

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

Hasil penelitian yang didapatkan peneliti melalui observasi dan wawancara di Perpustakaan Bank Indonesia Kalimantan Selatan. Pada hasil penelitian ini peneliti membahas mengenai promosi perpustakaan melalui pemanfaatan media sosial di perpustakaan Bank Indonesia Kalimantan Selatan serta kendala yang dihadapi dalam pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan kunjungan ke perpustakaan Bank Indonesia Kalimantan Selatan. Adapun hal-hal yang diamati peneliti dalam bentuk promosi perpustakaan melalui pemanfaatan media sosial adalah fitur-fitur yang terdapat pada *Instagram* dan *Youtube* serta kendala pemanfaatan media sosial. Data yang diperoleh dari observasi dan wawancara dengan informan kemudian disajikan dan di bahas pada bab ini.

1. Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi di Perpustakaan Bank Indonesia Kalimantan Selatan

Promosi dapat dilakukan dengan cepat dan bervariasi, salah satunya dengan menggunakan media sosial yang dapat digunakan yaitu *Instagram* dan *Youtube*.

a. Instagram

Instagram merupakan salah satu media sosial yang dapat dimanfaatkan untuk promosi perpustakaan. Berdasarkan hasil wawancara dengan bagian humas

Perpustakaan Bank Indonesia Kalimantan Selatan bahwa *Instagram* dapat memberikan promosi yang menarik untuk pemustaka sebagaimana penjelasan beliau:

“karena *Instagram* memungkinkan untuk membagikan gambar dan video, serta membantu menginformasikan terkait kegiatan perpustakaan dengan cara yang menarik.”⁵³

Jadi bahwasanya alasan Perpustakaan Bank Indonesia Kalimantan Selatan memanfaatkan *Instagram* sebagai sarana promosi karena *Instagram* dianggap dapat menarik perhatian pemustaka dengan membagikan gambar ataupun video dengan cara memberikan informasi yang menarik. Beberapa fitur-fitur yang dimiliki *Instagram* untuk pemanfaatan promosi, yaitu:

1) *Instagram Story (Insta Story)*

Menyampaikan informasi dengan menggunakan foto atau video namun hanya bersifat sementara yaitu 24 jam. Berdasarkan hasil wawancara dengan bagian humas perpustakaan Bank Indonesia Kalimantan Selatan sebagai berikut:

“kami jarang membuat *Insta Story* karena disini jarang ada kegiatan-kegiatan begitu, mungkin saat ada event baru kami bikin *InstaStory*, karena perpustakaan ini perpustakaan khusus jadi kami tidak terlalu mempromosikan”⁵⁴

Berdasarkan hasil paparan informasi diatas bahwa dapat diketahui *Instagram* Perpustakaan Bank Indonesia Kalimantan Selatan tidak begitu memaksimalkan *Instagram story* untuk promosinya dengan alasan perpustakaan khusus.

⁵³ Wawancara dengan humas perpustakaan, 16 Januari 2024 pukul 10.00 WITA.

⁵⁴ Wawancara dengan humas perpustakaan, 16 Januari 2024 pukul 10.10 WITA.

2) *Instagram Reels*



Gambar 4. 1 Instagram Reels pada Instagram Perpustakaan Bank Indonesia Kalimantan Selatan

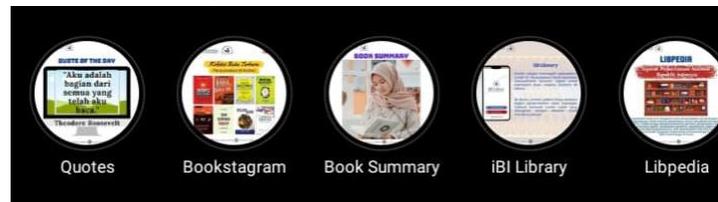
Instagram Reels dapat memungkinkan perpustakaan untuk membuat video pendek yang berdurasi hingga 60 detik dengan *Reels* juga dapat menambahkan musik, efek kreatif, dan teks video serta menciptakan konten yang seru dan menghibur. Berdasarkan hasil wawancara dengan pustakawan Perpustakaan Bank Indonesia Kalimantan Selatan sebagai berikut:

"iya kami memang sering memposting video *reels* yang bisa kalian liat yang mana video singkat dan menarik untuk mengenalkan perpustakaan di Bank Indonesia Kalimantan Selatan."⁵⁵

Dari hasil paparan dengan informan diatas didapati bahwa Perpustakaan Bank Indonesia Kalimantan Selatan memanfaatkan fitur *Instagram Reels* dengan memposting konten-konten yang menarik.

⁵⁵ Wawancara dengan humas perpustakaan, 16 Januari 2024 pukul 10.20 WITA.

3) Sorotan Cerita



Gambar 4. 2 Sorotan cerita pada Instagram Perpustakaan Bank Indonesia Kalimantan Selatan

Sorotan cerita (*Story Highlights*) menyimpan dan menampilkan cerita-cerita yang selesai selama lebih 24 jam. Adapun hasil wawancara dengan bagian humas Perpustakaan Bank Indonesia Kalimantan Selatan sebagai berikut:

“iya, untuk sorotan cerita bisa dilihat diakun *Instagram* kami bahwa ada banyak sorotan cerita yang kami sediakan, ada banyak sorotan cerita dimulai khusus untuk *quotes*, *bookstagram*, *book summary* dan masih banyak lagi.”⁵⁶

Dari hasil paparan diatas dengan informan diatas dapat diketahui bahwa Perpustakaan Bank Indonesia Kalimantan Selatan sudah memaksimalkan fitur sorotan cerita untuk promosinya.

⁵⁶ Wawancara dengan humas perpustakaan, 16 Januari 2024 pukul 10.30 WITA.

4) *New Feed*



Gambar 4. 3 Postingan pada Instagram Perpustakaan Bank Indonesia Kalimantan Selatan

Fitur ini merupakan fitur utama berbagi informasi dalam bentuk foto dan video, Perpustakaan Bank Indonesia Kalimantan Selatan memanfaatkan hastag atau tagar agar pencarian informasi dapat dengan mudah dijangkau pengguna. Adapun hasil wawancara dengan bagian humas Perpustakaan Bank Indonesia Kalimantan Selatan sebagai berikut:

“ dengan memposting foto atau video dapat memberikan berbagai keuntungan karena jangkauan yang luas, dan juga kami memposting jika ada event, hari-hari penting, dan juga kadang memposting seperti quotes serta fasilitas yang ada di perpustakaan ini. Setiap postingan kami selalu menyertakan hastag dengan alasan ingin memberitahu bahwa perpustakaan di Bank Indonesia Kalimantan Selatan itu ada loh.”⁵⁷

Dari hasil paparan diatas dengan informan diatas dapat diketahui bahwa Perpustakaan Bank Indonesia Kalimantan Selatan sudah memanfaatkan media feed dengan memposting foto dan video sebagai promosinya.

⁵⁷ Wawancara dengan humas perpustakaan, 16 Januari 2024 pukul 10.40 WITA.

5) Profil



Gambar 4. 4 Tampilan profil pada Perpustakaan Bank Indonesia Kalimantan Selatan

Profil biasanya mencakup informasi pengguna seperti nama, foto profil, bio, dan unggahan-unggahan atau aktivitas terkini. Adapun hasil wawancara dengan bagian humas Perpustakaan Bank Indonesia Kalimantan Selatan yang didapati sebagai berikut:

“ kami membuat akun *Instagram* perpustakaan ini se estetis mungkin dengan mengatur tema warna foto pada setiap postingannya agar menarik perhatian setiap yang melihat.”⁵⁸

Dari hasil paparan diatas dengan informan dapat diketahui bahwa akun *Instagram* Perpustakaan Bank Indonesia Kalimantan Selatan sudah memanfaatkan fitur profil secara maksimal untuk menarik perhatian.

⁵⁸ Wawancara dengan humas perpustakaan, 16 Januari 2024 pukul 10.45 WITA.

Jadi alasan Perpustakaan Bank Indonesia Kalimantan Selatan memilih memanfaatkan *Instagram* sebagai sarana promosi perpustakaan karena *Instagram* dianggap dapat menarik perhatian pengunjung. Hal-hal yang dapat dilakukan pustakawan dalam mempromosikan perpustakaan menggunakan media sosial *Instagram*, seperti yang dikemukakan oleh Jefferly Helianthusonfri, sebagai berikut:

1) Berinteraksi dengan pengguna

Berdasarkan hasil wawancara dengan bagian humas Perpustakaan Bank Indonesia Kalimantan Selatan, yaitu:

“ benar, kami berinteraksi dengan pengguna lewat fitur *like* dan komentar di akun *Instagram* kita, mungkin tidak selalu ya menjawab komentar tapi sejauh ini komentar dari *followers* kita positif semua. Oh iya kadang mungkin komentar tidak terbalas jadinya kami ngelike komentar mereka.”⁵⁹

Dari hasil paparan diatas bahwa *Instagram* Perpustakaan Bank Indonesia sudah berinteraksi dengan pengguna menggunakan fitur *like* dan komentar di *Instagram*.

2) Menunjukkan sekitar dan koleksi

Dengan menunjukkan dan menampilkan sekitar perpustakaan, termasuk gedung dan fasilitasnya, bertujuan menarik minat pengguna untuk berkunjung perpustakaan. Ini bertujuan menggambarkan perpustakaan sebagai tempat yang nyaman dan menyenangkan, dengan harapan pengguna akan merasa tertarik untuk mengunjungi perpustakaan tersebut. Berdasarkan hasil wawancara dengan bagian humas perpustakaan Bank Indonesia Kalimantan Selatan sebagai berikut:

⁵⁹ Wawancara dengan humas perpustakaan, 22 Januari 2024 pukul 09.16 WITA.

“ iya tepat sekali, kami juga ada beberapa kali mengunggah ruang perpustakaan ini karena kan perpustakaan ini dulu nya kecil banget terus di tahun 2020/2021 perpustakaan kami rombak menjadi sedikit lebih besar lalu kami posting lagi ruangan ini seperti ruang koleksi dan tempat membaca dan juga kami membuat ruangan ini seestetik mungkin agar para pengunjung yang berkunjung kesini merasa nyaman dan ketika mau berfoto di ruang perpustakaan ini terlihat bagus dan keren gitu.”⁶⁰

Dari hasil paparan diatas bahwa *Instagram* Perpustakaan Bank Indonesia Kalimantan Selatan sudah memaksimalkan promosi dengan memposting sekeliling ruangan perpustakaan, tempat baca yang nyaman untuk pemustaka.

3) Menyebarkan jadwal acara

Memperlihatkan acara yang akan datang atau telah berlalu juga dapat memikat pengunjung agar mengunjungi perpustakaan, agar terlihat bahwa perpustakaan bukan hanya tempat membaca, melainkan juga sebagai tempat untuk acara edukatif. Berdasarkan hasil wawancara dengan bagian humas Perpustakaan Bank Indonesia Kalimantan Selatan sebagai berikut:

“ setiap kami mengadakan acara sekalipun sebelum acara kami sudah memposting lebih dulu dan setelah acara selesai kami juga publikasikan agar pengguna tau apa saja yang kami adakan di perpustakaan ini.”⁶¹

Dari hasil paparan diatas bahwa Perpustakaan Bank Indonesia Kalimantan Selatan setiap mengadakan kegiatan atau acara akan langsung mempublikasikan agar pengguna mengetahui acara yang diadakan di perpustakaan Bank Indonesia Kalimantan Selatan.

⁶⁰ Wawancara dengan humas perpustakaan, 22 Januari 2024 pukul 09.30 WITA.

⁶¹ Wawancara dengan humas perpustakaan, 22 Januari 2024 pukul 09.46 WITA.

4) Menampilkan tahapan proses

Dengan menampilkan proses acara yang sedang berlangsung atau sudah berlalu, bertujuan agar pengikut baru *Instagram* perpustakaan dapat memahami dan mendapatkan gambaran tentang acara atau program yang pernah diadakan di perpustakaan.

“ untuk melakukan siaran langsung kami tidak pernah ya, kami hanya memposting-posting gitu aja.”⁶²

Dari hasil paparan diatas bahwa Perpustakaan Bank Indonesia Kalimantan Selatan tidak memanfaatkan promosi perpustakaan menggunakan fitur siaran langsung.

5) Menyajikan sejarah perpustakaan

Instagram Perpustakaan Bank Indonesia Kalimantan Selatan tidak ada menyajikan sejarah perpustakaan. Berdasarkan hasil wawancara dengan bagian humas Perpustakaan Bank Indonesia Kalimantan Selatan sebagai berikut:

“ untuk membagikan kondisi perpustakaan masa lalu kami ada memposting nya tapi untuk sejarah perpustakaan kami tidak ada menunjukkan di akun *Instagram* perpustakaan ini, tapi untuk sejarahnya ada didalam Seri Buku Sejarah dan Heritage.”⁶³

Dari hasil paparan diatas bahwa Perpustakaan Bank Indonesia Kalimantan Selatan tidak ada menunjukkan sejarah perpustakaan.

6) Kolaborasi dengan akun Instagram lain

Perpustakaan dapat melakukan pencarian akun *Instagram* lain yang sesuai untuk berkolaborasi. Dengan demikian, hal ini dapat meningkatkan publikasi

⁶² Wawancara dengan humas perpustakaan, 22 Januari 2024 pukul 10.00 WITA.

⁶³ Wawancara dengan humas perpustakaan, 22 Januari 2024 pukul 10.16 WITA.

terhadap akun *Instagram* perpustakaan. Berdasarkan hasil wawancara dengan bagian humas Perpustakaan Bank Indonesia Kalimantan Selatan sebagai berikut:

“untuk berkolaborasi ya, sepertinya kata lebih tepatnya kami bersinergi dengan Dinas Perpustakaan Dan Kearsipan Provinsi Kalimantan Selatan seperti yang saya bilang tadi seperti dongeng bareng, temu kembali, nah kami ikut hadir meramaikan kegiatan tersebut. Jadi saat memposting foto atau video kami saling tag/menandai di akun *Instagram*.”⁶⁴

Dari hasil paparan diatas bahwa Perpustakaan Bank Indonesia Kalimantan Selatan ikut bersinergi bersama Dinas Perpustakaan Dan Kearsipan Provinsi Kalimantan Selatan dengan ikut beberapa acara kegiatan.

Dalam hal pemanfaatan melalui kolaborasi dengan akun *Instagram* lain, ini juga dapat dikaitkan dengan bauran promosi yaitu hubungan masyarakat (*public relation*) yang memiliki pengertian adalah merupakan strategi pemasaran penting lainnya dimana perpustakaan tidak hanya berhubungan dengan pelanggan, pemasok, dan penyalur, tetapi juga harus berhubungan dengan kumpulan kepentingan yang lebih besar.

Perpustakaan Bank Indonesia Kalimantan Selatan bersinergi dengan Dinas Perpustakaan Dan Kearsipan Provinsi Kalimantan Selatan, contohnya dengan mengadakan kegiatan dongeng bareng dan temu kembali. Ada juga dengan Instansi Universitas yaitu dengan memberikan beasiswa untuk mahasiswa/i UIN Antasari Banjarmasin dan ULM Banjarmasin yaitu Genbi. Berdasarkan hasil wawancara dengan bagian humas Perpustakaan Bank Indonesia Kalimantan Selatan, sebagaimana penjelasan beliau sebagai berikut:

⁶⁴ Wawancara dengan humas perpustakaan, 23 Januari 2024 pukul 10.30 WITA.

“kami tetap bersinergi dengan perpustakaan daerah Kalsel dengan ikut kegiatan mereka, contohnya ya seperti dongeng bareng, temu kembali, nah kami ikut hadir meramaikan kegiatan tersebut. Ada juga beasiswa bagi mahasiswa akademik UIN Antasari Banjarmasin dan ULM Banjarmasin yaitu Genbi, jadi kami menyalurkan semuanya dari proker mereka (pojok baca, perpustakaan keliling) nah itu buku-bukunya dari perpustakaan Bank Indonesia Kalimantan Selatan yang menyediakan dan kegiatan proker itu berjalan sesuai proker mereka masing-masing jadi tidak menetap.”⁶⁵

Berdasarkan hasil paparan diatas dapat diketahui bahwa Perpustakaan Bank Indonesia Kalimantan Selatan telah menggunakan sarana bauran promosi melalui hubungan masyarakat (*Public Relation*).

Dari hasil bauran promosi yang dilakukan oleh perpustakaan Bank Indonesia Kalimantan Selatan ketika memposting di akun *Instagram* yang mana menandai akun yang diajak berkolaborasi dapat membawa dampak bahwa banyak yang tertarik untuk datang ke perpustakaan Bank Indonesia Kalimantan Selatan hanya untuk sekedar melihat-lihat.

b. *Youtube*

Youtube merupakan salah satu media sosial yang dapat dimanfaatkan juga untuk promosi perpustakaan. Berdasarkan hasil wawancara dengan pustakawan Perpustakaan Bank Indonesia Kalimantan Selatan bahwa Perpustakaan Bank Indonesia Kalimantan Selatan memanfaatkan media sosial *Youtube* karena menggunakan *youtube* dapat memungkinkan mendapat jangkauan lebih luas untuk dikenal orang-orang sebagaimana penjelasan beliau:

“ dengan promosi menggunakan *youtube* ini sangat berbeda ya dari pada *Instagram*, karena *youtube* dapat memberikan platform yang kuat dan

⁶⁵ Hasil wawancara dengan humas perpustakaan, 16 Januari 2023 pukul 09.15 WITA.

fleksibel untuk promosi perpustakaan gitu, teruskan mungkin banget buat dapat jangkauan yang lebih luas biar dikenal banyak orang.”

Jadi bahwasanya alasan Perpustakaan Bank Indonesia Kalimantan Selatan memanfaatkan *Youtube* sebagai sarana promosi karena *Youtube* dianggap dapat memberikan platform yang kuat dan fleksibel dan berharap mendapat jangkauan yang lebih luas. Hal-hal yang dapat dilakukan pustakawan dalam mempromosikan perpustakaan menggunakan media sosial *Youtube*, seperti yang dikemukakan oleh Genelius, sebagai berikut:

1) *Content Creation*

Diperlukan hal menarik yang dapat ditampilkan, seperti konten agar kepercayaan bisa dibangun melalui konten-konten yang telah dibagikan di masa mendatang. Berdasarkan hasil wawancara dengan bagian humas Perpustakaan Bank Indonesia Kalimantan Selatan sebagai berikut:

“ kami memposting berbagai konten terkait video tentang profil, kegiatan, layanan dan fasilitas perpustakaan ini, kami sebisa mungkin membuat video yang menarik sehingga orang tertarik untuk menonton.”⁶⁶

Dari hasil paparan diatas bahwa Perpustakaan Bank Indonesia Kalimantan Selatan memanfaatkan media sosial *Youtube* untuk membagikan berbagai konten terkait profil, kegiatan, layanan, dan fasilitas yang ada. Konten tersebut diolah sekreatif mungkin sehingga dapat menarik perhatian banyak orang.

2) *Content Sharing*

Kegiatan berbagi konten kepada individu atau kelompok dengan niat meningkatkan penjualan. Berdasarkan hasil wawancara dengan bagian humas Perpustakaan Bank Indonesia Kalimantan Selatan sebagai berikut:

⁶⁶ Wawancara dengan humas perpustakaan, 23 Januari 2024 pukul 10.45 WITA.

“ biasanya setelah di posting ke *Youtube*, kami juga membagikannya ke *Instagram* bahkan kami masukan ke sorotan cerita/highlights kami yang ada di *Instagram*. Jadi ketika orang-orang mengkepoin akun *Instagram* maka mereka bisa juga menemukan akun *Youtube* kami.”⁶⁷

Dari hasil paparan diatas bahwa Perpustakaan Bank Indonesia Kalimantan Selatan memanfaatkan media sosial *Youtube* untuk setiap kali memposting konten yang ada pada *Youtube*, mereka juga membagikan konten tersebut ke platform *Instagram* mereka. Hal tersebut dilakukan agar semakin banyak pengguna yang melihat konten mereka.

3) *Connecting*

Memungkinkan pemilik bisnis untuk berinteraksi dengan banyak individu. Dalam penelitian ini, Perpustakaan Bank Indonesia Kalimantan Selatan telah melakukan berbagai upaya untuk melaksanakan aspek *connecting*. Upaya tersebut melibatkan penyebaran akun media sosial *Youtube* Perpustakaan Bank Indonesia Kalimantan Selatan dan konten yang diunggah melalui platform sosial lain seperti *Instagram*. Aktivitas berbagi ini diharapkan oleh pengelola dapat menghubungkan perpustakaan dengan baik kepada pemustaka maupun non pemustaka.

Dalam hal pemanfaatan melalui media sosial, ini juga dapat dikaitkan dengan bauran promosi yaitu pemasaran langsung (*direct marketing*) yang terdiri dari enam jenis yaitu *direct mail*, *mail order*, *direct response*, *direct selling*, *telemarketing*, dan *digital marketing*.

⁶⁷ Wawancara dengan humas perpustakaan, 23 Januari 2024 pukul 11.00 WITA.

Pemasaran langsung yang digunakan Perpustakaan Bank Indonesia Kalimantan Selatan yaitu melalui *digital marketing* dengan media sosial yaitu, *Instagram* dan *Youtube*, sebagaimana penjelasan beliau sebagai berikut:

“media promosi kami disini yaitu menggunakan media sosial *Instagram* dan *Youtube*, karena bukan hal baru lagi dikalangan masyarakat sekarang dan dengan menggunakan *Instagram* dan *Youtube* sebagai sarana promosi perpustakaan lebih terjangkau.”⁶⁸

Adapun juga pernyataan dari informan pertama yang menyatakan bahwa mengetahui Perpustakaan Bank Indonesia Kalimantan Selatan dari media sosial.

“saya mengetahui bahwa adanya Perpustakaan Bank Indonesia Kalimantan Selatan di media sosial yang pernah lewat di beranda saya.”⁶⁹

Informan kedua juga jawabannya hampir sama, bahwa informan keempat mengetahui adanya Perpustakaan Bank Indonesia Kalimantan Selatan dari media sosial.

“iya, karena saya kan orangnya suka berkeliling berkeliling mencari perpustakaan, terus saya menemukan Perpustakaan Bank Indonesia Kalimantan Selatan ini di media sosial.”⁷⁰

Berdasarkan hasil paparan informasi diatas bahwa dapat diketahui Perpustakaan Bank Indonesia Kalimantan Selatan melakukan sarana promosi perpustakaan yaitu dengan pemasaran digital (*digital marketing*) melalui media sosial.

Dari hasil bauran promosi yang dilakukan oleh perpustakaan Bank Indonesia Kalimantan Selatan dengan menggunakan pemasaran digital (*digital marketing*) membawa dampak bahwa pengunjung semakin banyak berdatangan karena mendapat informasi melalui media sosial.

⁶⁸ Wawancara dengan humas perpustakaan, 16 Januari 2024 pukul 10.00 WITA.

⁶⁹ Wawancara dengan informan pertama, 19 Januari 2024 pukul 09.04 WITA.

⁷⁰ Wawancara dengan informan kedua, 19 Januari 2024 pukul 09.10 WITA.

2. Kendala Dalam Pemanfaatan Media Sosial Di Perpustakaan Bank Indonesia Kalimantan Selatan

Dalam melaksanakan pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi perpustakaan pasti ada sebuah kendala yang terjadi dalam melakukan kegiatan tersebut, sebagaimana hasil wawancara dengan bagian humas Perpustakaan Bank Indonesia Kalimantan Selatan yang mengatakan bahwa:

“ untuk kendala dalam pemanfaatan media sosial sebagai promosi ini ada pada SDM ya, karena tenaga nya cuma satu, sebenarnya kalau sesuai struktur organisasi nya ya disini ada 8 orang yang mempunyai peran masing-masing, misal kepala kehumasan BI Kalsel kami jadikan kepala perpustakaan disini, dan saya humas dibidang layanannya karena cuma saya yang berlatarbelakang ilmu perpustakaan, makanya yang mengurus semua perpustakaan adalah saya sendiri. Karena tugas saya bukan hanya di perpustakaan saja yang saya urus, jadi saya kurang memaksimalkan promosinya baik itu di *Instagram* maupun *Youtube*. Saya berharap nanti ada penambahan staff disini. Dan juga tidak adanya frekuensi *update* dari atasan, makanya disini ketika tidak ada kesibukan baru kami posting-posting gitu.”⁷¹

Dari hasil uraian diatas dapat diketahui bahwa kendala dalam pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi perpustakaan di Perpustakaan Bank Indonesia Kalimantan Selatan adalah kurangnya sumber daya manusia, tugas-tugas yang banyak diemban oleh admin perpustakaan juga menjadi hambatan dalam upaya promosi, dan tidak adanya penjadwalan dalam melaksanakan promosi. Dapat disimpulkan bahwa kurangnya sumber daya manusia sangat berpengaruh dan tidak adanya penjadwalan dalam pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi perpustakaan.

⁷¹ Wawancara dengan humas perpustakaan, 23 Januari 2024 pukul 11.30 WITA.

B. Pembahasan

Pada pembahasan ini peneliti memberikan sebuah deskripsi dari hasil penelitian lapangan yaitu berupa observasi dan wawancara, yang telah dilakukan langsung pada waktu penelitian. Maka tahap selanjutnya yaitu penjelasan hasil analisis data yang kemudian akan diperoleh hasil akhir dari penelitian ini. Adapun analisis data terhadap Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Perpustakaan Di Perpustakaan Bank Indonesia Kalimantan Selatan, sebagai berikut:

1. Pemanfaatan Media Sosial Di Perpustakaan Bank Indonesia Kalimantan Selatan

a. Instagram

Instagram adalah salah satu media sosial yang dimanfaatkan untuk promosi perpustakaan. Perpustakaan Bank Indonesia Kalimantan Selatan memanfaatkan *Instagram* sebagai sarana promosi perpustakaan karena dianggap dapat menarik perhatian pemustaka. Fitur yang ada di *Instagram* itu beragam, fitur ini sudah dimanfaatkan perpustakaan Bank Indonesia Kalimantan Selatan untuk memudahkan promosi perpustakaannya kepada pengguna atau daftar teman diakun *Instagramnya*. Berikut beberapa fitur-fitur *Instagram* yang dimanfaatkan oleh Perpustakaan Bank Indonesia Kalimantan Selatan yang dikemukakan oleh Atmoko Bambang Dwi⁷², yaitu:

⁷² Bambang Dwi Atmoko, *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*, (Jakarta: Media Kita, 2012).

1) *Instagram story (instastory)*

berdasarkan hasil dari penelitian bahwa *instastory* di *Instagram* Perpustakaan Bank Indonesia Kalimantan Selatan belum sepenuhnya menggunakan atau memanfaatkan fitur *Instastory* sebaik yang seharusnya atau sebaik yang mungkin untuk mencapai tujuan tertentu, seperti mempromosikan kegiatan-kegiatan yang berlangsung, layanan mereka atau berbagi konten yang relevan agar meningkatkan kesadaran pengguna bahwa di perpustakaan Bank Indonesia Kalimantan Selatan ada banyak kegiatan lainnya.

2) *Instagram reels*

berdasarkan hasil dari penelitian bahwa *instagram reels* di *Instagram* Perpustakaan Bank Indonesia Kalimantan Selatan telah memanfaatkan fitur ini dengan memposting konten-konten yang menarik, seperti memposting tentang profil perpustakaan, tata cara berkunjung ke perpustakaan, konten edukatif atau informasi menarik tentang perpustakaan.

3) Sorotan cerita

berdasarkan hasil penelitian bahwa sorotan cerita di *Instagram* Perpustakaan Bank Indonesia Kalimantan Selatan telah digunakan secara penuh atau efektif. Ini menunjukkan bahwa perpustakaan telah memanfaatkan fitur tersebut sepenuhnya untuk menyajikan konten yang relevan atau penting, seperti informasi tentang layanan, acara, koleksi buku, kutipan-kutipan yang menginspirasi atau memotivasi, ini menunjukkan bahwa mereka aktif dalam menyediakan konten bermutu tinggi yang dapat memberikan nilai tambah bagi pengunjung profil mereka di platform media sosial.

4) *New feed*

berdasarkan hasil penelitian bahwa *new feed* di *Instagram* Perpustakaan Bank Indonesia Kalimantan Selatan telah memanfaatkan fitur ini dengan memposting foto dan video. Ini menunjukkan bahwa mereka aktif dalam berbagi konten visual yang beragam, seperti foto koleksi buku, fasilitas, acara perpustakaan, saran bacaan, atau informasi lainnya yang relevan dengan pengikut mereka di platform media sosial.

5) Profil

dari hasil penelitian bahwa profil di *Instagram* Perpustakaan Bank Indonesia Kalimantan Selatan telah mengoptimalkan fitur ini dengan merancang postingan mereka sebaik mungkin. Ini menunjukkan bahwa mereka berusaha untuk membuat tampilan profil mereka menarik dan profesional dengan konten yang berkualitas tinggi, seperti foto yang estetik dan desain yang menarik, sehingga menarik minat pengunjung dan meningkatkan keterlibatan pengikut di platform media sosial.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa *Instagram* Perpustakaan Bank Indonesia Kalimantan Selatan memiliki kesesuaian dengan teori oleh Atmoko Bambang Dwi⁷³ dalam *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*.

Adapun hal-hal yang dapat dilakukan pustakawan dalam mempromosikan perpustakaan menggunakan media sosial yaitu *Instagram* yang dikemukakan oleh Jefferly Helianthusonfri⁷⁴, yaitu:

⁷³ Bambang Dwi Atmoko, *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*, (Jakarta: Media Kita, 2012).

⁷⁴ Jefferly Helianthusonfri, *Instagram Marketing Untuk Pemula*, (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2020), 98-99.

1) Berinteraksi dengan pengguna

Instagram Perpustakaan Bank Indonesia Kalimantan Selatan berinteraksi dengan pengguna menggunakan fitur *like* dan komentar yang ada di *Instagram*.

Berdasarkan hasil penelitian diatas memiliki kesesuaian yang dikemukakan oleh Jefferly Helianthusonfri⁷⁵ yang menyatakan bahwa Pustakawan dapat meminta pengguna untuk berkomentar tentang koleksi yang diinginkan atau pengarang yang disukai melalui foto atau komentar yang ditulis. Sehingga dapat menjadi referensi berharga untuk perpustakaan dalam pengembangan koleksi dan layanan.

2) Menunjukkan sekitar dan koleksi

Dengan menunjukkan dan menampilkan sekeliling perpustakaan, termasuk gedung dan fasilitasnya, bertujuan menarik minat pengguna untuk berkunjung perpustakaan. *Instagram* Perpustakaan Bank Indonesia Kalimantan Selatan sudah memaksimalkan promosi dengan memposting sekeliling ruangan perpustakaan, tempat membaca yang nyaman untuk pemustaka.

Berdasarkan hasil penelitian diatas memiliki kesesuaian yang dikemukakan oleh Jefferly Helianthusonfri⁷⁶ yang menyatakan bahwa dengan menunjukkan dan menampilkan isi perpustakaan, termasuk gedung dan fasilitasnya, agar dapat menarik minat pengguna untuk berkunjung ke perpustakaan.

⁷⁵ *Ibid.*, 98-99.

⁷⁶ *Ibid.*, 98-99.

3) Menyebarkan jadwal acara

Memperlihatkan acara yang akan datang atau telah berlalu juga dapat memikat pengunjung agar mengunjungi perpustakaan, agar terlihat bahwa perpustakaan bukan hanya tempat membaca, melainkan juga sebagai tempat untuk acara edukatif. *Instagram* Perpustakaan Bank Indonesia Kalimantan Selatan sudah memanfaatkan promosi dengan setiap mengadakan kegiatan atau acara akan langsung mempublikasikan agar pengguna mengetahui acara yang diadakan di perpustakaan Bank Indonesia Kalimantan Selatan.

Berdasarkan hasil penelitian diatas memiliki kesesuaian yang dikemukakan oleh Jefferly Helianthusonfri⁷⁷ yang menyatakan bahwa perpustakaan dapat memikat pengunjung dengan menampilkan acara yang akan datang atau telah berlalu, menunjukkan bahwa perpustakaan bukan hanya tempat untuk membaca tetapi juga tempat untuk acara edukatif.

4) Menampilkan tahapan proses

Instagram Perpustakaan Bank Indonesia Kalimantan Selatan tidak memanfaatkan fitur siaran langsung.

Berdasarkan hasil penelitian diatas memiliki kesesuaian yang dikemukakan oleh Jefferly Helianthusonfri⁷⁸ yang menyatakan bahwa orang akan bertanya-tanya apa yang terjadi di balik layar atau proses acara. Perpustakaan dapat meningkatkan daya tarik dan menarik minat pengguna dengan membagikan proses acara.

⁷⁷ *Ibid.*, 98-99.

⁷⁸ *Ibid.*, 98-99.

5) Menyajikan sejarah perpustakaan

Instagram Perpustakaan Bank Indonesia Kalimantan Selatan tidak ada menunjukkan sejarah perpustakaan di akun *Instagram*nya.

Berdasarkan hasil penelitian diatas memiliki kesesuaian yang dikemukakan oleh Jefferly Helianthusonfri⁷⁹ yang menyatakan bahwa pustakawan dapat menggunakan *Instagram* untuk menceritakan sejarah perpustakaan yang mungkin tidak diketahui oleh banyak pengguna. Mereka dapat membagikan gambar atau kondisi perpustakaan masa lalu.

6) Berkolaborasi dengan akun *Instagram* lain

Perpustakaan dapat melakukan pencarian akun *Instagram* lain yang sesuai untuk berkolaborasi. *Instagram* Perpustakaan Bank Indonesia Kalimantan Selatan tidak berkolaborasi tetapi bersinergi bersama Dinas Perpustakaan Dan Kearsipan Provinsi Kalimantan Selatan dengan saling menandai di postingan *Instagram*.

Berdasarkan hasil penelitian diatas bahwa memiliki kesesuaian yang dikemukakan oleh Jefferly Helianthusonfri⁸⁰ yang menyatakan cara lain untuk promosi akun media sosial adalah dengan cara berkolaborasi. Perpustakaan bisa mencari akun-aku *Instagram* lain yang kira-kira cocok untuk diajak berkolaborasi. Dengan demikian, hal ini dapat meningkatkan publikasi terhadap akun *Instagram* perpustakaan.

Perpustakaan Bank Indonesia Kalimantan Selatan bersinergi dengan Dinas Perpustakaan Dan Kearsipan Provinsi Kalimantan Selatan dengan mengadakan kegiatan dongeng bareng, temu kembali. Ada juga dengan Instansi

⁷⁹ *Ibid.*, 98-99.

⁸⁰ *Ibid.*, 98-99.

UIN Antasari Banjarmasin dan ULM Banjarmasin yaitu beasiswa yang bernama komunitas Genbi. Perpustakaan Bank Indonesia Kalimantan Selatan telah memanfaatkan sarana bauran promosi melalui hubungan masyarakat.

Berdasarkan hasil penelitian diatas memiliki kesesuaian yang dikemukakan oleh Hamdani⁸¹ yang menyatakan perpustakaan harus membangun hubungan masyarakat sebagai strategi pemasaran yang melibatkan pelanggan, pemasok, dan penyalur serta kelompok kepentingan publik yang lebih besar.

b. *Youtube*

Youtube adalah salah satu media sosial yang dimanfaatkan untuk promosi perpustakaan. Perpustakaan Bank Indonesia Kalimantan Selatan memanfaatkan *Youtube* sebagai sarana promosi perpustakaan karena dianggap dapat memberikan platform yang kuat dan fleksibel dan berharap mendapat jaungkauan yang lebih luas. Hal-hal yang dapat dilakukan pustakawan dalam mempromosikan perpustakaan menggunakan media sosial *Youtube*, seperti yang dikemukakan oleh Genelius⁸², sebagai berikut:

1) *Content Creation*

Perpustakaan Bank Indonesia Kalimantan Selatan telah menggunakan *content creation* pada *Youtube* untuk menyebarkan berbagai konten terkait profil, kegiatan yang diadakan, layanan yang disediakan, serta fasilitas yang tersedia di perpustakaan tersebut. Dengan demikian, mereka menggunakan *content creation*

⁸¹ Danang Sunyoto, *Dasar-Dasar Manajemen Perpustakaan: Konsep, Strategi, dan Kasus*, (Yogyakarta: PT. Buku Seri, 2013), 157-169.

⁸² Susan Genelius, *30-Minute Social Media Marketing: Step-by-step Technique to Spread the About Your Business: Mc Graw-Hill*, 59.

sebagai sarana untuk berbagi informasi, edukasi, dan promosi kepada audiens mereka, yang bisa berupa video tentang acara, tutorial berkunjung ke perpustakaan untuk menciptakan keterlibatan yang lebih besar dengan pengunjung mereka.

Berdasarkan hasil penelitian diatas bahwa memiliki kesesuaian yang dikemukakan oleh Genelius⁸³ yang menyatakan bahwa sebelum terhubung dengan orang lain di platform sosial dan menjalin hubungan, diperlukan hal menarik yang dapat ditampilkan, seperti konten agar kepercayaan bisa dibangun melalui konten-konten yang telah dibagikan di masa mendatang.

2) *Content Sharing*

Perpustakaan Bank Indonesia Kalimantan Selatan telah menggunakan *content sharing* pada *Youtube* untuk memposting konten yang mereka unggah di *Youtube* ke platform *Instagram* mereka, berupa video tentang acara, tutorial berkunjung ke perpustakaan. Dengan cara ini, mereka berupaya untuk memperluas jangkauan konten mereka dengan menyebarkan informasi yang sama kepada pengikut di kedua platform tersebut. Ini membantu meningkatkan visibilitas konten mereka dan memberikan kesempatan kepada pengguna di *Instagram* untuk terhubung dengan perpustakaan tersebut dan mengetahui kegiatan, layanan, dan fasilitas yang ditawarkan.

Berdasarkan hasil penelitian diatas bahwa memiliki kesesuaian yang dikemukakan oleh Genelius⁸⁴ yang menyatakan kegiatan berbagi konten kepada

⁸³ *Ibid.*, 59.

⁸⁴ *Ibid.*, 60.

individu atau kelompok dengan niat meningkatkan penjualan secara langsung maupun tidak langsung, bergantung pada jenis konten yang dibagikan.

3) *Connecting*

Perpustakaan Bank Indonesia Kalimantan Selatan telah melakukan berbagai upaya untuk melaksanakan aspek *connecting*. Upaya tersebut melibatkan penyebarluasan akun media sosial *Youtube* Perpustakaan Bank Indonesia Kalimantan Selatan dan konten yang diunggah melalui platform sosial lain seperti *Instagram*, berupa video tentang acara, tutorial berkunjung ke perpustakaan. Kegiatan seperti ini diyakini oleh pengelola dapat menghubungkan perpustakaan dengan pemustaka dan non-pemustaka. Hal ini karena penyebaran akun atau konten perpustakaan oleh seseorang akan memungkinkan orang lain yang terhubung dengannya untuk melihat informasi yang dibagikan, sehingga konten akan mencapai audiens yang lebih luas.

Berdasarkan hasil penelitian di atas bahwa memiliki kesesuaian yang dikemukakan oleh Genelius⁸⁵ yang menyatakan bahwa dalam kegiatan pemasaran, memungkinkan pemilik bisnis untuk berinteraksi dengan banyak individu yang memiliki minat serupa, sehingga memungkinkan pertukaran informasi dengan tema yang seragam antara kedua belah pihak.

Pemasaran langsung digunakan Perpustakaan Bank Indonesia Kalimantan Selatan menggunakan bauran pemasaran *digital marketing* dengan media sosial *Instagram* dan *Youtube*.

⁸⁵ *Ibid.*, 60-61.

Berdasarkan hasil penelitian diatas memiliki kesesuaian yang dikemukakan oleh Hamdani⁸⁶ yang menyatakan pemasaran langsung adalah komponen terakhir dalam bauran komunikasi dan promosi. Pemasaran langsung terdiri dari enam jenis, yaitu *direct mail*, *mail order*, *direct response*, *direct selling*, *telemarketing*, dan *digital marketing*.

2. Kendala Dalam Pemanfaatan Media Sosial Di Perpustakaan Bank Indonesia Kalimantan Selatan

Pelaksanaan pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi perpustakaan tidak selalu lancar, tentu saja ada tantangan-tantangan yang mungkin dihadapi dalam melaksanakan kegiatan tersebut, kendala yang dimiliki oleh Perpustakaan Bank Indonesia Kalimantan Selatan yaitu kurangnya sumber daya manusia untuk mempromosikan di akun *Instagram* dan *Youtube*, tugas-tugas yang banyak diemban oleh admin perpustakaan juga menjadi hambatan dalam upaya promosi. dan tidak ada frekuensi *update* dalam melaksanakan promosi.

Berdasarkan hasil penelitian diatas bahwa memiliki kesesuaian yang dikemukakan oleh Akter dalam Nowrin⁸⁷ bahwa mayoritas perpustakaan menyebutkan kurangnya tenaga perpustakaan sebagai salah satu kendala utama dalam promosi perpustakaan. Rekrutmen perpustakaan tidak sejalan dengan kebutuhan awal, dan tentu saja kekurangan keahlian juga menjadi kendala besar dalam promosi perpustakaan.

⁸⁶ Danang Sunyoto, *Dasar-Dasar Manajemen Perpustakaan: Konsep, Strategi, dan Kasus*, (Yogyakarta: PT. Buku Seri, 2013), 157-169.

⁸⁷ Akter T, Nowrin,S., Mostafa, M.Sk. "Prospect and Challenges of Library Marketing Strategies at Private University Libraries in Bangladesh: A Proposal Model Plan" *American Journal of Humanities and Social Sciences Research (AJHSSR)*, Vol. 4, No. 10, (2020): 168-169.