

**STRATEGI PROMOSI PERPUSTAKAAN MELALUI INSTAGRAM TERHADAP
CITRA PERPUSTAKAAN DI PERPUSTAKAAN JAKARTA - CIKINI**

SKRIPSI

*Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Program Studi
Perpustakaan dan Sains Informasi*



Oleh:

Cindy Fitria Setiariany

1900871

**PROGRAM STUDI PERPUSTAKAAN DAN SAINS INFORMASI
DEPARTEMEN KURIKULUM DAN TEKNOLOGI PENDIDIKAN**

FAKULTAS ILMU PENDIDIKAN

UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA

2023

**STRATEGI PROMOSI PERPUSTAKAAN MELALUI INSTAGRAM TERHADAP
CITRA PERPUSTAKAAN DI PERPUSTAKAAN JAKARTA – CIKINI**

Oleh:

Cindy Fitria Setiariany

1900871

Sebuah skripsi yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar
Sarjana Sains Informasi pada Fakultas Ilmu Pendidikan

© Cindy Fitria Setiariany

Universitas Pendidikan Indonesia

Agustus 2023

Hak Cipta dilindungi undang-undang

Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian, dengan dicetak
ulang, difotokopi, atau cara lainnya tanpa ijin penulis.

LEMBAR PENGESAHAN

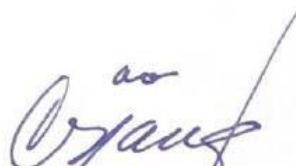
Cindy Fitria Setiariany

1900871

**STRATEGI PROMOSI PERPUSTAKAAN MELALUI INSTAGRAM TERHADAP
CITRA PERPUSTAKAAN DI PERPUSTAKAAN JAKARTA - CIKINI**

Disetujui dan disahkan oleh:

Pembimbing I



Dr. Cipi Rivana, M.Pd.

NIP. 197512302001121001

Pembimbing II



Gema Rullvana, M.I.Kom

NIP. 19881119201541005

Mengetahui,

Ketua Program Studi Perpustakaan dan Sains Informasi



Dr. Linda Setiawati, M.Pd.

NIP. 19690821994122011

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “**Strategi Promosi Perpustakaan Melalui Instagram Terhadap Citra Perpustakaan di Perpustakaan Jakarta - Cikini**” ini beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya saya sendiri. Saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara - cara yang tidak sesuai dengan etika ilmu yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko/sanksi apabila di kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran etika keilmuan atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Bandung, Agustus 2023

Yang membuat pernyataan



Cindy Fitria Setiariany

NIM. 1900871

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan nikmat yang sangat luar biasa, memberi penulis kekuatan, membekali penulis dengan ilmu pengetahuan serta memperkenalkan penulis dengan cinta. Atas karunia serta kemudahan yang Engkau berikan akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Strategi Promosi Perpustakaan Melalui Instagram Terhadap Citra Perpustakaan di Perpustakaan Jakarta - Cikini”. Shalawat serta salam selalu tercurah limpahkan kepada baginda Rasulullah Muhammad SAW.

Skripsi ini merupakan syarat kelulusan bagi mahasiswa untuk memperoleh gelar sarjana pada Prodi Perpustakaan dan Sains Informasi Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Pendidikan Indonesia.

Dalam pembuatan skripsi ini tidak luput dari berbagai kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari berbagai pihak sehingga skripsi ini dapat memberikan manfaat dalam meningkatkan kemampuan dan pengetahuan penulis agar bisa menjadi lebih baik.

Bandung, Agustus 2023

Peneliti



Cindy Fitria Setiariany

NIM. 1900871

UCAPAN TERIMAKASIH

Alhamdulillah, puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan nikmat yang sangat luar biasa, karena atas berkah, rahmat, dan hidayah-Nya peneliti diberikan kemudahan dan kekuatan dalam penyusunan tugas akhir yang berjudul “Strategi Promosi Perpustakaan Melalui Instagram Terhadap Citra Perpustakaan” Shalawat serta salam semoga selamanya tercurah limpahkan kepada Nabi besar Muhammad SAW.

Penulis menyadari kelemahan serta keterbatasan yang ada sehingga dalam menyelesaikan Skripsi ini memperoleh bantuan dari berbagai pihak, dalam kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah mendukung, memberikan masukan, dorongan dan semangat dalam penyusunan skripsi ini, yaitu kepada :

1. Kedua orang tua peneliti, yaitu Papa Iwan Setiawan dan Mama Ani Andriani yang selalu memberikan cinta dan kasih sayang, serta memberikan dukungan secara moral maupun material yang sangat luar biasa tiada habisnya. Peneliti juga mengucapkan terimakasih kepada Grya Faizal selaku kakak kandung yang selalu memberikan dukungan dan memberikan canda tawa saat penulis Menyusun skripsi ini. Ucapan terimakasih juga kepada Mimih, Nenek dan Bapak Nenek yang selalu memberikan doa dan dukungan.
2. Ibu Dr. Linda Setiawati, M.Pd., selaku Ketua Program Studi Perpustakaan dan Sains Informasi yang telah memberikan banyak sekali ilmu, memberikan arahan serta motivasi.
3. Ibu Susanti Agustina, S.Sos., M.I.Kom., selaku dosen pembimbing akademik yang telah memberikan banyak sekali ilmu, memberikan arahan serta motivasi dari awal perkuliahan hingga peneliti dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
4. Bapak Dr. Cepi Riyana, M.Pd. selaku dosen pembimbing 1 yang senantiasa memberikan bimbingan dan arahan, meluangkan waktu, pikiran, kesabaran dan kepercayaan kepada saya dalam menyusun tugas akhir ini.
5. Bapak Gema Rullyana, M.I.Kom selaku dosen pembimbing 2 yang senantiasa memberikan bimbingan dan arahan, meluangkan waktu, pikiran, kesabaran dan kepercayaan kepada saya dalam menyusun tugas akhir ini.

6. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Perpustakaan dan Sains Informasi yang telah memberikan banyak ilmu serta kebersamai dari awal perkuliahan hingga peneliti dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
7. Bapak Riksa Permana, S.Hum yang telah membantu penulis mengenai beberapa administrasi selama perkuliahan;
8. Bapak Heli Bahtiar Saleh, M.I.Kom dan Teh Eva Dwi, yang telah bersedia memberikan arahan serta meluangkan waktunya untuk melakukan *expert judgement* terhadap instrumen penelitian;
9. Kang Gatot, selaku alumni Prodi Perpustakaan dan Sains Informasi yang telah kebersamai peneliti dalam melakukan penelitian di Perpustakaan Jakarta;
10. Pihak Perpustakaan Jakarta yang telah memberikan izin untuk penelitian serta menyambut penulis dengan sangat ramah;
11. Seluruh informan yang telah bersedia meluangkan waktunya dalam pemenuhan sumber informasi;
12. Teruntuk keluarga cemara yaitu Rara, Chiko, Abel, Ade, Ikhlasul, Salwan dan Aul yang telah menjadi rumah bagi penulis, terimakasih telah membuat hari hari selama perkuliahan menjadi penuh warna, terimakasih telah menjadi pendengar yang baik dan terimakasih telah kebersamai dari awal perkuliahan hingga saat ini.
13. Kepada sahabat – sahabat penulis di Bogor yaitu Uti, Febi, Modi, Abang, Ainun, Zahra, Della yang telah kebersamai saat melakukan penelitian di Jakarta, terimakasih sudah selalu siap mendengarkan banyak keluhan saat pengerjaan tugas akhir ini, terimakasih sudah memberikan support yang luar biasa meskipun kita harus menjalani LDR.
14. Kepada Zahra Nurazizah yang bersedia memberikan tempat untuk menginap saat proses pengerjaan skripsi ini.
15. Kepada Adiva dan Dani yang telah kebersamai penulis khususnya pada masa PPL hingga skripsi ini selesai.
16. Rekan – rekan PERPUSINFO 2019 yang telah berjuang bersama dari awal perkuliahan hingga saat ini.

Kepada pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu, terima kasih telah memberikan doa dan dukungan dalam penyusunan skripsi ini. Semoga Allah SWT membalas segala kebaikan yang telah diberikan.

ABSTRAK

Cindy Fitria Setiariany (1900871). Strategi Promosi Perpustakaan Melalui Instagram Terhadap Citra Perpustakaan di Perpustakaan Jakarta - Cikini. Skripsi, Departemen Kurikulum dan Teknologi Pendidikan, Program Studi Perpustakaan dan Sains Informasi, Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Pendidikan Indonesia (2023).

Sosial media seperti Instagram saat ini menjadi bagian penting dalam keseharian masyarakat pengguna informasi tidak terlepas salah satunya Perpustakaan. Fitur yang tersedia dan kepopuleran Instagram sebagai media promosi dimanfaatkan oleh Perpustakaan Jakarta - Cikini. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi promosi yang dilakukan oleh perpustakaan Jakarta dalam meningkatkan citra perpustakaan dengan mengidentifikasi desain pesan yang dibuat, bentuk promosi yang digunakan, serta menjelaskan kendala teknis dan non teknis yang dialami oleh Perpustakaan Jakarta – Cikini dalam memanfaatkan Instagram. Penelitian ini dilakukan pada unit Perpustakaan Jakarta - Cikini menggunakan metode desain deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah wawancara, observasi, dan studi dokumentasi. Partisipan dalam penelitian ini adalah pengelola sosial media perpustakaan Jakarta – Cikini (@perpusjkt) dan pengikut Instagram Perpustakaan Jakarta- Cikini yang menjadi pemenang lombakontes foto yang diselenggarakan oleh Perpustakaan Jakarta - Cikini. Hasil dari penelitian ini yang pertama adalah desain pesan yang dibuat oleh Perpustakaan Jakarta – Cikini (@perpusjkt) mencakup tiga logika yaitu logika ekspresif yang ditandai dengan penggunaan emoticon, logika konvensional yang ditandai dengan penggunaan Bahasa yang santai dalam membuat caption dan logika retorika yang ditandai dengan penggunaan kalimat ajakan. Kedua selain menggunakan Instagram sebagai bentuk promosi, Perpustakaan Jakarta - Cikini pun menggunakan bentuk promosi seperti spanduk dan beberapa kegiatan lain contohnya adalah *walking tour*, *night at the library* dan *blind date with a book*. Ketiga dalam memanfaatkan Instagram sebagai bentuk promosi, perpustakaan Jakarta – Cikini mengalami beberapa kendala seperti kendala dalam penulisan caption. Dengan demikian, Perpustakaan Jakarta - Cikini sudah melakukan beberapa strategi promosi yang dapat dilihat dari beberapa indikator antaralain pesan promosi yang ditandai dengan adanya warna khusus yang menjadi ciri khas, frekuensi promosi yang ditandai dengan adanya waktu-waktu tertentu dalam mempublikasikan konten, waktu promosi yang ditandai dengan konsisten dalam mempublikasikan konten, ketetapan waktu / kesesuaian sasaran ditandai dengan sasaran dari kegiatan promosi ini adalah semua kalangan masyarakat.

Kata Kunci : Instagram, Perpustakaan Jakarta – Cikini, Strategi Promosi

ABSTRACT

Cindy Fitria Setiariany (1900871). Library Promotion Strategy Through Instagram Against Library Image in Jakarta - Cikini Library. Thesis, Departement of Curriculum and Technology Education, Library and Information Science Study Program, Faculty of Education, IndonesiaUniversity of Education (2023)

Social media such as Instagram is currently an important part of the daily life of the information user community, one of which is the library. The available features and the popularity of Instagram as a promotional medium are utilized by the Jakarta - Cikini Library. The purpose of this research is to find out the promotion strategy carried out by the Jakarta library in improving the image of the library by identifying the message designs created, the forms of promotion used, and explaining the technical and non-technical obstacles experienced by the Jakarta – Cikini Library in utilizing Instagram. This research was conducted at the Jakarta - Cikini Library unit using a descriptive design method with a qualitative approach. Data collection techniques in this study were interviews, observation, and documentation studies. Participants in this study were social media managers of the Jakarta-Cikini Library (@perpusjkt) and Instagram followers of the Jakarta-Cikini Library who won a photo contest organized by the Jakarta-Cikini Library. The first result of this study is the message design created by the Jakarta Library – Cikini (@perpusjkt) which includes three logics, namely expressive logic marked by the use of emoticons, conventional logic characterized by the use of relaxed language in making captions and rhetorical logic marked by use of solicitations. Second, apart from using Instagram as a form of promotion, the Jakarta - Cikini Library also uses forms of promotion such as banners and several other activities, for example, walking tours, nights at the library and blind dates with a book. Third, in utilizing Instagram as a form of promotion, the Jakarta – Cikini library experienced several obstacles, such as difficulties in writing captions. Thus, the Jakarta - Cikini Library has carried out several promotional strategies which can be seen from several indicators including promotional messages which are marked by the presence of special colors that are characteristic, frequency of promotions which are indicated by certain times in publishing content, promotional times which are characterized by consistency in publishing content, timeliness / target suitability marked by the target of this promotional activity is all circles of society.

Keywords: *Instagram, Jakarta – Cikini Library, Promotion Strategy*

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
UCAPAN TERIMAKASIH.....	v
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	11
1.5 Struktur Organisasi Skripsi.....	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA	12
2.1 Promosi.....	12
2.2 Strategi Promosi	13
2.3 Tujuan Promosi.....	14
2.4 Perpustakaan	15
2.5 Promosi Perpustakaan.....	17
2.6 Citra Perpustakaan	18
2.7 Instagram	19
2.8 Penelitian Yang Relevan	26
2.9 Kerangka Pemikiran	29

BAB III METODE PENELITIAN	29
3.1 Desain Penelitian	29
3.2 Metode Penelitian	29
3.3 Lokasi Penelitian dan Partisipan Penelitian.....	30
3.3.1 Lokasi Penelitian.....	30
3.3.2 Partisipan Penelitian.....	30
3.4 Teknik Pengumpulan Data	30
3.4.1 Wawancara.....	30
3.4.2 Observasi.....	37
3.4.3 Studi Dokumentasi.....	38
3.5 Analisis Data.....	39
3.5.1 Pengumpulan Data.....	39
3.5.2 Reduksi Data	40
3.5.3 Penyajian Data	40
3.5.4 Penarikan Kesimpulan	40
3.5.5 Validitas	41
3.6 Isu Etik.....	42
BAB IV	43
TEMUAN DAN PEMBAHASAN	43
4.1 Temuan Penelitian	43
4.2 Perpustakaan Jakarta - Cikini – Cikini	44
4.2.1 Profil Perpustakaan Jakarta - Cikini – Cikini	44
4.2.2 Visi Misi Perpustakaan Jakarta – Cikini.....	46
4.2.3 Struktur Organisasi Perpustakaan Jakarta - Cikini	48
4.2.4 Layanan Perpustakaan Jakarta - Cikini	48
4.3 Gambaran Karakteristik Partisipan.....	53
4.4 Deskripsi Hasil Penelitian.....	53
4.4.1 Desain Pesan	54
4.4.2 Bentuk Promosi.....	56
4.4.3 Kendala Teknis dan Non teknis	58

4.4.4 Strategi promosi.....	60
4.5 Pembahasan Penelitian	63
4.5.1 Desain Pesan	64
4.5.2 Bentuk Promosi.....	65
4.5.3 Kendala teknis dan non teknis	68
4.5.4 Strategi Promosi.....	70
BAB V.....	76
KESIMPULAN.....	76
5.1 Simpulan.....	76
5.1.1 Simpulan Umum	76
5.1.2 Simpulan Khusus	77
5.2 Implikasi	78
5.3 Rekomendasi.....	78
DAFTAR PUSTAKA	80
LAMPIRAN.....	85

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Hasil Pengamatan Penelitian (22 Mei 2023)	8
Tabel 1.2 Hasil Pengamatan Penelitian (17 Mei 2023).....	9
Tabel 3.1 Kisi-kisi Instrumen Wawancara untuk Pengelola Media Sosial @perpusjkt	31
Tabel 3.2 Kisi-kisi Instrumen Wawancara untuk Pengikut Media Sosial @perpusjkt	34
Tabel 3.3 Format Pedoman Wawancara.....	36
Tabel 3.4 Pedoman Observasi	37
Tabel 3.5 Pedoman Dokumentasi	39
Tabel 4. 1 Jadwal Pelaksanaan Penelitian.....	43
Tabel 4.2 Karakteristik Partisipan	53

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik penggunaan sosial media di Indonesia	4
Gambar 1.2 Akun @perpusjkt	9
Gambar 2.1 Fitur <i>Homepage</i>	22
Gambar 2.2 Fitur Followers	23
Gambar 2.3 Fitur <i>Like</i>	23
Gambar 2.4 Fitur <i>Comment</i>	24
Gambar 2.5 Fitur <i>Caption</i>	25
Gambar 2.6 Fitur <i>Hastag</i>	25
Gambar 2.7 Kerangka Pemikiran	29
Gambar 4.1 Suasana perpustakaan Jakarta-Cikini	45
Gambar 4.2 Koleksi Perpustakaan Jakarta – Cikini	46
Gambar 4.3 Struktur Organisasi Perpustakaan	48
Gambar 4.4 Koleksi Perpustakaan Jakarta - Cikini	49
Gambar 4.5 Informasi dan Sirkulasi Perpustakaan Jakarta - Cikini	50
Gambar 4.6 Tampilan aplikasi JAKLITERA	51
Gambar 4.7 Tampilan aplikasi ijakarta	52
Gambar 4.8 Bentuk Promosi	57
Gambar 4.9 Bentuk Promosi	58
Gambar 4.10 Desain Pesan	64
Gambar 4.11 Bentuk Promosi	66
Gambar 4.12 Kendala Teknis dan Non Teknis	69
Gambar 4.13 Strategi Promosi	71

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1	86
1.1 Surat Keterangan Pengangkatan Dosen Pembimbing.....	86
1.2 Surat Permohonan Penelitian ke Perpustakaan Jakarta – Cikini.....	87
1.3 Surat Pernyataan Expert Judgement.....	88
1.4 Surat Pernyataan Member Checker.....	91
1.5 Hasil Check Similarity Index.....	97
1.6 Catatan Bimbingan.....	99
LAMPIRAN 2	99
2.1 Kisi-kisi Instrumen Penelitian.....	99
2.2 Pedoman Wawancara.....	117
2.3 Pedoman Observasi.....	118
2.4 Pedoman Studi Dokumentasi.....	120
2.5 Format Catatan Lapangan.....	122
LAMPIRAN 3	123
3.1 Transkrip Wawancara (<i>Open Coding</i>).....	123
3.2 Hasil Pengkodean Wawancara (<i>Axial Coding</i>).....	178
3.3 Hasil Pengkodean Wawancara (<i>Selective Coding</i>).....	213
3.4 Hasil Observasi.....	213
3.5 Hasil Studi Dokumentasi.....	216
3.6 Hasil Catatan Lapangan.....	219
LAMPIRAN 4	223
4.1 Dokumentasi.....	223
4.2 Data Penulis.....	229

DAFTAR PUSTAKA

- Ade Heryana, SST, M. (2020). Analisis Data Penelitian Kuantitatif. In *Penerbit Erlangga, Jakarta* (Issue June).
- Afiyanti, Y. (2008). Validitas dan Realibitas dalam Penelitian Kualitatif. *Jurnal Keperawatan Indonesia, 12* (02).
- Ahmad, & Muslimah. (2021). Memahami Teknik Pengolahan dan Analisis Data Kualitatif. *Proceedings, 1*(1), 173–186.
- Aji Priyatmojo, D., & Taufiq Kurniawan, A. (2017). Pemanfaatan Akun Facebook Perpustakaan Daerah dan Arsip Kota Salatiga Sebagai Upaya Membangun Citra Perpustakaan. *Jurnal Ilmu Perpustakaan, 141–150*.
<https://doi.org/https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jip/article/view/23034>
- Ajie, M. D. (2011). Pengaruh Desain Interior Perpustakaan Terhadap Pembentukan Citra Positif Perpustakaan. *EduLib, 1*, 77–86. <https://doi.org/https://doi.org/10.17509/edulib.v1i1.1144.g792>
- Alfonzo, P. (2019). Instagram in the Library. *Library Technology Reports, 55*(2), 33–42. <https://doi.org/https://journals.ala.org/index.php/ltr/article/view/6960/9415>
- Anawati, S. (2019). Peran Perpustakaan Dalam Membangun Citra Perpustakaan Di Era Teknologi Informasi. *Jurnal Pustaka Ilmiah, 2*(1), 154–162. <https://doi.org/10.20961/jpi.v2i1.33178>
- Anggraini, J. (2021). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Islam Negeri Sumatera Utara Juli Anggraini Program Studi Ilmu Perpustakaan. 1–103. https://doi.org/http://repository.uinsu.ac.id/11948/1/11.SKRIPTSI_JULI_ANGGRAINI.pdf
- Anugrah, E. P. (2015). Perkembangan Wacana Tentang Citra Perpustakaan Di Internet. *Journal Universitas Airlangga, 7*, 112–122. <http://journal.unair.ac.id/PALIM@perkembangan-wacana-tentang-citra-perpustakaan-di-internet--article-11089-media-86-category-8.html>
- Aras, M., Hasibuan, A. N., Fatihah, S., & Rambe, D. (2021). Strategi Promosi Online Instagram Dan Strategi Harga Untuk Meningkatkan Minat Beli Jasa Penerbangan Air Asia Rute Jakarta - Singapura. *Mediastima, 27*(1), 18–38. <https://doi.org/10.55122/mediastima.v27i1.210>

- Astuti, D. (2020). Strategi Promosi dan Word Of Mouth Dalam Upaya Peningkatan Keputusan Pembelian Produk Tenun. *Jurnal Distribusi*, 8, 225–238. <https://doi.org/https://doi.org/10.29303/distribusi.v8i2.126>
- Astuti, P. (2016). Membangun Citra Perpustakaan Perguruan Tinggi. *JUPI (Jurnal Ilmu Perpustakaan Dan Informasi)*, 1(2), 206–225. <http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/jipi/article/view/562>
- Ade Heryana, SST, M. (2020). Analisis Data Penelitian Kuantitatif. In *Penerbit Erlangga, Jakarta* (Issue June).
- Afiyanti, Y. (2008). Validitas dan Realibilitas dalam Penelitian Kualitatif. *Jurnal Keperawatan Indonesia*, 12 (02).
- Ahmad, & Muslimah. (2021). Memahami Teknik Pengolahan dan Analisis Data Kualitatif. *Proceedings*, 1(1), 173–186.
- Aji Priyatmojo, D., & Taufiq Kurniawan, A. (2017). Pemanfaatan Akun Facebook Perpustakaan Daerah dan Arsip Kota Salatiga Sebagai Upaya Membangun Citra Perpustakaan. *Jurnal Ilmu Perpustakaan*, 141–150. <https://doi.org/https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jip/article/view/23034>
- Ajie, M. D. (2011). Pengaruh Desain Interior Perpustakaan Terhadap Pembentukan Citra Positif Perpustakaan. *EduLib*, 1, 77–86. <https://doi.org/https://doi.org/10.17509/edulib.v1i1.1144.g792>
- Alfonzo, P. (2019). Instagram in the Library. *Library Technology Reports*, 55(2), 33–42. <https://doi.org/https://journals.ala.org/index.php/ltr/article/view/6960/9415>
- Anawati, S. (2019). Peran Perpustakaan Dalam Membangun Citra Perpustakaan Di Era Teknologi Informasi. *Jurnal Pustaka Ilmiah*, 2(1), 154–162. <https://doi.org/10.20961/jpi.v2i1.33178>
- Anggraini, J. (2021). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Islam Negeri Sumatera Utara Juli Anggraini Program Studi Ilmu Perpustakaan. 1–103. https://doi.org/http://repository.uinsu.ac.id/11948/1/11.SKRIPTSI_JULI_ANGGRAINI.pdf
- Anugrah, E. P. (2015). Perkembangan Wacana Tentang Citra Perpustakaan Di Internet. *Journal Universitas Airlangga*, 7, 112–122. <http://journal.unair.ac.id/PALIM@perkembangan->

wacana-tentang-citra-perpustakaan-di-internet--article-11089-media-86-category-8.html

- Aras, M., Hasibuan, A. N., Fatihah, S., & Rambe, D. (2021). Strategi Promosi Online Instagram Dan Strategi Harga Untuk Meningkatkan Minat Beli Jasa Penerbangan Air Asia Rute Jakarta - Singapura. *Mediastima*, 27(1), 18–38. <https://doi.org/10.55122/mediastima.v27i1.210>
- Astuti, D. (2020). Strategi Promosi dan Word Of Mouth Dalam Upaya Peningkatan Keputusan Pembelian Produk Tenun. *Jurnal Distribusi*, 8, 225–238. <https://doi.org/https://doi.org/10.29303/distribusi.v8i2.126>
- Astuti, P. (2016). Membangun Citra Perpustakaan Perguruan Tinggi. *JUPI (Jurnal Ilmu Perpustakaan Dan Informasi)*, 1(2), 206–225. <http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/jipi/article/view/562>
- Awanda, V. S. (2021). Logika Desain Pesan Dakwah Pada Konten Akun Instagram@ saridezra. In *Repository.Uinjkt.Ac.Id*. <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/55962>
- Baines, P., Egan, J., & Jefkins, F. (2004). *Public Relations : Contemporary Issued and Techniques*. Elsevier Butterworth-Heinemann.
- Binalay, A. (2016). Manfaat Promosi Perpustakaan Pada Mahasiswa Fispol Dalam Meningkatkan Jumlah Pemustaka Di Upt Perpustakaan Universitas Sam Ratulangi. *Acta Diurna*, 5(3). <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/actadiurnakomunikasi/article/view/12771>
- Bungin, B. (2007). *Penelitian Kualitatif (Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya)*. Jakarta : Prenada Media Group.
- Darmawan, D. (2019). Upaya Memperkuat Citra Ramayana Departement Store Melalui Promosi Penjualan dan Periklanan. *Jurnal Ilmiah Ilmu-Ilmu Ekonomi*, 11, 59–71. <https://doi.org/https://doi.org/10.35457/akuntabilitas.v12i1.761>
- Diem, D. A., & Yulianti, W. (2019). Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus pada Akun Instagram @ Kaosdisablon di CV . Purwa Satya) komunikasi pemasaran juga berkontribusi dalam ekuitas merek dengan menanamkan merek di dalam ingat. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 1(1), 6–12.

CINDY FITRIA SETIARIANY, 2023

STRATEGI PROMOSI PERPUSTAKAAN MELALUI INSTAGRAM TERHADAP CITRA PERPUSTAKAAN DI PERPUSTAKAAN JAKARTA - CIKINI

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

- Dima, N., & Dwiridotjahjono, J. (2022). Strategi Promosi Melalui Media Sosial Instagram Dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 5(3), 356. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v5i3.20358>
- Fadli, M. R. (2021). Memahami Desain Metode Penelitian Kualitatif. *Humanika*, 21(1), 33–54. <https://doi.org/10.21831/hum.v21i1.38075>
- Fajar, dwi. (2017). Pengembangan Layanan Sarana Baca Virtual Menggunakan Aplikasi Flip Book Di Perpustakaan Perguruan Tinggi. *Shaut Al-Maktabah : Jurnal Perpustakaan, Arsip Dan Dokumentasi*, 9(1), 125–132. <https://rjfahuinib.org/index.php/shaut/article/view/111>
- Ferani, E. (2021). Strategi Pustakawan Dengan Memanfaatkan Instagram Sebagai Media Promosi Perpustakaan Smk N 1 Gombang. *E-Journal UNDIP*, 10(3), 18–27.
- Firman. (2015). Analisis Data Dalam Kualitatif. *Article*, 4, 1–13.
- Gesang, N. (2019). Desain Pesan Pembelajaran dalam meningkatkan Mutu Pembelajaran Di Era Digital. 3(1), 104–135. <https://doi.org/http://doi.org/10.32478/evaluasi.v.3i1.224>
- Gunawan, I. (2013). Metode Penelitian Kualitatif Teori & Praktik. Jakarta : Paragonatama Jaya.
- Harahap, W. R. (2021). Penerapan Strategi Promosi Perpustakaan. *JUPI (Jurnal Ilmu Perpustakaan Dan Informasi)*, 6(1), 103–116. <https://doi.org/10.30829/jupi.v6i1.9314>
- Hasby, M. A., Armayuda, E., & Haq, B. N. (2020). Strategi Konten Instagram untuk Edukasi Pola Minum Kopi yang Sehat pada Usia Muda. *Jurnal IKRA-ITH Humaniora*, 4(3), 194–203.
- Hayani, A., Sari, E. A., & Sukiman. (2021). Artificial Intelligence Librarian As Promotion Of Iain Lhokseumawe Library In The Revolutionary Era 4.0. *Journal of Robotics and Control (JRC)*, 2(2), 88–93. <https://doi.org/10.18196/jrc.2258>
- Himmah, T. N., & Azisi, D. S. F. (2019). Pengaruh Perkembangan Teknologi Informasi Terhadap Layanan Perpustakaan IAIN Tulungagung. *BIBLIOTIKA : Jurnal Kajian Perpustakaan Dan Informasi*, 3(2), 123–130. <http://journal2.um.ac.id/index.php/bibliotika>
- Indonesia, R. (2007). Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 43 Tahun 2007 Tentang

Perpustakaan.

- Ishaq, M. (2019). Analisis Peranan Promosi Dalam Menunjang Keberhasilan Penjualan Pada Pt. Sumber Alfaria Trijaya.Tbk Cabang Gowa Sungguminasa. 8(5), 1–88.
https://digilibadmin.unismuh.ac.id/upload/6265-Full_Text.pdf
- Junaeti, J., & Arwani, A. (2016). Peranan Perpustakaan Dalam Meningkatkan Kualitas Perguruan Tinggi (Konstruksi Pelayanan, Strategi, Dan Citra Perpustakaan). *LIBRARIA: Jurnal Perpustakaan*, 4(1), 27–54. <https://doi.org/10.21043/libraria.v4i1.1245>
- Jusriani. (2020). Strategi Public Relations Dalam Promosi Perpustakaan Di Dinas Perpustakaan Dan Kearsipan Provinsi Sulawesi Selatan Untuk Membangun Citra Positif. 1–80.
<http://repositori.uin-alauddin.ac.id/18590/>
- Kesuma, M. E.-K., Yunita, I., Fitra, J., Sholiha, N. A., & Oktaria, H. (2021). Penerapan Slims Pada Layanan Sirkulasi Di Perpustakaan Perguruan Tinggi. *AL Maktabah*, 6(2), 103–114.
<https://doi.org/10.29300/mkt.v6i2.5148>
- Kurnia, N. D., Johan, R. C., & Rullyana, G. (2018). Hubungan Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dengan Kemampuan Literasi Media Di Upt Perpustakaan Itenas. *EduLib*, 8(1), 1.
<https://doi.org/10.17509/edulib.v8i1.10208>
- Kurniawan, E. (2021). Layanan Dan Strategi Promosi Perpustakaan Di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta (Umy) Selama Masa Pandemi. *Shaut Al-Maktabah: Jurnal Perpustakaan, Arsip Dan Dokumentasi*, 13(2), 145–156.
<https://doi.org/10.37108/shaut.v13i2.494>
- Kuswoyo, C. (2022). Peran Citra Merek Dalam Memediasi Wanita Generasi Z Di Kota Bandung. *Jurnal Penelitian Dan Aplikasi Sistem Dan Teknik Industri (PASTI)*, XVI (1)(1), 75–89.
- Mahendra, B. (2017). Eksistensi Sosial Remaja dalam Instagram. *Jurnal Visi Komunikasi*, 16(01), 151–160.
<https://publikasi.mercubuana.ac.id/files/journals/16/articles/1649/submission/original/1649-3678-1-SM.pdf>

- Moleong, L. (2000). *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Mumek, F., Golung, A. M., & Rogi, S. P. (2021). Peranan Promosi Perpustakaan dalam Meningkatkan Minat Kunjung di Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Manado. *Acta Diurna Komunikasi*, 3(2), 1–10. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/actadiurnakomunikasi/article/view/33393>
- Mustafa, B. (2009). *Promosi Jasa Perpustakaan*. Jakarta : Penerbitan Universitas Terbuka.
- Nasution, S. (2012). *Metode Research (Penelitian Ilmiah)*. Bandung : PT Bumi Aksara.
- Onyejiaku, C., Ghasi, N., & Okwor, H. (2018). Does Promotional Strategy Affect Sales Growth Of Manufacturing Firms In South East Nigeria? *European Journal of Management and Marketing Studies*, 3(March), 44. <https://doi.org/10.5281/zenodo.1188302>
- Perpustakaan Nasional RI. (2019). *Standar Nasional Perpustakaan Provinsi, Kab / Kota, Kecamatan, Desa / Kelurahan*.
- Purwohedi, U. (2022). *Metode Penelitian Prinsip dan Praktik*. Jakarta : Penebar Swadaya.
- Purwono. (2014). Perpustakaan sebagai Sarana Mencerdaskan Kehidupan Bangsa. *Perpustakaan Dan Kepustakawanan Indonesia (Online)*, 1–58.
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House). *Jurnal Common*, 3(1), 71–80. <https://doi.org/10.34010/COMMON.V3I1.1950>
- Putri, A. D. S., Winoto, Y., & Saepudin, E. (2019). Kegiatan Promosi Perpustakaan Melalui Instagram Kaitannya Dengan Perubahan Sikap Followers. *Jurnal Pustaka Budaya*, 6(2), 12–21. <https://doi.org/https://doi.org/10.31849/pb.v6i2.3183>
- Putri, A. T., & Rahardjo, S. (2019). Aplikasi Fasilitas dan Suasana Interior Perpustakaan Berdasarkan Karakteristik dan Kebutuhan Generasi Milenial. *Pustakaloka*, 11(1), 80. <https://doi.org/10.21154/pustakaloka.v11i1.1603>
- Putri, I. H. (2020). Strategi Promosi Perpustakaan Melalui Program Duta Perpustakaan. *Jurnal*

Ilmu Perpustakaan Dan Informasi, 9(4), 10. <https://dispupip.pekanbaru.go.id/strategi-promosi-perpustakaan/>

Rafiq, A. (2020). Dampak Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Suatu Masyarakat. *Global Komunika*, 3 (1)(1), 18–29. <https://ejournal.upnvj.ac.id/index.php/GlobalKomunika/article/view/1704>

Rahmadanti, A. R., Aditasari, K., & Wibawa, B. M. (2021). Efektivitas Strategi Iklan dengan Menggunakan Instagram Ads untuk Meningkatkan Penjualan dan Branding Produk: Studi Kasus Privet.id. *Jurnal Sains Dan Seni ITS*, 10(1), 112–117. <https://doi.org/10.12962/j23373520.v10i1.60335>

Rahmah, S. (2017). Peran Promosi Pada Pembentukan Citra Perusahaan Zoya Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam. 1–14.

Ramadhani, N. (2022). Efektivitas Penggunaan Instagram Sebagai Media Promosi Perpustakaan Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi. 33(1), 1–12.

Reportal, D. (2023). Digital 2023: Indonesia. <https://datareportal.com/reports/digital-2023-indonesia>

Ribka. (2016). Pengaruh Strategi Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Bpjs Di Rsud Sam Ratulangi Tondano. *Jurnal Emba*, 4 (2)(2), 121–132. <https://doi.org/https://doi.org/10.35794/emba.4.2.2016.12541>

Rizkyantha, O. (2018). Destruksi Kecemasan Akan Perpustakaan. *Jurnal Ar-Raniry*, 10(1), 1–14.

Santia, N. (2019). Pengaruh Faktor Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Mengajukan Pembiayaan Mudarabah Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Banda Aceh. 1, 1–14.

Santina, R. O., Hayati, F., & Oktariana, R. (2021). Analisis Peran Orangtua Dalam Mengatasi Perilaku Sibling Rivalry Anak Usia Dini. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa ...*, 2(1), 1–13. [file:///Users/ajc/Downloads/319-File Utama Naskah-423-1-10-20210810.pdf](file:///Users/ajc/Downloads/319-File%20Utama%20Naskah-423-1-10-20210810.pdf)

Sari, E. A. (2019). Peran Pustakawan Ai (Artificial Intelligent) Sebagai Strategi Promosi Perpustakaan Perguruan Tinggi Di Era Revolusi 4.0. *BIBLIOTIKA: Jurnal Kajian*

CINDY FITRIA SETIARIANY, 2023

STRATEGI PROMOSI PERPUSTAKAAN MELALUI INSTAGRAM TERHADAP CITRA PERPUSTAKAAN DI PERPUSTAKAAN JAKARTA - CIKINI

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Perpustakaan Dan Informasi, 3(1), 64–73. <https://doi.org/10.17977/um008v3i12019p064>

- Sholihin, M. R., Arianto, W., & Khasanah, D. F. (2018). Keunggulan Sosial Media Dalam Perkembangan Ekonomi Kreatif Era Digital Di Indonesia. *Prosiding 4th Seminar Nasional Dan Call for Papers Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember*, 149–160.
- Sihadi, I. P., Pangemanan, S. S., & Gamaliel, H. (2018). Identifikasi Kendala Dalam Proses Produksi Dan Dampaknya Terhadap Biaya Produksi Pada Ud. Risky. *Going Concern : Jurnal Riset Akuntansi*, 14(1), 602–609. <https://doi.org/10.32400/gc.13.04.21552.2018>
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian (Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D)*. Bandung : Alfabeta.
- Suharso, P., & Pramesti, A. N. (2020). Promosi Perpustakaan Melalui Instagram: Studi di Perpustakaan Universitas Airlangga. *Publication Library and Information Science*, 3(2), 66. <https://doi.org/10.24269/pls.v3i2.2074>
- Sutarno. (2006). *Manajemen Perpustakaan (Suatu Pendekatan Praktik)*. Jakarta : Sagung Seto.
- Suwarno, W. (2010). *Pengetahuan Dasar Kepustakaan*. Bogor : Ghaila Indonesia.
- Tjuparmah, Y., & Hana Silvana, D. (2019). Pengaruh customer relationship management (CRM) terhadap citra perpustakaan pada UPT Perpustakaan ITB. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 4(1), 41–59. <https://doi.org/https://doi.org/10.24198/jmk.v4i1.22675>
- Umar, H. (2008). *Desain Penelitian Msdm Dan Perilaku Karyawan : Paradigma Positivistik Dan Berbasis Pemecahan Masalah*. PT RajaGrafindo Persada.
- Untari, D., & Fajariana, D. E. (2018). Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun @Subur_Batik). *Widya Cipta*, 2(2), 271–278. <https://doi.org/https://doi.org/10.31294/widyacipta.v2i2.4387>
- Velasquez, D. L., & Campbell-Meier, J. (2018). Marketing Practices in Australian Libraries: Is Promotion Enough? *Journal of the Australian Library and Information Association*, 67(2), 116–130. <https://doi.org/10.1080/24750158.2018.1466429>
- Wahyuni. (2015). *Perpustakaan Ideal : Di Tinjau Dari Berbagai Aspek pendukungnya*. Universitas

Teknologi Digital Indonesia, 1–7. <http://eprints.akakom.ac.id/id/eprint/1127>

- Wardhana, A. (2018). Strategi Promosi Penerimaan Siswa Baru (Studi Kasus Smk Kesehatan Cipta Bhakti Husada Yogyakarta). 6(1), 96–105. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.12928/channel.v6i1.10215>
- Yenianti, I. (2019). Promosi Perpustakaan Melalui Media Sosial Di Perpustakaan IAIN Salatiga. *Pustabiblia: Journal of Library and Information Science*, 3(2), 223–237. <https://doi.org/10.18326/pustabiblia.v3i2.223-237>
- Yi, Z. (2016). Effective Techniques For The Promotion Of Library Services And Resources. *Information Research*, 21(1), 22–48.
- Yusuf, M. (2014). Metode Penelitian : Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan. Jakarta : Prenada Media Group.