

STRATEGI PROMOSI PERPUSTAKAAN DI MASA PANDEMI COVID-19 MENGGUNAKAN MEDIA SOSIAL

Kadek Dian Dwinanda Puspita¹⁾, I Putu Suhartika²⁾, Richard Togaranta Ginting³⁾

¹²³⁾Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Udayana

diandwinanda2@gmail.com¹⁾, suhardharma@yahoo.com²⁾, richardtogaranta@unud.ac.id³⁾

ABSTRACT

The purpose of this study is to find out the strategy of library promotion during the Covid-19 pandemic using social media. The means of library promotion can be divided into two, namely means in printed form and means in electronic form. This type of research uses library research. The strategy is to determine the targets/targets of promotional activities, determine the promotional media to be used, plan concepts for promotional media, and disseminate promotional media on social media. Some social media that are often used such as: Instagram, Youtube, Facebook, Tiktok.

Keywords: library promotion, promotion media, pandemic Covid-19

1. PENDAHULUAN

Pandemi *Covid-19* menyebar dengan cepat ke seluruh penjuru dunia. Tahun 2020 menjadi awal penyebaran virus tersebut di Indonesia. Dampak dari pandemi *Covid-19* merugikan semua bidang. Proses pemulihan yang dilakukan akan terhambat jika virus tersebut masih berada di sekitar dan terus bermutasi. Bidang pendidikan harus terus berlanjut ditengah pandemi *Covid-19*. Berbagai solusi dipertimbangkan untuk diterapkan selama pandemi agar kegiatan pembelajaran tidak terhambat. Pembelajaran secara daring menjadi solusi bagi bidang pendidikan untuk siswa dan mahasiswa, *Work From Home (WFH)* menjadi solusi bagi tenaga pendidik. Melaksanakan pembelajaran daring mengarahkan kita agar memaksimalkan penggunaan teknologi informasi dan komunikasi.

Berbeda dengan kegiatan pembelajaran, perpustakaan juga harus beradaptasi dengan pandemi tersebut. Karena perpustakaan menjadi tempat untuk temu kembali informasi pengguna perpustakaan. Dalam Undang-Undang Nomor 43 tahun 2007 disebutkan perpustakaan merupakan institusi

pengelola koleksi bahan pustaka untuk memenuhi kebutuhan informasi dalam hal pendidikan, penelitian, pelestarian dan rekreasi para pengguna perpustakaan. Sebagian besar pengguna perpustakaan akan memanfaatkan koleksi perpustakaan pada ruang baca yang disediakan. Dan terdapat juga pengguna perpustakaan yang memilih untuk meminjam koleksi perpustakaan dalam jangka waktu tertentu.

Hingga saat ini, sebagian perpustakaan mulai menyediakan layanan secara online melalui situs web atau aplikasi. Perpustakaan digital sudah mulai dikembangkan oleh perpustakaan namun tidak semua penggunanya memahami cara untuk mengaksesnya. Pada masa pandemi *Covid-19*, perpustakaan tidak dapat beroperasi seperti pada biasanya. Karena kita harus mengurangi interaksi secara langsung terhadap masyarakat untuk mencegah penyebaran virus dan adanya pembatasan jumlah pekerja dan jumlah kunjungan ke perpustakaan. Untuk itu perpustakaan sebagian besar memaksimalkan layanan perpustakaan digital agar penggunanya tetap bisa memanfaatkan layanan koleksi bahan pustaka.

Untuk memaksimalkan layanan yang disediakan selama pandemi *Covid-19*, perpustakaan harus melaksanakan promosi perpustakaan. Tujuannya agar pengguna perpustakaan mengetahui jenis layanan dan koleksi yang disediakan. Promosi perpustakaan dapat dilakukan melalui media sosial agar informasi yang dibagikan dapat menyebar kepada seluruh penggunanya.

2. KAJIAN PUSTAKA

2.1. Pengertian Promosi Perpustakaan

Kegiatan promosi merupakan suatu usaha yang dilakukan dengan memasarkan suatu produk atau jasa yang dimiliki dengan jalan komunikasi kepada masyarakat. Kegiatan promosi bisa juga dilaksanakan oleh suatu perpustakaan dengan memasarkan koleksi bahan pustaka dan layanan yang dimiliki perpustakaan. Promosi perpustakaan adalah salah satu strategi perpustakaan untuk dapat berbagi informasi kepada pengguna perpustakaan mengenai koleksi bahan pustaka dan layanannya. Menurut Stanley yang dikutip dalam Nurrohmah menjelaskan bahwa tujuan dari pelaksanaan kegiatan promosi perpustakaan ialah untuk mempengaruhi, mengajak dan memperkenalkan produk atau jasa yang dipromosikan (Riza et al., 2015).

Melakukan kegiatan promosi perpustakaan harus ditentukan sasarannya, waktu pelaksanaannya, kelengkapan dalam media promosi, metode yang tepat untuk diterapkan, serta harus memikirkan sebab akibat dari penerapan metode yang dipilih untuk bisa menemukan solusi terbaik. Untuk mendapatkan hasil yang maksimal dapat menggunakan analisis SWOT (*strengths, weakness, opportunity, threats*). Untuk itu sebelum melaksanakan kegiatan promosi diperlukan strategi promosi, yaitu pustakawan harus dapat membangun komunikasi dengan pengguna perpustakaan dan calon pengguna perpustakaan agar pustakawan dapat menjaga suasana ketika akan melakukan kegiatan promosi, melakukan kerjasama dengan pihak

ketiga merupakan hal yang sangat penting sebelum melakukan kegiatan promosi perpustakaan karena pada dasarnya sangat kecil kemungkinan suatu perpustakaan dapat memberikan kepuasan dan dapat memenuhi kebutuhan informasi penggunanya tanpa ada kerjasama dengan pihak ketiga, kemudian membuat program promosi perpustakaan seperti menetapkan sasaran/target dan menentukan metode yang akan digunakan.

Tujuan dari pelaksanaan promosi perpustakaan adalah sebagai berikut:

- 1) Memberitahukan masyarakat tentang fungsi perpustakaan;
- 2) Memperkenalkan layanan, jasa dan fasilitas yang disediakan oleh perpustakaan agar dapat dimanfaatkan dengan maksimal;
- 3) Mengajak masyarakat untuk mendayagunakan layanan perpustakaan dan juga koleksi bahan pustaka dengan tujuan agar membangkitkan minat baca masyarakat (Supriyatno, 2019).

2.2. Sarana Promosi Perpustakaan

Sarana promosi perpustakaan terdiri dari dua jenis, yaitu sarana dalam bentuk tercetak dan sarana yang memanfaatkan media elektronik. Sarana dalam bentuk tercetak, menunjukkan adanya bentuk fisik berupa kumpulan brosur, poster, *newsletter*, pembatas buku, buku panduan, kalender perpustakaan. Sedangkan menggunakan media elektronik melalui internet dan media sosial seperti *instagram, facebook, twitter, youtube* dan internet.

Karena saat masa pandemi terjadi pembatasan di masyarakat membuat promosi melalui media cetak sulit untuk dilaksanakan sehingga kebanyakan perpustakaan beralih pada media elektronik untuk melakukan promosi perpustakaan. Dengan adanya media promosi perpustakaan baik itu dalam bentuk tercetak ataupun non-tercetak dapat menyampaikan pesan-pesan dari manfaat dan

tujuan pelaksanaan kegiatan promosi perpustakaan.

2.3. Promosi Perpustakaan Menggunakan Media Sosial

Media sosial menjadi aplikasi yang sering dibuka oleh sebagian besar orang ketika pandemi. Pengertian dari media sosial adalah suatu ruang yang dimanfaatkan oleh masyarakat untuk mengekspresikan diri, berinteraksi dan berkomunikasi dengan pihak lain melalui teknologi internet. (Kurniali, 2011)

Media sosial ada beragam dan beberapa diantaranya yang sering digunakan seperti: *Instagram, Youtube, Facebook, Tiktok*. Media sosial seperti *Instagram* dan *Facebook* merupakan sarana penyebaran informasi dalam bentuk gambar dan juga video dengan durasi tertentu. Sedangkan *Youtube* dan *Tiktok* merupakan sarana penyebaran informasi dalam bentuk video. Penyebaran informasi melalui media sosial sangat cepat ketika jaringan yang digunakan stabil. Perpustakaan dapat memanfaatkan media sosial tersebut untuk mempromosikan perpustakaan dan lebih aktif untuk berinteraksi dengan pengguna melalui media sosial.

Pembuatan konten-konten pada media sosial harus dipertimbangkan dan menarik. Selain itu, target atau sasaran yang diinginkan juga perlu diperhatikan karena konten yang menarik akan membuat sasarannya terus memperhatikan konten yang ditampilkan dan memahami isi konten tersebut. Di Indonesia terdapat lima jenis perpustakaan, yaitu:

- 1) Perpustakaan nasional
Merupakan perpustakaan yang didirikan suatu negara dan biasanya dibangun pada ibu kota suatu negara yang merupakan perpustakaan induk dengan fungsi untuk menyimpan dan memelihara koleksi bahan pustaka tercetak yang diterbitkan oleh negara tersebut. Contoh perpustakaan nasional adalah Perpustakaan Nasional Republik Indonesia. Target/sasaran dari

perpustakaan nasional adalah seluruh masyarakat pada negara tersebut.

- 2) Perpustakaan umum
Merupakan perpustakaan yang memiliki fungsi untuk menyediakan layanan-layanan di perpustakaan kepada masyarakat umum. Contoh perpustakaan umum adalah perpustakaan daerah dan perpustakaan kota. Target/sasaran dari perpustakaan umum adalah masyarakat umum.
 - 3) Perpustakaan perguruan tinggi
Merupakan perpustakaan yang dibangun pada suatu perguruan tinggi dengan tujuan untuk mendayagunakan fasilitas dan koleksi bahan pustaka serta layanan perpustakaan dalam menunjang tri dharma perguruan tinggi. Target/sasaran pada perpustakaan perguruan tinggi adalah seluruh tenaga pendidik, staf pegawai serta mahasiswa pada suatu perguruan tinggi.
 - 4) Perpustakaan khusus
Merupakan perpustakaan yang mendayagunakan koleksi khusus yang biasanya didirikan pada suatu instansi untuk menunjang kegiatan dan kebutuhan informasi pada suatu instansi. Contoh perpustakaan khusus adalah Perpustakaan Sekretariat ASEAN di Jakarta. Target/sasaran dari perpustakaan khusus adalah seluruh staf atau pegawai pada suatu instansi.
 - 5) Perpustakaan sekolah
Merupakan perpustakaan yang didirikan pada suatu sekolah dengan fungsi untuk memenuhi kebutuhan informasi melalui layanan yang diberikan pustakawan dan bahan pustaka yang disediakan pada perpustakaan. Target/sasaran dari perpustakaan sekolah adalah seluruh tenaga pendidik, staf pegawai dan siswa pada suatu sekolah. (Saleh et al., 2014)
- Berdasarkan kelima jenis perpustakaan terdapat sasaran yang berbeda-beda. Konten yang akan digunakan untuk

bahan promosi harus menyesuaikan ketertarikan dari target/sasarannya.

3. METODELOGI PENELITIAN

Jenis penelitian ini merupakan penelitian dengan menerapkan studi kepustakaan atau *library research*. Studi kepustakaan adalah proses perolehan data dengan memanfaatkan sumber dari buku, literatur, catatan serta laporan penelitian yang sesuai (Nazir, 1998).

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi promosi dengan memanfaatkan media sosial harus memperhatikan beberapa hal seperti: menentukan target/sasaran dari kegiatan promosi, menentukan media promosi yang akan dipilih, perencanaan konsep untuk media promosi, dan penyebaran media promosi pada media sosial. Pada beberapa media sosial dapat memanfaatkan strategi sebagai berikut:

- 1) *Instagram* dan *Facebook*
Instagram dan *Facebook* memiliki kesamaan dapat membagikan gambar dan video dengan durasi tertentu. Promosi perpustakaan menggunakan *Instagram* dan *Facebook* dapat dilakukan dengan membagikan gambar dan video yang berisi informasi mengenai bahan pustaka terbaru, gambar dan video mengenai kegiatan yang diadakan di perpustakaan, berinteraksi dengan pemustaka melalui kolom komentar atau membuat sesi tanya jawab pada *Instagram*.
- 2) *Tiktok* dan *Youtube*
Tiktok dan *Youtube* memiliki kesamaan menyebarkan informasi melalui video. Membuat konten video terkadang lebih sulit jika dibandingkan dengan gambar. Karena membuat konten video mengharuskan kita mengajak penonton untuk menyaksikan video yang dibagikan hingga selesai. Promosi perpustakaan menggunakan *Tiktok* dan *Youtube* harus memikirkan dengan matang konsep

seperti apa yang akan ditampilkan pada video.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan tersebut maka dapat disimpulkan strategi promosi menggunakan media sosial sebagai berikut:

- 1) Memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi merupakan hal yang tepat di masa pandemi *Covid-19*.
- 2) Media sosial yang dapat dimanfaatkan adalah *Instagram*, *Facebook*, *Tiktok* dan *Youtube*.
- 3) Sebelum melakukan promosi perpustakaan melalui media sosial, harus mempertimbangkan sebab dan akibat yang akan terjadi.

6. DAFTAR PUSTAKA

- Kurniali, S. (2011). Peran Media Sosial di Internet pada Penerapan Proses Knowledge Management. *ComTech: Computer, Mathematics and Engineering Applications*, 2(1).
- Nazir, M. (1998). *Metode Penelitian*. Ghalia Indoensia.
- Puspitasari, D. (2021). Strategi Promosi UPT Perpustakaan UMM pada Masa Pandemi Covid-19. *Daluang: Journal of Library and Information Science*, 1(1). <https://journal.walisongo.ac.id/index.php/daluang/article/view/7973/3318>
- Riza, F. A. A., Suryadi, & Suprpto, A. (2015). STRATEGI PROMOSI PERPUSTAKAAN KHUSUS (Studi pada Perpustakaan Bank Indonesia Surabaya). *Jurnal Administrasi Publik (JAP)*, 3(12). <http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=370919&val=6469&title=STRATEGI PROMOSI PERPUSTAKAAN KHUSUS Studi pada Bank Indonesia Surabaya>
- Saleh, Rahman, A., & Komalasari, R. (2014). *Pengertian Perpustakaan dan Dasar-Dasar Manajemen Perpustakaan*.
- Suharso, P., & Pramesti, A. N. (2019).

- PROMOSI PERPUSTAKAAN MELALUI INSTAGRAM: STUDI DI PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS AIRLANGGA. *Publication Library and Information Science*, 3(2). <http://oipas.sentraki.umpo.ac.id/index.php/PUBLIS/article/view/2074/1409>
- Supriyatno, H. (2019). Strategi pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi perpustakaan: Studi analisis persepsi pemustaka tentang efektifitas pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi layanan Perpustakaan UIN Sunan Ampel. *Indonesian Journal of Academic Librarianship*, 3(3), 33–45.
- T, A. M., & Purwoko, B. (2018). STUDI KEPUSTAKAAN MENGENAI LANDASAN TEORI DAN PRAKTIK KONSELING EXPRESSIVE WRITING. *BK UNESA*, 8(1). <https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jurnal-bk-unesa/article/view/22037>
- Ulumi, B. (2014). *Pemasaran Jasa Informasi Perpustakaan* (1st ed.). Universitas Terbuka. pustaka.ut.ac.id/reader/index.php?subfolder=PUST4312/&doc=DAFIS.pdf
- Yenianti, I. (2019). Promosi Perpustakaan Melalui Media Sosial di Perpustakaan IAIN Salatiga. *PUSTABIBLIA: Journal of Library and Information Science*. [http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=1634474&val=13685&title=Promosi Perpustakaan Melalui Media Sosial Di Perpustakaan IAIN Salatiga](http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=1634474&val=13685&title=Promosi%20Perpustakaan%20Melalui%20Media%20Sosial%20Di%20Perpustakaan%20IAIN%20Salatiga)