

**STRATEGI PROMOSI PERPUSTAKAAN PADA MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM**

(Studi Deskriptif Kualitatif pada Pustakalana *Children's Library*)

SKRIPSI

diajukan untuk memenuhi sebagian dari syarat untuk memperoleh gelar Sarjana
Sains Informasi pada Program Studi Perpustakaan dan Sains Informasi



oleh

Nur Fatimah
NIM 1500797

**PROGRAM STUDI PERPUSTAKAAN DAN SAINS INFORMASI
DEPARTEMEN KURIKULUM DAN TEKNOLOGI PENDIDIKAN
FAKULTAS ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
2019**

STRATEGI PROMOSI PERPUSTAKAAN PADA MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM
(Studi Deskriptif Kualitatif pada Pustakalana *Children's Library*)

oleh
Nur Fatimah

Sebuah skripsi yang diajukan untuk memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh
gelar Sarjana Sains Informasi pada Program Studi Perpustakaan dan Sains
Informasi

© Nur Fatimah 2019
Universitas Pendidikan Indonesia
Agustus 2019

Hak Cipta dilindungi undang-undang.
Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian,
dengan dicetak ulang, difoto kopi, atau cara lainnya tanpa ijin dari peneliti.

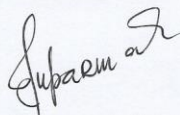
LEMBAR PENGESAHAN

NUR FATIMAH

**STRATEGI PROMOSI PERPUSTAKAAN PADA MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM**
(Studi Deskriptif Kualitatif pada Pustakalana *Children's Library*)

disetujui dan disahkan oleh pembimbing:

Pembimbing I



Dr. Yooke Tjuparmah S. K., M.Pd.
NIP. 19500417 198003 2 001

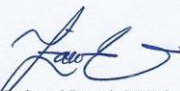
Pembimbing II



Gema Rullyana, M.I.Kom.
NIP. 19881119 201504 1 005

Mengetahui

Ketua Departemen
Kurikulum dan Teknologi Pendidikan,



Dr. Laksmi Dewi, M.Pd.
NIP. 19770613 200112 2 001

Ketua Program Studi
Perpustakaan dan Sains Informasi,



Dr. Riche Cynthia Johan, M.Si.
NIP. 19761115 200112 2 001

ABSTRAK

Nur Fatimah (1500797), Strategi Promosi Perpustakaan pada Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Kualitatif pada Pustakalana *Children's Library*). Skripsi, Program Studi Perpustakaan dan Sains Informasi, Departemen Kurikulum dan Teknologi Pendidikan, Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Pendidikan Indonesia, Bandung (2019).

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh belum maksimalnya penggunaan media sosial *instagram* sebagai media promosi perpustakaan. Berbeda dengan Pustakalana *Children's Library* memanfaatkan media sosial *instagram* sebagai media promosi dengan maksimal. Berdasarkan studi pendahuluan, terdapat keunikan pada promosi media sosial *instagram Pustakalana Children's Library* yaitu merupakan *instagram* aktif dan konten visual dikelola secara konsisten, memiliki jumlah pengikut yang banyak dan terjadi peningkatan *member*, sukarelawan serta tawaran kerja sama melalui media sosial *instagram*, selain itu berpegang untuk mempertahankan statistik *instagram*. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan strategi Pustakalana *Children's Library* dalam melaksanakan promosi perpustakaan pada media sosial *instagram*. Pendekatan yang digunakan adalah kualitatif dengan metode deskriptif. Pemilihan informan menggunakan teknik *purposive sampling*. Pengumpulan data dengan melakukan wawancara, observasi dan studi dokumentasi. Data dianalisis melalui triangulasi teknik yaitu dengan reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan dan verifikasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi Pustakalana *Children's Library* dalam promosi pada media sosial *instagram* adalah melaksanakan aspek *the anchor* yaitu memiliki tujuan, sasaran, *username instagram* sesuai *branding* dan deskripsi profil yang ideal, melaksanakan aspek *the offer* yaitu mempromosikan akun *instagram* melalui media sosial *instagram* dan media lain, melaksanakan aspek *the visual curator* yaitu dengan memiliki strategi pembuatan konten sendiri dan kurator visual, serta aspek *chemical x* atau faktor lain yaitu mengenai alasan pengguna tetap mengikuti *instagram Pustakalana Children's Library* untuk mengetahui informasi agar dapat berkontribusi karena Pustakalana *Children's Library* menerapkan pembelajaran perilaku *operant conditioning*.

Kata Kunci: *instagram*, media sosial, perpustakaan, promosi, strategi.

ABSTRACT

Nur Fatimah (1500797), Library Promotion Strategy in Social Media Instagram (A Qualitative Descriptive Research in Pustakalana Children's Library). Thesis, Library and Information Science Study Program, Department of Curriculum and Education Technology, Faculty of Education, Indonesian University of Education, Bandung (2019).

This research is motivated by use of social media Instagram as a library promotion media is not yet maximum. In contrast to Pustakalana Children's Library has been utilizing social media Instagram maximally as a promotion media. Based on the preliminary study, there is a uniqueness in the promotion of social media Instagram Pustakalana Children's Library which is an active Instagram and visual content managed consistently, has a large number of followers and an increase in members, volunteers and offers of cooperation through social media Instagram, besides holding on to maintain Instagram statistics. This study aims to describe the strategy of the Pustakalana Children's Library in carrying out library promotion on social media Instagram. The approach uses qualitative with descriptive methods. The selection of informants uses purposive sampling technique. Data collection by conducting interviews, observation and of study documentation. Data were analyzed through technical triangulation, namely data reduction, data presentation, drawing conclusions and verification. The results showed that the strategy of the Pustakalana Children's Library in promoting social media in Instagram was to practice the anchor aspects of having the goals, objectives, Instagram username according to branding and profile description ideal, carrying out the offer aspects namely promoting Instagram accounts through social media Instagram and others media, carrying out the visual curator aspect by having its content creation strategy and visual curator, and chemical x aspects or other factors which are about the reasons users keep following Pustakalana Children's Library Instagram is wanting to find out information so they can contribute because Pustakalana Children's Library applies behavioral learning operant conditioning.

Keywords: Instagram, library, promotion, social media, strategy

DAFTAR ISI

JUDUL	
LEMBAR PENGESAHAN	i
PERNYATAAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
UCAPAN TERIMA KASIH	iv
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian	8
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.5. Struktur Organisasi Penulisan Penelitian	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA	12
2.1 Perpustakaan	12
2.1.1 Pengertian dan Jenis Perpustakaan	12
2.1.2 Perpustakaan Khusus	14
2.2 Promosi Perpustakaan.....	16
2.3 Media Sosial <i>Instagram</i>	24
2.4 Promosi pada Media Sosial <i>Instagram</i>	28
2.5 Penelitian Terdahulu	36

BAB III METODE PENELITIAN	38
3.1 Desain Penelitian	38
3.2 Partisipan dan Tempat Penelitian	39
3.2.1 Partisipan	39
3.2.2 Tempat Penelitian	40
3.3 Pengumpulan Data	40
3.3.1 Wawancara	44
3.3.2 Observasi	45
3.3.3 Studi Dokumentasi	46
3.4 Analisis Data	47
3.5 Isu Etik	48
 BAB IV TEMUAN DAN PEMBAHASAN	 49
4.1 Temuan dan Hasil Penelitian	49
4.1.1 Objek Penelitian	49
4.1.2 Subjek Penelitian	52
4.2 Deskripsi Penelitian	53
4.2.1 Strategi Promosi Media Sosial <i>Instagram Pustakalana Children's Library</i> pada Aspek <i>the Anchor</i>	53
4.2.2 Strategi Promosi Media Sosial <i>Instagram Pustakalana Children's Library</i> pada Aspek <i>the Offer</i>	68
4.2.3 Strategi Promosi Media Sosial <i>Instagram Pustakalana Children's Library</i> pada Aspek <i>the Visual Curator</i>	79
4.2.4 Strategi Promosi Media Sosial <i>Instagram Pustakalana Children's Library</i> pada Aspek <i>Chemical x</i>	86
4.3 Pembahasan Temuan Penelitian	90
4.3.1 Strategi Promosi Media Sosial <i>Instagram Pustakalana Children's Library</i> pada Aspek <i>the Anchor</i>	90
4.3.2 Strategi Promosi Media Sosial <i>Instagram Pustakalana Children's Library</i> pada Aspek <i>the Offer</i>	92
4.3.3 Strategi Promosi Media Sosial <i>Instagram Pustakalana Children's Library</i> pada Aspek <i>the Visual Curator</i>	95
4.3.4 Strategi Promosi Media Sosial <i>Instagram Pustakalana Children's Library</i> pada Aspek <i>Chemical x</i>	96

BAB V SIMPULAN, IMPLIKASI DAN REKOMENDASI	99
5.1 Simpulan	99
5.2 Implikasi	101
5.3 Rekomendasi	101
 DAFTAR PUSTAKA	 103

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Kisi-kisi Instrumen	41
Tabel 3.2 Format Pedoman Wawancara	45
Tabel 3.3 Format Pedoman Observasi	46
Tabel 3.4 Format Pedoman Studi Dokumentasi	47
Tabel 4.1 Daftar Partisipan Terlibat	52
Tabel 4.2 Deskripsi Profil <i>Instagram</i>	58
Tabel 4.3 Strategi Pembuatan Konten	80
Tabel 4.4 Konsep Alasan Tetap Mengikuti <i>Instagram Pustakalana</i>	86

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pengguna Internet Berdasarkan Wilayah	5
Gambar 1.2 Layanan yang Diakses	5
Gambar 4.1 Deskripsi Profil <i>Instagram Pustakalana</i>	58
Gambar 4.2 Logo Pustakalana	59
Gambar 4.3 Photo Profil <i>Instagram Pustakalana</i>	59
Gambar 4.4 Konten <i>Instagram Pustakalana</i>	82
Gambar 4.5 Strategi Promosi Pustakalana <i>Children's Library</i> pada Media Sosial <i>Instagram</i>	98

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1

- 1.1 Daftar Riwayat Hidup
- 1.2 Surat Keputusan Pengangkatan Pembimbing
- 1.3 Surat Izin Penelitian
- 1.4 Catatan Kegiatan Bimbingan
- 1.5 Surat Pernyataan *Cek Index Similarity*

Lampiran 2

- 2.1 Kisi-kisi Instrumen
- 2.2 Pedoman Wawancara
- 2.3 Pedoman Observasi
- 2.4 Pedoman Studi Dokumentasi
- 2.5 Format *Member Check* Data Penelitian
- 2.6 Format Catatan Lapangan
- 2.7 Draf Bahan Auditing

Lampiran 3

- 3.1 Hasil Wawancara
- 3.2 Hasil Observasi
- 3.3 Hasil Studi Dokumentasi
- 3.4 Pedoman Pengkodean Sub-Analisis Data
- 3.5 Reduksi Data
- 3.6 Display Data
- 3.7 Hasil *Member Check* Data Penelitian
- 3.8 Hasil Catatan Lapangan

Lampiran 4

- 4.1 Dokumentasi Kegiatan Penelitian

DAFTAR PUSTAKA

1. Buku dan Artikel Jurnal:

- Alwasilah, A.C. (2017). *Pokoknya Kualitatif*. Bandung: Dunia Pustaka Jaya.
- Badan Standar Nasional. (2009). *Standar Nasional Indonesia: Perpustakaan Khusus Instansi Pemerintah (SNI 7496:2009)*. Jakarta: Badan Standar Nasional
- Baskoro, M.I. & Maulidian. (2019). Pelatihan Instagram Marketing untuk Tenant Inkubator Bisnis Trilogi. *Jurdimas*, 2(1), 19-26.
<https://doi.org/10.33330/jurdimas.v2i1.315>
- Hartono. (2016). *Manajemen Sumber Informasi Perpustakaan*. Yogyakarta: Calpulis.
- Jubile Enterprise. (2012). *Instagram untuk Fotografi Digital dan Bisnis Kreatif*. Jakarta: PT Elek Media Komputido.
- Kotler, P., & Keller, K.L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Tiga Belas. Jakarta: Erlangga.
- Lovelock. C., Wirtz, J., & Mussry, J. (2010). *Pemasaran Jasa*. Edisi Tujuh. Jakarta: Erlangga.
- McCallum, I. (2015). Use of social media by the library: Current practices and future opportunities. A white paper from Taylor & Francis. *The Australian Library Journal*, 64(2), 161–162.
<https://doi.org/10.1080/00049670.2015.1040364>
- Miles, J.G., (2014). *Instagram Power: Build your Brand and Reach More Customers with The Power of Pictures*. New York: Mc Graw Hill.
- Moarty, S., Mitchell, N., & Wells, W. (2015). *Advertising*. Jakarta: Kencana.
- Morissan. (2014). *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta. Kencana.
- Mustafa, B. (2009). *Materi Pokok Promosi Jasa Perpustakaan*. Jakarta: Universitas Terbuka.
- Nasrullah, R. (2016). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budata, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Puntoadi, D. (2011). *Menciptakan Penjualan melalui Sosial Media*. Jakarta: Gramedia.
- Ratnasari, R.T., & Aksa, M.H. (2011). *Teori dan Kasus Manajemen Pemasaran Jasa*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Saleh, A.R., & Komalasari, R. (2009). *Materi Pokok Manajemen Perpustakaan*. Jakarta: Universitas Terbuka.
- Sarosa, S. (2012). *Penelitian Kualitatif: Dasar-dasar*. Jakarta: Indeks.

- Sastradipoera, K. (2003). *Manajemen Marketing: suatu pendekatan ramuan marketing*. Bandung: Kappa-Sigma Bandung.
- Satori, D. & Komariah, A. (2014). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Setiyaningrum, A., Uyada, J., & Efendi. (2015). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Shimp, T.A. (2003). *Periklanan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Terpadu*. Jakarta: Erlangga.
- Silalahi, U. (2012). *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: Refika Aditama.
- Soraya, I. (2017). Personal Branding Laudya Cynthia Bella melalui Instagram (Studi Deskriptif Kualitatif pada Akun Instagram @Bandungmakuta). *Jurnal Komunikasi*, 8(2), 30-38. <https://doi.org/10.31294/jkom.v8i2.2654>
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Pendidikan: Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suharyoto. (2014). *Mengenal dan Mengelola Perpustakaan*. Yogyakarta: Naafi' Book Media.
- Suwarno, W. (2010). *Pengetahuan Dasar Perpustakaan*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Tresnawati, Y. & Prasetyo, K. (2018). Pemetaan Konten Promosi Digital Bisnis Kuliner kika's Catering di Media Sosial. *PROfesi Humas*. 3(1), 102-119. <https://doi.org/10.24198/prh.v3i1.15333>
- Umar, H. (2013). *Desain Penelitian Manajemen Strategik: Cara Mudah Meneliti Masalah-masalah Manajemen Strategik*. Jakarta: RajaGrafindo.
- Yo, H. (2017). *Meraih Omset Ratusan Juta Via Instagram: Jualan Online Via Instagram dari Nol*. Yogyakarta: Diandra Kreatif.

2. Peraturan Perundangan:

- Undang - Undang Republik Indonesia Nomor. 43 Tahun 2007. Undang - Undang Republik Indonesia Nomor. 43 Tahun 2007 tentang Perpustakaan. ,
Perpustakaan Nasional Republik Indonesia § (2007).

3. Sumber Online dan Bentuk Lain:

- Arimbi, M. (2018). *Studi Kelayakan Penggunaan Instagram sebagai Media Promosi Kegiatan di Balai Layanan Perpustakaan Grhatama Pustaka Yogyakarta*. (Skripsi). UIN Sunan Kalijaga, Yogyakarta.
- Databoks. (2018). Berapa Pengguna Instagram dari Indonesia? *Kata Data*, (Jan), 1–15. Retrieved from <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/02/09/berapa-pengguna-instagram-dari-indonesia>

- Fitri, I.K. (2015). *Strategi Promosi Penjualan Produk pada Media Sosial Instagram*. (Skripsi). Universitas Lampung, Lampung.
- Hardianan, N. (2016). *Strategi Promosi Perpustakaan Daerah di Kabupaten Purworejo*. (Skripsi). Universitas Negeri Yogyakarta, Yogyakarta.
- Indonesia, A. P. J. I. (2018). *Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet Indonesia*. Apjii.
- Kiranasari, B. (2014). *Faktor-faktor yang Menentukan Online Seller Memilih Situs Jejaring Instagram sebagai Media Promosi Online Shop*. (Skripsi). Universitas Atma Jaya Yogyakarta, Yogyakarta.
- Kurniasih, N. (2016). Optimalisasi Penggunaan Media Sosial untuk Perpustakaan. *Makalah Seminar Nasional "Komunikasi, Informasi, Dan Perpustakaan Di Era Global,"* 1–9. Retrieved from https://www.academia.edu/27643549/Optimalisasi_Penggunaan_Media_Sosial_untuk_Perpustakaan
- Perpustakaan Nasional Republik Indonesia. (2019). *Rekapitulasi Jumlah Perpustakaan Tahunan*. Retrieved from <http://pemetaan.perpusnas.go.id/laporanumum/rekapPerpus>
- Rahma, N.M. (2015). Strategi Peningkatan Minat Baca Anak (Studi pada Ruang Baca Anak Perpustakaan Umum dan Arsip Daerah Kota Malang). *Jurnal Administrasi Publik*, 3(5), 763-769. Retrieved from <http://administrasipublik.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jap/article/view/862>
- Ridlo, M. R. (2018). Pemanfaatan Layanan Anak pada Dinas Perpustakaan dan Arsip Provinsi Sumatera Utara. *Jurnal Net. Library and Information*. 1(1), 57–61. Retrieved from <http://e-journal.sari-mutiara.ac.id>
- Santoso, A.P., Baihaqi, I., & Persada, S.F. (2017). Pengaruh Konten Post Instagram terhadap Online Engagement: Studi Kasus pada Lima Merek Pakaian Wanita. *Jurnal Teknik ITS*, 6(1), 217-221. Retrieved from <https://www.neliti.com/publications/193101/pengaruh-konten-post-instagram-terhadap-online-engagement-studi-kasus-pada-lima>
- Surijah, E.A. dkk. (2017). Membedah Instagram: Analisis Isi Media Sosial Pariwisata Bali. *Intuisi: Jurnal Psikologi Ilmiah*, 9(1), 1-17. Retrieved from <https://journal.unnes.ac.id/nju/index.php/INTUISI/article/view/9560>
- Syamsuryadi. (2017). *Strategi Pustakawan Mempromosikan Perpustakaan Universitas Fajar Makasar*. (Skripsi). Universitas Makasar, Makasar.