

PROMOSI PERPUSTAKAAN MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DI DINAS PERPUSTAKAAN DAN KEARSIPAN KABUPATEN LIMA PULUH KOTA

Yovita Melamanda

Program Studi Perpustakaan dan Ilmu Informasi, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Padang
Email: yovitamelamanda421@gmail.com

Yona Primadesi

Program Studi Perpustakaan dan Ilmu Informasi, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Padang
Email: yona2154@gmail.com

Received: 25-05-2022

Revised: 05-11-2022

Accepted: 18-12-2022

DOI: 10.24036/ib.v4i1.311

Abstract

This research is motivated by the impact of increasingly rapid technological developments, so that it affects the existence of libraries and archives in 50 Kota. The purpose of this study was to describe the context, content, communication, and connection of Instagram at the Library and Archives Service of 50 Kota Regency as a promotional media. This is a qualitative study that uses the descriptive method. Interviewing, observation, and documenting procedures are used to obtain data. Based on research findings and discussion, it shows that library promotion through social media Instagram has fulfilled two of the four elements used. The elements that are met are the application of communication and connection. Based on the research results the application of context or message content seen from the clarity and completeness of the message is not yet persuasive. The application of content or message packaging has not been running effectively, it can be seen from the uploaded content that is less varied and the appearance of the feed on the @perpustakaan daerah 50k account is less attractive. The application of communication or interaction between the @perpustakaan daerah 50k admin and followers has been going well, as can be seen from the comments and direct messages which were responded positively by the admin. And the application of the connection is also going well, as can be seen from the use of the hashtag feature in promotions through Instagram social media, making it easier for followers to get information.

Keywords: *Library promotion, social media instagram*

Abstrak

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh dampak perkembangan teknologi yang semakin pesat, sehingga berpengaruh terhadap eksistensi pada Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kabupaten Lima Puluh Kota. Tujuan penelitian ini untuk mendeskripsikan *context, content, communication, dan connection* penggunaan media sosial Instagram pada Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kabupaten Lima Puluh Kota sebagai media promosi. Penelitian ini adalah penelitian deskriptif yang menggunakan metode kualitatif. Untuk memperoleh data dilakukan dengan wawancara, observasi dan dokumentasi. Teknik penganalisisan data menggunakan model analisis Miler dan Hubirman yang dilakukan secara interaktif melalui mereduksi data, model data dan terakhir menarik kesimpulan. Berdasarkan temuan penelitian dan pembahasan menunjukkan bahwa promosi perpustakaan melalui media sosial instagram sudah memenuhi dua dari empat elemen yang digunakan. Adapun elemen yang terpenuhi yaitu penerapan *communication* dan *connection*. Berdasarkan hasil penelitian penerapan *context* atau isi pesan yang dilihat dari kejelasan dan kelengkapan pesan belum bersifat persuasif. Penerapan *content* atau pengemasan

pesan belum berjalan dengan efektif, terlihat dari konten yang diunggah kurang bervariasi serta tampilan feed di akun @perpustakaan50k kurang menarik. Penerapan *communication* atau interaksi antara admin @perpustakaan50k dengan *followers* sudah berjalan dengan baik terlihat dari komentar dan *direct message* yang direspon positif oleh admin. Dan penerapan *connection* juga berjalan dengan baik, terlihat dari penggunaan fitur *hashtag* dalam promosi melalui media sosial instagram sehingga memudahkan *followers* mendapatkan informasi.

Kata Kunci : promosi perpustakaan, media sosial instagram

PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi semakin pesat mengakibatkan peningkatan kebutuhan informasi setiap individu. Teknologi informasi dan komunikasi seolah-olah tidak bisa lagi dipisahkan dari kehidupan manusia. Kehadiran perangkat teknologi tersebut memberi kemudahan untuk mengakses berbagai informasi yang dibutuhkan guna memenuhi kebutuhan informasinya. Akan tetapi tanpa disadari hal tersebut juga menimbulkan dampak negatif, salah satunya bagi perpustakaan.

Kemudahan masyarakat dalam mencari informasi mengakibatkan bergesernya peran utama perpustakaan sebagai lembaga penyedia informasi. Masyarakat akan lebih cenderung memanfaatkan dan menggunakan perangkat yang mereka miliki untuk mencari dan mengakses informasi

sehingga berdampak bagi keberadaan perpustakaan. Informasi lebih mudah didapat tanpa harus datang ke perpustakaan. Akibatnya, jumlah pengunjung perpustakaan pun menurun yang berdampak pada semakin rendahnya pemanfaatan berbagai sumber informasi dan layanan yang dimiliki oleh perpustakaan.

Di sisi lain, hal ini justru menjadi tantangan bagi perpustakaan agar mampu memanfaatkan perkembangan teknologi sebagai peluang yang ada guna menjaga eksistensi perpustakaan. Salah satu cara menjaga eksistensi perpustakaan yaitu dengan mengadakan promosi perpustakaan. Promosi perpustakaan menurut Mustofa (2017) meliputi segala kegiatan yang dilakukan perpustakaan dengan tujuan menyebarkan, memperkenalkan, atau menyampaikan barang atau jasa di dalam perpustakaan serta

memberitahukan kepada pemustaka tentang keberadaan, kegiatan dan manfaat perpustakaan, sehingga pemustaka dapat mempelajari koleksi dan layanan perpustakaan. Pemustaka diharapkan lebih tertarik untuk mengunjungi dan menggunakan perpustakaan.

Perpustakaan menggunakan berbagai media untuk mempromosikan kelebihannya, salah satunya adalah media sosial. Luasnya Jangkauan media sosial dan dapat diakses setiap saat menjadi kelebihan tersendiri bagi perpustakaan untuk memanfaatkannya (Laksimawati, 2020). Sekarang ini media sosial yang paling banyak digunakan sebagai media promosi adalah instagram. Menurut laporan pendataan global tahun 2021 dari We Are Social dan Hootsuite, Indonesia memiliki 170 juta pengguna aktif media sosial.

Instagram adalah satu platform media sosial yang paling populer dengan total pengguna 85 juta jiwa. Instagram menjadi media sosial populer yang menduduki peringkat ketiga

setelah Youtube dan WhatsApp, mengantongi 86,6 % dari keseluruhan pengguna internet. Bahkan penggunaannya mengalahkan Facebook, dimana pengguna Facebook di Indonesia hanya 85,5 % (Riyanto A. , 2021). Instagram lebih fokus pada foto dan video. Aplikasi ini menjadi populer karena berbagai fitur dan keunggulan yang disediakannya. Kemampuan untuk mencari sesuatu menggunakan hastag juga memudahkan pengguna untuk mengidentifikasi topic yang relevan dengan mereka.

Studi ini bermaksud untuk mengetahui promosi perpustakaan melalui media sosial instagram di Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kabupaten Lima Puluh Kota. Karena pada dasarnya selain memudahkan penyebaran informasi, juga memudahkan dalam memperkenalkan layanan yang tersedia. Namun dalam upaya promosi perpustakaan, Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kabupaten Lima Puluh Kota kurang memperhatikan konten yang diposting di akun instagram @perpustakaanandaerah50k. Di samping

itu akun @perpustakaandaerah50k juga kurang aktif dalam mengirim postingan, terbukti dengan jaranganya mengupload foto atau video. Hal ini tentunya hal tersebut menjadi permasalahan dalam kegiatan promosi Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kabupaten Lima Puluh Kota.

Berdasarkan hal tersebut, penulis tertarik untuk mengetahui mengenai bagaimana promosi perpustakaan melalui media sosial Instagram di Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kabupaten Lima Puluh Kota dan hasilnya akan digunakan untuk mengetahui apakah penggunaan Instagram sebagai media promosi dapat berjalan dengan baik atau tidak. Promosi perpustakaan dalam melalui media sosial instagram dapat dilihat dari *content*, *context*, *communication* dan *connection* promosi melalui akun instagram.

Dari pemaparan masalah tersebut, tujuan penelitian ini adalah mendeskripsikan *content*, *context*, *communication* dan *connection*.

Instagram sebagai media promosi perpustakaan.

METODE

Penelitian ini adalah penelitian deskriptif yang menggunakan metode kualitatif. Penelitian kualitatif ini bertujuan untuk mendeskripsikan bagaimana Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kabupaten Lima Puluh Kota mempromosikan keunggulan perpustakaan melalui media sosial Instagram.

Untuk menentukan informan dilakukan dengan *purposive sampling*. Dalam penelitian ini kriteria Informan meliputi : a) Informan adalah pengguna Instagram yang aktif menyukai atau mengomentari konten yang diposting oleh Instagram @perpustakaandaerah50k; b) Informan minimal sudah lima bulan mengikuti instagram @perpustakaandaerah50k Agar informan mempunyai informasi dan pengetahuan yang lebih banyak dalam perkembangan instagram @perpustakaandaerah50k;

(c) Informan berusia minimal 15 tahun. Alasan ini dikarenakan informan yang berusia 15 tahun keatas sudah lama menggunakan instagram. Dalam penelitian ini informan berjumlah delapan orang yang terdiri dari, satu orang pustakawan dan tujuh orang pemustaka. Alasan pemilihan pemustaka sebagai informan dikarenakan pemustaka adalah target atau sasaran langsung dari kegiatan promosi yang dilaksanakan oleh Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kabupaten Lima Puluh Kota, sehingga pemustaka dapat memberikan *feedback* dan penilaian bagaimana promosi perpustakaan melalui media sosial instagram. Kemudian alasan pemilihan pustakawan sebagai informan dikarenakan pustakawan merupakan admin instagram yang memiliki wewenang terhadap kebijakan mengenai hal promosi melalui instagram.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan triangulasi sumber. Pada tahap ini penulis menggali informasi dari informan dan juga

mengecek informasi yang dijelaskan informan pada akun @perpustakaanandaerah50k.

Teknik penganalisisan data menggunakan model analisis Miler dan Hubirman yang dilakukan secara interaktif melalui mereduksi data, model data dan terakhir menarik kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berikut ini merupakan uraian pembahasan yang didasarkan pada temuan penelitian yang dilakukan peneliti.

1. *Context*

Berdasarkan hasil wawancara dengan *followers* dan admin @perpustakaanandaerah50k dilihat dari kejelasan dan kelengkapan *caption* (isi pesan) disetiap postingan instagram @perpustakaanandaerah50k belum efektif. Hal ini membuktikan bahwa pesan yang disampaikan pada *caption* belum jelas dan lengkap. Keberhasilan Instagram @perpustakaanandaerah50k menjadi sarana promosi salah satunya bergantung kepada isi pesan. Kejelasan dan kelengkapan pesan untuk promosi

70

Published by Program Studi Perpustakaan dan Ilmu Informasi
FBS Universitas Negeri Padang, Indonesia

harus dirancang dan disampaikan secara jelas agar mudah dipahami. Selain itu dalam membuat *caption* tentu harus jelas, *persuasive* dan sesuai dengan gambar yang diposting. *Caption* yang bagus adalah *caption* yang tidak terlalu panjang tetapi memiliki kalimat yang meyakinkan yang menarik minat pengguna. Untuk menambah kelengkapan *caption* juga bisa dengan menggunakan fitur hastag milik instagram. Penggunaan fitur hastag selain menambah kelengkapan pesan pada postingan, juga mempermudah pengguna dalam melakukan pencarian terhadap sesuatu dan juga bisa memperluas jangkauan postingan.

Berikut ini adalah salah satu postingan akun instagram @perpustakaan daerah50k menggunakan *caption* :



Gambar 1. Postingan Kegiatan Membatik

Dari gambar di atas bisa dilihat bahwa dalam postingan yang diunggah di akun instagram @perpustakaan daerah50k, tidak menjelaskan secara rinci mengenai tanggal berapa kegiatan dilaksanakan, siapa peserta yang ikut dan juga berapa hari kegiatan dilaksanakan.

Menurut Kusumastuti (2009) bahwa dalam melakukan promosi perancangan pesan merupakan salah satu aspek pada promosi melalui media sosial, calon pengguna akan memutuskan jika pelaku usaha

menyampaikan pesan yang bersifat *persuasif*. Sedangkan menurut Soemirat dan Ardianto (2003) kriteria pesan yang jelas dalam promosi yaitu pesan yang mudah dimengerti, tidak berbelit, sehingga tidak menimbulkan keraguan. Namun dalam promosi yang dilakukan oleh Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kabupaten Lima Puluh Kota pesan yang disampaikan melalui *caption* belum jelas dan tidak bersifat *persuasif*.

Salah satu faktor penyebab isi pesan yang disampaikan kurang lengkap dan tidak *persuasif* karena kurangnya pengetahuan admin (pustakawan) dalam melakukan promosi khususnya promosi melalui media sosial instagram. Agar promosi dapat berjalan tercapai, solusi yang bisa dilakukan yaitu mengadakan pelatihan bagi pustakawan yang ada agar pustakawan lebih mengetahui bagaimana promosi yang efektif melalui media sosial, khususnya media sosial instagram. Selain itu bisa juga dengan berpedoman kepada akun instagram perpustakaan lain yang lebih dulu

melakukan promosi, seperti akun instagram milik Perpustakaan Nasional.

Jadi dapat disimpulkan bahwa bahwa Isi pesan Instagram sebagai media promosi di beberapa postingan belum efektif terlihat dari pesan yang disampaikan tidak bersifat *persuasif*, juga dalam beberapa postingan yang lain, *caption* yang disampaikan belum lengkap.

2. Content

Dari wawancara yang peneliti lakukan dengan admin dan *followers* instagram @perpustakaanandaerah50k, bahwa promosi jika ditinjau dari *content* dilihat dari kualitas foto dan video, *template* yang digunakan serta pemilihan warna dan tata letak belum menarik. Untuk menarik minat pemustaka tentunya dibutuhkan strategi yang tepat agar promosi yang dilaksanakan dapat tercapai. Penggunaan foto dan gambar dapat memperkuat daya tarik pada postingan yang hendak disampaikan kepada khalayak sehingga bisa menimbulkan kesan. Daya tarik tersebut dapat dilihat

dari kualitas foto dan video, *template* yang digunakan, serta pemilihan warna dan tata letak.

Menurut Muskitta (2014) bahwa menunjukkan foto-foto atau gambar dalam promosi adalah cara untuk meningkatkan minat seseorang. Berdasarkan teori diatas dapat dilihat bahwa kegiatan promosi perpustakaan memang sangat bergantung kepada daya tarik yang disampaikan melalui media sosial instagram.

Untuk meningkatkan *content* dalam promosi perpustakaan, dapat memberi inovasi pada setiap foto yang diposting, agar dinilai tidak membosankan bagi *followers*. Memberikan hiasan pada foto dengan cara yang bagus, seperti menggunakan *template* yang seragam, warna yang bagus adalah solusi untuk memberikan kesan menarik di gambar yang akan di posting. Selain itu kualitas foto juga harus diperhatikan. Jika dibandingkan dengan foto yang beresolusi rendah, foto yang berkualitas tinggi akan lebih menarik. Namun hal ini tidak terlepas dari sumber daya di Dinas

Perpustakaan dan Kearsipan Kabupaten Lima Puluh Kota. Seperti tidak adanya staf khusus atau cameramen dalam pengambilan dokumentasi kegiatan

Selain kualitas foto, *template* yang digunakan, serta pemilihan tata letak, Perpustakaan umum daerah Kabupaten Lima Puluh Kota juga bisa meningkatkan daya tarik ini melalui konten. Postingan admin di akun instagram @perpustakaandaerah50k dirasa kurang bervariasi. Hal ini dapat ditunjukkan dengan kurang menariknya unggahan konten-konten yang, karena isi konten lebih kepada postingan kegiatan perpustakaan dibandingkan dengan menonjolkan keunggulan perpustakaan.

Dalam melakukan promosi admin instagram @perpustakaandaerah50k mengunggah satu postingan dalam seminggu. Penyampaian dan pengiriman postingan harus mempunyai jadwal tertentu agar efektif. Sebagai media promosi, seharusnya akun instagram @perpustakaandaerah50k mempunyai

jadwal khusus dalam mengirim postingan, bisa juga dilakukan dengan mengirim postingan menyesuaikan dengan tema hari tertentu.

Menurut Riyanto (2010), postingan yang sering muncul pada akhirnya akan menarik perhatian. Hal senada disebutkan Helianthusonfri (2014), yang mengungkapkan bahwa bagi pelaku usaha yang menggunakan media sosial untuk promosi, intensitas mengirim postingan harus sering dilakukan agar *followers* tertarik untuk melihat postingan tersebut. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semakin sering admin mengunggah postingan maka semakin tinggi juga peluang *followers* mengenal perpustakaan tersebut.

Dapat diketahui salah satu penyebab postingan yang diunggah oleh admin @perpustakaan daerah 50k tidak terjadwal dikarenakan minimnya sumber daya untuk mengelola akun instagram @perpustakaan daerah 50k. Saat ini tidak ada pustakawan khusus di bidang promosi, sehingga pustakawan yang bertugas dibagian layanan

merangkap menjadi admin sekaligus. Akibatnya admin tidak memiliki jadwal pasti sehingga postingan yang diunggah hanya berdasarkan waktu senggang admin tersebut. Salah satu solusinya adalah harus adanya staf khusus yang berkompeten untuk mengelola promosi di akun media sosial instagram tersebut. Tujuan adanya staf khusus supaya promosi lebih efektif dan tujuan promosi dapat tercapai.

Sebagai media promosi perpustakaan, konten yang diunggah harus bervariasi, seperti memposting koleksi berdasarkan tema hari tertentu, bisa juga mengenai kutipan dari suatu buku yang ada sehingga pengunjung menjadi tertarik terhadap buku tersebut yang kemudian bisa menarik minat pengunjung.

3. *Communication*

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan bahwa penerapan *communication* pada promosi perpustakaan melalui media sosial instagram sudah berjalan dengan baik. Hal ini terbukti setelah melakukan promosi melalui media sosial instagram,

banyak *followers* yang memberikan komentar dan mengirim *direct message* di akun instagram untuk menanyakan dan juga mencari tahu mengenai Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Lima Puluh Kota.

Dari hasil penelitian dijelaskan bahwa dengan promosi melalui media sosial ini komunikasi antara pustakawan dengan pengguna menjadi efektif, dimana admin dan pengguna dapat saling berinteraksi untuk mengetahui berbagai info dan layanan yang ada di Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Lima Puluh Kota. Dengan promosi melalui media sosial instagram, interaksi yang terjadi antara admin dengan *followers* sangat cepat karena berbasis internet. Pendapat Yenianti (2019) mengatakan bahwa media sosial dapat menjadi sarana promosi yang memudahkan pustakawan untuk berinteraksi dengan masyarakat. Begitu juga dengan Ginting (2020) yang menyatakan bahwa penggunaan media sosial sangat cocok sebagai media promosi perpustakaan karena kemudahan dalam

menyebarkan informasi, layanan yang ada serta menawarkan semua koleksi terbaru yang terdapat di perpustakaan.

Di sisi lain penggunaan media sosial ini sebagai sarana promosi perpustakaan berdampak baik kepada pengguna yang menjadi dekat dengan perpustakaan. Selain itu juga memudahkan pengguna untuk bertanya jika mengalami kesulitan baik itu mengenai jam layanan, jumlah koleksi yang dipinjam dan lain lain. Setelah itu pengelola instagram @perpustakaan daerah 50k langsung merespon pertanyaan *followers* secepatnya, kecuali untuk pertanyaan yang mengarah kepada kebijakan di Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Lima Puluh Kota maka untuk menjawabnya admin melakukan koordinasi dulu dengan kepala dinas atau pihak yang memiliki wewenang untuk menjawabnya.

Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa penerapan *communication* pada Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kabupaten

Lima Puluh Kota menggunakan Instagram sebagai sarana promosi sudah efektif dan maksimal sehingga indikator ini dikatakan terpenuhi.

4. *Connection*

Elemen *connection* dalam penelitian ini mengacu kepada pemanfaatan fitur tag dan hastag. Berdasarkan hasil wawancara dengan informan bahwa penerapan *connection* pada promosi perpustakaan melalui media sosial instagram sudah efektif. Dimana dalam setiap postingan yang diunggah oleh admin di akun @perpustakaandaerah50k selalu menyertakan fitur tag dan hastag. Dengan adanya fitur tag dan hastag ini dapat menambah popularitas akun instagram @perpustakaandaerah50k dan juga memudahkan penyebaran informasi secara luas yang berdampak pada makin banyak pengguna yang menjadi tahu mengenai keberadaan Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Lima Puluh Kota.

Berdasarkan hasil penelitian bahwa hastag yang sering digunakan oleh admin dalam postingan

menyesuaikan dengan konten yang diunggah. Instagram

@perpustakaandaerah50k

menggunakan hastag dan tag mampu berdampak dalam meningkatkan *followers* dan membantu dalam menjangkau lebih banyak pengguna. Selain itu setiap postingan foto dan video yang diposting diwajibkan untuk memberikan hastag dan tag. Tag biasanya menandai akun lokal daerah setempat seperti @sudutpayakumbuh, @kabupatenlimapuluhkota, @infolimapuluhkota dengan tujuan memberikan dampak terhadap penyebaran informasi lebih luas dengan tingginya *followers* yang dimiliki oleh akun tersebut. Dengan menandai akun tersebut, secara tidak langsung berdampak baik terhadap promosi yang dijalankan oleh Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kabupaten Lima Puluh Kota.

Berikut ini adalah salah satu contoh penggunaan fitur hastag dalam postingan di akun instagram @perpustakaandaerah50k.



Gambar 2. Penggunaan Fitur Hastag

Sesuai dengan apa yang disampaikan oleh Kurniasih (2016) bahwa keuntungan menggunakan media sosial oleh perpustakaan antara lain menjangkau khalayak yang lebih luas, meningkatkan pengguna perpustakaan, memperoleh akses layanan yang lebih cepat dan luas, dan menerima umpan balik lebih cepat dan langsung. Penggunaan media sosial sebagai sarana promosi di perpustakaan, menurut Nasrullah

(2022) dianggap sebagai langkah yang menguntungkan karena memungkinkan penyebaran informasi yang dapat diakses semua kalangan.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa penerapan elemen *connection* pada promosi perpustakaan melalui media sosial di Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kabupaten Lima Puluh Kota sudah berjalan maksimal. Dengan promosi melalui media sosial instagram penyebaran informasi tentang perpustakaan bisa tersebar lebih luas dan dapat diakses semua kalangan. Selain itu dengan penggunaan fitur tag dan hastag popularitas perpustakaan menjadi meningkat sehingga perpustakaan bisa lebih dikenal oleh banyak masyarakat dan juga bisa menjangkau orang-orang yang belum mengetahui keberadaan perpustakaan tersebut.

PENUTUP

Simpulan

Berdasarkan hasil pembahasan, dapat disimpulkan .

Pertama, penerapan *context* atau penggunaan *caption* di akun instagram

@perpustakaan daerah50k, belum maksimal, terlihat dari informasi yang disampaikan pada akun instagram tersebut masih belum lengkap dan jelas, serta informasi yang disampaikan tidak bersifat persuasif.

Kedua, penerapan *content* atau pengemasan sebuah pesan dalam bentuk gambar dan video akun instagram @perpustakaan daerah50k, berdasarkan hasil penelitian belum menarik dikarenakan tampilan visual, template yang digunakan serta konten media sosialnya kurang menarik. Konten yang bervariasi akan membuat promosi yang dilakukan juga semakin bagus dan menarik.

Ketiga, penerapan *communication* atau komunikasi yang terjadi antara admin dengan *followers* sudah berjalan dengan baik, interaksi komunikasi yang terjadi selama ini sudah efektif. Admin memberikan respon positif dalam menjawab pertanyaan dari *followers*, baik melalui kolom komentar maupun melalui *direct message*.

Keempat, penerapan *connection* sudah efektif, instagram @perpustakaan daerah50k menggunakan hastag dan tag pada setiap postingannya. Hastag yang digunakan tergantung dengan konten yang diunggah. Berdasarkan hasil penelitian penggunaan hastag oleh akun @perpustakaan daerah50k ini berdampak kepada meningkatnya *followers* dan membantu dalam menyebarkan informasi sehingga popularitas Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kabupaten Lima Puluh Kota juga semakin meningkat.

Saran

Agar Promosi Perpustakaan melalui Media Sosial Instagram dapat optimal, ada beberapa saran dan masukan yang dapat disampaikan peneliti, yaitu :

1. Admin diharapkan mengupload postingan secara berkala. Dimulai dengan waktu agar terciptanya sebuah pola dalam mengunggah postingan.
2. Diharapkan menambah pustakawan sebagai staf khusus untuk melakukan kegiatan promosi.

3. Diharapkan admin mengunggah konten yang bervariasi dan menarik, serta memperhatikan kualitas gambar yang diunggah.

DAFTAR PUSTAKA

- Ginting, R. T. (2020). Peranan Media Platform sebagai Sarana Promosi Perpustakaan di Era Revolusi 4.0.
- Kurniasih, N. (2016). Optimalisasi Penggunaan Media Sosial untuk Perpustakaan.
- Laksimawati, I. d. (2020). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai sarana Promosi Layanan Perpustakaan Institut Seni Indonesia Surakarta. *Nusantara Journal of Information and Library Student*, 75-87.
- Muskitta. (2014). *Perancangan Promosi dan Media Pendukung Wisata Bahari*. Retrieved April 2022
- Mustofa, M. (2017). Promosi Perpustakaan melalui Media Sosial. *Best Practice. Publication Library and Information Science*, 21-29.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Riyanto, A. (2021). *Hootsuite We Are Social: Indonesian Digital Report 2021*. Retrieved November 2021, from <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2021/>
- Yenianti, I. (2019). Promosi Perpustakaan melalui media sosial di Perpustakaan IAIN Salatiga. *Pustabiblia : Journal of Library and Information Science*, 3, 223-237.