

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Singkat Lokasi Penelitian

1. Sejarah Perpustakaan SMA Negeri 3 Banjarmasin

Pada tahun 1956 SMA Negeri hanya ada dua, yaitu SMAN Negeri 1 dan SMA Negeri 2 Banjarmasin. Sedangkan SMA swasta hanya ada dua yaitu SMA Lambung Mangkurat dan SMA Baperki Yang dikelola oleh Konsultan jenderal cina. Karena pada ketika itu SMA Baperki ada indikasi keterlibatan dengan PKI, Maka pada itu meletusnya G 30 S PKI tahun 1956 SMA Itu dibubarkan. Untuk menyelamatkan siswa yang ada, maka para tokoh membentuk yayasan baru Yang diberi nama Baperda bawah kepengurusan :

Ketua I : A.E. Manihuruk (Panglima komandan X)

Ketua II : Aswani

Sekretaris : Iskandar

Bendahara : Nazar

Yayasan ini bertugas menyelamatkan siswa yang tidak tahu apa apa, dengan cara mengambil alih SMA Baperki dan diubah menjadi SMA kesatuan bangsa, dengan kepala sekolah Bapak Iskandar. Jumlah kelas waktu itu sebanyak 7 ruang yang terdiri dari kelas 1 : 1 ruang, kelas 2 : 3 ruang (2 ruang jurusan pascal dan ruang jurusan social). Bapak Iskandar menjabat sebagai Kepala Sekolah hanya beberapa saat yang kemudian diganti oleh Bapak Suwardi. SMA

Kesatuan Bangsa akhirnya dijadikan SMA Negeri berdasarkan surat keputusan menteri pendidikan dan kebudayaan Republik Indonesia no : 109/SMA/B/II/1967 tanggal 21 Agustus 1997. Berdasarkan surat keputusan inilah maka tanggal 21 Agustus ditetapkan sebagai hari jadi SMA Negeri 3 Banjarmasin.

2. Visi dan Misi Perpustakaan

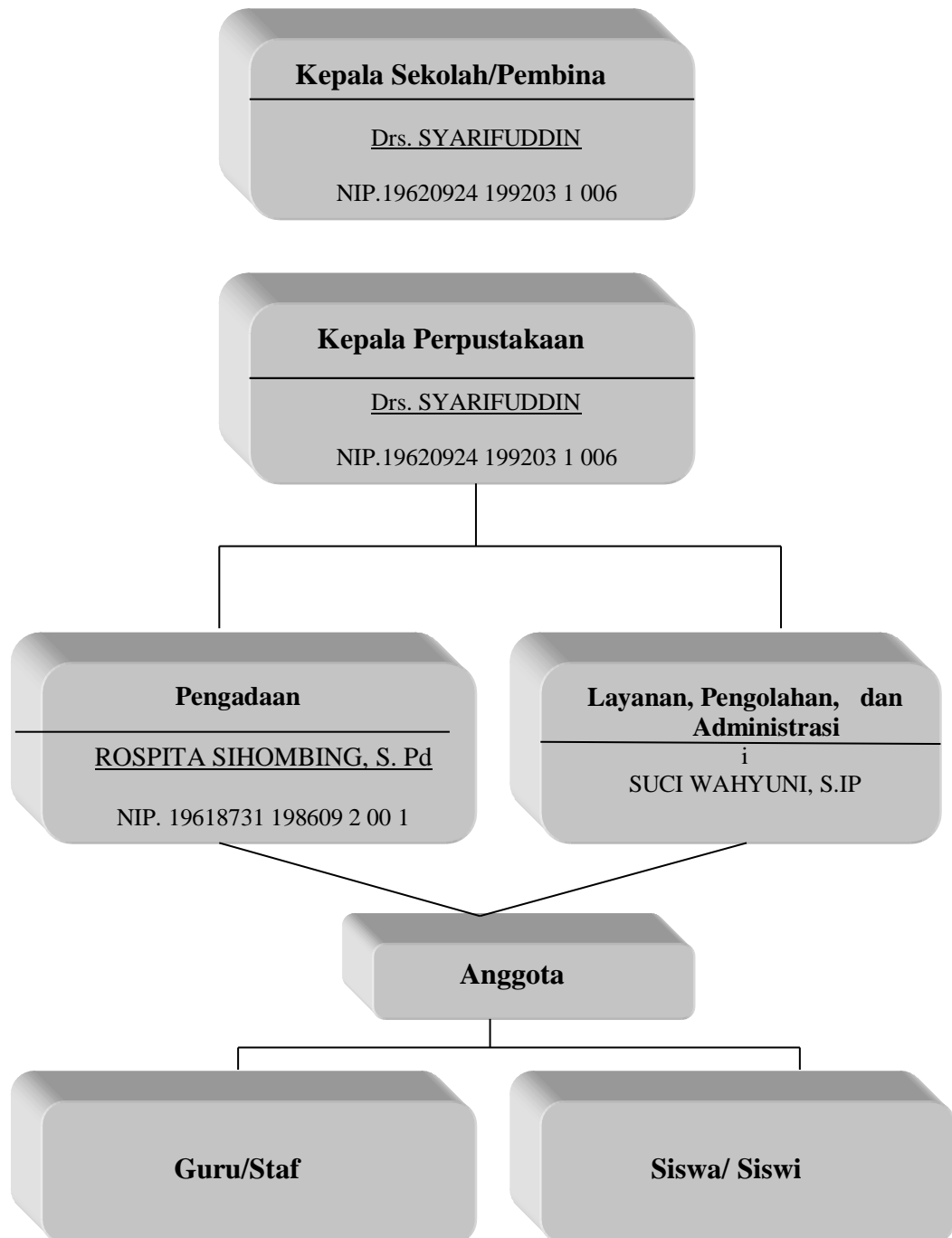
VISI :

Mewujudkan Perpustakaan Sekolah sebagai pusat sumber belajar dan informasi bagi seluruh warga sekolah.

MISI :

- a. Menjadikan Perpustakaan Sekolah sebagai jantungnya sekolah
- b. Membangkitkan minat dan keinginan warga sekolah terhadap Perpustakaan dan layanannya
- c. Melakukan upaya penambahan koleksi guna memenuhi kebutuhan warga sekolah
- d. Meningkatkan kerja sama antar warga sekolah dengan Perpustakaan dalam kegiatan belajar mengajar
- e. Menginformasikan kegiatan-kegiatan Perpustakaan kepada pemustaka.

3. Struktur Organisasi



4. Jam Operasional

Jam operasional di Perpustakaan SMA Negeri 3 Banjarmasin sebagai berikut :

Waktu = 08:30-14:00 WITA

Hari = Senin – Sabtu

5. Koleksi Perpustakaan

- a) Buku Pengetahuan/ Buku Paket
- b) Buku Referensi
- c) Buku Fiksi
- d) Buku Non Fiksi
- e) Majalah
- f) Meja Membaca (Tempat Bacaan)
- g) Komputer
- h) Papan Klasifikasi

B. Penyajian Data

Bedasarkan wawancara dan dokumentasi hasil observasi yang dilakukan peneliti Perpustakaan di SMA Negeri 3 Banjarmasin terhadap Pemanfaatan Instagram untuk *Branding* di Perpustakaan dan kendala apa saja yang dihadapi dalam pemanfaatan Instagram untuk *Branding* di Perpustakaan SMA Negeri 3 Banjarmasin

1. Pemanfaatan Instagram Untuk *Branding* di Perpustakaan SMA Negeri 3 Banjarmasin.

Branding merupakan salah satu cara untuk membangun citra baik bagi Perpustakaan agar memiliki nilai baik bagi pemustaka dan Pustakawan. Dengan menampilkan pesan dan kesan melalui aktivitas yang dilakukan seperti menampilkan promosi, meng-update status, mengunggah foto dll. Dengan inovasi Pustakawan *branding* dapat dilakukan dengan cepat dan bervariasi salah satunya menggunakan media sosial berupa Instagram.

a. Instagram

Instagram merupakan salah satu media yang digunakan dalam membantu *branding* Perpustakaan. Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan Ibu Rosita Sihombing, S.Pd kepala Perpustakaan SMA Negera 3 Banjarmasin bahwa Instagram bukan hal awam lagi bagi masyarakat khususnya bagi remaja, Instagram juga merupakan aplikasi yang lagi hitz/populer digunakan oleh masyarakat karena dapat memudahkan para penggunanya untuk berkomunikasi maupun menyebarkan informasi. Seperti penjelasan beliau secara berikut :

Saya dan Pustakawan disini memilih Instagram sebagai sarana untuk mem-*Branding* Perpustakaan karena menurut kami Instagram sekarang merupakan aplikasi media sosial yang lagi hitz digunakan oleh masyarakat tidak terkecuali siswa/siswi di sekolah ini dengan memberi kemudahan bagi para penggunanya baik dari memudahkan berkomunikasi maupun memudahkan dalam menyebarkan informasi dan lain-lain. Adapun keuntungan dari penggunaan Instagram untuk *branding* Perpustakaan yaitu informasi bisa langsung masuk melalui notif atau pemberitahuan kepada pengikut Instagram Perpustakaan. Jadi apabila siswa-siswi atau masyarakat umum mengikuti Instagram kami akan otomatis mendapat informasi dari Instagram Perpustakaan.¹

¹Hasil wawancara dengan Ibu Rospita Sihombing Kepala Perpustakaan, 24 maret 2023

Demikian juga pernyataan dari Suci Wahyuni S.IP sebagai Pustakawan dan salah satu admin Instagram di SMA 3 Negeri Banjarmasin yang mana beliau mengatakan bahwa “Instagram adalah media sosial yang lagi populer dikalangan masyarakat terutama bagi para siswa/siswi di SMA Negeri 3 Banjarmasin.”

Karena aplikasi yang ada di Instagram sangat menarik sehingga kalangan remaja banyak menggunakan Instagram. Penggunaan Instagram sangat membantu Pustakawan untuk memberikan informasi maupun melakukan interaksi dalam mem-*Branding* Perpustakaan melalui fitur-fitur menarik yang ada di Instagram. Seperti penjelasan beliau ini :

Instagram sangat memudahkan para Pustakawan disini dalam melakukan pelayanan berupa berkomunikasi dengan Pustakawan dan memberikan informasi kepada pemustaka. Apalagi dalam Instagram sekarang banyak fitur-fitur yang menarik yang membuat para pengguna yaitu Pustakawan atau pemustaka Instagram lebih mudah mem-*Branding* salah satunya memudahkan kegiatan pelayanann dengan berkomunikasi melalui DM Instagram yang mana disana para pemustaka bisa bertanya mengenai Perpustakaan maupun Story Instagram yang memberikan informasi seputaran kegiatan Perpustakaan dan membuka QnA di Story Instagram serta informasi melalui feed Instagram.²

Jadi, menurut pernyataan diatas bahwanya alasan Kepala Perpustakaan SMA Negeri 3 Banjarmasin dan Pustakawan memilih Instagram sebagai sarana dalam mem-*Branding* Perpustakaan karena Instagram merupakan aplikasi media sosial yang banyak digunakan atau populer dimasyarakat terutama para siswa/siswi.

²Hasil wawancara dengan Ibu Rospita Sihombing Kepala Perpustakaan, 24 maret 2023

Dengan fitur-fitur yang ada di Instagram membuat Perpustakaan lebih menarik untuk dikunjungi dan memudahkan para Pustakawan dan pemustaka berkomunikasi serta memberi informasi dalam mem-*Branding* Perpustakaan.

Adapun konsep pemanfaatan Instagram terbagi mejadi 4 yaitu :

1. Context

Context merupakan bentuk dan memberikan informasi yang ingin disampaikan oleh Perpustakaan agar dapat tersampaikan kepada pemustaka dan meringkai pesan agar Pustakawan tertarik dengan isi dan pesan atau informasi yang dibagikan. Sebagaimana penjelasan Pustakawan sekaligus admin Instagram SMA Negeri 3 Banjarmasin yaitu

Kami menggunakan Instagram untuk mengelola informasi atau pesan. Yang mana biasanya kami mengolah informasi dengan memberi informasi buku baru atau koleksi baru lewat feed Instagram. Dengan mencantumkan diskripsi buku dan foto buku serta memberi informasi seputaran Perpustakaan seperti jam Perpustakaan maupun informasi terkini yang berkaitan tentang perpustakaa lewat story Perpustakaan³.

Jadi, hasil dari wawancara dengan Pustakawan di SMA Negeri 3 Banjarmasin yaitu *context* atau konteks dari Perpustakaan SMA Negeri 3 Banjarmasin yaitu dengan mengolah informasi buku atau koleksi baru lewat feed Instagram dan memuat pemberitahuan layanan Perpustakaan lewat Story Instagram. Seperti pada lampiran gambar 5.5 Dokumentasi Postingan Instagram @Perpustakaan_sman3banjarmasin

³Hasil wawancara dengan ibu Suci Wahyuni S.IP. 3 April 2023.

2. *Communication* atau komunikasi

Kegiatan yang dilakukan Perpustakaan di SMA Negeri 3 Banjarmasin tentang mendalami dan bagaimana membuat pesan atau informasi yang ingin disampaikan dan interaksi antara pemustaka dan Pustakawan serta membantu pelayanan. Sebagaimana penjelasan yang disampaikan oleh Pustakawan sekaligus admin Instagram Perpustakaan SMA Negeri 3 Banjarmasin yaitu :

Sebagaimana yang sudah kami lakukan untuk komunikasi dengan Pustakawan sendiri kami lewat Instagram karena keterbatasan kami dalam hal editing jadi yang baru kami lakukan DM dan QnA Instagram yang mana disana kami bisa berkomunikasi sehingga kami dapat mengelola pesan dengan merespon pertanyaan mereka dengan menjawab pesan-pesan yang dikirim mereka serta disini kami juga memanfaatkan Instagram sebagai tempat reservasi buku dengan lewat DM Instagram sehingga waktu yang digunakan lebih efektif⁴.

Jadi, hasil dari wawancara dengan Pustakawan bahwa komunikasi yang baru dilakukan lewat Instagram yaitu dengan DM dan QnA Instagram untuk menjawab pertanyaan mereka seputaran Perpustakaan serta komunikasi disini dapat memudahkan pemustaka dalam pelayanan peminjaman buku dengan reservasi buku online lewat DM insragram. Seperti pada gambar 5.7 dan 5.8 Dokumentasi *Instastory* Instagram @perpustakaan_sman3banjarmasin dalam bentuk *communication*

3. *Collaboration*

Collabration merupakan kerja sama Perpustakaan agar tercipta informasi ataupun pesan kepada lingkungan Perpustakaan terjalin lebih efektif dan efesien. Sebagaimana penjelasan dari Pustakawan di bawah yaitu

⁴Hasil wawancara dengan ibu Suci Wahyuni S.IP. 3 April 2023.

Biasanya kami disini juga collabration dengan OSIS SMA Negeri 3 Banjarmasin apabila ada kegiatan sekolah. Biasanya kami ikut berpartisipasi dngan melakukan library tour untuk siswa-sisawi baru di kegiatan ospek dan membagikan brouser tata cara bagaimana peminjaman buku dan tata tertib di Perpustakaan. Serta Perpustakaan juga membantu OSIS dalam penyebaran informasi kegiatan seputaran OSPEK. Dengan membantu menyebarkan informasi seputaran kegiatan OSPEK lewat Instagram Perpustakaan.⁵

Dari hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa *collaboration* yang dilakukan oleh Perpustakaan SMA Negeri 3 Banjaramasin dengan melakukan kerja sama sersama organisasi sekolah dengan Pemanfaatan Instagram dalam penyebaran informasi. Sehingga promosi Perpustakaan lebih efektif dan efesien serta siswa-siswi yang ada di SMA Negeri 3 Banjarmasin lebih mengenal dan mengetahui lebih dalam tentang Perpustakaan. Seperti pasa lampiran Gambar 5.6 Dokumentasi *Collaboration* dalam Postingan Instagram @perpustakaan_sman3banjarmasin

4. *Connection*

Connection kegiatan yang dilakukan untuk menjaga dan mengelola kerja sama . Seperti penjelasan Pustakawan:

Kami belum menjalankan kerjasama berkelanjutan dengan pihak manapun tadak terkucuali dengan osis walaupun kami berada dalam satu ruang lingkup sekolah karena kami masih keterbatasan Pustakawan dalam pengelolaan instagram ataupun Perpustakaan.

Dari hasil wawancara *connection* belum dapat dilakukan oleh Perpustakaan SMA Negeri 3 Banjarmasin karena masing kurangnya SDM di Perpustakaan.

⁵Hasil wawancara dengan ibu Suci Wahyuni S.IP. 3 April 2023.

b. *Branding*

Branding merupakan bagian penting dalam melakukan strategi promosi. *Branding* bertujuan untuk meningkatkan citra suatu produk atau jasa agar mampu merangsang minat pelanggan terhadap atau jasa agar mampu memaksimalkan peran pemasaran digital, sehingga produk dapat lebih dikenal oleh masyarakat

Branding salah satu langkah awal membangun citra baik terhadap para pemustaka dan cara untuk mempromosikan Perpustakaan agar dapat lebih dikenal dengan . Dan *branding* dapat menjadikan pemustaka tertarik untuk ke Perpustakaan dengan memaksimalkan media sosial Instagram. Seperti yang di katakana kepala Perpustakaan SMA Negeri 3 Banjarmasin yaitu

Branding pada Perpustakaan merupakan salah hal penting karena dengan *Branding* kami lebih mudah menarik pustakawan untuk datang kePerpustakaan dan bisa lebih mengenalkan Perpustakaan lebih luas lagi. Walaupun kami sekarang masih menggunakan Instagram dalam mem-*Branding* Perpustakaan.

Seperti dijelaskan oleh Pustakawan Ibu Suci Wahyuni S.IP yaitu :

Branding menurut saya sangat membantu dengan adanya *branding* dapat menarik siswa-siswi disini untuk datang ke Perpustakaan. Dengan *branding* kami dapat mengenalkan Perpustakaan ini lebih luas lagi. Bahkan dengan *branding* ini kami dapat menarik Pustakawan diluar sekolah. Apalagi dengan Instagram dalam *branding* memudahkan kami dalam mem-*Branding* Perpustakaan. Karena disana kami dapat membagikan informasi dan mempromosikan Perpustakaan dengan mudah tanpa harus datang bertatap muka langsung⁶.

Dari hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa *branding* merupakan salah satu faktor penting dalam Perpustakaan karena dengan *branding*

⁶Hasil wawancara dengan ibu Suci Wahyuni S.IP. 3 April 2023.

dapat membuat para siswa-siswi yang ada di SMA Negeri 3 Banjarmasin tertarik untuk pergi ke Perpustakaan dan membuat Perpustakaan dapat dikenal lebih luas lagi.

Adapun jenis *Branding* di Perpustakaan yaitu

1. *Product Branding*

Kegiatan yang bertujuan mendorong pemustaka agar lebih memilih Perpustakaan yang di-*Branding* dibandingkan tempat di lain. Sehingga akan lebih banyak lagi pengunjung yang datang ke Perpustakaan. Kegiatan ini yang bertujuan mendorong pemustaka agar lebih memilih Perpustakaan yang di *branding* dibandingkan tempat di lain. Selain itu *branding* ditujukan untuk mengenalkan lebih luas lagi Perpustakaan kepada masyarakat. Sehingga akan lebih banyak lagi pengunjung yang datang ke Perpustakaan. Adapun hasil dari wawancara peneliti dengan Pustakawan sekaligus admin Perpustakaan SMA Negeri 3 Banjarmasin yaitu :

Untuk *product branding* ataupun bahan yang kami *branding* untuk sekarang masih berupa koleksi Perpustakaan yaitu buku-buku novel dan buku anime yang banyak disukai para siswa-siswi maupun buku pengetahuan serta pemberitahuan-pemberitahuan seputaran Perpustakaan yang kami *branding* untuk sekarang⁷.

Bedasarkan hasil wawancara diatas dapat disimpulkan *product branding* yang dilakukan Perpustakaan SMA Negeri 3 Banjarmasin yaitu berupa koleksi Perpustakaan yaitu buku-buku novel dan buku anime maupun buku pengetahuan serta pemberitahuan informasi seputaran Perpustakaan.

2. *Personal Branding*

⁷Hasil wawancara dengan ibu Suci Wahyuni S.IP. 3 April 2023.

Alat pemasaran Perpustakaan untuk mengangkat nama dari Perpustakaan yang di *Branding*. Adapun hasil wawancara peneliti dengan Pustakawan sekaligus admin Instagram Perpustakaan SMA Negeri 3 Banjarmasin yaitu :

Adapun alat yang kami gunakan dalam mem-*Branding* Perpustakaan ini yaitu Instagram. Karena dengan instgram kami dapat mengenalkan atau mempromosikan Perpustakaan walaupun tidak secara langsung. Dengan *Branding* Perpustakaan lewat Instagram kami dapat mengangkat nilai baik dari Perpustakaan di SMA Negeri 3 Banjarmasin dengan mempengaruhi pola pikir, imej, kepercayaan orang terhadap Perpustakaan sehingga orang akan tertarik datang ke Perpustakaan. Karena menurut kami Instagram merupakan tempat pasar yang tepat untuk mem-*Branding* Perpustakaan karena sekarang siswa-siswi maupun masyarakat sudah banyak menggunakan Instagram⁸.

Bedasarkan hasil wawancara diatas dapat disimpulkan *Personal Branding* yang digunakan Perpustakaan di SMA Negeri 3 Banjarmasin yaitu instagram dapat membantu mengenalkan atau mempromosikan Perpustakaan SMA Negeri 3 Banjarmasin dan *Branding* membuat citra Perpustakaan itu lebih baik.

3. *Corporate Branding*

Coporate Branding merupakan strategi Perpustakaan dalam meningkatkan reputasi Perpustakaan dengan brand atau indentitas maupun produk/jasa yang di tawarkan. hingga pengaruh kontribusi Pustakawan terhadap pemustaka dapat dirasakan. Adapun hasil wawancara dengan Pustakawan SMA Negeri 3 Banjarmasin yaitu :

Iya kami disini menawarkan koleksi-koleksi Perpustakaan menggunakan postingan-postingan baik melalui story maupun postingan feed serta DM Instagram dan memberikan kesempatan bagi pemustaka untuk reservasi buku lewat Instagram agar mempermudah mereka yang mempunyai kesibukan⁹.

⁸Hasil wawancara dengan ibu Suci Wahyuni S.IP. 3 April 2023.

⁹Hasil wawancara dengan ibu Suci Wahyuni S.IP. 3 April 2023.

Bedasarkan hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa Perpustakaan SMA Negeri 3 Banjarmasin meningkatkan reputasi Perpustakaan melalui postingan-postingan feed dan Story Instagram serta menawarkan pelayanan Perpustakaan dengan melayani reservasi Perpustakaan lewat DM Instagram.

4. *Culture Branding*

Yang mana ini memiliki tujuan mengembangkan reputasi, mengenal lingkungan dan orang-orang dari lokasi tertentu. Adapun hasil wawancara peneliti dengan Pustakawan maupun admin Instagram yaitu :

Untuk sekarang kami sudah mulai mengenalkan Perpustakaan SMA Negeri 3 Banjarmasin kepada orang-orang tertentu melalui instagram karna dengan kami mempost kegiatan kami di instagram maka pihak luar sekolah dapat melihat¹⁰.

Dari hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa Perpustakaan SMA Negeri 3 Banjarmasin sudah dijalankan dengan memanfaatkan instagram untuk mengenalkan kepada pihak di luar sekolah.

Disini juga peneliti membahas tentang fungsi dari *Branding* yang menurut Neumeier dijelaskan sebagai berikut :

1. Pembeda

Perpustakaan akan memiliki perbedaan dengan Perpustakaan lain apabila memiliki *Branding* yang kuat sehingga dapat dibedakan dengan Perpustakaan

¹⁰Hasil wawancara dengan ibu Suci Wahyuni S.IP. 3 April 2023.

lainnya. Adapun hasil dari wawancara dengan pemustaka sekaligus admin Instagram yaitu :

Branding yang dilakukan di Perpustakaan SMA Negeri 3 Banjarmasin dengan menggunakan Instagram yang mana sekarang masih jarang ditemui Perpustakaan memanfaatkan Instagram untuk *branding* Perpustakaan dan memberikan layanan reservasi buku lewat Instagram¹¹.

Hasil wawancara dengan pemustaka sekaligus admin Instagram dapat disimpulkan bahwa perbedaan dari Perpustakaan SMA Negeri 3 Banjarmasin dengan Perpustakaan lain memanfaatkan Instagram dan layanan reservasi buku lewat Instagram untuk *branding* Perpustakaan

2. Promosi dan Daya tarik

Perpustakaan yang memiliki jenama akan dengan mudah dipromosikan dan memiliki daya tarik dengan menampilkan logo jenama tersebut. Adapun hasil peneliti wawancara dengan Pustakawan sekaligus admin media sosial mengatakan

Untuk sekarang kami lebih aktif dalam mem*Branding* buku-buku terutama pada buku novel yang lagi banyak disukai para siswa-siswi disini dan memberikan kemudahan reservasi buku agar pemustaka disini lebih tertarik untuk menggunakan Perpustakaan SMA Negeri 3 Banjarmasin. Tetapi untuk identitas seperti logo maupun kegiatan yang berkaitan dengan desain grafis ataupun editing video belum dapat kami lakukan. Karena keterbatasan skill kami dalam membuat yang seperti itu misalkan konten-konten ataupun logo serta animasi-animasi yang berhubungan dengan Perpustakaan¹².

Dari hasil wawancara dengan pemustaka bahwa promosi dan daya tarik dari Perpustakaan SMA Negeri 3 Banjarmasin yaitu dengan mem-*Branding* koleksi-koleksi yang lagi disukai siswa-siswi dan memudahkan siswa-siswi atau pemustaka dalam penyimpanan buku.

¹¹Hasil wawancara dengan ibu Suci Wahyuni S.IP. 3 April 2023.

¹²Hasil wawancara dengan ibu Suci Wahyuni S.IP. 3 April 2023.

3. Pembangunan citra, pemberi keyakinan, jaminan kualitas dan prestise sebuah *branding* juga berfungsi membentuk citra dengan memberi alat pengenalan pertama kepada masyarakat. Adapun hasil wawancara peneliti dengan Pustakawan yang sekaligus admin yaitu :

Kami untuk sekarang sekarang membangun citra dengan memberi informasi seputaran Perpustakaan lewat Story Instagram. Perpustakaan setiap hari. Agar para pemustaka lebih mudah mencari informasi Perpustakaan sehingga mereka merasa terbantu dan merasa nyaman dengan fasilitas Perpustakaan. Tetapi kami belum pernah mengikuti akreditasi Perpustakaan ataupun mendapat penghargaan dalam kegiatan online untuk mendapat citra baik secara penghargaan. Karena SDM yang ada di Perpustakaan kami masih kurang untuk mengelola Perpustakaan.¹³

Dari hasil wawancara pembangunan citra, pemberi keyakinan, jaminan kualitas dan prestise dengan alat yang dilakukan Perpustakaan SMA Negeri 3 Banjarmasin yaitu dengan cara update memberi informasi/pelayanan lewat story instagan Perpustakaan. Karena disana Perpustakaan dapat melihat kualitas memberikan informasi setiap hari mengenai Perpustakaan sehingga pemustaka lebih mudah mencari informasi Perpustakaan.

4. Pengenalan Pasar

Pasar akan mudah dikendalikan oleh *Branding* yang kuat. *Branding* tersebut akan menjadi peringatan bagi para kompetiternya untuk mengambil setiap langkah yang diambilnya. Seperti yang dijelaskan Pustakawan .

Untuk pengenalan pasar atau Perpustakaan kepada siswa-siswi dan masyarakat, kami masih lewat Instagram. Karena menurut kami Instagram sangat membantu dalam promosi Perpustakaan kepada masyarakat dan memberi kemudahan pemustaka dalam mengakses intagram dalam mencari informasi. Sebenarnya kami mau mengenalkan lagi Perpustakaan kepada masyarakat lewat youtube ataupun aplikasi yang sedang di sukai

¹³Hasil wawancara dengan ibu Suci Wahyuni S.IP. 3 April 2023.

atau hizi yang digunakan sekarang. Namun dengan SDM yang kurang dan skill Pustakawan yang belum mempunyai sehingga mengurungkan niat kami dulu atau menunda dalam promosi dalam aplikasi tersebut.¹⁴

Berdasarkan hasil wawancara pengenalan pasar yang dilakukan Perpustakaan SMA Negeri 3 Banjarmasin yaitu dengan pengenalan atau promosi Perpustakaan lewat Instagram kepada siswa-siswi atau masyarakat.

2. Kendala dalam Pemanfaatan Instagram.

Dalam melakukan pemanfaatan Instagram untuk *branding* di Perpustakaan pasti mempunyai kendala-kendala yang dihadapi dan tidak semuanya berjalan dengan lancar dan sempurna apalagi dengan penggunaan Instagram yang tidak terlalu lama. Sebagaimana hasil wawancara peneliti dengan kepala Perpustakaan Ibu Rosita Sihombing S.Pd yang mengatakan bahwa :

Menurut saya kendala dalam Pemanfaatan Instagram untuk *Branding* Perpustakaan ini yaitu dari fasilitas dan SDM yang mana untuk SDM sendiri dari Pustakawan itu tidak ada yang ahli dalam membuat konten-konten serta desain grafis dan fasilitas alat pendukung Instagram belum lengkap. Sehingga kami mem-*Branding* Instagram masih tidak bisa secara rutin dan belum bisa membuat konten-konten menggunakan animasi. Serta mendesain feed Instagram secara baik maupun membuat logo yang agar kiranya Perpustakaan dapat dilihat lebih menarik lagi¹⁵.

Pernyataan kepala Perpustakaan dipertegas oleh pernyataan Pustakawan sekaligus admin Instagram yaitu :

Adapun kendala yang kami hadapi sekarang dalam penggunaan Instagram berupa SDM yang masih kurang sehingga pengelolaan di Perpustakaan masih belum maksimal. Ditambah lagi Pustakawan kami belum ada yang memiliki skill dalam desain grafis maupun konten-konten yang membuat Instagram kurang menarik atau estetik dan belum bisa

¹⁴Hasil wawancara dengan ibu Suci Wahyuni S.IP. 3 April 2023.

¹⁵Hasil wawancara dengan Ibu Rospita Sihombing Kepala Perpustakaan, 24 maret 2023.

membuat animasi dalam mengedukasi pemustaka untuk pergi ke Perpustakaan.¹⁶

C. Pembahasan

Bedasarkan data penelitian yang diperoleh dari wawancara, wawancara maupun dokumentasi dalam penyajian data diatas, maka dapat dikemukakan analisis data dengan menggunakan teknik pengumpulan data. Berarti merangkum dengan tujuan untuk memudahkan pemahaman terhadap data yang diperoleh serta dapat diambil kesimpulan, berikut adalah analisis peneliti dapat :

1) Pemanfaatan Instagram untuk *Branding* Perpustakaan di SMA Negeri 3 Banjarmasin

Pemanfaatan Instagram untuk *branding* Perpustakaan di SMA Negeri 3 Banjarmasin merupakan kegiatan pemanfaatan Instagram sebagai sarana *branding* Instagram.

A. Instagram

Konsep Pemanfaatan Instagram

1. Context

Context atau konteks yang dilakukan oleh Perpustakaan SMA Negeri 3 Banjarmasin dengan membentuk pesan atau informasi dengan kata-kata yang

¹⁶Hasil wawancara dengan Ibu Rospita Sihombing Kepala Perpustakaan, 24 maret 2023.

baik, sopan dan menarik dan memberikan diskripsi buku-buku pada postingan Instagram.

Bedasarkan hasil penelitian dengan Pustakawan sekaligus admin Instagram Perpustakaan SMA Negeri 3 Banjarmasin bahwa memiliki kesesuaian dengan bab II yang dinyatakan oleh Chris Heuer yaitu *context* atau konteks merupakan dimensi yang membahas tentang bagaimana membentuk dan mbingkai pesan atau informasi yang ingin disampaikan.

Bedasarkan hasil analisis dapat disimpulkan bahwa konteks di Perpustakaan sudah baik dengan memberi diskripsi pada setiap postingan-postingan buku dan memberi kata-kata yang baik, sopan dan menarik pada setiap pesan dan infomasi.

2. *Communication*

Communication yang dilakukan oleh Perpustakaan SMA Negeri 3 Banjarmasin yaitu dengan QnA dan DM Instagram untuk menjawab pertanyaan seputaran Perpustakaan serta melayani reservasi buku lewat DM Instagram. Tidak adanya Pustakawan yang menguasai editing ataupun konten kreator maka belum bisa melakukan komunikasi berupa informasi, pesan ataupun menjawab pertanyaan video animasi atau konten kreatif. Karena dengan komunikasi Perpustakaan yang baik maka kegiatan yang ada dapat di Perpustakaan berjalan dengan lancar sehingga pengguna Perpustakaan merasa nyaman dan informasi dapat tersampaikan dengan baik.

Bedasarkan penelitian dengan Pustakawan sekaligus admin Instagram Perpustakaan SMA Negeri 3 Banjarmasin bahwa memiliki kesesuaian dengan bab

II yang dinyatakan oleh Chris Heuer yang dinyatakan oleh beliau bahwa dimensi komunikasi mendalami tentang bagaimana pesan atau informasi didengarkan, direspon, serta dikembangkan dengan berbagai cara yang mampu membuat pengguna merasa nyaman dan pesan dapat disampaikan dengan baik.

Bedasarkan hasil analisis dapat disimpulkan bahwa komunikasi di Perpustakaan SMA Negeri 3 Banjarmasin cukup baik sehingga kegiatan informasi disana berjalan dengan lancar dan dan informasi tersampaikan cukup baik.

Namun sebaiknya komunikasi yang dilakukan lebih kreatif lagi dalam mengelola informasi dengan menambahkan konten-konten menarik dalam komunikasi. Dengan memberi pengadaan pelatihan desain grafis dan editing video kepada para Pustakawan agar Pustakawan memiliki keahlian desain grafis dan editing video dengan baik.

3. *Collaboration*

Pengelolaan kerja sama yang dilakukan Perpustakaan SMA Negeri 3 Banjarmasin dengan menciptakan kerja sama antara Pustakawan dan organisasi di sekolah. Sehingga kegiatan di Perpustakaan lebih efektif, efisien khususnya dalam penyampaian informasi

Hasil dari penelitian bahwa *Collaboration* di Perpustakaan SMA Negeri 3 Banjarmasin memiliki kesamaan dengan pendapat Chris Heure yang menyatakan bahwa dimensi *Collaboration* yaitu bagaimana pengelola mampu menjalin kerja

sama agar tercipta lingkungan yang lebih efisien, efektif, dan sinergi khususnya dalam penyampaian pesan atau informasi.

Hasil dari analisis dapat disimpulkan bahwa *Collaboration* yang dilakukan Perpustakaan SMA Negeri 3 Banjarmasin sudah baik dengan selalu mengikut sertakan Perpustakaan dalam kegiatan ospek berupa library tour dan pembagian brosur kepada siswa-siswi.

4. *Connection*

Connection yang dilakukan di Perpustakaan SMA Negeri 3 Banjarmasin masih masih belum dapat berjalan dalam ruang lingkup internal dan belum bisa melakukan kerjasama secara eksternal karena terkendala dengan SDM yang mengelola kegiatan tersebut.

Hasil dari penelitian bahwa *connection* di Perpustakaan SMA Negeri 3 Banjarmasin belum memiliki kesamaan dengan Chris Heure yang menyatakan bahwa *connection* yaitu membentuk dan memelihara suatu hubungan ataupun relasi. Untuk mengukur dimensi koneksi dalam pemanfaatan media sosial Instagram dapat dilihat dari bagaimana hubungan antara masyarakat dan pemerintah dalam media sosial terbentuk.

Bedasarkan analisis dapat disimpulkan bahwa *connection* di Perpustakaan SMA Negeri 3 Banjarmasin belum berjalan sebagaimana mestinya karena masih terkendala pada kurangnya pustakawan untuk mengelola Perpustakaan tersebut.

B. Branding

Adapun jenis *Branding* yang digunakan sebagai *Branding* di Perpustakaan yaitu :

a) Product Branding

Product Branding yang digunakan oleh Perpustakaan SMA Negeri 3 Banjarmasin yaitu koleksi yang ada di Perpustakaan berupa buku novel, buku anime, buku pengetahuan dan informasi seputaran Perpustakaan. Adapun hasil dari wawancara peneliti dengan Pustakawan sekaligus admin Perpustakaan.

Bedasarkan hasil penelitian *Product Branding* Perpustakaan yang ada di SMA Negeri 3 Banjarmasin. Memiliki kesesuaian dengan teori yang dinyatakan oleh Fathul Mujib dan Tutik Saptiningsih bahwa *Product Branding* kegiatan ini bertujuan untuk mendorong konsumen, agar lebih memilih produk yang *Branding* ketimbang produk pesaing.

Bedasarkan hasil analisis dapat disimpulkan, *Product Branding* yang dilakukan oleh Perpustakaan SMA Negeri 3 Banjaramasin sudah cukup baik, dengan memberikan informasi buku-buku novel dan buku anime yang lagi banyak diminati oleh siswa-siswi. Sehingga kegiatan informasi melalui feed Instagram dengan mengunggah informasi

Namun sebaiknya produk Branding ditambah lagi dengan yang lebih menarik berupa tersedia fasilitas pojok baca maupun koleksi yang menarik seperti tersedianya banjar corner yang mana disana tersedia buku-buku tentang banjar. Yang tentunya Perpustakaan harus memiliki anggaran tersendiri dalam pembelian bahan-bahan atau alat-alat dalam membuat itu semua. Hal itu bertujuan untuk

memenuhi kebutuhan pengguna dalam mendapatkan fasilitas Perpustakaan dan dalam *branding* Perpustakaan agar Pustakawan lebih tertarik dengan Perpustakaan.

b) *Personal Branding*

Dalam *personal branding* yang digunakan Perpustakaan SMA Negeri 3 Banjarmasin yaitu menggunakan Instagram. Karena dengan *personal branding* lewat Instagram dapat mengenalkan atau mempromosikan Perpustakaan dan mengangkat nilai Perpustakaan sehingga lebih dikenal siswa-siswi maupun masyarakat luar.

Bedasarkan hasil wawancara penelitian dengan Pustakawan sekaligus admin Instagram SMA Negeri 3 Banjarmasin bahwa memiliki kesesuaian dengan bab II yang di nyatakan oleh Fathul Mujib dan Tutik Saptiningsih yang dinyatakan oleh beliau bahwa *personal branding* merupakan alat pemasaran yang digunakan untuk mengangkat nama seorang public figure.

Bedasarkan hasil analisis dapat disimpulkan bahwa *Personal Branding* di Perpustakaan SMA Negeri 3 Banjarmasin dengan sudah cukup baik. Instagram dapat mengangkat nama Perpustakaan dengan mempengaruhi pola pikir, imej, kepercayaan orang terhadap Perpustakaan sehingga orang akan tertarik datang ke Perpustakaan.

c) *Corporate Branding*

Corporate Branding yang dilakukan oleh Perpustakaan SMA Negeri 3 Banjarmasin yaitu dengan memposting koleksi-koleksi Perpustakaan di feed dan story Instagram serta memudahkan reservasi buku secara *online*.

Bedasarkan hasil wawancara penelitian dengan Pustakawan yang ada di SMA Negeri Banjarmasin bahwa memiliki kesamaan dengan teori yang dinyatakan oleh Fathul Mujib dan Tutik Saptiningsih yaitu *Corporate Branding* memiliki tujuan meningkatkan reputasi sebuah perusahaan di pasar. Kegiatan ini meliputi semua aspek perusahaan tersebut mulai dari produk/jasa yang ditawarkan hingga kontribusi karyawan mereka terhadap masyarakat.

Bedasarkan hasil analisis dalam penelitian dapat disimpulkan bahwa *Corporate Branding* yang ada di Perpustakaan SMA Negeri 3 Banjarmasin yaitu dengan memberikan pelayanan yang baik dan memudahkan peminjaman bagi para Pustakawan dengan memberikan layanan reservasi lewat Instagram.

d) *Cultural Branding*

Cultural Branding yang dilakukan Perpustakaan SMA Negeri 3 Banjarmasin yaitu dengan memanfaatkan instagram untuk memperkenalkan Perpustakaan bukan hanya di lingkungan sekolah tapi diluar lingkungan sekolah sehingga orang diluar sekolah dapat mengetahui atau mengenal lebih jauh Perpustakaan SMA Negeri 3 Banjarmasin.

Bedasarkan hasil wawancara penelitian dengan Pustakawan dalam jenis *Branding* yang dilakukan Perpustakaan di SMA Negeri 3 Banjarmasin memiliki kesesuaian dengan yang dinyatakan oleh Fathul Mujib dan Tutik Saptiningsih

bahwa *Cultural Branding* bertujuan mengembangkan reputasi, mengenal, lingkungan dan orang-orang dari lokasi tertentu atau kebangsaan.

Bedasarkan hasil analisis dalam penelitian dapat disimpulkan bahwa *Cultural Branding* di Perpustakaan SMA Negeri 3 Banjarmasin dengan memaksimalkan pemakaian instagram untuk promosi perpustakaan sehingga orang diuar lingkungan sekolah dapat mengenal Perpustakaan SMA Negeri 3 Banjarmasin.

Adapun fungsi *Branding* yang ada di SMA Negeri 3 Banjarmasin yaitu:

a) Pembeda

Pembeda yang ada dilakukan dilakukan Perpustakaan SMA Negeri 3 Banjarmasi yaitu melakukan *Branding* Perpustakaan lewat Instagram dalam memberikan informasi dan memudahkan peminjaman buku dengan memberi layanan reservasi buku lewat Instagram.

Bedasarkan hasil wawancara perbedaan yang dilakukan Perpustakaan SMA Negeri 3 Banjarmasin dalam mem-*Branding* Perpustakaan memiliki kesamaan dengan yang dinyatakan oleh teori Neumeire yaitu Suatu produk akan memiliki pembedaan dengan pesaingnya bila memiliki jenama yang kuat sehingga dapat dibedakan dengan jenama lain.

Bedasarkan hasil analisis bahwa dapat simpulkan Perpustakaan SMA Negeri 3 Banjarmasin menggunakan instagram untuk membuat Perpustakaan memiliki cir chas atau

b) Promosi dan daya tarik

Promosi dan daya tarik yang dilakukan Perpustakaan SMA Negeri 3 Banjarmasin yaitu dengan mempromosikan koleksi-koleksi buku yang disukai para siswa-siswi dan reservasi online lewat Instagram untuk memudahkan para pemustaka dalam peminjaman buku. Sehingga para pemustaka merasa terbantu dan tertarik untuk berkunjung.

Bedasarkan hasil wawancara dalam promosi dan daya tarik yang dilakukan oleh Perpustakaan SMA Negeri 3 Banjarmasin memiliki kesesuaian dengan yang dinyatakan oleh Neumeire bahwa promosi dan daya tarik yaitu produk yang memiliki jenama akan dengan mudah dipromosikan dan memiliki daya tarik dengan menampilkan logo jenama tersebut.

Bedasarkan hasil analisis bahwa dapat disimpulkan promosi dan daya tarik yang dilakukan Perpustakaan SMA Negeri 3 Banjarmasin sudah cukup baik dengan mempromosikan koleksi-koleksi buku yang sedang digemari siswa-siswi. Memberi kemudahan dalam reservasi buku untuk menarik Pustakawan.

c) Pengembangan Citra, Pemberi keyakinan, Jaminan Kualitas dan Prestise. yang dilakukan Perpustakaan SMA Negeri 3 Banjarmasin dengan memberi informasi seputaran Perpustakaan setiap hari lewat Story Instagram. Kurangnya SDM untuk mengelola Perpustakaan aehingga belum mengikuti kegiatan yang memberikan penghargaan resmi dari instansi untuk membangun citra baik lebih di masyarakat.

Bedasarkan hasil wawancara dalam Pembangunan Citra, Pemberian Keyakinan dan prestise bahwa dapat disimpulkan Perpustakaan SMA Negeri 3 Banjarmasin memiliki kesamaan dengan teori yang dinyatakan oleh Neumeire

bahwa Pembangun Citra, pemberi keyakinan, jaminan kualitas, dan prestise sebuah jenama juga berfungsi membentuk citra dengan memberi alat pengenalan pertama kepada masyarakat. Keyakinan, kualitas, dan prestise sebuah produk akan melekat dalam sebuah jenama dari pengalaman dan informasi produk tersebut.

Bedasarkan hasil analisis bahwa pembangunan citra, Pemberian Keyakinan, Jaminan Kualitas, dan Prestise di Perpustakaan SMA Negeri 3 Banjarmasin sudah cukup baik dengan memudahkan informasi pelayanan lewat Story Instagram.

Namun sebaiknya Perpustakaan SMA Negeri 3 Banjarmasin mengikuti kegiatan akreditasi Perpustakaan ataupun penghargaan-penghargaan untuk *branding* Perpustakaan. Tentunya untuk ikut itu SDM untuk mengelola Perpustakaan itu harus ditingkatkan lagi agar dapat mengelola Perpustakaan lebih baik lagi. Hingga Perpustakaan tersebut dapat menarik minat pemustaka atau siswa-siswi datang ke Perpustakaan.

d) Pengenalan pasar

Pengenalan pasar yang dilakukan Perpustakaan SMA Negeri 3 Banjarmasin yaitu dengan promosi atau pengenalan Perpustakaan lewat Instagram.

Bedasarkan hasil wawancara bahwa pengenalan pasar yang dilakukan Perpustakaan SMA Negeri 3 Banjarmasin mempunyai kesamaan dengan teori yang dinyatakan oleh Neumeira bahwa Pasar akan mudah dikendalikan oleh jenama yang kuat. Jenama tersebut akan menjadi peringatan bagi para kompetiternya untuk mengambil setiap langkah yang diambilnya.

Bedasarkan hasil analisis dapat disimpulkan bahwa pengenalan pasar melalui Instagram Perpustakaan kepada siswa-siswi dan masyarakat sudah cukup baik. Dengan pengenalan Perpustakaan kepada siswa-siswi dan masyarakat lewat Instagram. Yang mana Instagram sekarang banyak digunakan oleh siswa-siswi maupun masyarakat. Sehingga memudahkan dalam promosi atau pengenalan Perpustakaan kepada siswa-siswi dan masyarakat.

2) Kendala dalam Pemanfaatan Instagram untuk *Branding* Perpustakaan di SMA Negeri 3 Banjarmasin

Bedasarkan hasil wawancara yaitu dapat disimpulkan bahwa kurangnya tenaga pustakawan/SDM membuat pengelolaan perpustakaan terutama pada pemanfaatan instagram belum maksimal dan keterbatasan *skill* yang dimiliki dalam membuat konten, editing foto/vedio dan lain-lain. Sehingga membuat tampilan instagram masih terlihat sederhana.