

Optimalisasi Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Peprustakaan Umum Kabupaten Deli Serdang

Agustina Saragih^{1*}, Irwansyah²

¹Ilmu Perpustakaan, UIN Sumatera Utara, Medan Tuntungan, Indonesia

²Sosiologi Agama, UIN Sumatera Utar, Medan Tuntungan, Indonesia

*email Corresponding Author: agustina0601201011@uinsu.id

Abstract

Instagram, as a social media platform is a digital tool that facilitates users to share, interact, and connect with others online. Instagram is known as a mobile application where users can publish photos and videos with additional text, and allows other users to like, comment, and engage in interaction on each post. Utilizing Instagram social media as a medium for library promotion is a step that libraries can take in the midst of increasingly rapid technological developments. By optimizing promotion through Instagram social media, the library is expected to provide information that is fast and easy to know. This research uses a qualitative method with a descriptive approach. The data collection technique was carried out by observation, interview and documentation. The purpose of this research is to provide an optimization strategy for Instagram social media as a means of promoting the public library of deli serdang district.

Keywords: Instagram; Social Media; Library Promotion

Abstrak

Instagram, sebagai platform media sosial adalah sebuah alat digital yang memfasilitasi pengguna untuk berbagi, berintraksi, dan terhubung dengan orang lain secara daring. Instagram di kenal sebagai aplikasi mobile di mana pengguna dapat mempublikasikan foto dan video dengan tambahan teks, serta memungkinkan pengguna lain untuk memberikan like memberikan komentar, dan terlibat dalam intraksi pada setiap postingan. Memanfaatkan media sosial Instagram sebagai media promosi perpustakaan merupakan langkah yang dapat di lakukan perpustakaan di tengah perkembangan teknologi yang semakin pesat. Dengan mengoptimalkan promosi melalui media sosial Instagram perpustakaan diharapkan dapat memberikan informasi yang cepat dan mudah untuk diketahui. Adapun penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Teknik pengumpulan data nya dilakukan dengan observasi, wawancara serta dokumentasi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memberi strategi optimalisasi media sosial Instagram sebagai sarana promosi perpustakaan umum kabupaten deli serdang.

Kata Kunci: Media Sosial; Instagram; Promosi Perpustakaan

1. Pendahuluan

Optimalisasi atau pengoptimalan media sosial Instagram sebagai sarana promosi perpustakaan penting dilakukan karena Instagram memiliki basis pengguna yang besar dan beragam, termasuk didalam nya kalangan anak muda. Dengan pengoptimalan yang tepat, perpustakaan dapat menjangkau pengikut yang lebih banyak dan meningkatkan kesadaran terkait layanan kegiatan perpustakaan. Fitur-fitur seperti stories dan IGTV memungkinkan perpustakaan untuk mempromosikan acara, workshp dan kegiatan yang dilakukan oleh perpustakaan dengan cara yang lebih dinamis dan menarik. Hal ini nantinya membantu dalam menarik perhatian lebih banyak pengunjung atau pengguna perpustakaan (Latif., 2022).

Instagram memberikan platform bagi pengguna untuk membagikan foto dan video secara publik serta mengirim pesan melalui direct message. Karena kemampuannya yang luas, Instagram menjadi salah satu pilihan utama pengguna dalam berbagi momen melalui aplikasi tersebut. Kehadiran berbagai jenis media sosial yang gratis dan beragam membuat penggunaan media sosial menjadi hal yang umum dalam kehidupan sehari-hari (thea, 2021).

Keterjangkauan nya yang mudah dan tanpa perlu memiliki keterampilan khusus adalah faktor yang membuatnya dapat diakses oleh hampir semua orang. Seiring dengan keunggulan tersebut, jumlah pengguna media sosial terus meningkat. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi pada era ini menuntut individu untuk terus memperbarui pengetahuan dan keterampilan mereka agar tetap relevan. Hal ini juga merupakan tantangan bagi perpustakaan yang harus terus beradaptasi dengan perkembangan teknologi tersebut agar tetap dapat memberikan layanan yang bermanfaat bagi pengguna (zulaikha, 2023).

Perpustakaan memiliki peran penting dalam menyediakan akses kepada informasi, yang merupakan fondasi bagi peningkatan kecerdasan masyarakat. Sesuai dengan peraturan UU

Republik Indonesia Nomor 43 tahun 2007 tentang perpustakaan dinyatakan bahwa pengembangan perpustakaan merupakan upaya peningkatan sumber daya pelayanan dan pengelolaan perpustakaan, baik dari segi kuantitas ataupun kualitas. Pengembangan perpustakaan yang dimaksud disini adalah dilakukan berdasarkan karakteristik fungsi dan tujuan serta dilakukan sesuai dengan kebutuhan pemustaka dan Masyarakat dengan memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi. Maka pengembangan perpustakaan merupakan langkah startegis yang harus dilakukan oleh setiap perpustakaan demi memajukan organisasi dan instansi. Sebagian besar perpustakaan telah memanfaatkan dan menyediakan layanan dengan teknologi canggih. Namun, penting untuk diingat bahwa tantangan utama bukan hanya sejalan dengan perkembangan perpustakaan, tetapi juga dalam mengikuti perubahan yang terjadi. Berbagai aplikasi media sosial dan internet memungkinkan individu dari berbagai tempat dan posisi untuk berinteraksi secara bersamaan, semakin mengglobal (ikojaodongo, 2019).

Pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi menjadi salah satu aspek penting yang harus diperhatikan secara seksama dalam proses memajukan perpustakaan tersebut. Perpustakaan harus mampu beradaptasi dengan setiap kemajuan teknologi. Interaksi media sosial saat ini menjadi salah satu cara termudah bagi masyarakat yang sibuk untuk mendapatkan informasi apapun, tidak hanya mengenai kejadian terkini namun juga mengenai liputan media. Dengan demikian, penggunaan media sosial khususnya instagram dapat menjadi media untuk menarik minat kunjung pemustaka atau masyarakat serta mempromosikan perpustakaan dengan menampilkan konten video atau mini vlog perpustakaan (sandy, 2021). Promosi perpustakaan ini diharapkan membawa dampak positif nantinya, memberikan informasi yang cepat dan mudah untuk setiap pengikut di Instagram. Selain itu, melakukan promosi melalui media sosial Instagram dapat menarik kunjungan pemustaka atau masyarakat ke Perpustakaan Umum Kabupaten Deli Serdang.

Perpustakaan Umum Kabupaten Deli Serdang adalah sebuah perpustakaan yang terletak di Kw. Pemerintahan Deli Serdang, Jl. Mawar No. 5, Tj. Garbus Satu, Kec. Lubuk Pakam, Kabupaten Deli Serdang, Sumatera Utara 20551. Layaknya perpustakaan pada umumnya, Perpustakaan ini memiliki beberapa fasilitas layanan bagi penggunanya seperti layanan anak, layanan umum, layanan digital, WIFI, tempat baca umum, ruang rapat dan perpustakaan keliling. Dengan beragamnya layanan yang tersedia di Perpustakaan Umum Kabupaten Deli Serdang tentunya dapat memenuhi kebutuhan pengguna. Akan tetapi, pada keberadaan Perpustakaan Umum Kabupaten Deli Serdang kurang diketahui oleh masyarakat. Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti, diketahui bahwasanya masih banyak masyarakat yang belum mengetahui sama sekali terkait keberadaan Perpustakaan Umum Kabupaten Deli Serdang. Bahkan terdapat pula sebagian masyarakat yang baru mengetahui adanya Perpustakaan Umum Kabupaten Deli Serdang.

Berdasarkan hasil observasi peneliti di laman sosial media Instagram perpustakaan umum kabupaten deli serdang, Promosi yang dilakukan masi belum mengikuti tren konten yang menarik dan banyak digunakan oleh kalangan orang saat ini. Maka dari itu, melakukan pengoptimalan atau optimalisasi media sosial Instagram sebagai media promosi perpustakaan perlu dilakukan dan terus ditingkatkan. Pengoptimalan promosi melalui media sosial Instagram adalah proses memanfaatkan platform Instagram secara efektif untuk meningkatkan visibilitas, keterlibatan, dan daya tarik perpustakaan kepada audiens yang lebih luas. Ini melibatkan penggunaan berbagai fitur dan alat yang tersedia di Instagram untuk mempromosikan layanan, koleksi, dan acara perpustakaan dengan cara yang menarik dan interaktif (thea, 2021). Optimalisasi media sosial Instagram dapat dilakukan dengan membuat konten yang lebih sesuai dengan perkembangan tren saat ini. Ini dapat dilakukan dengan bantuan dari platform aplikasi lain seperti Capcut. Aplikasi ini memungkinkan untuk membuat konten yang lebih menarik.

2. Tinjauan Pustaka

1) Media Sosial Instagram

Media sosial adalah konten daring yang dibuat menggunakan teknologi penerbitan yang sangat mudah diakses dan dapat diukur. Yang paling penting dari teknologi ini adalah perubahan dalam cara orang memperoleh informasi, membaca dan berbagi berita serta mencari konten dan informasi (Al-samarraie, 2020). Media sosial merupakan jenis media yang dirancang untuk memfasilitasi interaksi sosial manusia melalui internet dan teknologi web. Istilah media sosial terdiri dari dua kata, yaitu "media" yang merujuk pada alat komunikasi, dan "sosial" yang mengacu pada kegiatan sosial individu yang berkontribusi pada masyarakat. Media sosial adalah bentuk media daring yang memungkinkan interaksi sosial menggunakan teknologi web yang memungkinkan komunikasi menjadi dialog interaktif. Menurut Mayfield, media sosial dapat didefinisikan sebagai pemahaman terbaik dari jenis baru media daring yang mencakup karakteristik-karakteristik sebagai berikut:

a. Partisipasi

Sosial media mendorong kontribusi serta umpan balik dari setiap orang yang tertarik. Hal ini mengaburkan batasan antara media dan manusia.

b. Keterbukaan

Layanan media sosial terbuka untuk umpan balik dan partisipasi serta mendorong untuk memilih komentar dan berkomunikasi.

- c. Komunitas
Media sosial dapat membentuk komunitas atau organisasi dengan cepat
- d. Konektivitas
Media sosial kebanyakan berkembang pada keterhubungan ke situs-situs, sumber-sumber dan orang lain.

Salah satu contoh media sosial yang sering digunakan adalah media sosial instagram. Instagram sebagai platform media sosial adalah sebuah alat digital yang memfasilitasi pengguna untuk berbagi, berinteraksi, dan terhubung dengan orang lain secara daring. Instagram dikenal sebagai aplikasi mobile dimana pengguna dapat mempublikasikan foto dan video dengan tambahan teks, serta dapat membuat pengguna lain untuk memberikan tanda suka, memberikan komentar dan terlibat dalam interaksi pada setiap postingan. Platform media sosial ini terkenal karena pertumbuhannya yang cepat dengan jumlah pengguna yang terus bertambah. Penggunaan media sosial instagram memberikan dampak yang berbeda terhadap suasana hati pengguna dibandingkan dengan postingan media sosial lain yang berfokus pada teks seperti facebook dan twitter.

2) Promosi Perpustakaan

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) promosi berarti perkenalan dalam rangka memajukan usaha, dagang dan sebagainya. Promosi adalah upaya untuk menginformasikan tentang suatu produk, baik itu barang maupun jasa, dengan tujuan meningkatkan penjualan atau popularitas produk tertentu. Biasanya promosi dilakukan melalui media cetak seperti brosur, pamflet atau banner yang dipasang ditempat umum. Namun dengan kemajuan teknologi dan informasi promosi dilakukan melalui berbagai jenis media baik cetak maupun digital yang termasuk didalamnya media sosial seperti facebook, instagram, twitter dan lainnya (Saepudin, 2019). Promosi perpustakaan sendiri merupakan aktivitas untuk memperkenalkan perpustakaan kepada masyarakat, termasuk pemustaka dan calon pemustaka dari segi fasilitas, koleksi, jenis layanan dan manfaat yang dapat diperoleh.

Mempromosikan perpustakaan mengacu pada upaya sistematis dan terarah untuk meningkatkan kesadaran, pemahaman, dan pemanfaatan layanan serta sumber daya harian yang ditawarkan oleh perpustakaan. Hal ini melibatkan berbagai kegiatan dan strategi yang bertujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat, meningkatkan loyalitas pengguna, dan membina ikatan yang lebih kuat dengan masyarakat. Melalui promosi, perpustakaan dapat menyoroti nilai dan manfaat yang ditawarkan kepada individu dan kelompok dalam masyarakat. Tujuan dari promosi perpustakaan adalah untuk memastikan bahwa masyarakat umum memiliki akses ke sumber daya dan layanan yang tersedia dan untuk mendorong penggunaan perpustakaan yang lebih aktif dan partisipatif (Maharan, 2022). Hal ini juga sangat penting untuk meningkatkan tingkat penyebaran perpustakaan sebagai sumber informasi, pendidikan, dan komunitas. Jenis-jenis promosi perpustakaan yang dapat dilakukan antara lain:

- a. Promosi melalui pengunjung
Melakukan promosi kepada pengunjung perpustakaan seperti melalui brosur, flyer dan daftar koleksi yang diberikan kepada pengguna perpustakaan.
- b. Promosi melalui media elektronik
Menggunakan website, email, dan media sosial untuk menginformasikan kegiatan dan koleksi perpustakaan.
- c. Promosi melalui kegiatan
Menggunakan hubungan publik (humas) untuk menginformasikan masyarakat tentang perpustakaan dan melakukan promosi kepada grup tertentu.
- d. Promosi melalui kegiatan
Melakukan kegiatan seperti pameran perpustakaan, seminar, lomba membaca, dan lomba pidato untuk menarik perhatian masyarakat dan membuat mereka lebih tertarik.

3. Metodologi

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Dimana metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif dapat memberikan gambaran secara rinci terkait kondisi atau situasi dalam suatu konteks. Hal ini tentu terkait dengan Optimalisasi Penggunaan Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Dalam Menarik Minat Kunjungan Ke Perpustakaan Umum Kabupaten Deli Serdang.

Adapun Informan dalam penelitian ini yakni ibu Eis sebagai salah satu staf pustakawan layanan di Perpustakaan Umum Kabupaten Deli Serdang. Wawancara dengan informan dilakukan pada tanggal 17 Mei 2024. Hasil dari wawancara bersama informan ini yang menjadi data untuk kepentingan penelitian.

Lokasi Perpustakaan Umum Kabupaten Deli Serdang terletak di Kw. Pemerintahan Deli Serdang, Jl. Mawar No. 5, Tj. Garbus Satu, Kec. Lubuk Pakam, Kabupaten Deli Serdang,

Sumatera Utara 2055. Untuk teknik pengumpulan data nya, peneliti melakukan nya dengan cara observasi atau pengamatan langsung, wawancara dan dokumentasi kepada pustakawan yang menjadi informan pada penelitian ini.

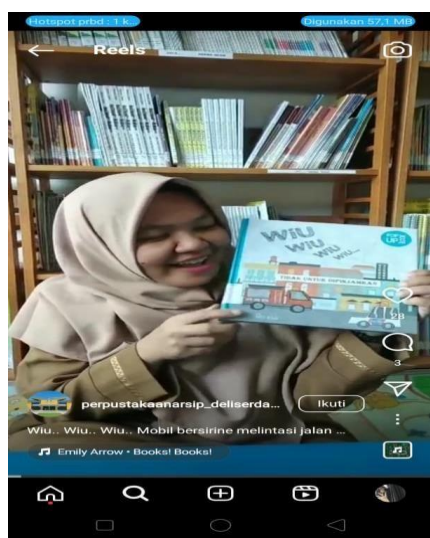
4. Hasil dan Pembahasan

Perpustakaan umum kabuapten deli serdang telah melakukan promosi perpustakaan melalui media sosial Instagram sudah dimulai dari tahun 2019. Promosi melalui media sosial Instagram ini dilakukan seiring dengan perkembangan teknologi yang semakin pesat. Maka dari itu perpustakaan pun harus mampu mengikuti arus perkembangan yang ada saat ini agar keberadaannya selalu mampu memberikan manfaat untuk pemustaka atau masyarakat dalam memenuhi kebutuhan informasi (Yulianti, 2022). Dengan menggunakan fitur interaktif dan konten yang menarik secara visual, perpustakaan dapat menciptakan hubungan yang lebih akrab dengan masyarakat dan meningkatkan kesadaran akan pentingnya perpustakaan sebagai sumber informasi dan pendidikan (Wasisto, 2024). Melakukan promosi perpustakaan melalui media sosial juga merupakan bagian untuk mengikuti tren yang ada pada saat itu, dimana awalnya promosi yang dilakukan perpustakaan umum kabupaten deli serdang menggunakan browsur dan website lalu beralih ke pemanfaatan media sosial Instagram.

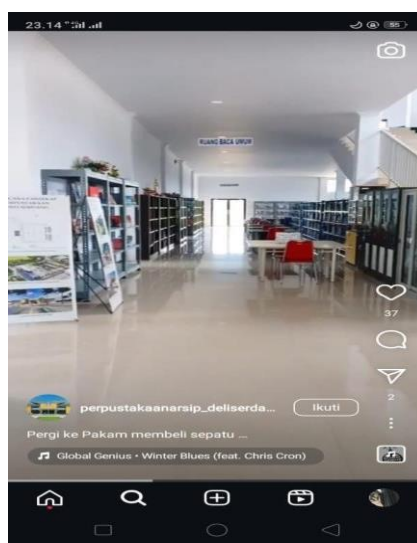
Perpustakaan umum kabupaten deli serdang dalam perkembangannya memberikan layanan informasi telah sampai pada penggunaan media sosial Instagram sebagai sarana untuk mempromosikan perpustakaan. Promosi yang dilakukan oleh perpustakaan melalui media sosial Instagram terasa kurang efektif dan aktif. Ini terlihat dari konten-konten yang di upload di sosial media Instagram perpustakaan. Namun bukan berarti semua konten yang dibuat tidak dapat menarik perhatian pengguna Instagram untuk mengunjungi dan memanfaatkan layanan yang tersedia di Perpustakaan.

Berdasarkan yang telah di sampaikan oleh informan dalam penelitian ini yakni ibu Eis mengatakan bahwa masih ada beberapa konten promosi yang disukai oleh pengikut di Instagram. Ini dapat di lihat dari insight Instagram. Insight Instagram adalah fitur yang menyediakan data analitik tentang performa profil dan postingan Instagram. Selain insight Instagram juga dapat membantu dalam memahami preferensi pola keterlibatan pengikut, mengukur efektifitas promosi dan mengidentifikasi konten yang paling banyak disukai pengikut instagram. Adapun konten yang berhasil menarik minat kunjung pemustaka ke Perpustakaan Umum Kabupaten Deli Serdang yakni konten layanan anak, konten koleksi bahan pustaka dan layanan ruangan-ruangan yang tersedia di perpustakaan. Konten promosi layanan anak sendiri nampaknya menjadi acuan dari keberhasilan perpustakaan dalam melakukan promosi melalui media sosial Instagram. Ini dikarenakan setiap minggu nya banyak sekolah yang datang untuk mengunjungi layanan anak dan membuat kegiatan di perpustakaan. Pengunjung yang datang ke layanan anak biasanya dari sekolah dasar dan PAUD atau taman kanak-kanak.

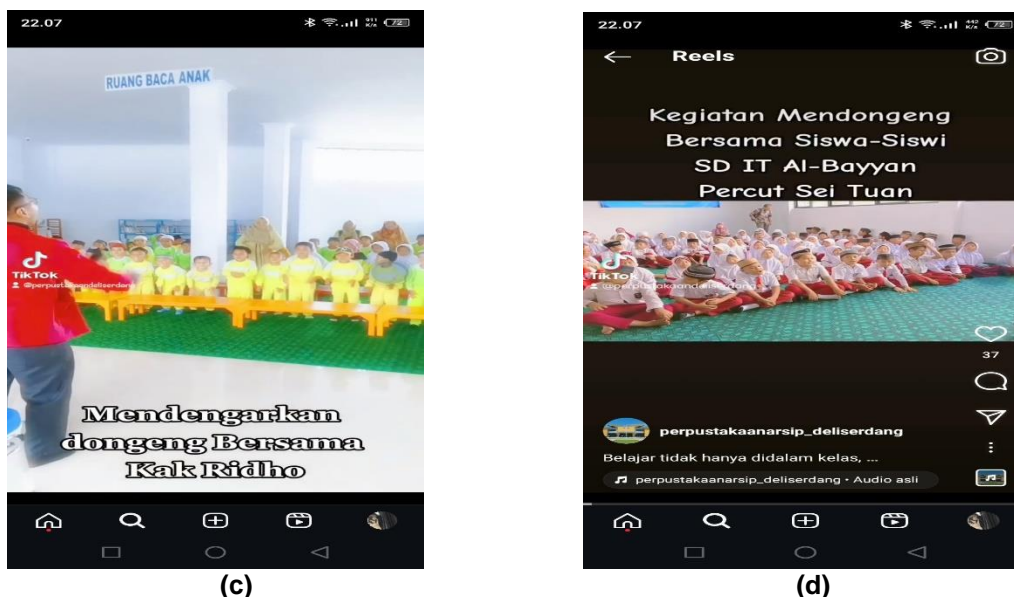
Gambar 1 berikut merupakan beberapa contoh konten promosi perpustakaan yang ada dilaman Instagram Perpustakaan Umum Kabupaten Deli Serdang



(a)



(b)



Gambar 1. The DIBL trend for MOSFET

Berdasarkan gambar diatas, terlihat postingan yang ada di laman perpustakaan tidak begitu menarik. Hal ini dikarena kan kurangnya tim khusus untuk mengelola akun media sosial Instagram tersebut. Seperti yang disampaikan oleh informan dalam penelitian ini yakni ibu Euis yang mengatakan bahwa terdapat beberapa hambatan dalam optimalisasi atau pengoptimalan media sosial Instagram sebagai sarana promosi perpustakaan seperti waktu, sumber daya manusia, dan ide kreatif. Menurut peneliti pengoptimalan media sosial Instagram yang dapat terus diupayakan Perpustakaan Umum Kabupaten Deli Serdang dengan segala keterbatasan ini dapat dilakukan dengan beberapa cara diantara nya:

- 1) Membuat konten menarik
Pustakawan pengelola media sosial Instagram dapat memanfaatkan platform aplikasi Capcut untuk mengedit video dengan cepat dan anti gagal. Capcut adalah aplikasi pengeditan video yang dikembangkan oleh ByteDance perusahaan teknologi tiongkok. Capcut memungkinkan pengguna untuk membuat video pendek dengan berbagai efek, transisi, dan music secara gratis. Aplikasi ini sering menjadi tujuan utama anak zaman sekarang untuk mengedit video seperti vlog, video musik, video promosi serta video pendek untuk platform media sosial seperti Tiktok, Instagram dan YouTube.
- 2) Konten edukasi
Membuat konten yang menyadarkan pemustaka atau masyarakat tentang pentingnya literasi untuk mencerdaskan generasi. Menumbuhkan kesadaran sejak dini tentang pentingnya literasi harus dilakukan agar anak-anak tidak lari dari nilai-nilai pendidikan. Literasi bukan hanya tentang kemampuan dasar dalam membaca dan menulis, tetapi juga tentang kemampuan untuk memahami, mengekspresikan, dan menganalisis informasi dari berbagai bentuk yang di dapat.
- 3) Interaksi dengan pengikut
Pengelola media sosial hendaknya membalas komentar dan pesan agar aktif berinteraksi dengan pengikut untuk membangun komunitas, selain itu dapat juga membuat ajakan bertanya seperti menggunakan caption atau story instagram untuk mengundang pengikut berpartisipasi dalam diskusi atau mengajukan pertanyaan, dan terakhir adakan kontes atau giveaway untuk meningkatkan keterlibatan dan menarik pengikut baru.
- 4) Kerjasama dan kolaborasi
Melakukan kerjasama dengan influencer atau blogger buku dan dinas pendidikan untuk menjangkau audiens yang lebih luas.
- 5) Analisis dan penyesuaian
Hal ini dilakukan dengan statistik instagram insights untuk memantau kinerja konten dan memahami apa yang paling diminati audiens. Berdasarkan data yang diperoleh, pengelola media sosial isntagram dapat terus sesuaikan strategi promosi agar lebih efektif kedepannya.

Dengan melakukan pengoptimalan media sosial Instagram, perpustakaan dapat memanfaatkan potensi platform ini dengan sebaik-baik nya untuk mencapai tujuan promosi perpustakaan secara lebih efektif dan efisien. Mengingat bahwa dari beberapa konten yang di posting di akun Instagram Perpustakaan Umum Kabupaten Deli Serdang mendapat viewers tayangan yang cukup banyak dan keberhasilan konten layanan anak yang selalu ramai peminat.

5. Simpulan

Berdasarkan hasil dari penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa optimalisasi media sosial Instagram adalah strategi yang efektif untuk promosi perpustakaan umum di Kabupaten Deli Serdang. Instagram memungkinkan perpustakaan menjangkau audiens yang lebih luas, serta meningkatkan keterlibatan komunitas melalui konten visual yang menarik dan informatif. Implementasi praktik terbaik seperti pembaruan konten yang konsisten, penggunaan hashtag yang tepat, dan interaksi aktif dengan pengikut terbukti meningkatkan visibilitas dan daya tarik perpustakaan. Evaluasi rutin terhadap performa Instagram perlu dilakukan untuk menyesuaikan strategi promosi dan memastikan pencapaian tujuan perpustakaan dalam menarik lebih banyak pengunjung dan meningkatkan partisipasi dalam kegiatan perpustakaan.

Disarankan agar perpustakaan umum di Kabupaten Deli Serdang melakukan pelatihan untuk staf mengenai manajemen media sosial dan pembuatan konten, serta mengembangkan strategi konten yang lebih inovatif sesuai tren yang sedang berkembang. Dengan pendekatan ini, perpustakaan diharapkan dapat memanfaatkan potensi Instagram secara maksimal dan memperkuat perannya sebagai pusat informasi dan kegiatan budaya di daerah.

Referensi

- [1] Nadhifa Fitri Utami & Nova Yulianti. (2022). "Pemanfaatan Media Sosial Instagram sebagai Media Informasi". Bandung Conference Series : Public Relations.
- [2] Nuning Kurniasih. (2016). "Optimalisasi Penggunaan Media Sosial untuk Perpustakaan".UNPAD.
- [3] Akhy Abdul Latif. (2022). "Rancangan penerapan strategi promosi melalui instagram di perpustakaan (Action Research Tentang Strategi Promosi Perpustakaan melalui Instagram di Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Daerah Kota Tasikmalaya". Nautical : Jurnal Ilmiah Multidisiplin.
- [4] Putri Wijayanti & Joko Wasisto. (2024). "Evaluasi Pemanfaatan Instagram @perpustakaanprovjateng sebagai Media Promosi Perpustakaan Provinsi Jawa Tengah". ANUVA.
- [5] Serly Maretno & Marlina. (2021). "Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Perpustakaan". Baitul 'Ulum: Jurnal Ilmu Perpustakaan dan Informasi.
- [6] Yovita Melamanda & Yona Primadesi. (2022). " Promosi Perpustakaan Melalui Media Sosial Instagram Di Dinas Perpustakaan Dan Kearsipan Kabupaten Lima Puluh Kota". Info Bibliotheca : Jurnal Perpustakaan Dan Ilmu Informasi.
- [7] Sandy, wahyu kurnia & edy mulyantomo. (2021). "analisis minat kunjung pemustaka di dinas arsip dan perpustakaan daerah kota semarang". Information science and library.
- [8] Cantika Tasti Oktarisa (2023). "Penggunaan Instagram Sebagai Media Promosi Perpustakaan Universitas Gadjah Mada". Jimr: Journal Of International Multidiciplinary Research, Volume 2 Nomor 02. Desember 2023.
- [9] Diva Thea Theodora Ismail (2021). "Analisis Elemen AIDA Pada Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Perpustakaan di Dinas Arsip dan Perpustakaan Kabupaten Bandung". Palimpsest: Journal of Information and Library Science Vol 12, Issue 1, 2021, page 37-47.
- [10] Sarah Wulan Dari1 & Sri Rohyanti Zulaikha (2023). "Pengaruh promosi perpustakaan melalui media sosial instagram terhadap minat kunjung pemustaka di Perpustakaan Universitas Mercu Buana Yogyakarta". Al-Kuttab: Jurnal Kajian Perpustakaan, Informasi dan Kearsipan, Vol. 5 No.1 Juni.
- [11] Alfina Maharani. (2022). "Faktor Pendorong Minat Kunjungan Mahasiswa Terhadap Perpustakaan Nasional". Bibliotika: Jurnal Kajian Perpustakaan Dan Informasi Volume 6 Nomor 2, Tahun 2022, Hal 179-190.
- [12] Nasrullah R. (2017) Media sosial: Perspektif, budaya dan sosio teknologi Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- [13] Amara Derlika & Saepudin E (2019). Kegiatan promosi perpustakaan melalui Instagram kaitannya dengan perubahan sikap followers Jurnal Pustaka Budaya, 6(2): 12-21. [Accessed 14 Januari 2021]. DOI: 10.31849/pb.v6i2.3183.
- [14] Sandy, Wahyu Kurnia, and Edy Mulyantomo. (2021). "Analisis Minat Kunjung Pemustaka Di Dinas Arsip Dan Perpustakaan Daerah Kota Semarang." Information Science and Library 2 (1): 29–36. <https://journals.usm.ac.id/index.php/jisl/article/view/3203>.
- [15] Tousignant, M., & Hamel, A. (2021). A content analysis of academic libraries' Instagram posts: Communicating values and identity. Journal of Librarianship and Information Science, 53(1), 92-103.
- [16] Zhang, C., & Zhang, L. (2020). Social media marketing in university libraries: A case study of Sina Weibo and WeChat in China. Library Management, 41(8/9), 575-587.
- [17] Al-Samarraie, H., Ghazal, S., & Alzahrani, A. I. (2020). Instagram as a social media platform for libraries: A bibliometric analysis. The Electronic Library, 38(1), 104-120.
- [18] Kaliisa, R., & Ikoja-Odongo, R. (2019). Social media use for information sharing in public libraries: A study of selected libraries in Uganda. Library Management, 40(8/9), 611- 624.

- [19] Nadhifa Fitri Utami & Nova Yulianti. (2022). "Pemanfaatan Media Sosial Instagram sebagai Media Informasi". Bandung Conference Series : Public Relations.
- [20] Nuning Kurniasih. (2016). "Optimalisasi Penggunaan Media Sosial untuk Perpustakaan".UNPAD.
- [21] Akhy Abdul Latif. (2022). "Rancangan penerapan strategi promosi melalui instagram di perpustakaan (Action Research Tentang Strategi Promosi Perpustakaan melalui Instagram diDinas Perpustakaan dan Kearsipan Daerah Kota Tasikmalaya". Nautical : Jurnal Ilmiah Multidisiplin.
- [22] Putri Wijayanti & Joko Wasisto. (2024). "Evaluasi Pemanfaatan Instagram@perpustakaanprovjateng sebagai Media Promosi Perpustakaan Provinsi Jawa Tengah". ANUVA.
- [23] Serly Maretno & Marlini. (2021). "Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Perpustakaan". Baitul 'Ulum: Jurnal Ilmu Perpustakaan dan Informasi.
- [24] Yovita Melamanda & Yona Primadesi. (2022). " Promosi Perpustakaan Melalui Media Sosial Instagram Di Dinas Perpustakaan Dan Kearsipan Kabupaten Lima Puluh Kota". Info Bibliotheca : Jurnal Perpustakaan Dan Ilmu Informasi.
- [25] Sandy, wahyu kurnia & edy mulyantomo. (2021). "analisis minat kunjung pemustaka di dinas arsip dan perpustakaan daerah kota semarang". Information science and libray.
- [26] Cantika Tasti Oktarisa (2023). "Penggunaan Instagram Sebagai Media Promosi Perpustakaan Universitas Gadjah Mada". Jimr: Journal Of International Multidiciplinary Research, Volume 2 Nomor 02. Desember 2023.
- [27] Diva Thea Theodora Ismail (2021). "Analisis Elemen AIDA Pada Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Perpustakaan di Dinas Arsip dan Perpustakaan Kabupaten Bandung". Palimpsest: Journal of Information and Library Science Vol 12, Issue 1, 2021, page 37-47.
- [28] Sarah Wulan Dari1 & Sri Rohyanti Zulaikha (2023). "Pengaruh promosi perpustakaan melalui media sosial instagram terhadap minat kunjung pemustaka di Perpustakaan Universitas Mercu Buana Yogyakarta". Al-Kuttab: Jurnal Kajian Perpustakaan, Informasi dan Kearsipan, Vol. 5 No.1 Juni.
- [29] Alfina Maharani. (2022). "Faktor Pendorong Minat Kunjungan Mahasiswa Terhadap Perpustakaan Nasional". Bibliotika: Jurnal Kajian Perpustakaan Dan Informasi Volume 6 Nomor 2, Tahun 2022, Hal 179-190.
- [30] Nasrullah R. (2017) Media sosial: Perspektif, budaya dan sosio teknologi Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- [31] Amara Derlika & Saepudin E (2019). Kegiatan promosi perpustakaan melalui Instagram kaitannya dengan perubahan sikap followers Jurnal Pustaka Budaya, 6(2): 12-21. [Accessed 14 Januari 2021]. DOI: 10.31849/pb.v6i2.3183.
- [32] Sandy, Wahyu Kurnia, and Edy Mulyantomo. (2021). "Analisis Minat Kunjung Pemustaka Di Dinas Arsip Dan Perpustakaan Daerah Kota Semarang." Information Science and Library 2 (1): 29–36. <https://journals.usm.ac.id/index.php/jisl/article/view/3203>.
- [33] Tousignant, M., & Hamel, A. (2021). A content analysis of academic libraries' Instagram posts: Communicating values and identity. *Journal of Librarianship and Information Science*, 53(1), 92-103.
- [34] Zhang, C., & Zhang, L. (2020). Social media marketing in university libraries: A case study of Sina Weibo and WeChat in China. *Library Management*, 41(8/9), 575-587.
- [35] Al-Samarraie, H., Ghazal, S., & Alzahrani, A. I. (2020). Instagram as a social media platform for libraries: A bibliometric analysis. *The Electronic Library*, 38(1), 104-120.
- [36] Kaliisa, R., & Ikoja-Odongo, R. (2019). Social media use for information sharing in public libraries: A study of selected libraries in Uganda. *Library Management*, 40(8/9), 611- 624.