



Oleh: HARIYAH¹ dan AGUS TRIYANTO²
Email: hariyah@kemenag.go.id, agustriyanto245@gmail.com

Media Sosial Alat Promosi Perpustakaan Badan Litbang dan Diklat Kementerian Agama RI

Abstrak

Perpustakaan Khusus dapat didefinisikan sebagai perpustakaan yang memiliki kekhususan tertentu, misalnya dilihat dari tugas dan fungsinya, koleksi serta pemakainya. Saat ini, fungsi dari perpustakaan khusus semakin meluas tidak hanya memenuhi kebutuhan informasi bagi lembaga induknya, namun menjangkau hingga masyarakat umum. Dengan demikian, penting bagi Perpustakaan Badan Litbang dan Diklat Kementerian Agama RI untuk melakukan promosi terhadap koleksi yang dimiliki atau kegiatan yang dilaksanakan seperti misalnya pameran. Metode yang dipakai adalah observasi partisipan dimana penulis bertindak sebagai pengelola akun @PerpusKemenagRI pada media sosial yang dimiliki oleh perpustakaan, untuk mendukung data observasi, penulis melakukan tanya jawab secara informal kepada pustakawan di perpustakaan tersebut. Penggunaan media sosial oleh Perpustakaan Badan Litbang dan Diklat Kementerian Agama RI dimulai pada tahun 2011 dengan menggunakan Twitter dan Facebook, kemudian pada tahun 2017 perpustakaan memiliki akun Instagram. Media sosial digunakan oleh perpustakaan sebagai media promosi kegiatan dan layanan, seperti promosi koleksi, pameran yang diikuti, serta informasi penting lainnya mengenai perpustakaan. Penggunaan media sosial, khususnya untuk mendukung pelaksanaan 2 (dua) pameran terbukti meningkatkan jumlah kunjungan ke *stand* perpustakaan dibandingkan pelaksanaan pameran sebelumnya. Karena itu, penggunaan media sosial sebagai media promosi perpustakaan diharapkan dapat dilaksanakan secara konsisten untuk meningkatkan pemanfaatan layanan dan koleksi perpustakaan oleh masyarakat luas.

Kata Kunci: *promosi, perpustakaan khusus, media sosial*

Pendahuluan

Perpustakaan Khusus dapat didefinisikan sebagai perpustakaan yang memiliki kekhususan tertentu, misalnya dilihat dari tugas dan fungsinya, koleksi serta pemakainya (Sulistyo-Basuki, 1992). Perpustakaan Khusus sering disebut pula sebagai Perpustakaan Kedinasan, sebab lokasinya yang berada pada lembaga pemerintahan atau swasta. Perpustakaan tersebut diadakan sebagai sumber informasi yang berkaitan langsung maupun tidak dengan lembaga induknya (Sutarno NS, 2003). Fungsi dari perpustakaan khusus

secara umum sama dengan perpustakaan lainnya yaitu fungsi penyimpanan, pendidikan, penelitian, informasi, dan rekreasi. Bedanya, perpustakaan khusus didirikan untuk mendukung visi dan misi lembaga-lembaga khusus (Septiyantono et. al, 2003).

Pada perpustakaan khusus di lingkungan kementerian di Indonesia, fungsi dari perpustakaan semakin meluas tidak hanya memenuhi kebutuhan informasi bagi lembaga induknya, namun menjangkau hingga masyarakat umum. Hal tersebut terjadi karena perpustakaan memproduksi

¹ Pustakawan Perpustakaan Badan Litbang dan Diklat Kementerian Agama RI

² Mahasiswa Program Studi Ilmu Perpustakaan, Universitas Indonesia

atau menghasilkan produk internal kementerian yang belum tentu tersedia di tempat lain. Oleh sebab itu, dengan segala keterbatasan dan kebijakan yang ada, pustakawan harus berusaha secara optimal agar layanan perpustakaan lebih dekat dengan masyarakat. Berdasarkan permasalahan tersebut, perpustakaan khusus di lingkungan kementerian wajib untuk proaktif dan memiliki inisiatif untuk melakukan suatu tindakan berupa kegiatan promosi dalam rangka memperkenalkan perpustakaan khusus kepada masyarakat luas.

Sebelum era teknologi, perpustakaan melakukan promosi dengan cara memberikan hadiah, membuat poster, dan *book display* (Hosny et. al, 2008). Cara promosi tersebut masih tergolong tradisional dan berorientasi pada bentuk promosi secara fisik. Pada saat ini, untuk dapat menjangkau pengguna perpustakaan secara meluas, perpustakaan dapat memanfaatkan teknologi internet, salah satunya adalah media sosial. Data dari TechinAsia pada tahun 2015 memperlihatkan bahwa pengguna aktif internet mencapai angka 72,7 juta, sedangkan pengguna aktif media sosial mencapai angka 72 juta, dimana 62% penggunanya mengakses media sosial dengan menggunakan perangkat *mobile*. Potensi ini merupakan peluang bagi perpustakaan untuk memanfaatkan media sosial sebagai media promosi.

Media sosial kerap dijadikan alat atau media untuk melakukan strategi komunikasi khususnya untuk melakukan promosi. Contoh media sosial yang dapat digunakan sebagai media promosi yaitu Twitter, Instagram, dan Facebook. Setiap media sosial memiliki kegunaan dan karakteristik masing-masing. Facebook memiliki tampilan yang sederhana dan memiliki keunggulan dimana pengguna dapat berbagi informasi, foto, video, memasang iklan, *chatting*, dan memiliki aplikasi yang cukup banyak. Selanjutnya, Twitter memiliki keunggulan komunikasi yang sangat interaktif, cepat, dan menjangkau informasi lebih luas tidak hanya antar teman. Kemudian Instagram yang memiliki keunggulan membagi foto dan video secara aktif dengan menggunakan tagar (*hashtag*).

Untuk melihat potensi serta kelemahan dari media sosial sebagai media promosi perpustakaan, penulis menyadur artikel penelitian yang ditulis oleh Nove E. Variant Anna pada tahun 2015 mengenai analisis SWOT untuk penggunaan media sosial di perpustakaan. Dari segi kekuatan, media sosial bisa diakses secara

gratis oleh semua orang, media sosial mudah untuk digunakan dan cepat (saat itu juga), perpustakaan bisa menjangkau penggunanya dalam waktu yang cepat dan efisien. Pengguna bisa berkontribusi dan mengeluarkan idenya untuk kemajuan perpustakaan, media sosial dapat menjadi media bagi pustakawan untuk berpikir inovatif (*out of the box*), dan pengontrolan yang mudah terhadap konten di media sosial oleh admin yang telah ditunjuk. Kemudahan komunikasi antara perpustakaan dan pengguna merupakan kekuatan utama dari media sosial.

Kelemahan media sosial adalah keterbatasan pada desain, dimana dalam menggunakan media sosial pengguna harus mengikuti template yang tersedia, keterbatasan informasi yang dimasukkan seperti di Twitter yang hanya memuat 140 karakter, beberapa media sosial membutuhkan proses pengunduhan, dimana hal tersebut dapat menjadi masalah bagi organisasi yang tidak memiliki kapasitas internet berkecepatan tinggi, serta kesulitan dalam proses penyimpanan file/dokumen dalam media sosial. Namun banyak kesempatan yang bisa diambil dari media sosial.

Sebagian besar kegiatan promosi di Perpustakaan Badan Litbang dan Diklat Kementerian Agama RI adalah untuk mempromosikan koleksi, kegiatan pameran, acara yang diadakan oleh perpustakaan, dan juga himbuan atau pengumuman seputar layanan perpustakaan. Penekanan dari kegiatan promosi secara tradisional adalah para pengguna diharapkan akan memanfaatkan perpustakaan. Berbeda dengan konsep promosi modern, yang lebih diutamakan adalah bagaimana perpustakaan tersebut bisa menyesuaikan dengan gaya hidup dan kebutuhan pengguna (Matthews, 2009).

Perpustakaan Badan Litbang dan Diklat Kementerian Agama RI telah aktif melakukan promosi layanan perpustakaan dan lembaga induknya kepada masyarakat melalui media sosial Facebook, Instagram dan Twitter. Berdasarkan hal tersebut, tulisan ini akan membahas 2 (dua) hal, yaitu: penggunaan media sosial sebagai media promosi dan pengaruh penggunaan media sosial dalam promosi kegiatan pameran.

Perpustakaan Khusus

Perpustakaan Khusus merupakan salah satu jenis perpustakaan yang dibentuk oleh lembaga (pemerintah/swasta). Menurut (Sulistyo Basuki, 1992) Perpustakaan

Khusus merupakan perpustakaan sebuah departemen, lembaga negara, lembaga penelitian, organisasi massa, militer, industri maupun perusahaan swasta. Adapun fungsi Perpustakaan Khusus (instansi pemerintah) dinyatakan dalam standar nasional perpustakaan khusus (SNI 7496:2009) sebagai berikut:

1. menunjang terselenggaranya pelaksanaan tugas lembaga induknya dalam bentuk penyediaan materi perpustakaan dan akses informasi;
2. mengumpulkan terbitan dari dan tentang lembaga induknya;
3. memberikan jasa perpustakaan dan informasi;
4. mendayagunakan teknologi informasi dan komunikasi untuk menunjang tugas perpustakaan;
5. meningkatkan literasi informasi.

Fungsi Perpustakaan Khusus secara umum sama dengan perpustakaan lain yakni fungsi penyimpanan, pendidikan, penelitian, informasi dan rekreasi (Septiyantono et. al, 2003). Namun, perpustakaan khusus didirikan untuk mendukung visi dan misi lembaga-lembaga khusus dan berfungsi sebagai pusat informasi terutama yang berhubungan dengan penelitian dan pengembangan.

Promosi Perpustakaan

Pada hakekatnya, perpustakaan sama dengan perusahaan pada umumnya yang perlu melakukan promosi layanan, produk, dan membangun hubungan yang baik dengan pengguna. Pemasaran atau promosi adalah hal penting yang perlu dilakukan dalam sebuah perpustakaan khusus. Promosi bertujuan untuk memfasilitasi komunikasi antara perpustakaan dan calon pengguna. Salah satu keberhasilan sebuah perpustakaan dapat di lihat dari tingkat kunjungan pengguna dan pemanfaatan informasi (koleksi) oleh pengguna. Hal penting yang harus diperhatikan adalah dukungan dari manajemen, karena promosi seharusnya termasuk dalam anggaran perpustakaan dan terintegrasi ke dalam proses perencanaan perpustakaan.

Secara umum, promosi adalah sejenis komunikasi yang memberikan penjelasan yang meyakinkan calon konsumen tentang barang dan jasa (Buchari Alma, 2007:179). Definisi lain menyatakan bahwa promosi adalah arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada

tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran (Dharmesta, 2008:349). Berdasarkan definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa promosi adalah aktivitas komunikasi satu arah yang bertujuan untuk memberikan informasi, membujuk dan mengingatkan kembali akan produk atau jasa suatu perusahaan dari penjualan kepada pembeli sehingga mempengaruhi sikap dan perilaku yang mengarah pada pertukaran dalam pemasaran dan pembelian ulang.

Nurlaila (2009:19) mengatakan bahwa promosi perpustakaan dimaksudkan untuk meningkatkan pengetahuan pengguna akan kegiatan perpustakaan dengan berbagai cara yang sifatnya “mengajak”. Perpustakaan harus senantiasa diperkenalkan dengan teratur agar pengguna mengetahui peranan perpustakaan dengan lebih baik sehingga dapat dimanfaatkan secara optimal. Sedangkan Mahardjo (1975:32) menjabarkan promosi perpustakaan sebagai usaha-usaha atau tindakan-tindakan yang dilakukan untuk memberi dorongan, penggalakan atau bantuan memajukan perpustakaan. Wirawan (1982:2) mendeskripsikan promosi perpustakaan sebagai suatu aktivitas untuk menarik dan meningkatkan penggunaan perpustakaan.

Aktivitas promosi perpustakaan sebenarnya merupakan perwujudan dari fungsi informatif sehingga dengan adanya promosi diharapkan akan ada reaksi dari pemakai, baik aktual maupun potensial yang muncul dalam berbagai bentuk mulai dari tumbuhnya kesadaran atau tahu akan keberadaan perpustakaan, sampai kepada tindakan untuk memanfaatkannya. Hal tersebut sesuai dengan tujuan promosi perpustakaan yang dikemukakan oleh Bohar (1985:132) dalam Hari Santoso (2007), yaitu untuk merubah sikap dan pandangan masyarakat terhadap perpustakaan dari yang tidak tahu atau acuh tak acuh, menjadi memahami dan menyenangi perpustakaan serta ingin memanfaatkannya.

Media Sosial

Media sosial adalah media *online* yang mendukung interaksi sosial. Media sosial menggunakan teknologi berbasis web yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif. Melalui media sosial, setiap orang bisa membuat, menyunting sekaligus mempublikasikan sendiri konten berita, promosi, artikel, foto, dan video (Nurudin, 2012:53).

Menurut Andreas Kaplan dan Michael Haenlein (2010) mendefinisikan media sosial sebagai sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun di atas dasar ideologi dan teknologi *web 2.0* dan memungkinkan penciptaan dan pertukaran *user-generated content*. *Web 2.0* menjadi *platform* dasar media sosial.

Media sosial termasuk kategori media baru, media baru secara umum mengacu pada penggunaan internet, terutama penggunaan publik seperti berita *online*, iklan penyiaran, forum dan aktivitas diskusi, *worlds wide web*, pencarian informasi, dan potensi pembentukan komunitas tertentu. Media baru secara umum menembus keterbatasan model media cetak dan penyiaran kemampuan penerimaan, perubahan dan distribusi obyek kultural, diskolasi tindakan komunikatif, menyediakan kontak global secara instan, dan memasukkan subjek modern ke dalam seperangkat mesin berjejaring.

Metode Penelitian

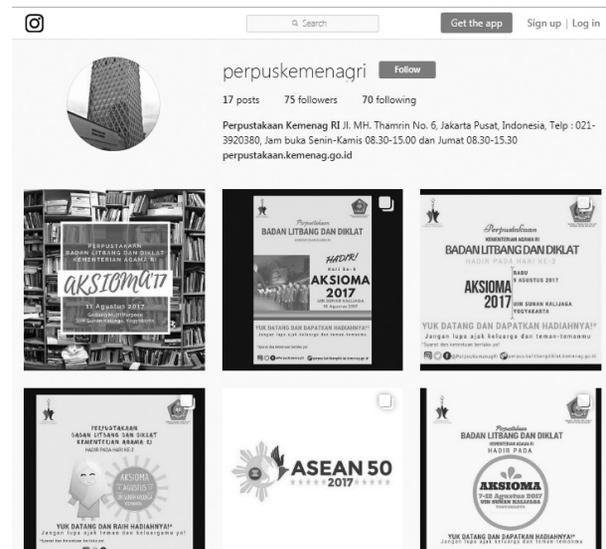
Metode yang dipakai dalam penelitian ini adalah metode observasi partisipan. Penulis bertindak sebagai pengelola akun @PerpusKemenagRI pada beberapa media sosial yang dimiliki perpustakaan dan melihat bagaimana penggunaan media sosial oleh Perpustakaan Badan Litbang dan Diklat Kementerian RI sebagai media promosi yang dilakukan sebelum dilakukan penelitian. Data dikumpulkan melalui observasi dalam kurun waktu 1 minggu pada bulan Agustus 2017. Adapun hal-hal yang diobservasi antara lain jenis-jenis media sosial yang digunakan untuk media promosi, isi informasi, dan interaksi dengan pengikut dari media sosial tersebut. Media sosial yang digunakan sebagai media promosi perpustakaan yaitu Facebook, Twitter, dan Instagram. Untuk mendukung data observasi, penulis juga melakukan tanya jawab secara informal kepada pustakawan di perpustakaan tersebut yaitu Ibu Hariyah mengenai pengelolaan media sosial dan juga promosi kegiatan pameran. Adapun data yang telah ditemukan berdasarkan hasil observasi terhadap media sosial perpustakaan tersebut dianalisis secara deskriptif dan digabungkan antara data observasi dan tanya jawab yang telah dilakukan.

Penggunaan Media Sosial Sebagai Media Promosi

Dalam melakukan promosi perpustakaan, Perpustakaan Badan Litbang dan Diklat Kementerian Agama RI menggunakan 3 (tiga) media sosial, yaitu

Facebook, Twitter, dan juga Instagram. Instagram adalah sebuah aplikasi sosial yang populer dalam kalangan pengguna telepon pintar (*smartphone*). Nama Instagram diambil dari kata “Insta” yang asalnya “Instan” dan “gram” dari kata “telegram”. Jadi Instagram merupakan gabungan dari kata Instan-Telegram. Berdasarkan penggunaan kata tersebut dapat diartikan sebagai aplikasi untuk mengirimkan informasi dengan cepat, yakni dalam bentuk foto yang berupa mengelola foto, mengedit foto, dan berbagi (*share*) ke jejaring sosial yang lain (Ghazali, 2016: 8).

Penggunaan media sosial Instagram oleh Perpustakaan Badan Litbang dan Diklat Kementerian Agama RI tergolong baru, yaitu dimulai pada bulan Juli 2017. Penggunaan media sosial ini merupakan inisiatif dari penulis dan rekan ketika melakukan program praktik kerja lapangan dengan melihat pada potensi Instagram yang merupakan salah satu media sosial yang banyak digunakan oleh masyarakat, yaitu 45 juta pengguna aktif di Indonesia sampai bulan Juli 2017 (Ganesha, 2017).



Gambar 1. Tampilan Instagram @perpuskemenagri

Hingga saat ini, jumlah pengguna Instagram yang mengikuti akun @perpuskemenagri berjumlah 75 akun dengan 17 postingan. Akun Instagram digunakan oleh perpustakaan sebagai promosi beberapa kegiatan dan layanan seperti promosi koleksi dan promosi pameran yang diikuti perpustakaan ini. Pada setiap postingan, terdapat foto yang dilengkapi oleh deskripsi. Pada

deskripsi, terdapat juga tagar (*hashtag*) yang berfungsi untuk memudahkan pengikut dan juga pengelola akun untuk mencari konten yang relevan. Hal tersebut dapat membantu dalam hal evaluasi perpustakaan karena pengelola akun dapat mengetahui postingan lain yang dibuat oleh orang lain yang berhubungan dengan perpustakaan. Tidak setiap hari melakukan *posting* di akun Instagram, perpustakaan memiliki jadwal yang mengikuti perencanaan yang telah ditetapkan. Adapun rincian penggunaan Instagram dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Pada setiap postingan yang dilakukan oleh pengelola, pengikut dapat memberikan tanggapan berupa “*like*” apabila menyukai postingan tersebut. Hal tersebut juga dapat dijadikan bahan evaluasi mengenai tanggapan masyarakat mengenai perpustakaan di Instagram. Selain itu, fitur komen dan *Direct Messenger* (DM) juga dimanfaatkan oleh pengelola akun untuk proses tanya jawab dengan pengikut. Jenis pertanyaan yang biasa diajukan mengenai ketersediaan koleksi di perpustakaan dan penyelenggaraan pameran yang diikuti.

Selain menggunakan Instagram, Perpustakaan Badan Litbang dan Diklat Kementerian Agama RI juga

menggunakan media sosial Facebook dan Twitter sebagai media promosi perpustakaan. Facebook merupakan sebuah media jejaring sosial yang bisa menghubungkan satu orang ke orang lainnya. Melalui media ini, para pengguna media yang menjadi anggota dari situs tersebut dapat menemukan teman dengan berbagai macam cara, antara lain dengan mengakses dan bergabung dalam sebuah jaringan yang disusun dalam empat kategori, yaitu; daerah (jaringan yang terhubung ke kota atau negara tertentu), akademi, tempat kerja, dan sekolah. Selain itu Facebook menyediakan beberapa fasilitas yang memungkinkan seseorang dapat mengekspresikan diri melalui media *online* (Tony Hendroyono, 2009). Pengguna aktif Facebook di Indonesia per April 2018 mencapai 140 juta yang menempatkan Indonesia pada posisi keempat sebagai negara dengan pengguna aktif Facebook terbanyak di dunia setelah India dan AS (The Statista Portal, 2018).

Sedangkan Twitter adalah media sosial yang merupakan salah satu bentuk dari new media. Twitter adalah situs tidak berbayar, berisi pesan yang hanya terdiri dari 140 karakter dengan sebutan *tweet*, dan disebarkan dengan sangat cepat kepada semua pengguna yang mengikuti suatu akun tertentu. Uniknya adalah *tweet*

No	Kategori		Struktur Konten				Jadwal Posting
			Gambar	Judul	Isi	Hastag	
1	Promosi Koleksi	Promosi Koleksi Rutin	Cover buku	Koleksi Umum Perpustakaan Kemenag RI, Koleksi Referensi Perpustakaan Kemeng RI	Kalimat pembuka, judul buku, pengarang, deskripsi singkat dari buku bisa berupa sinopsis atau ulasan, nomor panggil buku, dan kalimat penutup	#ayomembaca #ayoberkunjung #koleksiumum #koleksireferensi #perpuskemenagri	Setiap hari Senin dan Kamis. Senin untuk koleksi umum dan Kamis untuk koleksi referensi
		Terintegrasi Hari Besar	Poster sederhana yang berkaitan dengan hari besar, Cover buku	Sesuai dengan nama hari perayaan Contoh Hari Dharma Wanita, Hari ASEAN ke 50	Kalimat pembuka, ucapan selamat hari jadi, judul buku, pengarang, deskripsi singkat buku, nomor panggil buku, dan kalimat penutup Buku harus berkaitan dengan hari besar	#ayomembaca #ayoberkunjung #perpuskemenagri #namaharibesar contoh #ASEAN50 #haridharmawanita	Mengikuti jadwal hari perayaan
2	Kegiatan Pameran Buku		Poster kegiatan pameran	Nama Pameran Contoh Pameran AKSIOMA, Jabar Book Fair	Kalimat pembuka, deskripsi singkat pameran seperti waktu dan tempat, ajakan berkunjung, dan kalimat penutup	#namapameran #kotapameran #perpuskemenagri Contoh #AKSIOMA #Yogyakarta	Mengikuti jadwal pameran

Tabel 1. Penggunaan Media Sosial Instagram Puslitbangdiklat Kementerian Agama RI

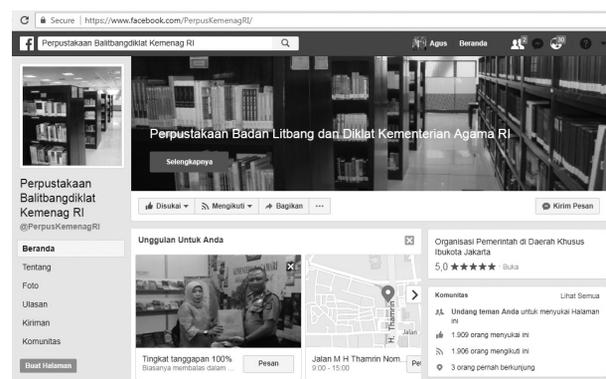
yang menarik atau penting akan diambil dan diteruskan menggunakan fitur “retweet” yang biasanya berlabel RT di Twitter oleh pengguna lain. Twitter sendiri memiliki berbagai karakteristik yang unik. Fungsi pencarian Twitter yang memungkinkan pengguna untuk mencari tweet yang mengandung kata atau frase tertentu. Fungsi pencarian ini sering digunakan untuk mengikuti topik yang tengah menjadi trend di situs tersebut. Banyak pengguna yang memaksimalkan potensi Twitter dengan melakukan inovasi saat penggunaannya. Sebagai contoh, pemilik akun twitter menggunakan *hashtags* (#) pada *tweet*-nya sehingga mereka dikelompokkan dan lebih mudah dihubungkan dengan topik yang serupa dengan *hashtag* yang mereka gunakan (Sonia Livingstone, 2008). Pengguna aktif Twitter di Indonesia per Mei 2016 mencapai 24,34 juta yang menempatkan Indonesia pada posisi kelima sebagai negara dengan pengguna aktif Twitter terbanyak di dunia. (Herman & Mononimbar, 2017)

Penggunaan media sosial Facebook dan Twitter oleh Perpustakaan Badan Litbang dan Diklat Kementerian Agama RI tergolong lama, yaitu pada tanggal 21 November 2011 untuk Facebook sedangkan Twitter dimulai pada bulan April 2010. Hingga saat ini, jumlah pengguna Facebook yang mengikuti *fanpage* @perpuskemenagri berjumlah 1.906 akun dan total *like* 1.909 dengan 50 postingan, sedangkan Twitter dengan jumlah pengikut sebanyak 604 dan sudah memposting 167 *tweets*. Akun Facebook digunakan oleh perpustakaan ini sebagai promosi beberapa kegiatan dan layanan seperti promosi koleksi baik terbitan umum maupun internal seperti Jurnal Dialog, pemberitahuan mengenai layanan dan fasilitas perpustakaan serta promosi pameran yang diikuti oleh perpustakaan.

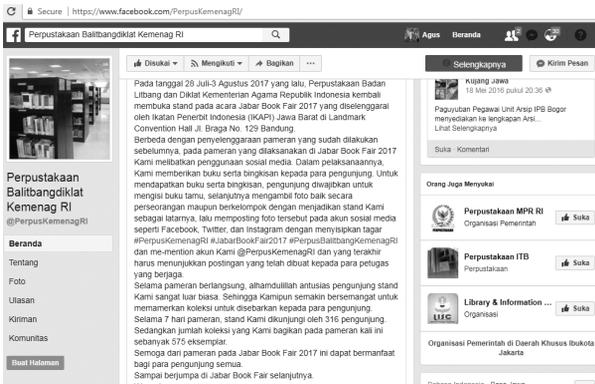
Akun Twitter hanya digunakan perpustakaan sebagai media promosi kegiatan pameran mengingat jumlah karakternya yang terbatas, hanya mampu memuat 140 karakter pada setiap postingannya. Sedikit berbeda dari penggunaan Instagram dan Twitter, dengan fitur album foto, perpustakaan dapat mengunggah puluhan foto pada setiap postingan di Facebook. Pada setiap postingan mengenai laporan kegiatan pameran terdapat banyak foto yang dilengkapi oleh deskripsi kegiatan, jumlah buku dan pengunjung *stand* perpustakaan, serta gambaran mengenai suasana ketika pameran berlangsung.

Sama halnya dengan Instagram, pada deskripsi juga terdapat tagar (*hashtag*) yang berfungsi untuk memudahkan pengikut dan juga pengelola akun untuk mencari konten yang relevan. Hal tersebut dapat membantu dalam hal evaluasi perpustakaan karena pengelola akun dapat mengetahui postingan lain yang dibuat oleh orang lain yang berhubungan dengan perpustakaan. *Posting* di akun Facebook dan Twitter tidak dilakukan setiap hari, biasanya perpustakaan melakukan posting apabila terdapat koleksi baru dan juga setelah melaksanakan pameran sebagai bentuk laporan pertanggungjawaban kegiatan.

Pada setiap postingan di Facebook dan Twitter yang dilakukan oleh pengelola, pengikut dapat memberikan tanggapan berupa “like” apabila menyukai postingan tersebut, pengguna juga bisa membagikan postingan perpustakaan dengan fitur “bagikan” di Facebook dan “retweet” di Twitter kepada pengguna media sosial yang lainnya. Hal tersebut juga dapat dijadikan bahan evaluasi mengenai tanggapan masyarakat mengenai perpustakaan, dan juga sebagai media promosi untuk menginformasikan kepada masyarakat luas mengenai layanan perpustakaan. Selain itu, fitur “komen” di Facebook dan juga “reply” di Twitter dapat dimanfaatkan oleh pengikut untuk proses tanya jawab secara interaktif dengan pengelola akun perpustakaan. Jenis pertanyaan yang biasa diajukan adalah mengenai permohonan untuk permintaan buku di perpustakaan dan penyelenggaraan pameran yang diikuti. Di Twitter, terdapat fitur “mention” dimana pengguna dapat berinteraksi langsung dengan akun @PerpusKemenagRI dengan memposting *tweet* dan menyisipkan @PerpusKemenagRI.



Gambar 2. Tampilan Facebook @perpuskemenagri



Gambar 3. Tampilan Postingan Laporan Kegiatan pada Akun Facebook @perpuskemenagri



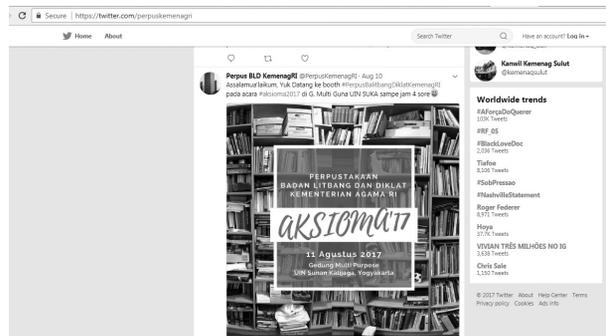
Gambar 4. Tampilan Postingan Promosi Produk Internal pada Akun Facebook @perpuskemenagri



Gambar 5. Tampilan Postingan Ajakan Pengelola Akun kepada Pengguna Perpustakaan pada Akun Facebook @perpuskemenagri



Gambar 6. Tampilan Twitter @perpuskemenagri



Gambar 7. Tampilan Postingan Ajakan Pengelola Akun Twitter @perpuskemenagri kepada Pengikut untuk Menghadiri Pameran di Aksioma 2017

Penggunaan Media Sosial dalam Promosi Pameran

Pada tahun 2017, Perpustakaan Badan Litbang dan Diklat Kementerian Agama RI mengikuti beberapa kegiatan pameran. Pameran ditujukan untuk memperkenalkan perpustakaan kepada khalayak luas. Selain itu, pameran diadakan dalam rangka distribusi terbitan internal Badan Litbang dan Diklat Kementerian Agama, diantaranya ke semua perguruan tinggi di bawah Kementerian Agama. Karena sebagian besar terbitan adalah hasil kajian atau penelitian yang menggunakan dana APBN, maka perpustakaan Badan Litbang dan Diklat memang perlu untuk membuka seluas-luasnya hasil kajian atau penelitian tersebut kepada masyarakat luas, baik yang bisa diakses secara online maupun melalui kegiatan pameran. Perpustakaan telah menggunakan media sosial untuk menarik pengunjung datang ke stand pameran perpustakaan, namun masih sebatas promosi dan sebagai tempat untuk menyampaikan laporan kegiatan pameran pada *fanpage* Facebook saja.

Penyelenggaraan pameran yang dilakukan oleh Perpustakaan Badan Litbang dan Diklat Kementerian Agama RI di Jabar Book Fair dan AKSIOMA (Ajang Kreativitas, Seni, dan Olahraga Madrasah Nasional) pada tahun 2017 telah melibatkan penggunaan media sosial secara aktif. Melalui media sosial, diharapkan dapat mendorong pengunjung pameran untuk mengunjungi *stand* dan juga dapat mendekatkan perpustakaan secara *real time* dan meluas kepada pengguna. Dalam pelaksanaannya, perpustakaan memberikan buku serta bingkisan kepada para pengunjung. Untuk mendapatkan buku serta bingkisan, pengunjung diwajibkan untuk mengisi buku tamu, selanjutnya mengambil foto baik secara perseorangan maupun berkelompok dengan menjadikan *stand* Perpustakaan Badan Litbang dan Diklat Kementerian Agama RI sebagai latarnya, lalu memposting foto tersebut pada akun media sosial seperti Facebook, Twitter, dan Instagram dengan menyisipkan tagar #PerpusKemenagRI #JabarBookFair2017 #Aksioma2017 #PerpusBalitbangKemenagRI dan me-mention akun @PerpusKemenagRI dan yang terakhir harus menunjukkan postingan yang telah dibuat kepada para petugas yang berjaga.

Tabel 2. Daftar Jumlah Pengunjung dan Koleksi yang diberikan pada Pameran per 30 Agustus 2017

No.	Nama Pameran	Tanggal	Jumlah	
			Pengunjung	Koleksi yang diberikan (eks)
1	Rakernas Kemenag RI 2017	27-28 Februari 2017	95	166
2	Book Fair Kemenperin 2017	21-24 Maret 2017	172	410
3	2 nd ISLAGE 2017	18-21 Juli 2017	150	174
4	Jabar Book Fair 2017	28 Juli-3 Agustus 2017	316	575
5	Aksioma 2017	8-11 Agustus 2017	306	478

Dari dua pameran terakhir, dapat dilihat kenaikan jumlah pengunjung *stand* Perpustakaan Badan Litbang dan Diklat Kementerian Agama RI. Hal tersebut dapat disebabkan oleh promosi yang gencar melalui media

sosial perpustakaan. Pengelola akun melakukan promosi sebelum dan ketika pameran berlangsung.



Gambar 8. Poster Promosi Pameran

Para pengunjung juga memanfaatkan media sosial untuk mengetahui dan menanyakan perihal pameran. Misalnya mereka me-mention pengelola akun melalui Twitter atau melakukan *Direct Messaging* (DM) melalui akun Instagram.

Tabel 3. Daftar Postingan Pengunjung pada Pameran Jabar Book Fair dan AKSIOMA 2017

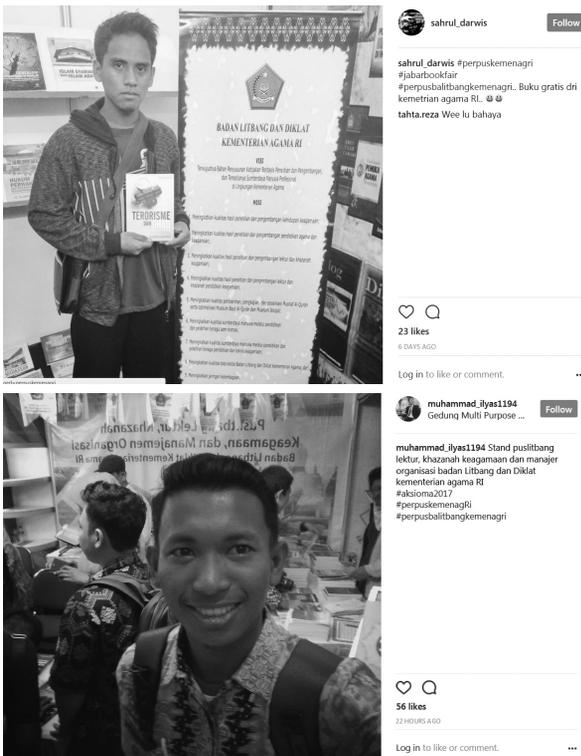
No.	Media Sosial	Jumlah Postingan	
		Jabar Book Fair	AKSIOMA (Per 11/8)
1	Twitter	7	-
2	Facebook	6	8
3	Instagram	23	19
Jumlah		34	27



Gambar 9. Postingan Pengguna Facebook Menggunakan Tagar #PerpusKemenagRI



Gambar 11. Postingan Pengguna Twitter Menggunakan Tagar #PerpusKemenagRI



Gambar 10. Postingan Pengguna Instagram Menggunakan Tagar #PerpusKemenagRI

Kesimpulan

Penggunaan media sosial oleh Perpustakaan Badan Litbang dan Diklat Kementerian Agama RI dimulai pada tahun 2011 dengan menggunakan Twitter dan Facebook. Pada tahun 2017, perpustakaan mulai mempergunakan akun Instagram. Media sosial digunakan oleh perpustakaan sebagai media promosi kegiatan dan layanan seperti promosi koleksi, pameran yang diikuti, serta informasi penting lainnya mengenai perpustakaan.

Penggunaan media sosial, dalam mendukung pelaksanaan 2 (dua) pameran terbukti telah meningkatkan jumlah kunjungan ke *stand* perpustakaan dibandingkan pelaksanaan pameran sebelumnya. Oleh karena itu, penggunaan media sosial sebagai media promosi perpustakaan diharapkan dapat dilaksanakan secara konsisten untuk meningkatkan pemanfaatan layanan dan koleksi perpustakaan oleh masyarakat luas.

Daftar Pustaka

- Alma, B. (2007). *Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Anna, N. E. V. (2015). Penggunaan Web 2.0 sebagai Media Promosi Perpustakaan Perguruan Tinggi di Indonesia. *Record and Library Journal*, Volume 1 (1), Januari-Juni 2015.
- Badan Standardisasi Nasional. (2009). *SNI 7496:2009 tentang Perpustakaan Khusus Instansi Pemerintah*. Jakarta: Badan Standarisasi Nasional.
- Dharmesta. (2008). *Manajemen Pemasaran Modern (Edisi Kedua)*. Yogyakarta: Liberty.
- Ganesha, A. (2017, 27 Juli). Instagram 45 million users Indonesia largest Asia Pacific. Artikel dapat diakses pada <http://jakartaglobe.id/news/instagram-45-million-users-indonesia-largest-asia-pacific/>.
- Ghazali, M. (2016). *Buat Duit dengan Facebook dan Instagram: Panduan menjana pendapatan dengan Facebook dan Instagram*. Malaysia: Publishing House.
- Hendroyono, T. (2009). *Facebook*. Yogyakarta: B First
- Herman dan Donny A. M. (2017, 3 Mei). Indonesia fifth largest country in terms of twitter users. Artikel dapat diakses pada <http://jakartaglobe.id/news/indonesia-fifth-largest-country-in-terms-of-twitter-users/>.
- Hosny, H., Powell, J.P., Heller, R. (2008). Promoting Library Services at Fintel Library (Roanoke College). *Virginia Libraries July-September*, October-December 2008.
- Kaplan, A. M. dan Michael H. (2010). Users of The World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media. *Business Horizons* 53(1): 59–68.
- Livingstone, S. (2008). *New Media and Society*. London: Sage Publications.
- Mahardjo, M. dan Thaher S. S. (1975). *Promosi Perpustakaan Umum Tahap I*. Jakarta: Proyek Pengembangan Perpustakaan Depdikbud.
- Matthews, B. (2009). *Marketing Today's Academic Library: A bold new approach to communicating with students*. Chicago: American Library Association.
- Nurlaila. (2009). Peranan Promosi Perpustakaan dalam Peningkatan Layanan Perpustakaan Perguruan Tinggi. *Jurnal Iqra'*, Vol. 03 (1). hlm. 18-30.
- Nurudin. (2012). *Media Sosial Baru dan Munculnya Revolusi Proses Komunikasi*. Yogyakarta: Buku Litera.
- Santoso, H. (2007). Promosi sebagai Media Pemberdayaan Perpustakaan Sekolah. *Jurnal Perpustakaan Sekolah*, Tahun 1 (1), April 2007.
- Septiyantono, T. dan Sidik, U. (2003). *Dasar-dasar Ilmu Perpustakaan dan Informasi*. Yogyakarta: Jurusan Ilmu Perpustakaan dan Informasi Fakultas ADAB UIN Sunan Kalijaga.
- Statista. (2018, April). Leading countries based on number of Facebook users as of April 2018 (in millions)". Artikel dapat diakses di <https://www.statista.com/statistics/268136/top-15-countries-based-on-number-of-facebook-users/>.
- Sulistyo-Basuki. (1992). *Pengantar Ilmu Perpustakaan*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sutarno, N. S. (2003). *Perpustakaan dan Masyarakat*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Wijaya, K. K. (2015, Januari). Berapa jumlah pengguna website, mobile, dan media sosial di Indonesia?. Artikel dapat diakses di <http://id.techinasia.com/laporan-pengguna-website-mobile-media-sosial-indonesia/>.
- Wirawan. (1982). Cara-cara promosi perpustakaan universitas. *Lokakarya Penggunaan Media Teknologi untuk Promosi Perpustakaan Perguruan Tinggi*. Jakarta: [s.n].