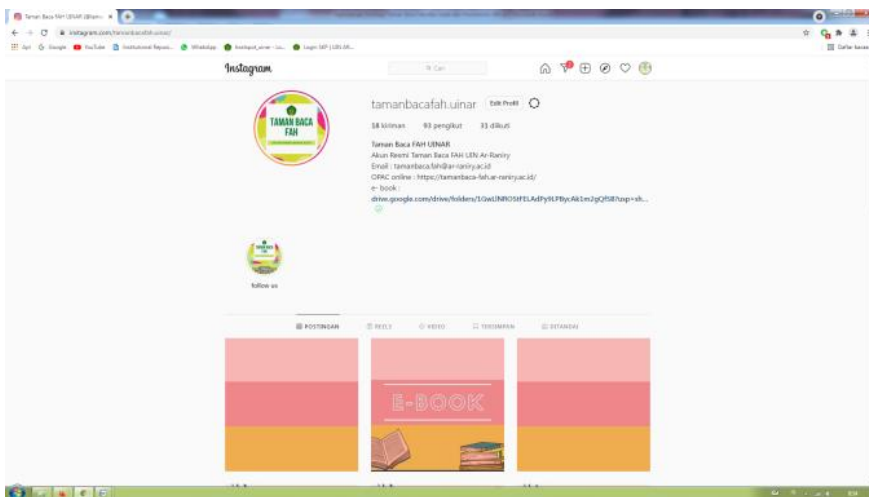
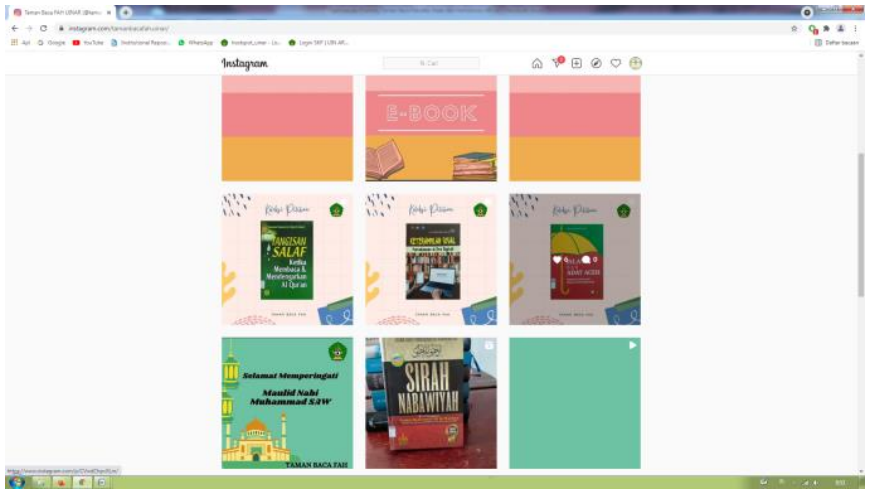
⁶ Erni Dwi Pratiwi, "faktor yang mempengaruhi niat menggunakan instagram dengan the theory of reasoned action menggunakan amos 21". Hlm. 69. Diakses melalui <http://ejournal.bsi.ac.id>.

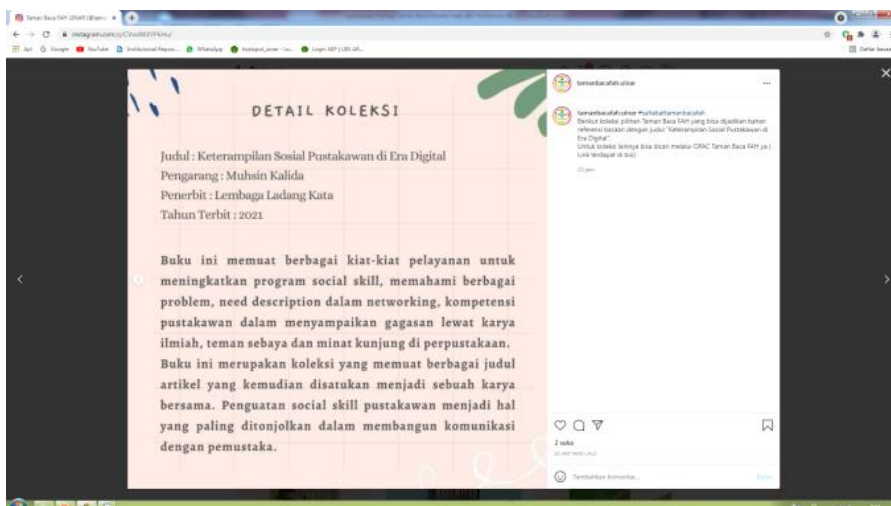
Sebagai salah satu upaya dalam mempromosikan layanan, maka Taman Baca FAH melakukan promosi melalui beberapa media sosial. Hal ini dapat membantu Taman Baca FAH dalam menginformasikan berbagai hal penting secara virtual kepada pemustaka, seperti informasi jam layanan, koleksi, dan tutorial mengenai akses layanan.

a. *Instagram* Taman Baca FAH

Taman Baca FAH menggunakan username *@tamanbacafah.uinar* sebagai akun media sosial. Akun *instagram* ini dibuat pada awal bulan Oktober 2021 dengan jumlah pengikut sekitar 91 followers dalam 2 minggu semenjak akun dibuat. Postingan pada akun *instagram* berisi tentang jam layanan taman baca, informasi mengenai *Online Public Access Catalog* yang dapat diakses dimana saja, ketentuan peminjaman koleksi, serta abstrak indikatif yang memuat informasi mengenai detail koleksi yang dimiliki oleh Taman Baca FAH.



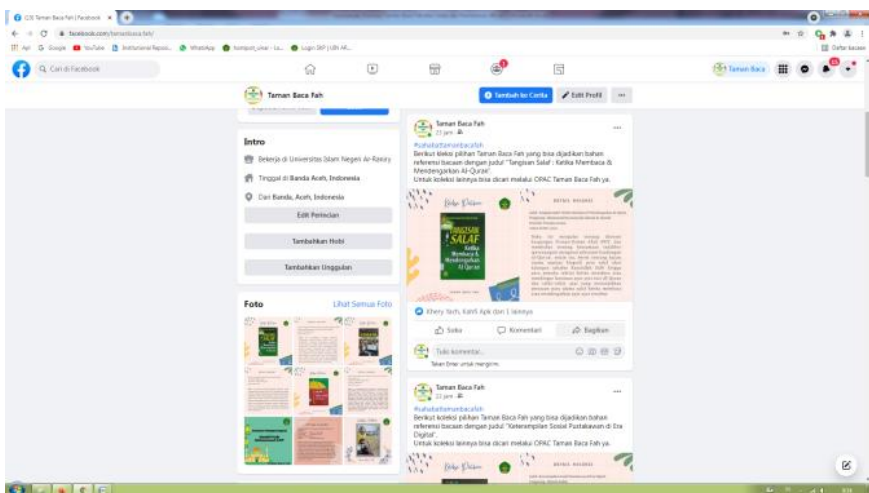
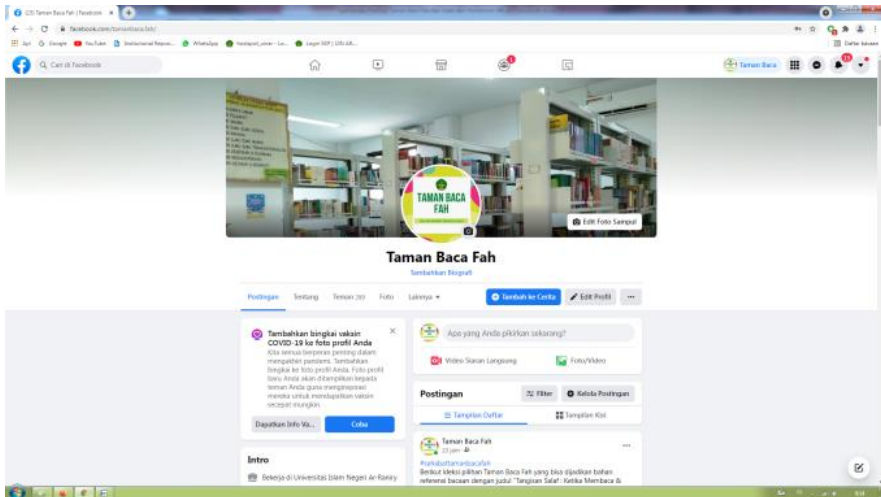




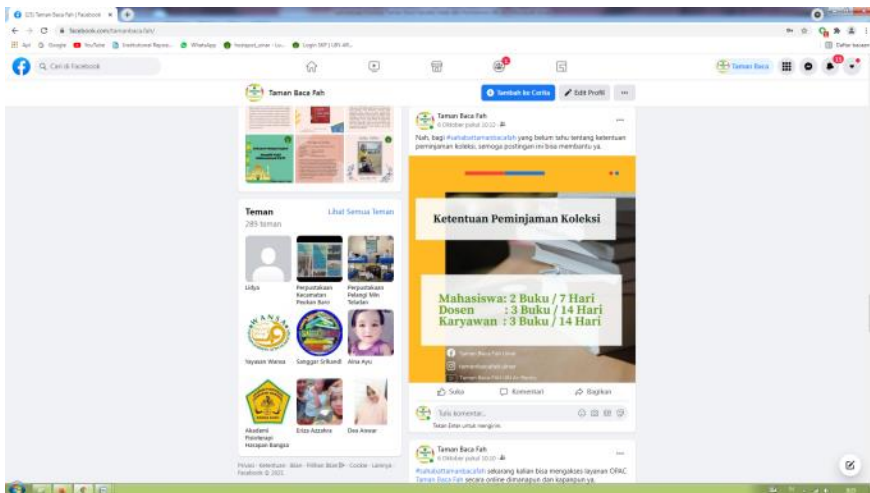
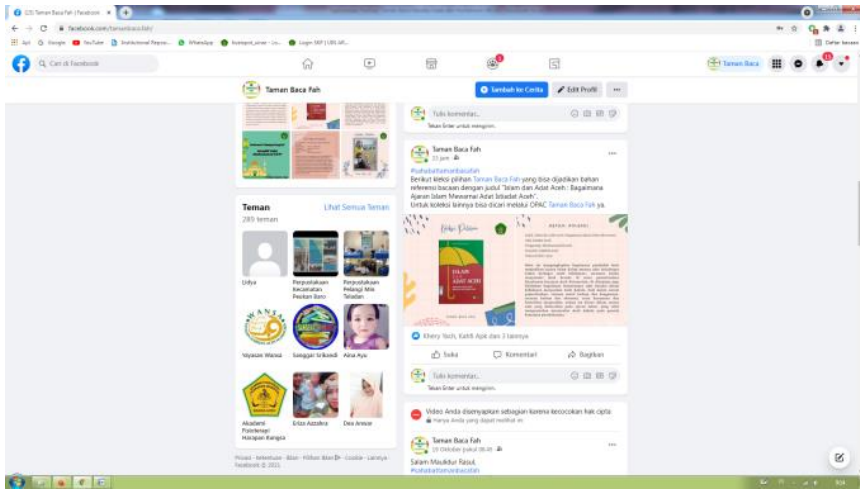
Sumber : Instagram Taman Baca Fakultas Adab dan Humaniora

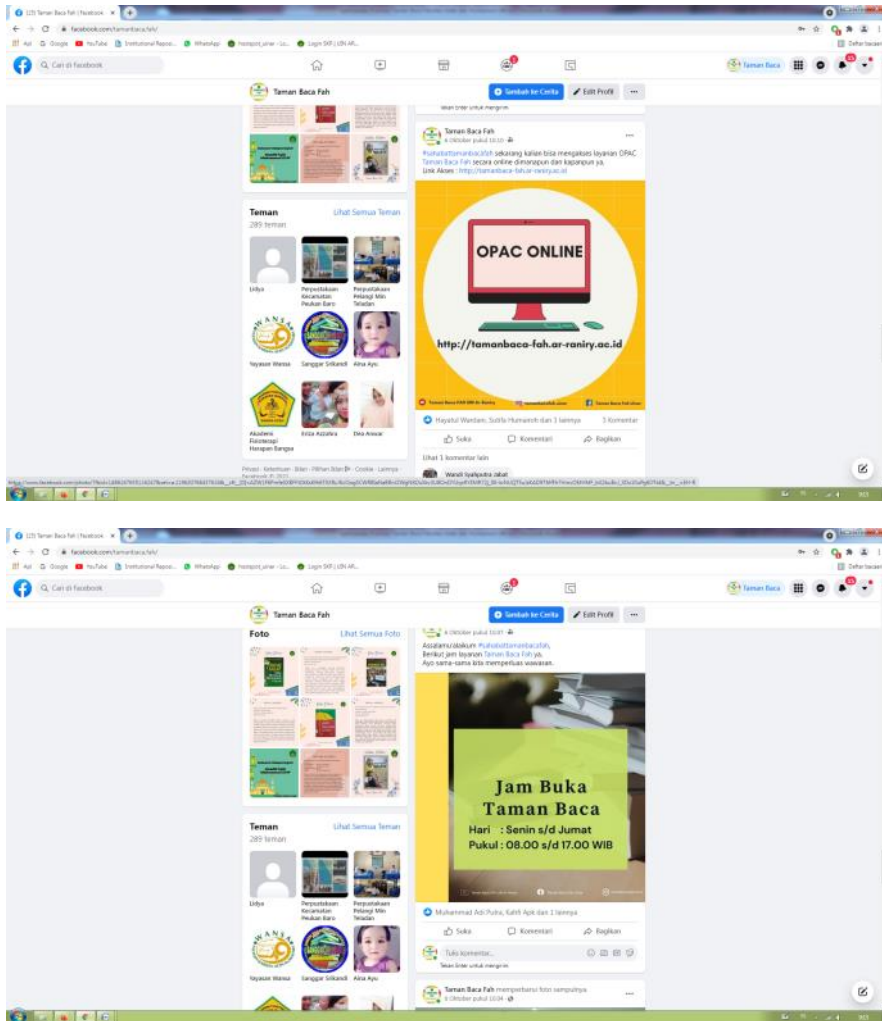
b. *Facebook* Taman Baca FAH

Username yang digunakan oleh akun *facebook* Taman Baca FAH yaitu @Taman Baca Fah. Akun *facebook* ini dibuat pada tahun 2016, hanya saja sempat vakum beberapa tahun karena tidak adanya pengelola akun dan mulai aktif kembali pada awal Oktober 2021. Akun *facebook* Taman Baca FAH memiliki jumlah pertemanan (pengikut) sebanyak 289 orang. Sama halnya dengan akun *instagram* Taman Baca FAH, postingan yang dimuat pada akun *facebook* Taman Baca FAH juga berisi tentang jam layanan taman baca, informasi mengenai *Online Public Access Catalog* yang dapat diakses dimana saja, ketentuan peminjaman koleksi, serta abstrak indikatif yang memuat informasi mengenai detail koleksi yang dimiliki oleh Taman Baca FAH.



Optimalisasi Promosi Taman Baca FAH UIN Ar-Raniry.....



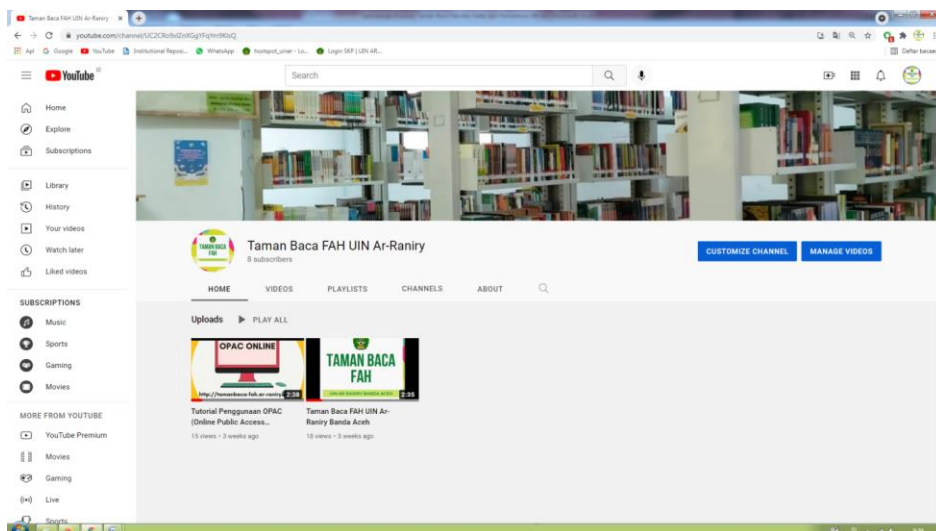


Sumber : Facebook Taman Baca Fakultas Adab dan Humaniora

c. *Youtube* Taman Baca FAH

Channel *Youtube* Taman Baca FAH menggunakan username @Taman Baca FAH UIN Ar-Raniry. Channel *youtube* Taman Baca FAH berisi tentang video profil Taman Baca FAH yang menjelaskan tentang kondisi ruangan yang dimiliki oleh Taman Baca FAH dan

juga video tutorial penggunaan OPAC yang memudahkan pemustaka dalam menggunakan OPAC Taman Baca. Sejak dibuat pada awal oktober 2021, channel *youtube* Taman Baca FAH sudah mengupload 2 video dengan jumlah subscriber 8 dan 33 kali ditonton.



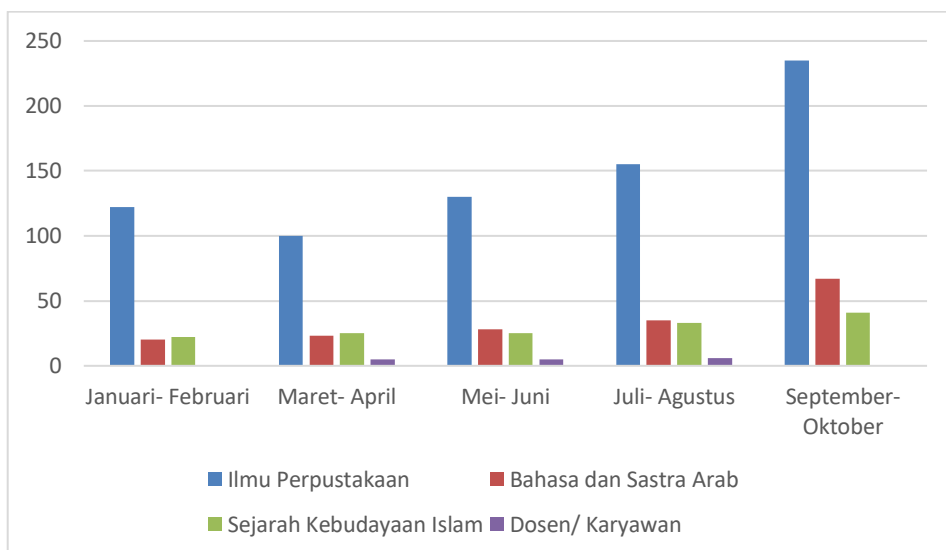
Sumber: Youtube Taman Baca Fakultas Adab dan Humaniora

Berikut ini merupakan statistik yang memuat informasi mengenai peningkatan pengunjung pada Taman Baca Fakultas Adab dan Humaniora UIN Ar-Raniry Banda Aceh setelah adanya promosi melalui media sosial.

No	Jurusan	Bulan					Jumlah
		Jan-Febr	Mar-April	Mei-Juni	Juli-Agus.	Sept.-Oktober	
1	Ilmu Perpustakaan	122	100	130	155	235	742
2	Bahasa dan Sastra Arab	20	23	28	35	67	173

3	Sejarah Kebudayaan Islam	22	25	25	33	41	146
4	Dosen/ Karyawan Fakultas	0	5	5	6	9	25

Sumber: Data Statistik Taman Baca Fakultas Adab dan Humanira



Sumber: Data Statistik Taman Baca Fakultas Adab dan Humanira

C. Kesimpulan

Dengan perkembangan zaman saat ini, promosi perpustakaan melalui media sosial menjadi salah satu bentuk promosi yang sangat tepat, mengingat hampir seluruh kalangan tanpa perbedaan usia menggunakan media sosial dalam hal mengakses suatu informasi. Hal ini juga yang turut dilakukan oleh Taman Baca dalam mempromosikan layanan yang dimilikinya. Promosi melalui media sosial dalam hal ini berupa *instagram*, *facebook*, dan *channel youtube* dipilih oleh Taman Baca Fakultas Adab dan Humaniora sebagai bentuk penyebaran informasi mengenai layanan, koleksi, serta

informasi penting lainnya mengenai Taman Baca Fakultas Adab dan Humaniora yang bermanfaat dalam hal mendekatkan antara perpustakaan dengan pemustaka secara virtual.

D. Daftar Pustaka

- Arief Djufand. 2001. Perpustakaan MASJID: dalam kumpulan makalah pelatihan tenaga pengelola perpustakaan masjid provinsi DIY.
- Eko Noprianto. 2018. Pemanfaatan Media Sosial Dan Penerapan Social Media Analytics (SMA) Untuk Perpustakaan Di Indonesia. *Jurnal Pustaka Budaya*. Diakses dari <https://journal.unilak.ac.id>.
- Erni Dwi Pratiwi. 2016. Faktor Yang Mempengaruhi Niat Menggunakan Instagram dengan The Theory Of Reasoned Action Menggunakan Amos 21”. Diakses dari <http://ejournal.bsi.ac.id>.
- Farli Elnumeri. 2014. *Senarai Pemikiran Sulistyio Basuki: Profesor Pertama Ilmu Perpustakaan dan Informasi di Indonesia*. Jakarta: ISIPII.
- Iffonilla Yenianti. 2019. Promosi Perpustakaan melalui Media Sosial di Perpustakaan IAIN Salatiga. *Pustabiblia*, Volume 3. Diakses dari <https://pustabiblia.iainsalatiga.ac.id/>.
- Istiana, Purwani. 2017. Penggunaan Media Sosial Oleh Perpustakaan. *Libraria*, Vol. 5, No. 1. Diakses dari : <http://journal.stainkudus.ac.id>.
- Jody Santoso. 2019. Media Sosial dan Promosi Layanan Perpustakaan. Diakses dari <https://digilib.isi.ac.id>.
- Mustofa. 2017. Promosi Perpustakaan melalui Media Sosial: Best Practice. *Publish Jurnal*. Diakses dari <http://journal.umpo.ac.id/>

Saidy Yikwa. 2019. Analisis Hubungan Sosial Anggota Himppar Salatiga Di Media Facebook Menggunakan Social Network Analysis. Diakses dari <http://ejournal.itn.ac.id/index.php>.

Soohyung Joo. 2018. Library Marketing Via Social Media: The Relationships Between Facebook Content A\and User Engagement In Public. Diakses dari <https://www.emerald.com/>

Sujatna. 2016. Promosi Perpustakaan. Tangerang: Mahara Publishing.

Tim Redaksi Asa Mandiri. 2007. Undang-Undang Perpustakaan (UU RI No. 43 Tahun 2007. Jakarta: Asa Mandiri.