

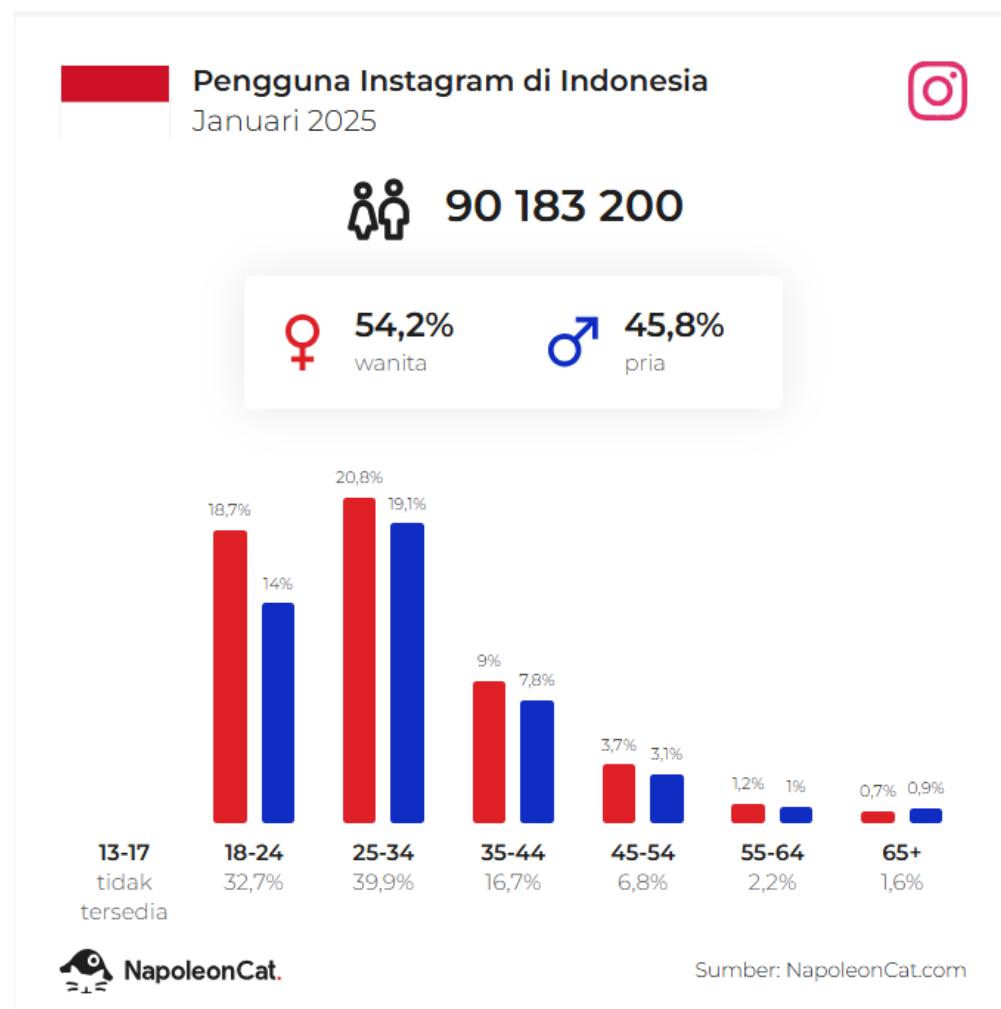
# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan teknologi saat ini sangat berkembang, pemanfaatan dalam bersosial media membuat fungsinya semakin beragam. Menurut Van Dijk (dalam Widjanarko dkk., 2023) yang mengatakan bahwa media sosial sebagai platform media yang fokus pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktivitas maupun berkolaborasi. Sosial media juga berarti alat pemasaran digital terjangkau dan murah yang berfungsi untuk saling bertukar informasi dan menciptakan hubungan antar pengguna tanpa harus bertatap muka secara langsung dan dapat menjangkau di semua kalangan. Desain konten media sosial dalam bentuk foto atau gambar visual, teks, dan penggunaan warna yang menarik menunjukkan karakteristik dari apa yang diposting.

Desain konten yang baik dapat mempengaruhi keputusan orang dalam meningkatkan daya tarik terhadap postingan tersebut. Selain itu, terdapat beberapa hal yang harus diperhatikan dalam melakukan kegiatan promosi melalui sosial media Instagram, yaitu mendefinisikan target konsumen dengan jelas, dan penggunaan konten promosi. Konten promosi digital yang digunakan di media sosial Instagram adalah konten visual atau *image* dan *hashtag* (Tresnawati dan Prasetyo, 2018). Dalam era digital saat ini, media sosial telah menjadi alat yang sangat efektif untuk menjangkau masyarakat luas. Dengan jumlah pengguna media sosial yang terus meningkat, media sosial memiliki potensi besar untuk dimanfaatkan oleh berbagai institusi, termasuk perpustakaan dalam memperluas akses informasi dan meningkatkan daya tarik masyarakat terhadap layanan yang ditawarkan.



**Gambar 1.1 Data Pengguna Instagram Indonesia Tahun 2025**

Sumber : NapoleonCat (2025)

Berdasarkan Gambar 1.1 yang merupakan olahan data dari NapoleonCat pada bulan Januari tahun 2025 jumlah pengguna Instagram di Indonesia pada tahun 2025 mencapai 90,183,200 pengguna atau sekitar 31,7% dari total penduduk Indonesia. Mayoritas pengguna Instagram di Indonesia adalah perempuan, dengan proporsi mencapai 54,2%. Kelompok usia 25 hingga 34 tahun mendominasi jumlah pengguna Instagram di Indonesia, sekitar 36 juta pengguna. Perbedaan tertinggi antara laki-laki dan perempuan terjadi pada kelompok usia 18 hingga 24 tahun, di mana perempuan unggul dengan selisih 12.600.000.

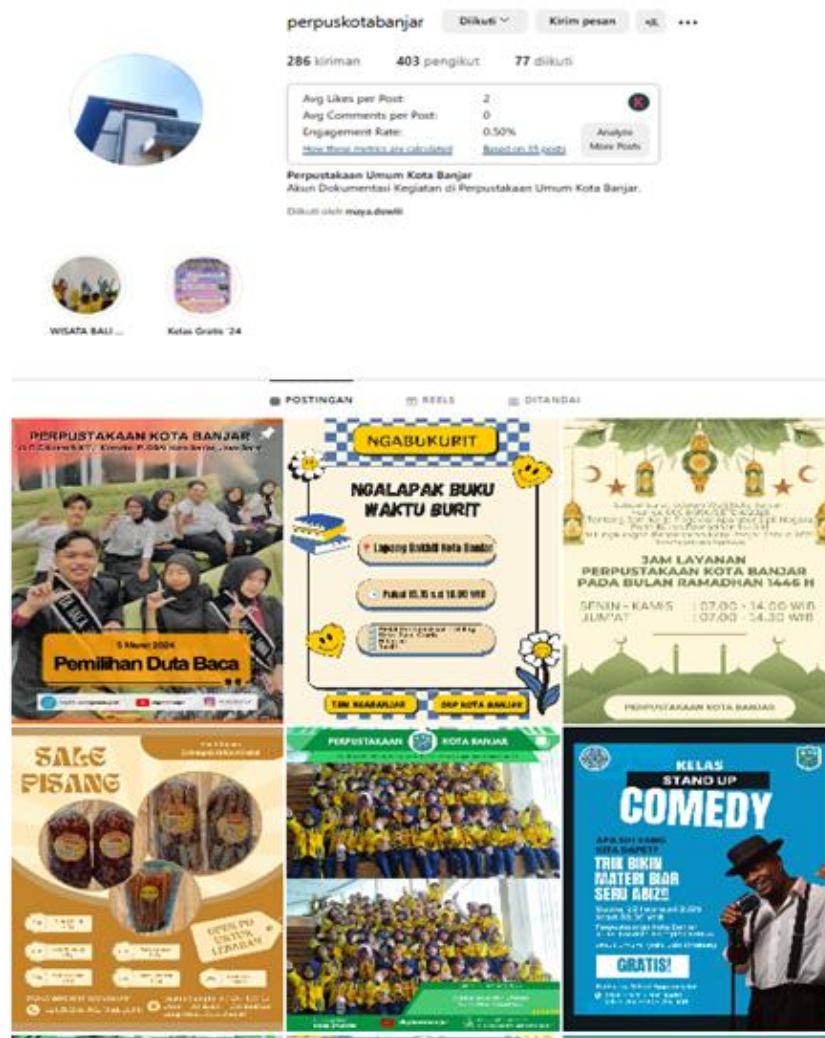
Instagram pada awalnya dirancang sebagai platform galeri foto sederhana dengan fitur yang terbatas. Namun seiring berjalananya waktu, Instagram mengalami

Muhammad Naufal Nurfirmansyah, 2025

PERANCANGAN FEED INSTAGRAM DINAS KEARSIPAN DAN PERPUSTAKAAN KOTA BANJAR  
UNTUK MENINGKATKAN ENGAGEMENT RATE USER SOSIAL MEDIA DENGAN METODE DESIGN THINKING

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

perkembangan yang cukup signifikan seiring dengan kemajuan teknologi. Berbagai fitur seperti *Like*, *Comment*, *Story*, dan *Share* memungkinkan pengguna untuk berinteraksi secara aktif. Selain itu, fitur inovatif seperti *Live* memungkinkan pengguna untuk melakukan siaran langsung dari mana saja, sementara *Reels*, fitur untuk membuat video vertikal pendek dengan algoritma yang luas, memudahkan untuk menjangkau audiens baru dengan cepat. Fitur video vertikal pendek serupa seperti *Reels* telah menjadi populer dan umum di berbagai platform media sosial lainnya saat ini. (Hadi, Y. S., 2024). Melihat potensi besar media sosial, perpustakaan dapat memanfaatkan sebagai sarana strategis untuk meningkatkan keterlibatan masyarakat dan mempromosikan layanan perpustakaan.



**Gambar 1.2 Tampilan *Profile* Instagram Perpustakaan Kota Banjar**

Sumber : Instagram Kota Banjar @perpuskotabanjar/@bjr.perpustakaan  
Muhammad Naufal Nurfirmsyah, 2025

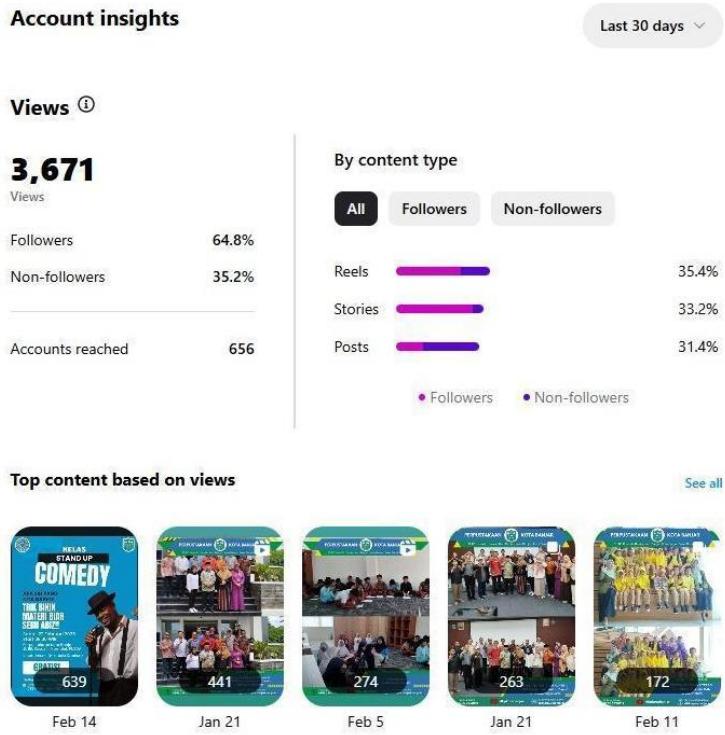
**PERANCANGAN FEED INSTAGRAM DINAS KEARSIPAN DAN PERPUSTAKAAN KOTA BANJAR  
UNTUK MENINGKATKAN ENGAGEMENT RATE USER SOSIAL MEDIA DENGAN METODE DESIGN  
THINKING**

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

Melihat Gambar 1.2 akun resmi Intagram Dinas Kearsipan dan Perpustakaan Kota Banjar memiliki *followers* sebanyak 403 dan 286 unggahan yang terdiri atas beberapa kegiatan yang ada di perpustakaan serta mempromosikan perpustakaan dengan mengunggah foto maupun video kegiatan yang berkaitan dengan perpustakaan. *Engagement rate* yang dihasilkan dari akun Instagram @perpuskotabanjar/@bjr.perpustakaan sebesar 0,50% dengan menggunakan pengukuran *tools Keywords Everywhere* dari google chrome.

*Engagement rate* adalah sebuah metrik yang digunakan untuk mengukur tingkat keterlibatan atau interaksi pengguna pada konten di media sosial. Tikno (2010) (dalam Anesti & Diniati, 2024) menyebutkan bahwa *engagement rate* dapat digunakan sebagai alat riset untuk memahami keinginan audiens berdasarkan jumlah interaksi mereka terhadap suatu konten. Rohadian dan Amir (2019) (dalam Anesti & Diniati, 2024) menyatakan bahwa tingkat keterlibatan (*engagement rate*) yang tinggi dapat diukur melalui interaksi keterlibatan dengan audiens di media sosial seperti Instagram. Tingkat keterlibatan dapat diukur melalui interaksi dengan pengikut melalui fitur *Like*, *Comment*, dan *Share*. Kategorisasi *engagement rate* yang populer digunakan saat ini yaitu *low engagement rate* (<1%), *average/good engagement rate* (1 – 3%), *high engagement rate* (3,5 – 6%), *dan very high* (>6%) (Dahlina et al., 2024).

Berdasarkan hasil observasi awal didapatkan hasil bahwa Dinas Kearsipan dan Perpustakaan Kota Banjar kurang memperhatikan kualitas dan konsistensi konten yang diunggah. Selain itu dilihat dari akun Instagram Dinas Kearsipan dan Perpustakaan Kota Banjar juga tidak aktif secara rutin, terlihat dari jarak pengunggahan foto dan video yang tidak teratur, sehingga mengurangi daya tarik masyarakat untuk mengikuti atau berinteraksi dengan akun Instagram Dinas Kearsipan dan Perpustakaan Kota Banjar.



**Gambar 1.3 Insight Akun Instagram @perpuskotabanjar**

Sumber : Akun Instagram @perpustakaan

Berdasarkan Gambar 1.3 hasil dari observasi akun Instagram @perpuskotabanjar menunjukkan beberapa metrik utama dari Instagram *insight* yaitu dengan total *views* 3.671 dalam 30 hari. Pengelompokan *views* berdasarkan jenis konten yaitu *Reels*: 35.4 % setara dengan 1.299 akun, *Story*: 33.2 % setara dengan 1.182 akun, postingan biasa: 31.4% setara dengan 1.167 akun. Berdasarkan persentase *views* dari *followers* yaitu : 64.8% setara dengan 2.379 akun dan persentase *views* dari *non-followers* yaitu: 35.2% setara dengan 1.292 akun. Sehingga konten dengan *views* tertinggi dapat dilihat dari kategori *reels*. Karena *reels* memiliki tingkat keterlibatan yang lebih tinggi dibandingkan format lain karena algoritma Instagram memprioritaskan konten *reels* dalam rekomendasinya kepada pengguna. Hal ini menjadikan *reels* sebagai alat yang efektif untuk meningkatkan *brand awareness*. (Hamdani dan Azhar, 2025).

Berdasarkan hasil observasi terhadap pengunjung Perpustakaan Kota Banjar didapatkan hasil bahwa mereka merasa kurang tertarik untuk berinteraksi dengan Muhammad Naufal Nurfirmansyah, 2025

**PERANCANGAN FEED INSTAGRAM DINAS KEARSIPAN DAN PERPUSTAKAAN KOTA BANJAR UNTUK MENINGKATKAN ENGAGEMENT RATE USER SOSIAL MEDIA DENGAN METODE DESIGN THINKING**

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

akun Instagram Perpustakaan Kota Banjar karena tampilan akun Instagram Perpustakaan Kota Banjar cenderung formal, kaku, dan minim interaksi sehingga belum relevan dengan kebutuhan pengunjung perpustakaan. Secara keseluruhan, mereka membutuhkan akun yang lebih menarik secara visual, informatif, serta mengajak mereka terlibat aktif agar merasa lebih dekat dan punya alasan untuk datang ke perpustakaan.

Berdasarkan hasil observasi dengan pengelola akun Instagram perpustakaan Kota Banjar, didapatkan hasil bahwa Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Banjar tidak memiliki strategi media sosial yang terstruktur, seperti tidak adanya perencanaan konten jangka panjang, penjadwalan unggahan, atau analisis performa konten. Hal ini menjadi permasalahan dalam meningkatkan *engagement rate* akun Instagram Dinas Kearsipan dan Perpustakaan Kota Banjar.

Berdasarkan pemaparan latar belakang di atas, maka penulis tertarik untuk mengetahui lebih detail terkait *engagement rate* akun Instagram Perpustakaan Kota Banjar, dengan penelitian berjudul **“PERANCANGAN KONTEN FEED INSTAGRAM DINAS KEARSIPAN DAN PERPUSTAKAAN KOTA BANJAR UNTUK MENINGKATKAN ENGAGEMENT RATE USER SOSIAL MEDIA DENGAN METODE DESIGN THINKING”**.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan di atas, untuk membatasi permasalahan yang diteliti penulis merumuskan masalah yaitu :

1. Bagaimana teknis perancangan konten Instagram Dinas Kearsipan dan Perpustakaan Kota Banjar dengan menggunakan *design thinking*?
2. Bagaimana proses penyebaran informasi Dinas Kearsipan dan Perpustakaan Kota Banjar dalam meningkatkan *engagement rate* masyarakat terhadap akun Instagram?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah di atas, tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Menganalisis teknis perancangan konten Instagram Dinas Kearsipan dan Perpustakaan Kota Banjar dengan menggunakan metode *Design Thinking*

- untuk memahami kebutuhan audiens serta merumuskan strategi komunikasi digital yang tepat.
2. Menganalisis proses penyebaran informasi melalui akun Instagram Dinas Kearsipan dan Perpustakaan Kota Banjar dalam meningkatkan *engagement rate* masyarakat terhadap layanan dan program perpustakaan.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan sebagai berikut:

##### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

1. Memberikan kontribusi bagi pengembangan teori terkait promosi perpustakaan melalui media sosial, khususnya Instagram.
2. Menambah wawasan akademik mengenai pemanfaatan media sosial sebagai alat promosi untuk meningkatkan daya tarik masyarakat.
3. Memperkaya literatur mengenai penerapan metode *Design Thinking* dalam perancangan konten media sosial untuk kebutuhan institusi publik.

##### **1.4.2 Manfaat Praktis**

1. Membantu Dinas Kearsipan dan Perpustakaan Kota Banjar dalam meningkatkan efektivitas promosi layanan perpustakaan melalui perancangan konten Instagram yang kreatif dan relevan.
2. Memberikan rekomendasi konten yang dapat meningkatkan keterlibatan masyarakat serta memperluas jangkauan promosi perpustakaan.
3. Menjadi acuan bagi perpustakaan lain dalam mengoptimalkan penggunaan media sosial sebagai sarana promosi dan interaksi dengan masyarakat.
4. Memberikan panduan praktis untuk mengelola media sosial secara konsisten dan terstruktur guna mendukung tujuan institusional.

#### **1.5 Ruang Lingkup Penelitian**

Penelitian ini terdapat ruang lingkup batasan yang dihadirkan dengan tujuan supaya ruang lingkup dari penelitian tidak terlalu melebar serta fokus hanya terhadap permasalahan atau temuan yang akan diteliti lebih lanjut. Batasan dari penelitian yang dimaksud, telah diuraikan sebagai berikut :

1. Penelitian ini berfokus pada perancangan konten Instagram Dinas Kearsipan dan Perpustakaan Kota Banjar dengan metode *Design Thinking* untuk meningkatkan *engagement rate user* sosial media.
2. Penelitian ini hanya mencakup analisis akun Instagram resmi @perpuskotabanjar/@bjr.perpustakaan, termasuk kualitas, konsistensi, dan strategi konten yang diunggah.
3. Penelitian menggunakan pendekatan metode *Design Thinking* untuk merancang solusi kreatif yang relevan dengan preferensi dan kebutuhan masyarakat.
4. Penelitian dilakukan dalam konteks promosi layanan perpustakaan di Kota Banjar, hanya platform Instagram saja dalam jangka waktu dari bulan Mei sampai Juli tahun 2025.