

## Library Promotion Through Social Media in User Engagement With Instagram Content At Jakarta Library and PDS HB Jassin @Perpusjkt

Promosi Perpustakaan Melalui Media Sosial Dalam Keterlibatan Pemustaka Dengan Konten Instagram Di Perpustakaan Jakarta dan PDS HB Jassin @Perpusjkt

Nadia Fatma Azzahra<sup>1</sup>, Marlini<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Universitas Negeri Padang

\*Corresponding author. Email: [nadiafatma963@gmail.com](mailto:nadiafatma963@gmail.com)

---

### ABSTRACT

*This research aims to analyze the use of social media in increasing library engagement in UP Jakarta Library and PDS HB Jassin. The research was conducted using descriptive qualitative methods supported by literature study, observation, and in-depth interviews with librarians. The results showed that the library uses the Instagram platform as a promotional tool with three main types of content: facility information, special activities and programs, educational and interactive content. An analysis of user engagement from July to December 2024 shows that informative content, Night At The Library (NATL), Senandung Aksara, and collaborative content get the highest level of engagement based on the number of likes and comments. This research proves that user engagement is not only limited to conventional library information but also includes trending and creative content.*

**Keywords :** Social media, library promotion, user engagement

---

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penggunaan media sosial dalam meningkatkan keterlibatan pemustaka di UP Perpustakaan Jakarta dan PDS HB Jassin. Penelitian dilakukan menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan didukung studi literatur, observasi, dan wawancara mendalam dengan pustakawan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perpustakaan menggunakan platform Instagram sebagai sarana promosi dengan tiga jenis konten utama: informasi fasilitas, kegiatan dan program khusus, konten edukatif dan interaktif. Analisis terhadap engagement pemustaka dari Juli hingga Desember 2024 menunjukkan bahwa konten informatif, Night At The Library (NATL), Senandung Aksara, dan konten kolaborasi mendapatkan tingkat keterlibatan tertinggi berdasarkan jumlah like dan komentar. Penelitian ini membuktikan bahwa keterlibatan pemustaka tidak hanya terbatas pada informasi konvensional perpustakaan, tetapi juga mencakup konten yang mengikuti tren dan bersifat kreatif.

**Kata Kunci :** sosial, promosi perpustakaan, keterlibatan pemustaka



This is an open access article distributed under the Creative Commons 4.0 Attribution License, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited. ©2018 by author.

## Pendahuluan

Perpustakaan merupakan lembaga yang menyediakan informasi dari berbagai sumber. (Undang-Undang Nomor 43 Tahun 2007, n.d.) menyebutkan bahwa perpustakaan adalah “Institusi yang mengelola koleksi karya tulis, karya cetak, dan/atau karya rekam secara profesional dengan sistem yang baku untuk memenuhi kebutuhan pendidikan, penelitian, pelestarian, informasi, dan rekreasi para pemustaka”. Oleh karena itu, perpustakaan harus selalu berkembang dengan melakukan inovasi-inovasi kreatif guna mengakomodasi kebutuhan informasi yang semakin beragam, serta untuk memastikan aksesibilitas yang lebih luas tanpa dibatasi waktu dan tempat (Majdudin, 2019). Dengan inovasi, perpustakaan dapat memberikan layanan yang lebih baik dan efisien kepada pengguna, terutama dalam era teknologi seperti sekarang ini.

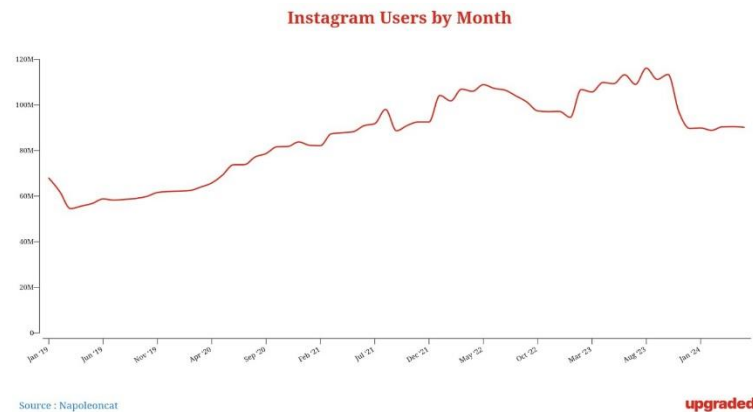
UP Perpustakaan Jakarta dan PDS HB Jassin merupakan perpustakaan Jakarta yang sudah berdiri pada tahun 1962 yang sekarang lebih dikenal dengan perpustakaan Cikini, hal itu disebabkan karena perpustakaan ini berada di Taman Ismail Marzuki (TIM). UP Perpustakaan Jakarta dan PDS HB Jassin yang berusia lebih dari 62 tahun, sudah beberapa kali melakukan renovasi, saat ini UP Perpustakaan Jakarta dan PDS HB Jassin yang berada di Gedung Panjang terdiri dari 14 lantai yang memiliki beberapa fasilitas seperti Galeri Seni, Perpustakaan Umum, Pusat Dokumentasi Sastra HB Jassin, Kantor Dewan Kesenian Jakarta (DKJ), Ruang Diskusi Komite Seni, dan Wisma Seni. UP Perpustakaan Jakarta dan PDS HB Jassin juga menawarkan berbagai macam layanan yang dapat dinikmati oleh pemustaka, seperti layanan peminjaman buku, layanan referensi dan informasi, dan akses koleksi-koleksi digital yang pemustaka bisa temukan di website UP Perpustakaan Jakarta dan PDS HB Jassin. Dengan layanan serta koleksi yang sudah digital, UP Perpustakaan Jakarta dan PDS HB Jassin juga memanfaatkan sosial media sebagai sarana promosi saat ini karena untuk mengikuti perkembangan teknologi sekarang yang semakin cepat berubah.

Teori Kehadiran Sosial (*Social Presence Theory*) diperkenalkan oleh John Short, Ederyn Williams, dan Bruce Christie (Wrench et al., 2022) inti teori ini menyatakan bahwa komunikasi yang paling efektif dapat tercapai jika media yang digunakan mampu menghadirkan kehadiran sosial (Wrench et al., 2022). Kehadiran sosial dalam komunikasi membantu menciptakan keterlibatan interpersonal (Griffin et al., 2019). Oleh karena itu, teori ini menempatkan komunikasi tatap muka sebagai bentuk dengan Tingkat kehadiran sosial yang tertinggi, sedangkan komunikasi berbasis teks berada pada Tingkat yang paling rendah. Asumsi dasar teori ini yaitu kedekatan interpersonal dalam komunikasi sangat dipengaruhi oleh media yang digunakan. Kehadiran sosial melalui media menciptakan ilusi komunikasi tanpa perantara, menyerupai interaksi tatap muka langsung yang melibatkan komunikasi verbal dan non verbal seperti ekspresi wajah, gestur, dan lain-lain. Sementara itu, *Media Richness Theory* menyatakan bahwa media dikatakan “kaya” jika mampu menyediakan umpan balik secara cepat (Zhang et al., 2023). Semakin kaya media tersebut, semakin besar kemampuan untuk menyampaikan inti komunikasi dengan jelas, sehingga dapat mengurangi kerancuan dan ambiguitas. Asumsi utama teori ini yaitu media dianggap kaya jika memiliki kemampuan memberikan umpan balik secara cepat, menyampaikan komunikasi non verbal, menggunakan bahasa yang dipahami bersama, serta menampilkan ekspresi dan emosi. (Zhang et al., 2023) memberikan wawasan lebih lanjut mengenai bagaimana perpustakaan dapat membangun kehadirannya di era digital yang terus berkembang.

Masyarakat kini telah terdorong dalam era digital, yang mana pada era ini segala perilaku, aktivitas, dan interaksi manusia lebih banyak dilakukan dalam bentuk digital (Jurriens et al., 2017). Selain menjamurnya perangkat pintar, terus berkembangnya jaringan internet juga merupakan faktor pendukung era digital. Berdasarkan riset yang dilakukan oleh Asosiasi

Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) sekitar 143 juta orang Indonesia telah terhubung dengan jaringan internet sepanjang 2017. Sebanyak 49,52 persen pengguna berusia 19 hingga 34 tahun (Bohang, 2019). Penggunaan internet kini telah menjadi kebiasaan terlebih pada kalangan masyarakat muda. Instagram telah berkembang menjadi salah satu media yang sering digunakan oleh banyak kalangan di masyarakat, seperti yang dijelaskan di [upgraded.id](http://upgraded.id) bahwa sebanyak 106 juta pengguna Instagram di Indonesia dan di [upgraded.id](http://upgraded.id) juga menunjukkan peningkatan dalam jangkauan iklan di Instagram sebesar 12 juta (+13,2 %) antara Januari 2023 dan Januari 2024. Pada tahun 2019, platform ini memiliki posisi kelima dengan pengguna terbanyak di dunia dan di Indonesia, Instagram berada di posisi ketiga dengan pengguna yang aktif yaitu 62 juta setiap bulannya. Fitur-fitur yang dimiliki Instagram seperti penggabungan gambar, video, tulisan, like, komen, dan DM menjadi alat promosi yang sangat efektif.

Strategi pemasaran di platform Instagram mengaitkan pemahaman yang mendalam untuk target audiens, seperti di perpustakaan yang akan meningkatkan keterlibatan pemustaka dengan layanan yang ditawarkan oleh perpustakaan tersebut.



**Gambar 1.** Data Jumlah Pengguna Instagram di Indonesia Jan'19 - Jan'24

Menurut (Steinmetz et al., 2021), promosi di media sosial harus tepat sasaran agar pemustaka dapat dengan mudah dan tertarik dengan layanan yang diberikan. Implementasi strategi yang efektif membutuhkan komunikasi yang tidak hanya bersifat promosi langsung, tetapi juga dapat membangun kesadaran tentang layanan secara konsisten. Media sosial di perpustakaan menjadi alat yang ampuh untuk memperkuat keterlibatan pemustaka. Media sosial seperti Instagram mendukung interaksi dua arah, yang memungkinkan perpustakaan tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga dapat menerima tanggapan dari pemustaka secara langsung. Hal ini membuat hubungan yang lebih dinamis antara perpustakaan dengan pemustaka, seperti konten yang di posting tidak hanya sebagai alat promosi, tetapi juga sebagai cara untuk menarik partisipasi aktif dari pemustaka.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Abiel & Engel, 2022) yang berjudul “Promosi Perpustakaan Melalui Media Sosial: Hubungan Antara Variasi Konten Instagram Dan Keterlibatan Pemustaka Di Perpustakaan Universitas Ciputra Surabaya” menunjukkan bahwa sosial media yang bersifat dinamis. Oleh karena itu, akun Instagram Perpustakaan perlu menghadirkan konten yang dinamis dan sesuai dengan tren terkini. Hal ini bertujuan untuk menarik perhatian audiens serta menciptakan kesan bahwa perpustakaan merupakan sumber informasi yang selalu mutakhir dan dekat dengan kebutuhan audiens atau pemustakanya.

Seperti halnya pada UP Perpustakaan Jakarta dan PDS HB Jassin yang sudah menggunakan Instagram secara informatif, tetapi belum ada penelitian mendalam terkait seberapa besar keterlibatan pemustaka terhadap konten-konten yang diposting. Faktanya, keberhasilan pengguna media sosial tidak hanya bergantung pada jumlah informasi yang disebarkan, melainkan terdapat beberapa keterlibatan dan reaksi pengguna terhadap konten yang mereka lihat. Penting bagi perpustakaan untuk tidak hanya menjadi penyedia informasi, tetapi juga membangun keterlibatan yang lebih mendalam dengan pemustakanya. Hal ini, menyebabkan peneliti ingin mengetahui terkait platform apa saja yang efektif digunakan oleh UP Perpustakaan Jakarta dan PDS HB Jassin, keterlibatan pemustaka terhadap konten yang disajikan, serta strategi apa saja yang bisa diterapkan untuk meningkatkan keterlibatan pemustaka di sosial media. Berdasarkan permasalahan tersebut peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “Promosi Perpustakaan Melalui Media Sosial Dalam Melihat Keterlibatan Pemustaka Dengan Konten Instagram Di Perpustakaan Jakarta Dan PDS HB Jassin @perpusjkt”.

## Metode

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, yang merupakan Teknik interpretasi yang bertujuan untuk menggambarkan, memecahkan kode, menerjemahkan, serta memahami makna fenomena sosial yang terjadi secara alami, seringkali melibatkan symbol linguistic dan analisis fenomenologis (Sugiyono, 2020). Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui observasi partisipatif, yang memungkinkan peneliti untuk berpartisipasi langsung dalam kegiatan yang sedang diamati. Dengan

observasi partisipatif, data yang diperoleh akan lebih mendalam dan tajam (Sugiyono, 2020). Dalam penelitian ini, observasi partisipatif yang digunakan yaitu observasi partisipasi penuh, yang berarti peneliti terlibat sepenuhnya dalam kegiatan yang dilakukan oleh sumber data selama proses pengumpulan data (Sugiyono, 2020).

Penelitian ini dilakukan di UP Perpustakaan Jakarta dan PDS HB Jassin dengan menggunakan metode penelitian Kualitatif Deskriptif yang didukung oleh studi literatur. Metode pengumpulan data melibatkan observasi dan wawancara mendalam. Pemilihan narasumber wawancara dilakukan berdasarkan kriteria tertentu, seperti pustakawan yang memiliki pengetahuan mendalam terkait pengelolaan media sosial perpustakaan serta yang bertugas menjadi admin @perpusjkt. Observasi dan studi literatur digunakan untuk mengidentifikasi variasi konten yang mampu menghasilkan interaksi serta keterlibatan pemustaka di Instagram. Dalam proses pengumpulan data dan analisis data, beberapa kendala yang dihadapi seperti keterbatasan akses terhadap data historis konten Instagram, serta tantangan dalam mengelompokkan dan menganalisis data berdasarkan respons audiens. Data yang diperoleh diolah dengan cara mengelompokkan informasi berdasarkan jenis konten Instagram yang telah ditentukan oleh pustakawan. Analisis data dilakukan secara deskriptif untuk menggambarkan jenis konten yang mendapatkan tanggapan paling tinggi.

## Hasil dan Pembahasan

UP Perpustakaan Jakarta dan PDS HB Jassin memanfaatkan sosial media Instagram sebagai salah satu sarana untuk mempromosikan layanan, kegiatan, serta koleksi kepada Masyarakat sekitar, sehingga dapat lebih memahami kebutuhan literasi audiens. Beragam jenis konten dibuat untuk menarik perhatian audiens. Konten yang diunggah tidak hanya mencakup informasi layanan, kegiatan, dan koleksi perpustakaan, tetapi juga berupa mixed content, yaitu perpaduan antara konten menarik dan sesuai dengan tren. Strategi ini dirancang untuk menarik minat Masyarakat dan menciptakan kesan bahwa perpustakaan merupakan tempat yang selalu relevan dengan kebutuhan informasi dan hiburan audiens. Dalam menganalisis keterlibatan pemustaka, peneliti memilih 10 konten teratas berdasarkan jumlah like dan komentar yang diterima untuk menggali lebih dalam mengenai pola keterlibatan audiens. Pemilihan konten teratas ini didasarkan pada representasi keberagaman jenis konten yang diunggah, dan diharapkan dapat mencerminkan tren keterlibatan pemustaka secara keseluruhan. Konten dengan jumlah like dan komentar tertinggi tidak hanya mencerminkan preferensi audiens merespon berbagai jenis postingan.

Dari 10 konten terpilih, terdapat beberapa pola yang dapat diidentifikasi. Konten dengan jumlah like tertinggi merupakan konten yang bersifat informatif dan menggugah ketertarikan pemustaka pada kegiatan atau fasilitas perpustakaan, seperti "Ketentuan Teknis Penulisan cerpen" dengan 8.653 like dan 347 komentar. Konten edukatif dan interaktif ini menarik perhatian audiens yang lebih berorientasi pada literasi, memberikan gambaran mengenai keterlibatan pemustaka yang memiliki minat pada informasi terkait dunia literasi dan penulisan. Hal ini mengindikasikan bahwa audiens yang terlibat lebih cenderung mencari informasi yang dapat memberikan manfaat langsung bagi perkembangan pengetahuan audiens. Namun, konten yang lebih bersifat promosi atau kolaborasi, seperti "Telusuri Jakarta Bersama Om Hao KTJ" dengan 3.422 like dan 186 komentar, juga mendapatkan respons yang signifikan. Ini menunjukkan bahwa audiens tertarik pada konten yang bersifat kolaboratif dan interaktif, yang memperlihatkan peran perpustakaan dalam komunitas yang lebih luas. Tipe audiens yang terlibat dalam jenis konten ini mungkin lebih cenderung pada kelompok yang lebih luas, termasuk audiens yang tertarik dengan kegiatan luar ruangan atau event komunitas.

Dengan adanya hubungan timbal balik antara konten yang disajikan oleh perpustakaan dengan audiens akan menghasilkan faktor penentu keterlibatan konten yang disajikan melalui sebuah media platform (Dharmadjaja & Tiatri, 2021). Menurut (Hussin et al., 2019) perpustakaan melibatkan audiens dengan memberikan konten yang informatif untuk mendapatkan umpan balik dari pengguna lainnya, karena hal ini dapat bermanfaat untuk menunjukkan timbal balik antara audiens dan perpustakaan sebagai bentuk berbagi informasi serta promosi perpustakaan (Sapoetri & Pannindriya, 2019). Secara keseluruhan, hasil analisis ini menunjukkan bahwa audiens Perpustakaan Jakarta dan PDS HB Jassin lebih tertarik pada konten yang tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga yang menawarkan interaksi langsung dan keterlibatan dalam komunitas. Dengan menganalisis pola keterlibatan ini lebih mendalam, strategi konten dapat disesuaikan untuk lebih meningkatkan interaksi pemustaka dan memperkuat hubungan antara audiens dan perpustakaan.

Tabel 1. Arsip Vital Hasil Pemilahan

No	Tanggal Posting	Judul Konten	Jenis Konten	Like	Comment
1.	14 Juli 2024	Foto - Selama dua Tahun	Two Years To Give.	1.644	23
2.	18 Juli 2024	Grahis – Akun Anggota Kadaluarasa	Informatif Konten.	537	23
3.	23 Juli 2024	Foto – Ketentuan Teknis Penulisan Cerpen.	Informatif Konten.	8.653	347
4.	10 September 2024	Grahis Kegiatan Literasi 2024	Informatif Konten.	1.227	27
5.	26 September 2024	Reels – Bulan Bahasa	Reels.	1.050	6
6.	15 Oktober 2024	Grahis – Senara	Senandung Aksara.	1.006	30
7.	04 November 2024	Foto – Telusuri Jakarta Bersama Om Hao KTJ	Kolaborasi Bersama KTJ.	3.422	186
8.	21 November 2024	Grahis – NATL	Night At The Library	5.304	527
9.	23 November 2024	Foto – Area Baca Baru	Informatif Konten.	2.191	77
10.	12 Desember 2024	Grahis – Book Release Party Raditya Dika (Timun Jelita)	Kolaborasi Bersama Raditya Dika.	1.807	99

Table 1. Data konten Instagram @perpusjkt Juli - Desember 2024

## Simpulan

### Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa variasi konten yang diunggah oleh Instagram @perpusjkt, seperti konten informatif, program kolaborasi dengan Om Hao KTJ, program “Night At The Library (NATL), serta konten grafis “Senandung Aksara” berhasil menarik perhatian audiens. Konten-konten ini mendapatkan

jumlah like dan komentar terbanyak dari Juli hingga Desember 2024. Hasil ini menegaskan bahwa keterlibatan audiens tidak terbatas pada informasi koleksi, layanan, atau program kegiatan di perpustakaan saja, tetapi juga mencakup konten kreatif dan relevan yang sesuai dengan tren. Penelitian ini berkontribusi pada pengembangan ilmu perpustakaan dan informasi dengan memberikan wawasan tentang pentingnya pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi dan interaksi yang dinamis. Pendekatan kreatif dalam menciptakan konten berbasis tren menunjukkan bahwa perpustakaan dapat bertransformasi menjadi platform yang relevan dan menarik bagi generasi digital. Hal ini juga menyoroti bagaimana media sosial dapat menjadi alat strategis untuk membangun citra perpustakaan sebagai institusi yang modern dan responsif terhadap kebutuhan audiens.

### Saran

Untuk penelitian selanjutnya, disarankan untuk melibatkan analisis pada platform media sosial lain, seperti TikTok, X, atau YouTube, guna memahami pola keterlibatan audiens di berbagai kanal media sosial. Setiap platform memiliki karakteristik dan demografi audiens yang berbeda, sehingga dapat memberikan perspektif yang lebih luas tentang strategi promosi perpustakaan. Penelitian mendatang juga dapat mengeksplorasi bagaimana format konten, seperti video pendek atau live streaming, mempengaruhi keterlibatan audiens dan bagaimana strategi ini dapat diintegrasikan ke dalam promosi perpustakaan.

### Referensi

- Abiel, Y., & Engel, M. M. (2022). Promosi Perpustakaan Melalui Media Sosial: Hubungan Antara Variasi Konten Instagram Dan Keterlibatan Pemustaka Di Perpustakaan Universitas Ciputra Surabaya. *Journal of Documentation and Information Science*, 5(2), 71–76. <https://doi.org/10.33505/jodis.v5i2.183>
- Alifah, E., Putri, N., Widodo, A., Raya, J., & Widodo@ds, A. (2024). Audience Engagement In Supporting Influencer Work On Instagram Keterlibatan Audiens Dalam Mendukung Karya Influencer Di Instagram. *Jurnal Netnografi Komunikasi*, 3(1), 17–33. <http://netnografiikom.org/index.php/netnografi>
- Bohang, F. K. (2019, February 22). Berapa Jumlah Pengguna Internet Indonesia? *Kompas.Com*.
- Dharmadjaja, P. N., & Tiatri, S. (2021). The Effect of Online Interaction Types and Acceptance of Technology Factors on Student Satisfaction with Online Learning During the COVID-19 Pandemic. *Proceedings of the International Conference on Economics, Business, Social, and Humanities*, 936–942.
- Fi Aunillah, Q. (2023). Platform TikTok sebagai Diseminasi Informasi di UPT Perpustakaan Universitas Islam Lamongan. *Jurnal FPPTI*, 11–20. <https://doi.org/10.59239/jfppti.v2i2.35>
- Griffin, E. A., Ledbetter, A., & Sparks, G. (2019). *A First At Communication Theory*. McGraw-Hill Education.
- Hussin, W. N. T. W., Harun, J., & Shukor, N. A. (2019). Online interaction in social learning environment towards critical thinking skill: A framework. *Journal of Technology and Science Education*, 4–12.
- Jurriens, Edwin and Tapsell, & Ross. (2017). Challenges and opportunities of the digital 'revolution' in Indonesia. *Digital Indonesia: Connectivity and Divergence*, 275–288.
- Majdudin, M. S. (2019). Pemenuhan kebutuhan informasi pemustaka di Perpustakaan Universitas Airlangga Surabaya. *Journalunair*, 1–13.
- Sapoetri, A., & Pannindriya, S. T. (2019). Geliat Interaksi Sosial Dokter Masa Kini Melalui Media Sosial Instagram. *Bricolage: Jurnal Magister Ilmu Komunikasi*.

- Steinmetz, J. D., Bourne, R. R., Briant, P. S., Flaxman, S. R., Taylor, H. R., Jonas, J. B., & Orse, A. R. F. (2021). Causes of blindness and vision impairment in 2020 and trends over 30 years, and prevalence of avoidable blindness in relation to VISION 2020: the Right to Sight: an analysis for the Global Burden of Disease Study. *The Lancet Global Health*, 144–160.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Undang-Undang Nomor 43 Tahun 2007. (n.d.). *Undang-Undang Nomor 43 Tahun 2007*.
- Wrench, J. S., Punyanunt-Carter, N. M., & Thweatt, K. S. (2022). *Theories of Computer-Mediated Communication - Social Sci LibreTexts*.
- Zhang, L., Anjum, M. A., & Wang, Y. (2023). The Impact of Trust-Building Mechanism on Purchase Intention towards Metaverse Shopping: The Moderating Role of Age. *International Journal of Human Computer Interaction*.