

**ANALISIS PEMANFAATAN REELS INSTAGRAM
@SALMANREADINGCORNER SEBAGAI MEDIA PROMOSI KOLEKSI
DI PERPUSTAKAAN MASJID SALMAN READING CORNER ITB**

SKRIPSI

*Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Sains Informasi Program Studi Perpustakaan Dan Sains Informasi*



Oleh:

Zahra Nurazizah

1907623

**PROGRAM STUDI PERPUSTAKAAN DAN SAINS INFORMASI
FAKULTAS ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
2023**

**ANALISIS PEMANFAATAN REELS INSTAGRAM
@SALMANREADINGCORNER SEBAGAI MEDIA PROMOSI KOLEKSI
DI PERPUSTAKAAN MASJID SALMAN READING CORNER ITB**

Oleh:

Zahra Nurazizah

1907623

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

© Zahra Nurazizah

Universitas Pendidikan Indonesia

November 2023

Hak Cipta dilindungi undang-undang

Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian, dengan dicetak
ulang, di fotocopy, atau cara lainnya tanpa izin penulis.

ZAHRA NURAZIZAH, 2023

*ANALISIS PEMANFAATAN REELS INSTAGRAM @SALMANREADINGCORNER SEBAGAI MEDIA
PROMOSI KOLEKSI DI PERPUSTAKAAN MASJID SALMAN READING CORNER ITB*

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

LEMBAR PENGESAHAN

Zahra Nurazizah

1907623

**ANALISIS PEMANFAATAN REELS INSTAGRAM
@SALMANREADINGCORNER SEBAGAI MEDIA PROMOSI KOLEKSI
DI PERPUSTAKAAN MASJID SALMAN READING CORNER ITB**

Disetujui dan disahkan oleh:

Pembimbing I



Prof. Dr. H. Dinn Wahyudin, MA

NIP. 195402061978031003

Pembimbing II



Susanti Agustina, M.LKom

198608122014042002

Mengetahui,

Ketua Program Studi Perpustakaan dan Sains Informasi



Dr. Hi. Linda Setiawati, M.Pd

196908021994122001

ABSTRAK

Zahra Nurazizah (1907623). Analisis Pemanfaatan Reels Instagram @salmanreadingcorner Sebagai Media Promosi Koleksi di Perpustakaan Masjid Salman Reading Corner ITB. Skripsi, Program Studi Perpustakaan dan Sains Informasi, Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Pendidikan Indonesia (2023).

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh kemajuan teknologi dan sosial media yang semakin berkembang, sehingga berpotensi besar bagi perpustakaan untuk memanfaatkan kesempatan ini sebagai media untuk melakukan promosi koleksi. Oleh karenanya Perpustakaan Salman Reading Corner memanfaatkan peluang dalam melakukan komunikasi promosi koleksi perpustakaan dengan menggunakan fitur reels yang disediakan oleh aplikasi instagram. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk menganalisis pemanfaatan reels instagram @salmanreadingcorner sebagai media promosi koleksi di Perpustakaan Salman Reading Corner yang dilihat dalam aspek *Share, Optimize, Manage* dan *Engage*. Penelitian ini dilakukan pada unit perpustakaan Masjid Salman Reading Corner. 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 Salman Reading Corner (@salmanreadingcorner) dan pengikut akun instagram Perpustakaan Salman Reading Corner. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa analisis Perpustakaan Salman Reading Corner dalam melakukan promosi koleksinya melaksanakan aspek *Share* yaitu memilih media yang tepat dalam melakukan promosi, membangun kedekatan dengan pengikutnya, membangun citra serta kepercayaan yang baik. Kemudian perpustakaan melaksanakan aspek *Optimize* yaitu dengan mengoptimalkan penyampaian informasi, menanggapi umpan balik dan mengevaluasi umpan balik dari pengikutnya. Dalam melaksanakan aspek *Manage* Perpustakaan Salman Reading Corner melakukan media monitoring dan juga *real time interaction* dengan pengikutnya di instagram. Dan terakhir melaksanakan aspek *Engage* dengan membentuk kerjasama yang dilakukan perpustakaan dengan pihak ketiga, membangun strategi untuk menarik perhatian pengikut, serta memonitoring perkembangan pengikut baru. Dengan demikian Perpustakaan Salman Reading Corner telah melakukan promosi koleksi perpustakaan dengan baik, dan memanfaatkan fitur reels dengan optimal sebagai media promosinya.

Kata Kunci: Koleksi, Media Sosial, Perpustakaan, Promosi, Reels.

ABSTRACT

Zahra Nurazizah (1907623). Analysis of the Use of Instagram Reels @salmanreadingcorner as a Media for Promotion of Collections at the Salman Reading Corner ITB Mosque Library. Thesis, Library and Information Science Study Program, Faculty of Education, Indonesia University of Education (2023).

This research is motivated by advances in technology and social media which are increasingly developing, so there is great potential for libraries to take advantage of this opportunity as a medium for promoting collections. Therefore, the Salman Reading Corner Library takes advantage of the opportunity to carry out promotional communications for the library collection by using the reels feature provided by the Instagram application. The aim of this research is to analyse the use of Instagram reels @salmanreadingcorner as a media for promoting collections at the Salman Reading Corner Library, seen in the aspects of Share, Optimize, Manage and Engage. This research was conducted at the Salman Reading Corner Mosque library unit. using a descriptive design method with a qualitative approach. Data collection techniques in this research are interviews, observation and documentation studies. Participants in this research were social media managers of the Salman Reading Corner Library (@salmanreadingcorner) and followers of the Salman Reading Corner Library Instagram account. The results of the research show that the analysis of the Salman Reading Corner Library in promoting its collection carries out the Share aspect, namely choosing the right media for promotion, building closeness with its followers, building a good image and trust. Then the library implements the Optimize aspect, namely by optimizing the delivery of information, responding to feedback and evaluating feedback from its followers. In implementing the Library Management aspect, Salman Reading Corner carries out media monitoring and also real time interaction with its followers on Instagram. And finally, implementing the Engage aspect by forming collaborations between libraries and third parties, building strategies to attract the attention of followers, and monitoring the development of new followers. In this way, the Salman Reading Corner Library has promoted the library collection well, and made optimal use of the reels feature as a promotional medium.

Keywords: Collection, Library, Promotion, Reels, Social Media.

DAFTAR ISI

UCAPAN TERIMAKASIH.....	v
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	10
1.5 Struktur Organisasi Penulisan	11
BAB II.....	13
KAJIAN PUSTAKA	13
2.1 Perpustakaan	13
2.1.1 Pengertian dan Jenis Perpustakaan	13
2.1.2 Perpustakaan Khusus.....	17
2.2 Koleksi Perpustakaan	19
2.3 Promosi koleksi perpustakaan	22
2.3.1 Promosi.....	22
2.3.2 Promosi koleksi Perpustakaan	23
2.4 Media Sosial Instagram	30
2.5 Reels Instagram	34
2.6 Penelitian Terdahulu.....	35
2.7 Kerangka Konseptual	39
BAB III.....	40
METODE PENELITIAN	40
3.1 Desain Penelitian	40
3.2 Partisipan dan Tempat Penelitian	41
3.2.1 Partisipan	41

3.2.2	Tempat Penelitian.....	42
3.3	Pengumpulan Data.....	42
3.3.1	Wawancara.....	53
3.3.2	Observasi.....	54
3.3.3	Studi Dokumentasi.....	55
3.4	Analisi Data.....	56
BAB IV	58
TEMUAN DAN PEMBAHASAN	58
4.1	Temuan Penelitian.....	58
4.2	Perpustakaan Salman <i>Reading Corner</i>	59
4.2.1	Profil perpustakaan Salman <i>Reading Corner</i>	59
4.2.2	Visi dan Misi Perpustakaan Salman <i>Reading Corner</i>	62
4.2.3	Program Perpustakaan Salman <i>Reading Corner</i>	62
4.2.3	Struktur Organisasi Perpustakaan Salman <i>Reading Corner</i>	65
4.3	Gambaran Karakteristik Partisipan.....	65
4.4	Deskripsi Temuan Penelitian.....	66
4.4.1	Analisis pemanfaatan <i>reels</i> sebagai media promosi koleksi pada <i>instagram</i> perpustakaan Masjid Salman <i>Reading Corner</i> dalam aspek <i>Share</i>	66
4.4.2	Analisis pemanfaatan <i>reels</i> sebagai media promosi koleksi pada <i>instagram</i> perpustakaan Masjid Salman <i>Reading Corner</i> dalam aspek <i>Optimize</i>	76
4.4.3	Analisis pemanfaatan <i>reels</i> sebagai media promosi koleksi pada <i>instagram</i> perpustakaan Masjid Salman <i>Reading Corner</i> dalam aspek <i>Manage</i>	88
4.4.4	Analisis pemanfaatan <i>reels</i> sebagai media promosi koleksi pada <i>instagram</i> perpustakaan Masjid Salman <i>Reading Corner</i> dalam aspek <i>Engage</i>	94
4.5	Pembahasan Penelitian.....	99
4.5.1	Analisis pemanfaatan <i>reels</i> sebagai media promosi koleksi pada <i>instagram</i> perpustakaan Masjid Salman <i>Reading Corner</i> dalam aspek <i>Share</i>	99
4.5.2	Analisis pemanfaatan <i>reels</i> sebagai media promosi koleksi pada <i>instagram</i> perpustakaan Masjid Salman <i>Reading Corner</i> dalam aspek <i>Optimize</i>	102

4.5.3 Analisis pemanfaatan reels sebagai media promosi koleksi pada instagram perpustakaan Masjid Salman <i>Reading Corner</i> dalam aspek <i>Manage</i>	107
4.5.4 Analisis pemanfaatan <i>reels</i> sebagai media promosi koleksi pada <i>instagram</i> perpustakaan Masjid Salman <i>Reading Corner</i> dalam aspek <i>Engage</i>	110
BAB V.....	114
SIMPULAN, IMPLIKASI DAN REKOMENDASI.....	114
5.1 Simpulan.....	114
5.1.1 Simpulan Umum.....	114
5.1.2 Simpulan Khusus.....	114
5.2 Implikasi.....	116
5.3 Rekomendasi.....	117
5.3.1 Pengelola Akun Instagram Salman <i>Reading Corner</i>	117
5.3.2 Pengikut Akun Instagram Perpustakaan Salman <i>Reading Corner</i>	117
5.3.3 Peneliti Selanjutnya.....	118
DAFTAR PUSTAKA.....	119
LAMPIRAN.....	124

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 <i>Mengenal Koleksi Perpustakaan</i>	19
Tabel 3.1 Kisi-kisi instrumen	43
Tabel 3.2 <i>Format Pedoman Wawancara</i>	60
Tabel 3.3 <i>Format Pedoman Observasi</i>	61
Tabel 3.4 <i>Format Pedoman Studi Observasi</i>	62
Tabel 4.1 Jadwal Pelaksanaan Penelitian	64
Tabel 4.2 Karakteristik Partisipan	72
Tabel 4.4 Bentuk Kerjasama Sosial Media Perpustakaan Salman <i>Reading Corner</i>	103

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Tingkat Penetrasi Internet Indonesia.....	33
Gambar 2.1 Fitur <i>Follow</i>	32
Gambar 2.1 Fitur <i>Like</i>	32
Gambar 2.3 Fitur Komentar	33
Gambar 2.4 Fitur <i>Mention</i>	33
Gambar 2.5 Fitur <i>Hashtag</i>	34
Gambar 2.6 Kerangka Konseptual	39
Gambar 4.1 Suasana Perpustakaan <i>Salman Reading Corner</i>	60
Gambar 4.2 Koleksi Perpustakaan <i>Salman Reading Corner</i>	61
Gambar 4.3 Program <i>Roompi Corner</i>	63
Gambar 4.4 Program Nobar	63
Gambar 4.5 Program Antologi SRC	64
Gambar 4.6 Program Challenge 22 Hari Baca Buku.....	64
Gambar 4.7 Struktur Organisasi Perpustakaan	65
Gambar 4.8 Profil Instagram dan Reels Perpustakaan <i>Salman Reading Corner</i> ...	67
Gambar 4.9 Promosi Koleksi Perpustakaan <i>Salman Reading Corner</i>	70
Gambar 4.10 Logo Perpustakaan <i>Salman Reading Corner</i>	74
Gambar 4.11 Aplikasi Trello	79
Gambar 4.12 <i>Caption</i> Dan <i>Subtitle</i> Pada Konten	83
Gambar 4.13 Akses Cepat Komunikasi Pengguna	87
Gambar 4.14 Penggunaan <i>Hashtag</i>	91
Gambar 4.15 <i>Insight Reels</i>	95

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1	124
LAMPIRAN 2	138
LAMPIRAN 3	158
LAMPIRAN 4	232
LAMPIRAN 5	232

DAFTAR PUSTAKA

- Abiel, Y., & Engel, M. M. (2021). 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.
- Achmed, H., Setianti, Y., & Puspitasari, L. (2019). Pengelolaan instagram@humas_sumedang sebagai media komunikasi dan media informasi oleh Humas Sekretariat Daerah Sumedang. *Jurnal Komunikasi Universitas Garut: Hasil Pemikiran dan Penelitian*, 5(2), 329-340
- Adhyriza, F. A. (2015). Strategi Promosi Perpustakaan Khusus (Studi Pada Bank Indonesia Surabaya) (Doctoral dissertation, Brawijaya University).
- Adumayanti Siregar, R. (2018). Penanganan Pembiayaan Bermasalah Mikro 75ib Di Bank BRI Syariah KCP Rantau Prapat (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara).
- Afrizal, A. (2019). Mengenal Koleksi Perpustakaan. *Jurnal Imam Bonjol: Kajian Ilmu Informasi dan Perpustakaan*, 3(2), 111-118.
- Aprillia, M., & Oesman, M. A. (2022, January). Strategi Promosi melalui Instagram Donat Bahagia dengan Memanfaatkan Fitur Reels. In *Bandung Conference Series: Public Relations* (Vol. 2, No. 1, pp. 339-344).
- Chabibah, I. (2021). Pemanfaatan fitur reels di Instagram sebagai media promosi di Perpustakaan Kabupaten Semarang. *Jurnal Ilmu Perpustakaan*, 10(1), 1-16.
- Firmansyah, M. A. (2019). Komunikasi Pemasaran. Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media.
- Gunawan, A. I., & Anisa, R. (2020). Kegiatan Media Monitoring Humas Pemerintah Kota Cimahi. *Ekspresi Dan Persepsi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(2), 122-131.
- Hanum, A. N. L. (2021). Strategi promosi perpustakaan: Film animasi sebagai media edukasi bagi pemustaka. *Informatio: Journal of Library and Information Science*, 1(2), 121-146.

- Harahap, W. R. (2021). Penerapan Strategi Promosi Perpustakaan. 6(1).
- Hartono. (2016). Manajemen Sumber Informasi Perpustakaan. Yogyakarta: Calpulis.
- Huda, I. A. (2020). Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) terhadap kualitas pembelajaran di sekolah dasar. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling (JPDK)*, 2(1), 121-125.
- Indonesia, R. (2007). Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 43 Tahun 2007 Tentang Perpustakaan.
- Instagram. (2020) Introducing Instagram Reels. Diakses 25 Juli 2023 dari <https://about.instagram.com/blog/announcements/introducing-instagram-reels-announcement>
- Iqbal, R., & Yunita, I. (2020). Media Promosi Perpustakaan Perguruan Tinggi di Era Milenial dan Revolusi Industri 4.0. *Jurnal El-Pustaka*, 1(2).
- Juliantari, N. L, Astari, A. A. E & Indiani, N. L. (2022). Pengaruh Content Creator Pada Aplikasi Reel Instagram Dalam Meningkatkan Inovasi Generasi Muda Nusantara *Hasana Journal*, 2(4), 133–141. Retrieved from <https://nusantarahasanajournal.com/index.php/nhj/article/view/476>
- Juliantari, N. L, Astari, A. A. E & Indiani, N. L. (2022). Pengaruh Content Creator Pada Aplikasi Reel Instagram Dalam Meningkatkan Inovasi Generasi Muda Nusantara *Hasana Journal*, 2(4), 133–141. Retrieved from <https://nusantarahasanajournal.com/index.php/nhj/article/view/476>
- Kristyanto, D. (2018). Mengembangkan Strategi Promosi Produk Informasi Perpustakaan Berbasis Visual Content. *Jurnal Ipi (Ikatan Pustakawan Indonesia)*, 3(2), 139-147.
- Kristyanto, D. (2018). Mengembangkan Strategi Promosi Produk Informasi Perpustakaan Berbasis Visual Content. *Jurnal Ipi (Ikatan Pustakawan Indonesia)*, 3(2), 139-147.
- Liedfray, T., Waani, F. J., & Lasut, J. J. (2022). Peran Media Sosial Dalam Mempererat Interaksi Antar Keluarga Di Desa Esandom Kecamatan Tombatu Timur Kabupaten Minahasa Tenggara. *Jurnal Ilmiah Society*, 2(1).

- Luttrell, R. (2014). *Social Media: How to Engage, Share, and Connect*. New York: Rowman & Littlefield.
- Mafar, F. (2020). Pemanfaatan Instagram oleh Perpustakaan PTKIN di Jawa Timur. *Fihris: Jurnal Ilmu Perpustakaan dan Informasi*, 15(2), 167-180.
- Mulyana, M. (2019). *Strategi Promosi Dan Komunikasi [Preprint]*. INA-Rxiv. <https://doi.org/10.31227/osf.io/v7dfr>
- Munisah, S. (1979). *Kegiatan Mempromosikan Perpustakaan: Sebuah Pendekatan Teoritis*. 10.
- Mustafa, B., & Rusli, Y. (2009). *Promosi Jasa Perpustakaan*. Jakarta: Penerbit Universitas Terbuka.
- Nasrullah, Rulli. *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya Sosioteknologi. dan Simbiosis Rekatama Media*: Bandung, 2015.
- Ningrum, A. K. (2022). Instagram sebagai media komunikasi Perpustakaan UIN SAIZU. *Daluang: Journal of Library and Information Science*, 2(1), 1–12. <https://doi.org/10.21580/daluang.v2i1.2022.10044>
- Oktavia, Y. (2019). *Pengaruh Hashtag Engagement# peoplewearoemahetnik di Media Sosial Instagram Terhadap Brand Image UKM Oemah Etnik (Doctoral dissertation, Universitas Airlangga)*.
- Ompusunggu, P. N. (2018). *Hubungan Antara Promosi Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Minat Beli Produk Kosmetik Oriflame*.
- Peraturan perpustakaan Nasional Nomor 14 tahun 2017 tentang standar nasional perpustakaan khusus.
- Porral, C. C., & Stanton, J. L. (2017). *Principles of marketing*. ESIC Editorial.
- Purbohastuti, A. W. (2019). Perilaku mahasiswa terhadap sosial media. *Sains: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 11(2), 237-253.
- Prihartanta, W. (2015). Tujuan Promosi Perpustakaan. 3(83).
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan media sosial sebagai media promosi. *Jurnal Common*, 3(1), 71-80.

- Rabbani, D. B., Diwyarhi, N. D., Mulyati, A, M. U., Hadawiah, Sari, Y. P., . . . Salehan. (2022). Komunikasi Pemasaran. Padang: PT. GLOBAL EKSEKUTIF TEKNOLOGI.
- Rahim, R., & Radjab, E. (2017). Manajemen strategi. makassar: Lembaga Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Riski, M. A. (2021). Strategi promosi perpustakaan khusus: studi pada Perpustakaan Museum Sonobudoyo Yogyakarta. *Al-Kuttab: Jurnal Kajian Perpustakaan, Informasi dan Kearsipan*, 3(2), 23-31.
- Rizky, N., & Dewi Setiawati, S. (2020). Penggunaan Media Sosial Instagram Haloa Cafe sebagai Komunikasi Pemasaran Online. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(2), 177–190. <https://doi.org/10.15642/jik.2020.10.2.177-190>
- Rizky, N., & Setiawati, S. D. (2020). Penggunaan media sosial Instagram Haloa Cafe sebagai komunikasi pemasaran online. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(2), 177-190.
- Rohadian, S., & Amir, M. T. (2019). Upaya membangun customer engagement melalui media sosial Instagram. *Journal of Entrepreneurship, Management and Industry (JEMI)*, 2(4), 179-186.
- Saleh, A. R., & Komalasari, R. (2009). Manajemen Perpustakaan. Jakarta: Penerbit Universitas Terbuka.
- Saputro, B. I., & Amir, C. (2018). Kompetensi pustakawan perpustakaan khusus: studi kasus di perpustakaan kementerian pendidikan dan kebudayaan. *Baca: Jurnal Dokumentasi Dan Informasi*, 39(2), 207-2018
- Sari, D. N., & Basit, A. (2020). Media sosial Instagram sebagai media informasi edukasi. *Persepsi: Communication Journal*, 3(1), 23-36.
- Sari, A. C., Hartina, R., Awalia, R., Irianti, H., & Ainun, N. (2018). Komunikasi dan media sosial. *Jurnal The Messenger*, 3(2), 69.

- Saurik, H. T. T., Purwanto, D. D., & Hadikusuma, J. I. (2019). Teknologi Virtual Reality untuk Media Informasi Kampus. *Jurnal Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 6(1), 71.
- Setiadi, A. (2016). Pemanfaatan media sosial untuk efektifitas komunikasi. *Cakrawala: Jurnal Humaniora Bina Sarana Informatika*, 16(2).
- Setyo, S., Komariah, N., & Kurniasih, N. (2014). Strategi Promosi Perpustakaan Sekretariat Jenderal Dewan Perwakilan Daerah Republik Indonesia. *Jurnal Kajian Informasi dan Perpustakaan*, 2(1), 1. <https://doi.org/10.24198/jkip.v2i1.1161>
- Sinaga, D. (2004). Perpustakaan Umum di Indonesia Sebagai Agen Perubahan Sosial. *Sosiohumaniora*, 6(1), 78.
- Soemarjo, 2016. Pendekatan dan Metode Penyebarluasan Informasi pada Masyarakat, Jakarta. PT. Mandar Maju.
- Suharso, P., & Pramesti, A. N. (2020). Promosi Perpustakaan Melalui Instagram: Studi di Perpustakaan Universitas Airlangga. *Publication Library and Information Science*, 3(2), 66-74.
- 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>
- Sukarno, L. G. (2017). Promosi Perpustakaan melalui Media Sosial di Perpustakaan SMA Negeri 2 Metro. *Media Pustakawan*, 24(4), 56-61.
- 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. 3(3).
- 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. *Indonesia Journal of Academic Librarianship*, 3(3), 33-45.
- Sutarno, N. (2006). *Perpustakaan dan Masyarakat*. Jakarta: CV. Sagung seto.
- Suwarno, W. (2010). *Pengetahuan Dasar Kepustakaan*. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia.
- Widyastuti, S. (2018). *Manajemen Komunikasi Pemasaran Terpadu Solusi Menembus Hati Pelanggan*. Jakarta: Universitas Pancasila Press.
- Wulandari, D., Arcana, I. N., & Kuncoro, K. S. (2022). Pengembangan Instagram Reels Pembelajaran Pokok Bahasan Persamaan Garis Lurus untuk SMP. *UNION: Jurnal Ilmiah Pendidikan Matematika*, 10(1), 1–14.
<https://doi.org/10.30738/union.v10i1.12138>