

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pustakalana *Children's Library* merupakan suatu perpustakaan anak dan ruang terbuka. Pustakalana berdiri pada 1 Desember 2015 di Kota Bandung. Awal terbentuknya pada tahun 2005 di Jl. Bengawan. Namun tidak berlangsung lama. Pada awal bulan Desember 2015 Pustakalana bergabung dengan Bandung *Creative City Forum* (BCCF) yang berlokasi di Simpul Space #3 selama 2,5 tahun untuk mengelola perpustakaan bersama. Sekarang Pustakalana berlokasi di lantai 2 Selaras *Guest House and Restaurant*, Jl. Taman Cibeunying Selatan No. 45 Bandung 40114. Pustakalana adalah perpustakaan dengan konsep yang berfokus pada pelayanan untuk anak.

Pustakalana dilihat dari koleksi yang dimiliki, dapat dikategorikan sebagai perpustakaan khusus karena memiliki koleksi bacaan khusus untuk anak. Hal tersebut tercantum dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 43 Tahun 2007 bagian kelima mengenai perpustakaan khusus tepatnya pasal 25 sampai pasal 28. Pada undang-undang tersebut dijelaskan mengenai ciri-ciri mengenai perpustakaan khusus. Perpustakaan khusus merupakan perpustakaan yang memiliki koleksi yang khusus atau memiliki ciri koleksi yang khas dan sasaran untuk pemustaka yang terbatas. Koleksi utama Pustakalana adalah buku anak. Hasil observasi yang tercatat pada *collection statistic summary*, jumlah judul buku di Pustakalana sebanyak enam puluh lima ribu tiga puluh tiga judul. Namun koleksi anak yang dilyankan di perpustakaan hanya dua ribu lima ratus koleksi, selain itu terdapat berapa koleksi fiksi remaja dan koleksi untuk orang tua. Koleksi anak yang menjadi ciri khas Pustakalana itu sendiri, selain berbahasa Indonesia, terdapat juga koleksi yang berbahasa Inggris, bilingual (Bahasa Indonesia-Bahasa Inggris), Bahasa Jerman, Bahasa Prancis dan Bahasa Mandarin. Jenis buku untuk anak diantaranya terdapat *wordless book*, *board book*, *concept book*, *picture book*, *early reader book*, *chapter book*, novel.

Keberadaan perpustakaan khusus ini tidak banyak, berdasarkan hasil sensus perpustakaan (pemetaan) Perpustakaan Nasional RI Tahun 2018, jumlah perpustakaan khusus hanya terdapat 2.057 dari 164.610 yang merupakan total berbagai jenis perpustakaan di Indonesia atau dengan persentase 1,25% merupakan jenis perpustakaan khusus. Hasil perbandingan perpustakaan di Indonesia berdasarkan jenis perpustakaan (perpustakaan umum, perpustakaan perguruan tinggi, perpustakaan sekolah dan perpustakaan khusus), perpustakaan khusus menempati urutan terakhir. Pada urutan pertama adalah perpustakaan sekolah dan urutan kedua adalah perpustakaan umum sedangkan perpustakaan perguruan tinggi menempati posisi ke tiga. Jenis perpustakaan sekolah diperuntukkan siswa yang bersekolah pada lembaga sekolah yang disesuaikan dengan jenjangnya. Sedangkan perpustakaan umum diperuntukkan semua jangkauan, salah satunya terdapat layanan baca anak namun sangat disayangkan pemanfaatannya masih kurang. Seperti halnya hasil penelitian Ridlo (2018, hlm. 60) mengenai pemanfaatan layanan anak di Dinas Perpustakaan dan Arsip Provinsi Sumatera Utara, menyatakan “Layanan membaca yang disediakan oleh perpustakaan belum maksimal...” selanjutnya dikemukakan untuk layanan anak “...sangat disayangkan koleksi mainan juga belum tersedia pada layanan anak. Serta penambahan mainan yang dapat menarik perhatian anak untuk belajar dan bermain”. Dari pernyataan tersebut menunjukkan bahwa kurangnya pemanfaatan pada layanan anak salahsatunya disebabkan fasilitas yang belum memadai. Pustakalana sebagai perpustakaan khusus untuk anak memiliki layanan berupa tempat bermain dan mainan untuk anak. Bahkan Pustakalana mempunyai tujuan yakni mengharapkan Pustakalana dapat dijadikan sebagai tempat dimana orangtua atau pendamping anak dapat meluangkan waktu bersama anaknya dengan membaca, bermain dan saling bertukar pikiran, serta mendapatkan akses kemudahan untuk dapat membaca buku yang bermutu.

Selain dalam bentuk koleksi dan media bermain untuk anak, dari hasil wawancara Pustakalana melaksanakan suatu program atau kegiatan ruang terbuka yang selalu dilaksanakan setiap bulannya dengan berbeda jenis kegiatan. Kegiatan tersebut yakni: 1) *kinder club* yakni kegiatan *storytelling* dan membuat prakarya; 2) *parents club* yakni kegiatan berbagi ilmu pengasuhan pada anak dengan

melalui seminar; 3) *school visit* yakni kegiatan penerimaan kunjungan dari sekolah dan akan diperkenalkan mengenai perpustakaan, cara merawat buku dan lain sebagainya. 4) *reading corner* yakni kegiatan penyediaan layanan pojok baca dalam kegiatan seperti ulang tahun anak dan lain sebagainya; 5) *explorer club* yakni berpetualang ke alam; 6) *books club* yakni kegiatan bercerita bersama kawan baru dan diperuntukkan anak usia 15 tahun keatas; 7) *mother goose club* yakni kegiatan cerita pendek, eksplorasi melalui *sensory play*, mengenal *nursery rhymes* yang diperuntukkan anak usia 18 sampai 30 bulan. Layanan perpustakaan Pustakalana bersifat *member* namun untuk kegiatan ruang terbuka diperuntukkan untuk umum.

Pustakalana ini merupakan suatu organisasi yang dibentuk dengan sistem *volunteer-driven organization* atau organisasi yang digerakkan oleh sukarelawan dengan latar belakang yang berbeda dan keahlian yang beragam. Meski demikian, tetap dipersatukan dalam tujuan yang sama dan sama-sama memiliki kepedulian terhadap tumbuh kembang anak. Agar dapat mengenalkan Pustakalana kepada masyarakat luas, Pustakalana melaksanakan program promosi. Sejak berdirinya Pustakalana, berbagai bentuk promosi dilakukan oleh Pustakalana. Media promosi yang digunakan oleh Pustakalana diantaranya melalui *website* berupa *blog*, *instagram*, *facebook*, brosur, stiker dan lain sebagainya. Namun media promosi yang digunakan oleh Pustakalana dengan konsisten dan sering *update* adalah media *instagram*. Akun *instagram Pustakalana* dibuat sebelum berdiri Pustakalana tepatnya pada tahun 2015. Akun *instagram Pustakalana* yakni *@pustakalanalibrary*. Pustakalana pada saat ini memiliki jumlah pengikut sebanyak 17.507 tertanggal pada 11 Juli 2019 dan merupakan akun *instagram* aktif. Dari hasil wawancara dengan direktur Pustakalana, terjadi peningkatan *member* Pustakalana setiap tahunnya, terutama peningkatan *member* dalam sebulan ini. *Member* Pustakalana sebagian besar mengetahui Pustakalana dari promosi yang dilakukan menggunakan media sosial *instagram*. Selain bertambahnya *member* dan sukarelawan, banyak juga komunitas atau lembaga yang tertarik untuk kerja sama dengan Pustakalana karena pengaruh dari kegiatan yang diunggah dan dipromosikan pada akun media sosial *instagram Pustakalana*. Alasan yang mendasar Pustakalana tetap melakukan promosi pada media sosial

instagram dari adalah untuk mempertahankan statistik dari akun *instagram Pustakalana* sendiri. Pustakalana sudah menyadari akan pentingnya statistik pada *instagram*. Pustakalana sendiri memiliki dekorasi ruangan yang menampilkan citra anak-anak, nyaman untuk bermain dan yang paling penting sangat *instagrammable* sehingga dapat menarik orang untuk berkunjung saat mengunggah foto ruangan Pustakalana pada *instagram*. *Instagram Pustakalana* selalu mengunggah berbagai kegiatan ruang terbuka dan kegiatan perpustakaan seperti adanya koleksi baru, cara mengakses layanan perpustakaan dan lain sebagainya yang diinformasikan kepada pemustaka sehingga pemustaka akan mengetahui bahkan tertarik terhadap apa yang telah diinformasikan. Hal tersebut merupakan inti dari promosi.

Promosi memiliki pengertian “setiap kegiatan komunikasi yang bertujuan untuk memperkenalkan produk pelayanan atau ide dengan saluran distribusi” (Mustafa, 2009, hlm. 1.3). Produk pada pengertian tersebut dalam dunia perpustakaan dapat diartikan sebagai program atau kegiatan di perpustakaan. Salah satu program khas dari perpustakaan secara umum yaitu selalu berupaya untuk meningkatkan minat baca anak. Seperti penelitian Rahma (2015, hlm. 768) yang berjudul “Strategi Peningkatan Minat Baca Anak”. Bentuk strategi yang dilaksanakannya yakni “mendongeng, kunjungan berkelompok, pemutaran film anak, pojok kreativitas dan permainan edukatif (komputer dan ruang bermain)”. Namun dari hasil penelitian, salah satu faktor penghambat dari peningkatan minat baca anak pada Perpustakaan Umum dan Arsip Daerah Kota Malang yakni “kurang menyeluruhnya promosi program peningkatan minat baca anak di masyarakat umum Kota Malang”. Kurangnya promosi akan berdampak pada kurangnya pemanfaatan layanan atau program yang telah direncanakan. Maka penting sekali untuk mengadakan program promosi perpustakaan.

Pelaksanaan promosi diperlukan suatu saluran distribusi atau yang sering disebut dengan media. Dalam dunia bisnis pemasaran barang, media internet sangat memberikan manfaat positif. Pertumbuhan internet sangat pesat, dapat dilihat dari data penetrasi & profil perilaku pengguna internet Indonesia. Data dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) hasil survey 2018, dapat diketahui bahwa “dari total populasi penduduk Indonesia yang berjumlah 264,16

juta orang, 171,17 juta jiwa adalah pengguna internet” (Indonesia, 2018). Hal ini menunjukkan bahwa setengahnya jumlah penduduk Indonesia merupakan pengguna internet. Persentase pengguna internet berdasarkan wilayah menurut Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) hasil survey 2018 (Lihat Gambar 1.1)



Gambar 1.1 Pengguna Internet Berdasarkan Wilayah

Sumber: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) Tahun 2018

Dari gambar tersebut dapat dilihat, wilayah Jawa 55,7% menempati posisi pertama (Indonesia, 2018). Persentasenya mencapai setengah dari wilayah yang terdapat di negara Indonesia. Pertumbuhan internet di Jawa ini sangat pesat dan akan berpengaruh pada berbagai bidang. Salah satu kegiatannya melakukan promosi perpustakaan menggunakan media internet berupa media sosial. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) hasil survey 2018 mengemukakan beberapa alasan utama masyarakat menggunakan internet (Lihat Gambar 1.2)



Gambar 1.2 Layanan yang Diakses

Sumber: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) Tahun 2018

Berdasarkan gambar di atas, alasan utama menggunakan internet adalah komunikasi melalui pesan dengan presentase 24,7%, kedua media sosial dengan presentase 18,9% (Indonesia, 2018). Alasan tersebut dapat menunjukkan bahwa masyarakat sering menggunakan layanan internet untuk hal tersebut. Artinya

media sosial menempati urutan kedua yang banyak diakses oleh masyarakat. Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai untuk berkomunikasi antar pengguna. Saat ini media sosial juga dapat digunakan sebagai media untuk berpromosi. Beberapa media sosial mempunyai menu yang berfungsi untuk dapat mempromosikan sesuatu atau untuk berbisnis. Salah satu media sosial yang mempunyai menu untuk promosi adalah *instagram*. *Instagram* menurut hasil survey *WeAreSocial.net* dan *Hootsuite* (dalam Databoks, 2018) ‘merupakan *platform* media sosial dengan jumlah pengguna terbanyak ke tujuh’ dan ‘...pengguna *instagram* di dunia mencapai angka 800 juta pada Januari 2018’. Dari hasil survey tersebut, ‘Indonesia menduduki peringkat ke tiga dari 10 negara jumlah pengguna aktif terbesar’ (*WeAreSocial.net* dan *Hootsuite* dalam Databoks, 2018). Dari data tersebut, peluang bisnis atau berpromosi di Indonesia dengan menggunakan media sosial *instagram* akan mempunyai pengaruh yang banyak. Pada bidang perpustakaan dengan banyaknya pengguna media sosial ini di Indonesia akan menjadi peluang sekaligus tantangan bagi perpustakaan.

Beberapa perpustakaan sudah menggunakan media *instagram*. Hasil survey di UK, India dan USA terhadap 497 responden. Hasil survey tersebut menjelaskan

The survey found that over 70% of libraries are using social media tools and 30% of librarians are posting at least daily. These are surprisingly high numbers. Facebook and Twitter are the most popular channels, with increasing interest in visual channels such as Youtube, Flickr, Instagram, Pinterest and Snapchat. Most popular uses were promoting and seeking feedback on library services, resources and activities. (Taylor & Francis dalam McCallum, 2015, hlm. 161)

Dari pernyataan tersebut, perpustakaan di tiga negara yakni UK, India dan USA, sudah 70% menggunakan media sosial sebagai promosi perpustakaan dan salah satunya menggunakan media sosial *instagram*. Hal itu sangat menarik dan menunjukkan bahwa perpustakaan harus mengikuti perkembangan teknologi komunikasi dan informasi (TIK). Namun apakah semua perpustakaan dapat memanfaatkan media *instagram* itu secara maksimal? Salah satu perpustakaan yang telah menggunakan media sosial *instagram* sebagai media promosi adalah Balai Layanan Perpustakaan Grhatama Pustaka Yogyakarta. Hasil penelitian Arimbi (2018) mengenai studi kelayakan penggunaan *instagram* sebagai media

promosi kegiatan perpustakaan menyatakan “kendala dalam mempromosikan kegiatan perpustakaan dengan menggunakan *instagram* yaitu belum adanya inovasi dalam pembuatan kontennya sehingga masih monoton” (Arimbi, 2018, hlm. 118). Berdasarkan hal tersebut, perpustakaan dapat menggunakan media sosial *instagram* namun tentu harus memperhatikan semua hal dalam mempromosikannya. Perpustakaan akan mencapai target dalam mempromosikan perpustakaan apabila dilaksanakan dengan maksimal dan mengetahui berbagai cara atau strategi yang akan mempermudah dalam mempromosikannya menggunakan media *instagram* tersebut.

Dari kondisi dan analisis awal peneliti terhadap akun *instagram Pustakalana* dalam mempromosikan perpustakaan pada media *instagram* ini merupakan suatu bentuk keunikan. Media sosial *instagram Pustakalana* merupakan *instagram* aktif dan konsisten dalam mengelola *instagram* baik itu konten gambar atau informasinya. *Instagram Pustakalana* memiliki jumlah pengikut yang banyak dan dari hasil wawancara terjadi peningkatan *member*, sukarelawan serta permohonan bekerjasama dengan Pustakalana melalui media sosial *instagram* dan yang paling utama alasan Pustakalana tetap melakukan promosi pada media sosial *instagram* adalah untuk mempertahankan statistik dari akun *instagram Pustakalana*. Selain itu melihat dari penelitian terdahulu yakni penelitian Syamsuryadi (2017) yang berjudul “Strategi Pustakawan Mempromosikan Perpustakaan Universitas Fajar Makassar” lebih meneliti mengenai media apa saja yang digunakan oleh perpustakaan dalam mempromosikan perpustakaan. Penelitian Hardiana (2016) yang berjudul “Strategi Promosi Perpustakaan Daerah di Kabupaten Purworejo” lebih membahas mengenai bentuk kegiatan promosi, proses promosi dan hambatannya sehingga perbedaan penelitiannya dengan peneliti yakni bahwa peneliti lebih memfokuskan pada strategi promosi menggunakan media *instagram*. Selain itu perbedaannya terletak pada tempat penelitian dan teori. Terdapat juga penelitian mengenai “Strategi Promosi Penjualan Produk pada Media Sosial *Instagram* (Studi pada Akun *Instagram Gloshop_Stuff*)” oleh Fitri (2015) yang memfokuskan pada strategi penjualan namun dilihat dari komunikasi konsumen yang mana menggunakan teori e-WOM (*Electronic Word of Mouth*). Perbedaan

dengan peneliti yakni terletak teori yang digunakan, tempat dan fokus peneliti adalah mempromosikan jasa perpustakaan bukan promosi penjualan. Selain itu terdapat penelitian dari Soraya (2017) mengenai “*Personal Branding* Laudya Cynthia Bella melalui Instagram (Studi Deskriptif Kualitatif pada Akun Instagram @Bandungmakuta)” yang membahas mengenai bentuk *personal branding* Laudya Cynthia Bella dalam akun instagram @bandungmakuta. Perbedaan penelitian ini terletak pada bentuk promosi yang diambil yaitu *personal branding* pada salah satu toko yang menggunakan media sosial *instagram* sebagai media promosi sehingga teori dan tempat penelitiannya berbeda. Sampai saat ini belum adanya penelitian yang membahas mengenai strategi promosi perpustakaan menggunakan media sosial *instagram*. Hal ini yang menjadi alasan pentingnya mengetahui strategi promosi perpustakaan melalui media *instagram* sehingga diketahui berbagai strategi dalam mempromosikan perpustakaan menggunakan media internet. Penulis berharap dengan adanya penelitian ini akan bermanfaat untuk lembaga perpustakaan yang menggunakan media sosial *instagram* sebagai media promosi agar efektif dan efisien.

1.2 Rumusan Masalah Penelitian

Rumusan masalah penelitian secara umum yakni mengenai “Bagaimana strategi Pustakalana dalam melaksanakan promosi perpustakaan pada media sosial *instagram*?” Adapun peneliti memfokuskan penelitiannya melalui pertanyaan sebagai berikut:

- 1.2.1. Bagaimana strategi promosi media sosial *instagram* Pustakalana *Children’s Library* pada aspek *the anchor*?
- 1.2.2. Bagaimana strategi promosi media sosial *instagram* Pustakalana *Children’s Library* pada aspek *the offer*?
- 1.2.3. Bagaimana strategi promosi media sosial *instagram* Pustakalana *Children’s Library* pada aspek *the visual curator*?
- 1.2.4. Bagaimana strategi promosi media sosial *instagram* Pustakalana *Children’s Library* pada aspek *chemical x*?

1.3 Tujuan Masalah Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan strategi promosi yang dilakukan Pustakalana dengan menggunakan media sosial *instagram* dalam mempromosikan perpustakaan. Secara khusus penelitian ini bertujuan untuk:

- 1.3.1. Mengetahui strategi promosi media sosial *instagram Pustakalana Children's Library* pada aspek *the anchor*.
- 1.3.2. Mengetahui strategi promosi media sosial *instagram Pustakalana Children's Library* pada aspek *the offer*.
- 1.3.3. Mengetahui strategi promosi media sosial *instagram Pustakalana Children's Library* pada aspek *the visual curator*.
- 1.3.4. Mengetahui strategi promosi media sosial *instagram Pustakalana Children's Library* pada aspek *chemical x*.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak terkait dan pihak-pihak yang memiliki perhatian terhadap perkembangan perpustakaan terutama dalam mempromosikan perpustakaan melalui media sosial *instagram*. Beberapa manfaat yang dapat diperoleh yakni:

1.4.1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai strategi promosi perpustakaan terutama promosi perpustakaan pada media sosial *instagram*.

1.4.2. Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian memberikan gambaran nyata bagi:

1) Peneliti

Memberikan pembelajaran dan pengalaman nyata dalam bidang promosi perpustakaan dan pembuatan karya tulis ilmiah.

2) Program Studi Perpustakaan dan Sains Informasi

Konsep promosi perpustakaan sendiri kurang diperdalam dalam mata kuliah Program Studi Perpustakaan dan Sains Informasi sehingga dapat menjadi bahan pertimbangan dan acuan dalam mengembangkan

kajian keilmuan khususnya bentuk strategi promosi perpustakaan menggunakan media terkini.

3) Lembaga Perpustakaan.

Perpustakaan sebagai lembaga sumber informasi seyogianya mengikuti perkembangan zaman terutama dalam mengeksistensikan perpustakaan pada media sosial *instagram*. Diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi rujukan bagi lembaga perpustakaan dalam melaksanakan promosi perpustakaan pada media sosial *instagram*.

4) Pustakalana *Children's Library*

Penelitian ini memuat informasi faktual dalam hal keberhasilan promosi perpustakaan menggunakan media sosial *instagram*. Diharapkan penelitian ini dapat memberikan rekomendasi positif terhadap pelaksanaan promosi Pustakalana *Children's Library* dalam menggunakan media *instagram*.

5) Mahasiswa Program Studi Perpustakaan dan Sains Informasi

Sebagai calon pustakawan, idealnya mahasiswa Perpustakaan dan Sains Informasi mampu memahami mengenai perpustakaan terutama dalam mengeksistensikan perpustakaan. Melalui penelitian ini diharapkan dapat memahami trik dalam mempromosikan perpustakaan melalui media sosial *instagram*.

6) Peneliti selanjutnya

Diharapkan peneliti selanjutnya dapat menganalisis berbagai strategi promosi menggunakan media terkini sesuai perkembangan zaman bahkan mengevaluasinya.

1.5 Struktur Organisasi Penulisan Penelitian

Penulisan skripsi ini terdiri dari lima bab yang secara umum dijelaskan sebagai berikut:

BAB I: memuat (1) latar belakang penelitian. Pada bagian ini dipaparkan mengenai konteks penelitian yang dilakukan. (2) Rumusan masalah penelitian. Bagian ini membahas mengenai identifikasi secara spesifik mengenai permasalahan yang akan diteliti. (3) Tujuan penelitian. Tujuan penelitian berisi

arah penelitian yang tercermin pada rumusan masalah. (4) Manfaat penelitian. Pada bagian ini memberikan gambaran mengenai nilai guna atau kontribusi dari hasil penelitian yang dilakukan tersebut. (5) Struktur organisasi. Bagian ini dipaparkan ringkasan sistematika penulisan skripsi.

BAB II: memuat (1) kajian pustaka. Kajian pustaka ini pada prinsipnya memuat teori, konsep, aturan, filosofi, hukum, ide atau prinsip utama dan turunannya pada bidang yang dikaji. (2) Penelitian terdahulu. Bagian ini membahas perihal penelitian terdahulu yang relevan dengan bidang yang diteliti, baik itu pada prosedur, subjek dan temuannya. (3) posisi teoritis peneliti yang berhubungan dengan masalah yang diteliti.

BAB III: memuat metode penelitian. Metode penelitian yang digunakan bersifat kalitatif sehingga memiliki unsur-unsur yakni (1) desain penelitian, berupa kerangka kerja dalam melakukan penelitian (2) Partisipan dan tempat penelitian, (3) Pengumpulan data, memuat jenis data yang diperlukam, instrumen yang digunakan pada penelitian dan langkah pengumpulan datanya (4) Analisis data, memaparkan mengenai langkah menganalisis data.

BAB IV: memuat temuan dan pembahasan. Pada bab ini memaparkan dua hal utama yakni: (1) temuan penelitian berdasarkan hasil dari penemuan di lapangan, pengolahan dan analisis data dengan berbagai kemungkinan yang dibahas sesuai dengan urutan rumusan masalah penelitian. (2) Pembahasan temuan penelitian yang akan menjawab pertanyaan penelitian yang telah dirumuskan pada rumusan masalah penelitian.

BAB V: memuat simpulan, implikasi dan rekomendasi. Bab ini memaparkan penafsiran dan pemaknaan peneliti terhadap hasil temuan dari penelitian dan memaparkan mengenai hal penting yang dapat berguna dari hasil penelitian tersebut.