

## PROMOSI PERPUSTAKAAN MELALUI MEDIA SOSIAL : *Best Practice*

Mustofa<sup>1</sup>

Perpustakaan ISI Surakarta

**Abstrak.** Promosi perpustakaan masih menempati posisi juru kunci (minor) sampai saat ini dalam pendidikan ilmu informasi dan perpustakaan di berbagai perguruan tinggi di Indonesia. Oleh sebab itu, tidak heran apabila kemudian unit produksi yang disebut perpustakaan bisa mandek dan gulung tikar. Pengembangan perpustakaan berbasis blog akan memperluas potensi basis pengguna, sedangkan penggunaan freeware-database sudah cukup mampu menjadi tulang punggung otomatisasi perpustakaan. Sementara itu, promosi perpustakaan melalui jejaring sosial dapat menjadi salah satu tools pemasaran perpustakaan sekarang ini, terutama untuk merebut segmen kawula muda. Facebook dan Twitter suatu perpustakaan dapat dijadikan sebagai media promosi dan membantu dalam pengembangan minat baca. Hal-hal yang bisa dipromosikan melalui Media Sosial : 1) Mempromosikan keberadaan perpustakaan 2) Mempromosikan koleksi perpustakaan 3) Mewujudkan layanan prima kepada masyarakat 4) Memberikan pendidikan kepada masyarakat.

**Kata Kunci:** Media Sosial, Facebook, Twitter

**Abstract.** Until now the promotion of libraries still occupy the position of caretaker (minor) in information science education and libraries in various universities in Indonesia. Therefore, do not be surprised if then the production unit called the library can stagnate and out of business. The development of blog-based libraries will expand the potential of the user base, while the use of freeware-databases is sufficient to be the backbone of library automation. Meanwhile, the promotion of libraries through social networks can be one of the library marketing tools today, especially to seize the youth segment. Facebook and Twitter from the library can serve as a media campaign and help in the development of reading interest. Things that can be promoted through Social Media: 1) Promoting library presence 2) Promoting library collections 3) Achieving excellent service to the community 4) Providing education to the community.

**Keyword:** Media Sosial, Facebook, Twitter

---

<sup>1</sup> Staf Pustakawan di ISI Surakarta, [mmustofa81@gmail.com](mailto:mmustofa81@gmail.com) HP. 087736316182

## PENDAHULUAN

Perpustakaan di lingkungan perguruan tinggi merupakan jantung yang sangat vital dan berpengaruh dalam berhasil tidaknya proses belajar mengajar. Perpustakaan menyediakan informasi yang dibutuhkan mahasiswa, dosen, peneliti, dan civitas akademika dalam kaitannya kegiatan belajar mengajar. Pada saat ini banyak informasi yang bisa disediakan oleh perpustakaan tidak hanya dalam bentuk tercetak seperti buku dan karya ilmiah tetapi juga dalam bentuk digital seperti *jurnal online*, *ebook* dan sebagainya. Adanya perkembangan teknologi yang cepat dan kebutuhan informasi yang kompleks maka dibutuhkan perpustakaan untuk terus berinovasi baik dalam koleksi maupun layanan yang disediakan. Untuk mengukur tingkat keberhasilan layanan sebuah perpustakaan salah satunya melalui banyak tidaknya jumlah pemustaka yang berkunjung ke perpustakaan. Semakin banyak pemustaka yang berkunjung ke perpustakaan maka dapat dikatakan perpustakaan tersebut berhasil dalam memberikan layanan tetapi jika perpustakaan tersebut jumlah pemustaka yang berkunjung rendah atau sangat rendah maka dapat dikatakan layanan yang disediakan kurang berhasil dan tidak menarik bagi pemustaka. Agus Setiawan (2013:1).

Promosi perpustakaan masih menempati posisi juru kunci (minor) sampai saat ini dalam pendidikan ilmu informasi dan perpustakaan di berbagai perguruan tinggi di Indonesia. Oleh sebab itu, tidak heran apabila kemudian unit produksi yang disebut perpustakaan bisa mandek dan gulung tikar. Sementara itu, buku-buku marketing menjadi salah satu "kitab" bagi mahasiswa bisnis dan ekonomi. Situasi kompetisi di dunia nyata ini perlu dipahami oleh para pekerja informasi secara serius. Pemahaman yang baik atas situasi kompetisi informasi yang benar-benar riil akan menghasilkan inovasi-inovasi sederhana yang bisa menjadi terobosan bagi perpustakaan. Tidak harus bersifat masif, terobosan teknis kecil pun dapat sangat bermanfaat bagi perpustakaan.

Untuk meningkatkan jumlah pengunjung perpustakaan diantaranya melalui pengadaan bahan pustaka sesuai dengan kebutuhan pemustaka baik dalam bentuk tercetak, digital, dan *online*, pustakawan yang melayani mempunyai sifat ramah, suasana ruang perpustakaan yang nyaman, dan dilakukan promosi untuk menawarkan fasilitas dan layanan yang ada di perpustakaan. Agus Setiawan (2013:1).

Semakin berkembangnya teknologi informasi dan telekomunikasi saat ini dapat membawa perubahan pada pelayanan suatu perpustakaan. Kemudahan pelayanan kepada pemustaka, dalam hal ini didapatkan dengan memanfaatkan media sosial berbasis web atau jejaring sosial seperti facebook dan twitter. Facebook dan twitter merupakan sebagian contoh dari jejaring sosial yang ada saat ini dan semakin banyak bermunculan, yang pemanfaatannya dapat diterapkan di perpustakaan. Sirly (2014:1)

Pengembangan perpustakaan berbasis blog akan memperluas potensi basis pengguna, sedangkan penggunaan *freeware-database* sudah cukup mampu menjadi tulang punggung otomatisasi perpustakaan. Sementara itu, promosi perpustakaan melalui jejaring sosial dapat menjadi salah satu tools pemasaran perpustakaan sekarang ini, terutama untuk merebut segmen kawula muda.

Terobosan dalam hal layanan sirkulasi misalnya, dapat dijadikan satu langkah awal. Kemudian dilanjutkan dengan promosi perpustakaan melalui jejaring sosial. Promosi dalam bentuk cetak dapat dibuat dalam bentuk leaflet, selebaran, dan buku dapat didistribusikan dalam berbagai kesempatan. Kartu anggota perpustakaan boleh dijadikan salah satu alat bantu promosi, tetapi jangan sampai kemudian kartu anggota itu menjadi birokrasi yang menyulitkan bagi pengguna. Hal-hal kecil semacam itu seharusnya muncul dari kreativitas pekerja informasi di tempat kerjanya.

Pembuatan akun facebook dan twitter di perpustakaan, tujuan utamanya adalah membangun interaksi antara pustakawan dan pemustaka dalam

menginformasikan berbagai aktivitas yang berkaitan dengan informasi peminjaman , perpanjangan peminjaman, pemesanan buku, kritik saran dan lain-lain. Selain itu , facebook dan twitter suatu perpustakaan dapat dijadikan sebagai media promosi dan membantu dalam pengembangan minat baca. Sebagai media promosi misalnya, masyarakat yang berada jauh dari lingkungan perpustakaan akhirnya dapat mengetahui keberadaan perpustakaan tersebut dan sedikit mengetahui profilnya, karena dapat dilihat melalui facebook dan twitter. Sirly (2014:1)

Dalam tulisan ini akan dibahas mengenai promosi perpustakaan melalui media sosial sehingga perpustakaan akan banyak dikunjungi oleh pemustaka dan perpustakaan akan semakin nyata dapat berperan penting mendukung terwujudnya Tri Dharma Perguruan tinggi.

## DEFINISI

### 1) Pengertian promosi perpustakaan

Promosi perpustakaan menurut Dian Ekutama adalah mekanisme komunikasi persuasif pemasaran dengan memanfaatkan teknik-teknik hubungan masyarakat. Promosi merupakan forum pertukaran informasi antara organisasi dan konsumen dengan tujuan utama member informasi tentang produk atau jasa yang disediakan oleh organisasi, sekaligus membujuk konsumen untuk bereaksi terhadap produk atau jasa itu.

Menurut Jerome Andrew promosi bertujuan untuk menarik perhatian, menciptakan kesan, membangkit minat dan untuk memperoleh tanggapan. Jadi tujuan promosi perpustakaan adalah memperkenalkan perpustakaan, koleksi, jenis layanan, dan manfaat yang dapat diperoleh oleh pengguna perpustakaan. Dengan adanya promosi, diharapkan masyarakat dapat mengetahui pelayanan yang diberikan oleh perpustakaan sehingga membuat mereka tertarik untuk mengunjungi dan memanfaatkan koleksi serta layanan perpustakaan.

Promosi merupakan bentuk komunikasi untuk memperkenalkan produk (barang dan jasa) kepada calon pelanggan (*customer*) agar mereka itu bersedia membeli atau memanfaatkannya. Promosi perpustakaan juga dimaksudkan untuk menyampaikan informasi (mengkomunikasikan) produk atau jasa kepada para pemustaka. Dengan demikian promosi berarti segala kegiatan yang dilaksanakan oleh perpustakaan dengan maksud untuk menyampaikan, memperkenalkan atau mengkomunikasikan produk atau jasa yang ada di perpustakaan. Agus Setiawan (2013:2).

### 2) Media sosial

Menurut Luckty media sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Sedangkan dalam Webster media sosial diartikan sebagai bentuk komunikasi elektronik (seperti website untuk jejaring sosial dan microblogging) dimana pengguna membangun komunitas online untuk berbagi informasi, ide, pesan-pesan personal dan konten lainnya (seperti video) (Merriam-Webster 2013)

### 3) *Best Practices*

Achmad Mardiansyah mengatakan bahwa yang dimaksud dengan "*best practices*" adalah implementasi suatu konsep/teknologi yang banyak dipakai oleh individual maupun organisasi. Hal menarik yang perlu diketahui adalah, *best practices* tidak selalu identik dengan teknologi terkini, konsep tercanggih, maupun peralatan mahal. tetapi kembali ke definisinya, sesuatu yang banyak dipakai oleh masyarakat. Sedangkan Untung Sutikno mengartikan bahwa "*best practice*" adalah suatu ide atau gagasan mengenai suatu teknik, metode, proses, aktivitas, insentif atau penghargaan (*reward*) yang lebih efektif dalam mencapai keberhasilan yang luar biasa di bandingkan dengan tehnik, metode,

proses lain.

## PEMBAHASAN

### 1. Strategi promosi perpustakaan

Kegiatan promosi perpustakaan juga dimaksudkan untuk mengenalkan perpustakaan kepada masyarakat penggunaannya tentang kegiatan dan hal-hal apa saja yang ada di perpustakaan dengan berbagai cara yang sifatnya mengajak. Tujuan dari promosi adalah semakin banyak pemustaka yang menggunakan fasilitas perpustakaan sehingga semakin banyak pemustaka yang ada di perpustakaan maka semakin bermanfaat investasi perpustakaan tersebut. Promosi dapat dilakukan dengan berbagai cara diantaranya :

#### a. Memperkenalkan perpustakaan ke mahasiswa baru

Mahasiswa baru merupakan pasar yang sangat potensial untuk diperkenalkan kepada perpustakaan. Mereka adalah mahasiswa yang masih mempunyai semangat yang tinggi untuk belajar dan sangat membutuhkan informasi tentang lingkungan kampus barunya sehingga perlu diberikan informasi tentang perpustakaan seperti jam layanan, bagaimana cara menelusur informasi yang benar, persyaratan apa yang diperlukan untuk menjadi anggota perpustakaan, cara meminjam dan mengembalikan buku, fasilitas yang disediakan di perpustakaan, informasi tentang website perpustakaan, serta informasi lainnya.

#### b. Pembuatan *website*

Adanya perkembangan teknologi informasi yang semakin pesat pada saat ini banyak perpustakaan perguruan tinggi yang telah mempunyai *website* perpustakaan. Melalui *website* ini dapat diberikan informasi tentang perpustakaan secara lengkap baik alamat perpustakaan, layanan dan jam layanan, informasi koleksi baru, informasi kegiatan dan program perpustakaan, kotak saran, penelusuran koleksi secara *online*, *jurnal online*, *ebook*, dan sebagainya.

### 2. Tujuan promosi

Promosi perpustakaan adalah aktivitas memperkenalkan perpustakaan dari segi fasilitas, koleksi jenis layanan, dan manfaat yang dapat diperoleh oleh setiap pemakai perpustakaan secara lebih terperinci, tujuan promosi menurut Budi Santoso (2017) perpustakaan adalah :

- a. Memperkenalkan fungsi perpustakaan kepada masyarakat pemakai
- b. Mendorong minat baca dan mendorong masyarakat agar menggunakan koleksi perpustakaan semaksimalnya dan menambah jumlah orang yang membaca
- c. Memperkenalkan pelayanan dan jasa perpustakaan kepada masyarakat.

Menurut Agus Setiawan (2013:3), dalam promosi ini terdapat beberapa aspek yakni :

#### a. Memberitahu

Tugas dari promosi adalah memberitahu sesuatu produk kepada masyarakat yang sebelumnya tidak mengetahuinya. Informasi ini dalam bidang perpustakaan dapat berupa pustaka baru atau kegiatan-kegiatan yang diselenggarakan oleh perpustakaan. Pemberitahuan ini dapat dilakukan melalui leaflet, brosur, spanduk, dan website.

#### b. Membujuk

Yaitu usaha untuk membujuk dan merayu calon pemakai/pemustaka agar bersedia berkunjung ke perpustakaan, membaca, memfotocopy dan memanfaatkan ruang perpustakaan untuk kegiatan diskusi ilmiah.

#### c. Mempengaruhi

Yakni salah satu upaya mempengaruhi calon pemakai/pemustaka agar mau datang ke perpustakaan dan memanfaatkan fasilitas yang disediakan. Dalam hal ini perpustakaan harus berusaha menciptakan suasana agar pemustaka ingin datang ke perpustakaan jika mereka membutuhkan informasi.

### 3. Peran Media Sosial Sebagai Salah Satu Promosi Perpustakaan

Promosi perpustakaan pada dasarnya merupakan forum pertukaran informasi antara organisasi dan konsumen dengan tujuan utama memberikan informasi tentang produk atau jasa yang disediakan oleh perpustakaan sekaligus membujuk siswa dan guru untuk berekreasi terhadap produk atau jasa yang ditawarkan. Hasil dari promosi adalah tumbuhnya kesadaran sampai tindakan untuk memanfaatkannya.

#### a. Ciri-Ciri Media Sosial

Berikut adalah ciri-ciri media sosial menurut Lucky :

- 1) Pesan yang di sampaikan tidak hanya untuk satu orang saja namun bisa keberbagai banyak orang contohnya pesan melalui SMS ataupun internet
- 2) Pesan yang di sampaikan bebas, tanpa harus melalui suatu *Gatekeeper*
- 3) Pesan yang di sampaikan cenderung lebih cepat di banding media lainnya
- 4) Penerima pesan yang menentukan waktu interaksi

#### b. Beberapa Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Perpustakaan

Berikut adalah media sosial menurut Lucky yang bisa digunakan sebagai media promosi :

- 1) FACEBOOK. Facebook telah menjadi situs sosial networking terbesar saat ini, ada begitu banyak manfaat facebook yang bisa kita gunakan. Salah satunya adalah sebagai tempat promosi, bisa menjadi media promosi yang sangat efektif.
- 2) TWITTER. Twitter juga bisa memberikan pengaruh dalam promosi perpustakaan seperti halnya facebook.
- 3) YOUTUBE. Ada beberapa film yang dibuat dengan *setting* perpustakaan yang bisa disampaikan melalui media sosial ini. Berikut contoh judul film pendek yang menggunakan setting Perpustakaan SMA Negeri 2 Metro dan sudah di upload ke youtube: Film Terlempar Ke Masa

Lalu

<https://www.youtube.com/watch?v=3t7pW0E1qtE> (Meraih Penghargaan Juara II, Kompetisi Lomba Film Pendek di Teknokrat tahun 2013), Film Dunia Bisa di Edit <https://www.youtube.com/watch?v=j40XroGMGsY> (Meraih Penghargaan Juara III, Kompetisi Lomba Film Pendek di Teknokrat tahun 2014) Film Biasa Bisa Bisu <https://www.youtube.com/watch?v=15QLgnhhs3I>

#### c. Manfaat Media Sosial Bagi Perpustakaan

Berikut adalah manfaat media sosial menurut Lucky :

- 1) Berbagi informasi kegiatan perpustakaan yang bisa dilihat oleh pemustaka.
- 2) Menarik minat penulis atau penerbit untuk bisa bekerjasama.
- 3) Menjadi ajang sarana promosi perpustakaan secara efektif dan efisien

Karena medsos merupakan bagian dari sistem relasi, koneksi dan komunikasi, maka kita harus menyikapinya dalam kaitannya dengan fungsi-fungsi yang terkandung dalam teori relasi, koneksi dan komunikasi masyarakat. Berikut ini sikap menurut Tim Pusat Humas Kementerian Perdagangan RI (2014:35) yang harus kita kembangkan terkait dengan peran, manfaat dan fungsi medsos:

1. Sarana belajar, mendengarkan, dan menyampaikan. Berbagai aplikasi medsos dapat dimanfaatkan untuk belajar melalui beragam informasi, data dan isu yang termuat di dalamnya. Pada aspek lain, medsos juga menjadi sarana untuk menyampaikan berbagai informasi kepada pihak lain. Konten-konten di dalam medsos berasal dari berbagai belahan dunia dengan beragam latar belakang (33)budaya, sosial, ekonomi, keyakinan, tradisi dan

- tendensi. Oleh karena itu, benar jika dalam arti positif, medsos adalah sebuah ensiklopedi global yang tumbuh dengan cepat. Dalam konteks ini, pengguna medsos perlu sekali membekali diri dengan kekritisannya, pisau analisa yang tajam, perenungan yang mendalam, kebijaksanaan dalam penggunaan dan emosi yang terkontrol.
2. Sarana dokumentasi, administrasi dan integrasi. Berbagai aplikasi medsos pada dasarnya merupakan gudang dan dokumentasi beragam konten, dari yang berupa profil, informasi, reportase kejadian, rekaman peristiwa, sampai pada hasil-hasil riset kajian. Dalam konteks ini, organisasi, lembaga dan perorangan dapat memanfaatkannya dengan cara membentuk kebijakan penggunaan medsos dan pelatihannya bagi segenap karyawan, dalam rangka memaksimalkan fungsi medsos sesuai dengan target-target yang telah dicanangkan. Beberapa hal yang bisa dilakukan dengan medsos, antara lain membuat blog organisasi, mengintegrasikan berbagai lini di perusahaan, menyebarkan konten yang relevan sesuai target di masyarakat, atau memanfaatkan medsos sesuai kepentingan, visi, misi, tujuan, efisiensi dan efektifitas operasional organisasi. (34)
  3. Sarana perencanaan, strategi dan manajemen. Akan diarahkan dan dibawa ke mana medsos, merupakan domain dari penggunanya. Oleh sebab itu, medsos di tangan para pakar manajemen dan marketing dapat menjadi senjata yang dahsyat untuk melancarkan perencanaan dan strateginya. Misalnya saja untuk melakukan promosi, menggaet pelanggan setia, menghimpun loyalitas customer, menjajaki market, mendidik publik, sampai menghimpun respons masyarakat.
  4. Sarana kontrol, evaluasi dan pengukuran. Medsos berfaedah untuk melakukan kontrol organisasi dan juga mengevaluasi berbagai perencanaan dan strategi yang telah dilakukan. Ingat, respons publik dan pasar menjadi alat ukur, kalibrasi dan parameter untuk evaluasi. Sejauh mana masyarakat memahami suatu isu atau persoalan, bagaimana prosedur-prosedur ditaati atau dilanggar publik, dan seperti apa keinginan dari masyarakat, akan bisa dilihat langsung melalui medsos. Pergerakan keinginan, ekspektasi, tendensi, opsi dan posisi pemahaman publik akan dapat terekam dengan baik di dalam medsos. Oleh sebab itu, medsos juga dapat digunakan sebagai sarana preventif yang ampuh dalam memblok atau memengaruhi pemahaman publik.
- d. Kelebihan media sosial dibandingkan media konvensional
- Berikut adalah kelebihan media sosial dibanding media konvensional menurut Tim Pusat Humas Kementerian Perdagangan RI (2014:31-34), yaitu :
- 1). Cepat, ringkas, padat dan sederhana. Kalau kita lihat, setiap produksi media konvensional membutuhkan keterampilan khusus, standar yang baku dan kemampuan marketing yang unggul. Sebaliknya, medsos begitu mudah digunakan (user friendly), bahkan pengguna tanpa basis pengetahuan Teknologi Informasi (TI) pun dapat menggunakannya. Yang diperlukan hanya komputer, tablet, smartphone, ditambah koneksi internet.
  - 2) Menciptakan hubungan lebih intens. Media-media konvensional hanya melakukan komunikasi satu arah. Untuk mengatasi keterbatasan itu, media konvensional mencoba

membangun hubungan dengan model interaksi atau koneksi secara live melalui telepon, sms atau Twitter. Sedangkan medsos memberikan kesempatan yang lebih luas kepada user untuk berinteraksi dengan mitra, pelanggan, dan relasi, serta membangun hubungan timbal balik secara langsung dengan mereka.

- 3) Jangkauan luas dan global. Media-media konvensional memiliki daya jangkau secara global, tetapi untuk menjangkau itu perlu biaya besar dan membutuhkan waktu lebih lama. Sedangkan melalui medsos, siapa pun bisa mengkomunikasikan informasi secara cepat tanpa hambatan geografis. Pengguna medsos juga diberi peluang yang besar untuk mendesain konten, sesuai dengan target dan keinginan ke lebih banyak pengguna.
- 4) Kendali dan terukur. Dalam medsos dengan sistem tracking yang tersedia, pengguna dapat mengendalikan dan mengukur efektivitas informasi yang diberikan melalui respons balik serta reaksi yang muncul. Sedangkan pada media-media konvensional, masih membutuhkan waktu yang lama.

#### e. Hal-hal yang bisa dipromosikan melalui Media Sosial

Banyak media promosi yang dapat digunakan dari mulai yang umum hingga unik atau baru, misalnya menggunakan media atau jejaring sosial. Media sosial atau situs jejaring sosial seperti Facebook, Twitter, dan lainnya hingga kini dimanfaatkan sebagai media promosi, yang ternyata cukup efektif dalam memperoleh calon konsumen baru. Menurut Sirly (2014) ada beberapa bidang yang dapat menggunakan media sosial untuk memperkenalkan produk/jasa/brand mereka di perpustakaan, antara lain:

- 1) Mempromosikan keberadaan perpustakaan. Saat ini, meskipun dunia sudah memasuki abad informasi, masih ada sebagian masyarakat kita yang belum mengetahui lokasi perpustakaan umum yang ada di kabupaten/kota masing-masing. Jika lokasi saja belum tahu, bagaimana mungkin masyarakat akan memiliki selera untuk mengunjungi perpustakaan. Perpustakaan tidak boleh menutup mata terhadap fakta ini. Untuk itu kehadiran dunia perpustakaan di sosial media merupakan suatu keharusan. Sehingga perpustakaan tidak seperti katak dalam tempurung. Melalui sosial media kehadiran perpustakaan akan bisa dirasakan manfaatnya oleh masyarakat. Mengingat, dunia maya saat ini merupakan referensi utama masyarakat dalam mencari informasi.

Contoh:

<https://www.youtube.com/watch?v=F8Q1VkZoVWw> Perpustakaan Petra,  
<https://www.youtube.com/watch?v=FEgH3UbjffA> Perpustakaan Universitas Indonesia.

- 2) Mempromosikan koleksi perpustakaan. Selama ini masih ada buku-buku bagus yang tersimpan dalam rak-rak perpustakaan yang belum menemukan pembacanya. Sebaliknya, betapa banyak pembaca yang sampai saat ini belum menemukan buku yang dirindukannya. Koleksi yang tersimpan di rak-rak perpustakaan tentu tak cukup jika hanya dipromosikan melalui papan pengumuman di ruang perpustakaan. Buku-buku ini perlu dipromosikan dalam ruang pengumuman yang lebih besar yaitu melalui sosial media. Sehingga setiap buku akan menemukan pembacanya dan setiap pembaca akan menemukan bukunya. Contoh:

<https://www.youtube.com/watch?v=UA7bXWt3xl8> Layanan dan Fasilitas Perpustakaan Universitas Indonesia.

- 3) Mewujudkan layanan prima kepada masyarakat. Kualitas layanan birokrasi kepada masyarakat sampai saat ini masih memprihatinkan. Masyarakat masih kesulitan untuk memperoleh informasi secara cepat, tepat, dan akurat dari birokrasi meskipun saat ini cukup banyak instansi pemerintah yang memiliki website berdomain " go.id ". Website milik instansi pemerintah rata-rata jarang diupdate. Sehingga fungsi utama website untuk melayani masyarakat menjadi hilang tak berbekas. Yang tertinggal hanya fungsi untuk "bergaya, menjaga kepatutan, dan sekedar menggugurkan kewajiban" biar dikira sudah melek teknologi informasi. Sosial media merupakan sarana yang tepat untuk memberikan layanan informasi yang cepat, tepat, dan aktual kepada masyarakat. Perpustakaan yang melaksanakan tugas birokrasi di bidang budidaya membaca dituntut untuk selalu memberikan informasi kepada masyarakat melalui sosial media.

Contoh:

<https://www.youtube.com/watch?v=E7Hu19mAfzU> Perpustakaan Petra Surabaya,

- 4) Memberikan pendidikan kepada masyarakat. Sosial media merupakan sarana bagi perpustakaan untuk memberikan pendidikan literasi kepada masyarakat. Kegiatan-kegiatan maupun informasi-informasi yang bernuansa literasi dapat ditayangkan di sosial media. Seketika itu juga informasi yang ditayangkan ini bisa diakses oleh ribuan orang baik melalui komputer, laptop maupun telepon seluler yang saat ini jumlah penggunaannya telah melebihi jumlah penduduk Indonesia. Contoh:

<https://www.youtube.com/watch?v=QmK-I5OU98> *User education* Petra, <https://www.youtube.com/watch?v=Nss69MGTAzA> Perpustakaan Universitas Indonesia.

f. Jenis media sosial yang ada berdasarkan ciri-ciri penggunaannya.

Andreas M Kaplan dan Michael Haenlein dalam Tim Pusat Humas Kementerian Perdagangan RI (2014:26-27), membuat klasifikasi untuk berbagai jenis media sosial yang ada berdasarkan ciri-ciri penggunaannya. Menurut mereka, pada dasarnya medsos dapat dibagi menjadi enam jenis, yaitu:

- 1) Pertama, proyek kolaborasi website, di mana user-nya diizinkan untuk dapat mengubah, menambah, atau pun mem buang konten-konten yang termuat di websitetersebut, seperti Wikipedia.
- 2) Kedua, blog dan microblog, di mana usermendapat kebebasan dalam mengungkapkan suatu hal di blog itu, seperti perasaan, pengalaman, pernyataan, sampai kritikan terhadap suatu hal, seperti Twitter.
- 3) Ketiga, konten atau isi, di mana para userdi websiteini saling membagikan konten-konten multimedia, seperti e-book, video, foto, gambar, dan lain-lain seperti Youtube.
- 4) Keempat, situs jejaring sosial, di mana user memperoleh izin untuk terkoneksi dengan cara membuat informasi yang bersifat pribadi, kelompok atau sosial sehingga dapat terhubung atau diakses oleh orang lain, seperti misalnya Facebook.
- 5) Kelima, virtual game world, di mana pengguna melalui aplikasi 3D dapat muncul dalam wujud avatar-avatars sesuai keinginan dan kemudian berinteraksi dengan orang lain yang mengambil wujud avatar juga layaknya di dunia nyata, seperti online game
- 6) Keenam, virtual social world, merupakan aplikasi berwujud dunia virtual yang memberi



kesempatan pada penggunaanya berada dan hidup di dunia virtual untuk berinteraksi dengan yang lain. Virtual social world ini tidak jauh berbeda dengan virtual game world, namun lebih bebas terkait dengan berbagai aspek kehidupan, seperti *Second Life*.

## PENUTUP

Dalam menciptakan persepsi di pikiran konsumen mengenai suatu produk/jasa/brand, dibutuhkan pemikiran yang matang akan media promosi apakah yang cocok dan efektif, agar persepsi dan image yang ingin disampaikan dapat melekat kuat dibandingkan produk/jasa/ brand lainnya yang sejenis.

Banyak media promosi yang dapat digunakan dari mulai yang umum hingga unik atau baru, misalnya menggunakan media atau jejaring sosial. Media sosial atau situs jejaring sosial seperti Facebook, Twitter, dan lainnya hingga kini dimanfaatkan sebagai media promosi, yang ternyata cukup efektif dalam memperoleh calon konsumen baru.

Merebaknya situs media sosial yang muncul menguntungkan banyak orang dari berbagai belahan dunia untuk berinteraksi dengan mudah dan dengan ongkos yang murah ketimbang memakai telepon. Dampak positif yang lain dari adanya situs jejaring sosial adalah percepatan penyebaran informasi.

Demikian pula perkembangan teknologi informasi di perpustakaan, dan dengan memanfaatkan media sosial berbasis web atau jejaring sosial, bukan untuk melarang pemustaka berkunjung ke perpustakaan, melainkan bermaksud memberi kemudahan akses kepada pemustaka dalam mendapat informasi mengenai keterlambatan peminjaman koleksi, perpanjangan kol peminjaman koleksi, jumlah denda, pemesanan buku, kritik saran dan lain-lain.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agus Setiawan, *Strategi Promosi Perpustakaan Di Lingkungan Perguruan Tinggi*, dalam <http://agustiawan.lib.isi.ac.id/?p=170> diakses pada tanggal 6 Agustus 2017.
- Achmad Mardiansya, dalam <https://achmadjournal.com/2006/02/10/apa-ya-ng-dimaksud-dengan-best-practices/> diakses pada tanggal 7 Agustus 2017.
- Budi Santoso, *Pemasaran Dan Promosi Perpustakaan*, dalam <https://kangbudhi.wordpress.com/2007/10/18/pemasaran-dan-promosi-perpustakaan/> diakses pada tanggal 7 Agustus 2017.
- Dian Ekatama, *Peran Pustakawan Dalam Promosi Perpustakaan Untuk Meningkatkan Minat Baca*, dalam [http://gpmb.perpusnas.go.id/index.php?module=artikel\\_kepustakaan&id=3](http://gpmb.perpusnas.go.id/index.php?module=artikel_kepustakaan&id=3) diakses pada tanggal 7 Agustus 2017.
- Luckyt Giyan Sukarno, *Promosi Perpustakaan dari Sudut Pandang Pustakawan; Best Practice*, dalam <http://perpus.sman2metro.sch.id/berita-promosi-perpustakaan-dari-sudut-pandang-pustakawan-best-practice.html> diakses pada tanggal 8 Agustus 2017.
- Sirly, *Manfaat Media Sosial di Perpustakaan*, dalam <https://sirly96.wordpress.com/2014/12/13/manfaat-media-sosial-di-perpustakaan/> diakses pada tanggal 8 Agustus 2017.
- Tim Pusat Humas Kementerian Perdagangan RI "panduan optimalisasi media sosial untuk kemendag RI" jakarta: Pusat Humas Kementerian Perdagangan RI 2014
- Untung Sutikno, dalam [untungsutikno.blogspot.com/2010/05/pengertian-ruang-lingkup-dan-ciri-ciri.html](http://untungsutikno.blogspot.com/2010/05/pengertian-ruang-lingkup-dan-ciri-ciri.html) diakses pada tanggal 8 Agustus 2017.