



Oleh: MUTIA WATUL WARDAH, S.IP¹
Email: mutiawatulwardah91@gmail.com

Pemanfaatan *Facebook* dalam Promosi UPT Perpustakaan Universitas Syiah Kuala

Abstrak

Pandangan masyarakat terhadap perpustakaan dapat dipastikan berbeda antara satu sama lainnya. Ada perspektif masyarakat bahwa perpustakaan merupakan tempat penyimpanan buku saja, bahkan perpustakaan adalah gudang buku. Sebagian perspektif masyarakat bahwa perpustakaan bukan hanya sekedar buku saja. Seiring dengan kebutuhan pengguna perpustakaan, perkembangan zaman dan teknologi informasi menuntut pustakawan untuk dapat menjawab tantangan tersebut. Salah satu cara yang dilakukan perpustakaan untuk mengenalkan perpustakaan kepada masyarakat melalui media sosial *facebook*. *Facebook* dinilai sangatlah efektif dalam promosi perpustakaan. Salah satu perpustakaan yang memanfaatkan *facebook* dalam promosinya adalah UPT Perpustakaan Universitas Syiah Kuala. Pemanfaatan *facebook* yang dilakukan oleh UPT Perpustakaan Universitas Syiah Kuala adalah dengan mempromosikan akreditasi A yang diperoleh dengan memanfaatkan *facebook* sebagai bagian dari promosi perpustakaan.

Kata Kunci : *Facebook*, Pemanfaatan *Facebook*, Promosi Perpustakaan

Pendahuluan

Perpustakaan bukan hanya sebuah gedung yang berfungsi sebagai tempat penyimpanan buku saja. Perpustakaan lebih dari itu. Apabila kita berfikir perpustakaan hanya sebuah tempat penyimpanan buku saja atau perpustakaan adalah sebuah gudang buku maka itu adalah paradigma berfikir lama. Pandangan masyarakat terhadap perpustakaan dapat dipastikan berbeda antara satu individu lainnya atau antara satu kelompok dan kelompok lainnya. Perbedaan ini dipengaruhi oleh persepsi mereka terhadap wacana dan praktik perpustakaan dan kepustakawanan yang terjadi di sekelilingnya bahkan dialami dalam lingkungan kehidupan sehari-hari (Nurdin, 2015). Perpustakaan merupakan sebuah aktivitas pengolahan, pelestarian serta pendayagunaan koleksi yang dimiliki perpustakaan. Koleksi perpustakaan ini tidak hanya terbatas pada buku atau koleksi tercetak. Seiring dengan berkembangnya

ilmu pengetahuan dan teknologi maka koleksi dan fasilitas yang disediakan di perpustakaan pun semakin beraneka ragam.

Perpustakaan dituntut untuk menyediakan sarana dan prasarana yang mutakhir sesuai dengan kebutuhan pengguna. Pengguna perpustakaan yang beraneka ragam menuntut perpustakaan bukan hanya sekedar sebagai tempat penyimpanan buku, akan tetapi lebih dari pada itu. Pengguna perpustakaan menuntut agar perpustakaan dapat mengikuti perkembangan teknologi informasi. Perkembangan teknologi informasi yang signifikan telah membawa manusia pada sebuah tatanan dimana jarak dan waktu tidak lagi menjadi penghalang dalam mempromosikan perpustakaan. Salah satu produk yang lahir dari perkembangan teknologi informasi adalah *facebook*. *Facebook* merupakan salah satu *social media* yang banyak diakses oleh semua orang. Dengan

¹ Mahasiswa Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

menggunakan *facebook*, petugas perpustakaan bisa menjangkau pengguna perpustakaan dengan waktu yang efektif dan efisien.

Perpustakaan sama dengan perusahaan yang pada umumnya memerlukan promosi layanan, produk dan membangun hubungan baik dengan pengguna (Anna, 2015). Melalui promosi juga bisa membangun kesadaran pengguna perpustakaan juga mampu merubah perilaku pengguna perpustakaan (Anna, 2015). Jadi, dapat disimpulkan bahwa promosi perpustakaan itu merupakan hal yang sangat penting dimana dengan adanya promosi pengguna perpustakaan mengetahui apa saja produk dan jasa yang diberikan oleh perpustakaan serta terjadi hubungan yang harmonis dengan pengguna perpustakaan serta dapat merubah *mindset* dan perilaku pengguna perpustakaan.

Setiap perpustakaan tentunya menginginkan agar perpustakaan diminati oleh calon pengguna dan pengguna perpustakaan. Sudah sepantasnya perpustakaan harus selalu memberikan informasi yang relevan dan mengikuti perkembangan zaman. Segala macam produk yang diberikan oleh perpustakaan baik sarana dan prasarana terus ditingkatkan dari waktu ke waktu. Namun hal tersebut, akan menjadi sia-sia apabila pengguna dan calon pengguna tidak mengetahui apa saja produk yang dihasilkan oleh perpustakaan. Oleh sebab itu dibutuhkan suatu upaya promosi pelayanan di perpustakaan. Promosi perpustakaan sesungguhnya merupakan suatu aktivitas untuk menarik dan meningkatkan pengguna perpustakaan.

Dalam Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 24 Tahun 2014 tentang Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 43 Tahun 2007 tentang Perpustakaan pada pasal 30 ayat 1 dijelaskan bahwa promosi pelayanan perpustakaan dilakukan untuk meningkatkan citra perpustakaan dan mengoptimalkan penggunaan perpustakaan serta meningkatkan budaya kegemaran membaca masyarakat. (Anna, 2015). Promosi perpustakaan sangatlah penting bagi eksistensi perpustakaan itu sendiri. Ibarat kata pepatah, "tak kenal maka tak sayang". Pepatah tersebut sangat cocok apabila dikaitkan dengan dunia perpustakaan. Perpustakaan mempromosikan produknya sehingga dapat dimanfaatkan oleh pengguna perpustakaan. Dengan adanya promosi perpustakaan kepada anggota dan calon

anggota mereka juga bisa mengetahui bagaimana cara menggunakan dan memanfaatkan perpustakaan yang baik dan benar, baik dalam bidang penggunaan dan pemanfaatan pelayanannya maupun fasilitas yang telah disediakan. Sehingga fungsi dari perpustakaan sebagai penyedia dan pusat informasi dapat berjalan dengan baik. Selain itu, dengan adanya promosi layanan perpustakaan, citra perpustakaan di mata masyarakat (pengguna) bisa berubah, sehingga bisa menarik pengguna untuk mau mengunjungi perpustakaan. Inilah arti peran penting promosi perpustakaan. Tujuan promosi perpustakaan, sebenarnya adalah untuk memperkenalkan perpustakaan, jenis koleksi yang dimiliki, kekhususan koleksi, jenis layanan yang dapat diperoleh pengguna perpustakaan. (Darmono, 2007)

Salah satu media yang efektif dalam mempromosikan perpustakaan adalah melalui *facebook*. *Facebook* merupakan situs jejaring sosial yang banyak digunakan oleh masyarakat, baik masyarakat pedesaan maupun perkotaan. Website Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemkominfo) menyatakan bahwa pengguna Internet di Indonesia hingga saat ini telah mencapai 82 juta orang. Dengan capaian tersebut, Indonesia berada pada peringkat ke-8 dunia. Dari jumlah pengguna internet tersebut, 80 persen diantaranya adalah remaja berusia 15-19 tahun. Untuk pengguna *facebook*, Indonesia di peringkat ke-4 besar dunia. (Darmono, 2007). Berdasarkan data tersebut, dapat disimpulkan bahwa *sosial media* yang sangat diminati di Indonesia adalah *facebook*.

Pemanfaatan *facebook* sebagai media promosi perpustakaan dinilai sangatlah efektif dan efisien. Salah satu perpustakaan yang memanfaatkan *facebook* sebagai promosi perpustakaan adalah UPT Perpustakaan Universitas Syiah Kuala. Kegiatan promosi yang dilakukan oleh UPT Perpustakaan Universitas Syiah Kuala sangat beraneka ragam, diantaranya adalah pengenalan perpustakaan dan kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh perpustakaan. Berdasarkan hasil akreditasi dari Tim Asesor Perpustakaan Nilai UPT. Perpustakaan Unsyiah mendapat akreditasi A. (Anna, 2015). Akreditasi yang didapat oleh UPT Universitas Syiah Kuala dapat diketahui oleh masyarakat baik di daerah Aceh maupun luar Aceh salah satunya dengan pemanfaatan *facebook* dalam promosi perpustakaan.

Berdasarkan latar belakang masalah yang dikemukakan di atas, maka makalah ini penulis fokuskan pada pemanfaatan *facebook* dalam promosi perpustakaan (study kasus pada akun *facebook* UPT Universitas Syiah Kuala Banda Aceh). Tujuan dari penulisan makalah ini diharapkan pembaca dapat memahami secara lebih mendalam mengenai pemanfaatan *facebook* dalam promosi perpustakaan melalui beberapa pemanfaatan *facebook* sebagai promosi yang dilakukan oleh UPT Perpustakaan Universitas Syiah Kuala yang dipaparkan penulis dalam tulisan ini. Lebih lanjut, penulis berharap bahwa akan ada *feedback* bagi pembaca agar mengetahui promosi yang dilakukan UPT Perpustakaan Universitas Syiah Kuala melalui media sosial khususnya *facebook*.

Pembahasan Facebook

Produk layanan yang lahir dari adanya akses internet adalah jejaring sosial. Dengan adanya jejaring sosial membuat ruang dan waktu semakin luas. Internet menyediakan beragam fitur produk salah satunya adalah media sosial *facebook*. Media sosial yang paling banyak digunakan oleh kalangan adalah *facebook*. *Facebook* merupakan jejaring sosial yang banyak digunakan di Indonesia. *Facebook* menjadi sangat populer dikarenakan dapat menggunakan PC laptop dan semua jenis *handphone* yang memiliki fasilitas internet.

Booming situs jejaring sosial khususnya *facebook* sebagai media promosi memiliki potensi yang besar untuk mengenalkan produk baik itu jasa maupun layanan kepada pengguna. Kehadiran *facebook* juga menandakan bahwa masyarakat telah bertransformasi menjadi masyarakat informasi dimana kebutuhan informasi sangat diperlukan. Akses cepat layanan informasi menjadi faktor penting dalam kehidupan, terbukti dengan banyaknya orang yang bergabung dan terdaftar dalam jejaring sosial *facebook*.

Facebook adalah sebuah layanan jejaring sosial yang diluncurkan pada 4 Februari 2004 dan memiliki lebih dari 1,5 milyar pengguna aktif. *Facebook* didirikan oleh Mark Zuckerberg bersama rekan sekamarnya sesama mahasiswa di Universitas Harvard, Eduardo Saverin, Andrew McCollon, Dustin Moskovitz, Chris Yughes. *Facebook* awalnya dibatasi hanya untuk mahasiswa Harvard saja, kemudian diperluas ke perguruan tinggi lain seperti Universitas Stanford di Boston. (Dominikus

Juju & Feri Sulianta, 2010). Berdasarkan teori di atas, dapat disimpulkan bahwa pendiri *facebook* adalah Mark Elliot Zuckerberg yang saat itu penggunaan *facebook* hanya untuk mahasiswa Harvard. Seiring dengan berkembangnya teknologi maka *facebook* dapat digunakan oleh masyarakat luas tanpa memandang status sosial, ras, suku, agama, dan bangsa. *Facebook* adalah jejaring sosial yang memudahkan dalam berkomunikasi jarak jauh dengan orang-orang yang tergabung dalam situs jaringan *facebook*, sehingga memudahkan pihak perpustakaan dalam mempromosikan perpustakaan.

Mark Elliot Zuckerberg menulis alasan evolusi *facebook* : *facebook's mission is to give people the power to share and make the world more open and connected. In the last four years, we've built new products that help people share more, such as photo, videos, groups, events, wall posts, status updates, and so on* (Jadi misi *facebook* adalah "power to share" dimana semua orang yang terkoneksi di *facebook* dapat saling berbagi dan berinteraksi maka dari itu beberapa fitur dan produk layanan di buat). (Dominikus Juju & Feri Sulianta, 2010). Berbeda dengan situs jejaring sosial lainnya, *facebook* memiliki kekuatan sebagai berikut :

- a. *Home* (beranda) adalah halaman utama dimana segala aktivitas setiap akun dapat terlihat. Tempat untuk mendapatkan kabar terbaru dari setiap teman-teman yang dimiliki.
- b. *Wall* adalah berisi tentang informasi pribadi sebuah akun, segala yang telah dilakukan selama menjadi *member facebook* maupun yang berkaitan dengan apa yang dilakukan teman-teman.
- c. *Status* atau posting adalah kumpulan teks atau gambar atau video yang diunggah dalam situs jejaring sosial.
- d. *Message* atau pesan adalah halaman khusus pesan pribadi antar akun.
- e. *Inbox* adalah sebuah kotak surat virtual yang menjadi wadah message yang masuk ke akun pribadi.
- f. *Friends* merupakan akun atau *member facebook* yang menjadi teman anda.
- g. *Komentar* adalah memberi tanggapan atas sebuah status.
- h. *Like* adalah menyukai sebuah kiriman atau status.
- i. *Tag* adalah mencantumkan atau menandai akun lain dalam sebuah posting atau kiriman.
- j. *Grup* adalah sebuah kumpulan akun yang tergabung dalam komunitas virtual.

k. *Fans page* adalah halaman khusus untuk akun dari sebuah produk, brand, ataupun tokoh. (Adi Wijaya, 2014)

Dari pemaparan di atas, dapat ditarik kesimpulan fitur-fitur yang terdapat di dalam *facebook* adalah : *Home, wall, status, message, inbox, friends, komentar, like, tag, grup, dan fans page*. Dengan fitur-fitur tersebut memudahkan bagi pihak perpustakaan dalam mempromosikan perpustakaan kepada masyarakat secara luas, baik itu masyarakat akademis maupun non akademis. Pengguna *facebook* dapat mengetahui perkembangan yang terjadi di perpustakaan dimanapun dia berada. *Facebook* sangat cocok digunakan dalam mempromosikan perpustakaan sehingga calon pengguna dan pengguna perpustakaan dapat mengetahui apa saja produk yang dihasilkan dari perpustakaan.

Promosi Perpustakaan

Rendahnya tingkat penggunaan perpustakaan merupakan hasil atau disebabkan kombinasi masalah-masalah kompleks, antara lain misalnya masalah ekonomi, kebudayaan dan sosiologi. Diantara faktor-faktor tersebut yang sangat menentukan sesungguhnya adalah faktor social psikologis. Untuk itu perlu strategi pemasaran/promosi perpustakaan dengan mempengaruhi faktor social psikologis pemakai dengan cara:

1. Meningkatkan kebiasaan menggunakan perpustakaan
2. Menunjukkan bagaimana perpustakaan dapat memenuhi kebutuhan individu mereka
3. Berusaha mengubah pola pikir pengguna dalam hal penggunaan perpustakaan, walaupun pekerjaan ini sangat berat tetapi sesungguhnya merupakan salah satu tugas dan tanggung jawab perpustakaan. (Badollahi Mustafa, 2010)

Rendahnya pemanfaatan perpustakaan dapat ditanggulangi dengan promosi perpustakaan. Promosi perpustakaan harus dilakukan agar pemanfaatan perpustakaan dapat baik lagi. Perpustakaan sudah seharusnya memberikan informasi terkini tentang sumber informasi dan pelayanan yang diberikan kepada pengguna perpustakaan. Anne dalam bukunya *Advances in Librarianship* menegaskan bahwa "*Public libraries have examined the potential to promote information resources and services*". Anne Woodsworth & W. Dawid Penniman, (2015). Dengan mempromosikan apa saja bentuk produk dari sebuah perpustakaan maka dapat

memberikan gambaran kepada pengguna perpustakaan untuk memanfaatkan produk yang dimiliki perpustakaan. Dalam mempromosikan produk baik jasa maupun layanan yang diberikan banyak perpustakaan yang memilih media sosial khususnya *facebook* agar dapat diketahui oleh masyarakat luas. *Many libraries choose to promote events on facebook by linking to the calendar of events on their regular website*. (Caroll Smallwood dkk, 2012). Menurut Syihabuddin Qalyubi dalam bukunya *Dasar-Dasar Ilmu Perpustakaan dan Informasi* menyebutkan bahwasanya unsur-unsur promosi adalah sebagai berikut:

1. *Attention* (perhatian)
2. *Interest* (ketertarikan)
3. *Desire* (keinginan)
4. *Action* (tindakan)
5. *Satisfy* (kepuasaan). (Syihabuddin Qalyubi, 2003)

Promosi perpustakaan sangat lah penting dalam mengenalkan perpustakaan kepada masyarakat luas. Tujuan promosi perpustakaan menurut Syihabuddin adalah:

1. Memperkenalkan fungsi perpustakaan kepada masyarakat
2. Mendorong minat baca dan mendorong masyarakat agar menggunakan koleksi perpustakaan secara maksimal dan menambah jumlah orang yang gemar membaca
3. Memperkenalkan pelayanan dan jasa perpustakaan kepada masyarakat
4. Memberikan kesadaran masyarakat akan adanya pelayanan jasa perpustakaan dan menggunakannya serta mengembangkan pengertian masyarakat agar mendukung kegiatan perpustakaan
5. Memasyarakatkan slogan "tak kenal maka tak sayang". (Syihabuddin Qalyubi, 2003)

Berdasarkan penjelasan yang telah dikemukakan mengenai urgensi promosi bagi perpustakaan pada dasarnya merupakan forum pertukaran informasi antara organisasi dan masyarakat dengan tujuan utama memberikan informasi tentang produk atau jasa yang disediakan oleh perpustakaan. Hasil dari promosi adalah tumbuhnya kesadaran masyarakat tentang pentingnya perpustakaan sebagai sumber informasi sampai tindakan untuk memanfaatkan layanan yang ada di perpustakaan. (Rizki Apriliana, 2012)

Pemanfaatan Facebook sebagai Media Promosi Perpustakaan

Perpustakaan merupakan suatu organisasi. Dalam artian, perpustakaan tidak dapat berdiri sendiri. Organisasi pada perpustakaan itu sendiri merupakan penyatuan langkah dari seluruh kegiatan yang dilaksanakan oleh elemen-elemen di dalam lembaganya. Oleh karena perpustakaan merupakan suatu organisasi, maka bentuk-bentuk promosi yang dilakukan oleh suatu organisasi adalah publisitas, iklan, kontak perorangan, insentif serta suasana dan lingkungan perpustakaan. (Arlinah Imran Harjo)

1. Publisitas

Publisitas adalah salah satu alat promosi yang ampuh dan murah untuk memperkenalkan keberadaan perpustakaan termasuk jasa/produk yang ditawarkan melalui berita di media penerbitan seperti surat kabar dan majalah maupun melalui radio, televisi ataupun panggung. Tak peduli jenis perpustakaan apapun, penggunaan bentuk publisitas untuk promosi perpustakaan dapat menjangkau masyarakat pendengar/pembaca yang cukup luas karena banyak dibaca, didengar dan ditonton orang.

Publisitas dapat dilakukan dalam berbagai bentuk seperti: *press release* dalam rangka pembukaan ataupun penutupan acara pameran, lomba, kursus dan sebagainya, yang diselenggarakan perpustakaan, ulasan/tanggapan suatu masalah dengan mengaitkan pada salah satu jasa layanan perpustakaan, artikel ilmiah, pengenalan produk/jasa baru, wawancara, diskusi, bedah buku hingga cerita dan program-program khusus seperti drama dan film cerita maupun acara "*storytelling*" dsb.



Gambar1. Promosi Publisitas

Pemanfaatan *facebook* dalam promosi publisitas yang dilakukan perpustakaan Universitas Syiah Kuala adalah dengan ulasan/tanggapan suatu masalah dengan mengaitkan pada salah satu jasa layanan. Pemanfaatan *facebook* terhadap promosi perpustakaan pada perpustakaan Universitas Syiah Kuala yaitu dengan memberikan ulasan tentang akreditasi perpustakaan Universitas Syiah Kuala yang melambung tinggi dengan akreditasi A.

2. Iklan

Iklan dapat disampaikan dalam bentuk media cetak atau elektronik seperti surat kabar, majalah, radio, televisi, dapat berupa souvenir seperti buku tulis, alat tulis, kalender dapat pula berupa surat edaran, brosur, buletin, poster ataupun papan pengumuman.



Gambar 2. Promosi Facebook dengan cara iklan.



Gambar 3. Promosi Iklan dengan menampilkan papan pengumuman

3. Kontak Perorangan

Promosi dengan menggunakan cara kontak pribadi, merupakan bentuk yang paling ampuh diantara bentuk-bentuk promosi yang lain karena dengan adanya kontak secara pribadi, hubungan antara staf perpustakaan dan konsumen dapat dijalin dan ditingkatkan, kebutuhan minat serta pribadi pengguna dapat diketahui, sekaligus lebih jelas dalam menyampaikan informasi kepada pengguna.

Kontak pribadi dapat dilakukan melalui ceramah, peragaan atau demo, diskusi, wawancara, forum terbuka, ataupun layanan yang ramah dari masing-masing staf perpustakaan. Kontak-kontak informal, seperti rapat dengan unit lain, keterlibatan dalam organisasi profesi, atau merangkap jabatan lain, dsb, dapat pula menjadi ajang promosi dalam bentuk kontak pribadi. Melalui kontak pribadi ini, dapat dikumpulkan profil pengguna yang dapat dijadikan salah satu pegangan dalam mengetahui kebutuhan pengguna.



Gambar 4. Pemanfaatan Facebook melalui kontak

sehingga terjadi komunikasi interaktif antara pihak perpustakaan dengan pengguna.

4. Insentif

Insentif adalah pemberian sesuatu yang bernilai, baik berupa uang atau barang, dimaksudkan untuk mendorong sikap konsumen, baik yang kurang bermotivasi atau justru diberikan pada yang sudah menggunakan untuk dapat memberi motivasi pada yang kurang termotivasi.

Termasuk dalam insentif di sini adalah pemberian penghargaan/hadiah pada pengguna teraktif, memberikan kemudahan dalam perolehan layanan, misalnya memberikan jasa penelusuran gratis untuk peminta jasa selama bulan-bulan tertentu dsb.



Gambar 4. Promosi insentif melalui facebook

5. Suasana dan lingkungan perpustakaan

Dimana perpustakaan berada, bagaimana perpustakaan diatur merupakan hal yang dapat mempromosikan perpustakaan atau malah menjauhkan pengguna dari perpustakaan. Walaupun secanggih dan selengkap apapun layanan dan koleksi perpustakaan apabila ditempatkan ditempat jauh di batas kota, di pojok bangunan, serta dilengkapi dengan penataan ruangan yang gelap, kotor dan tidak rapi, pasti perpustakaan akan segan dikunjungi.

Termasuk dalam promosi bentuk ini adalah pemilihan tempat yang strategis serta dalam lingkungan aman, bentuk bangunan yang tidak terkesan kotor dan jelek, penataan ruangan yang sesuai dengan kebutuhan

pengguna, fungsi serta keindahan disamping tentunya rambu-rambu yang jelas dalam menunjukkan lokasi, koleksi dan layanan.



Gambar 5. Promosi suasana perpustakaan melalui *facebook*

Dari penjelasan yang telah dipaparkan di atas, maka bentuk-bentuk promosi yang dapat dilakukan perpustakaan sebagai lembaga organisasi antara lain adalah publisitas, iklan, kontak perorangan, insentif, suasana serta lingkungan perpustakaan. Promosi dalam bentuk publisitas dapat dilakukan antara lain dengan mengadakan perlombaan yang diadakan di perpustakaan, drama/film, bedah buku. Publisitas di maksudkan untuk memperkenalkan keberadaan perpustakaan terutama produk dan jasa yang akan diberikan. Promosi dalam bentuk iklan dapat dilakukan melalui media cetak ataupun elektronik dan dapat pula dalam bentuk perlengkapan alat tulis dsb. Promosi dalam bentuk kontak perorangan dapat dilakukan melalui diskusi dan seminar-seminar. Promosi dalam bentuk insentif dilakukan dalam rangka pendekatan kepada pengguna yang aktif maupun yang kurang aktif agar pengguna lebih termotivasi dalam memanfaatkan perpustakaan. Promosi dalam bentuk suasana dan lingkungan perpustakaan merupakan salah satu promosi yang dapat meninggalkan kesan baik dan buruknya sebuah perpustakaan. Oleh sebab itu, apabila perpustakaan mempunyai suasana dan lingkungan perpustakaan yang kurang kondusif,

maka mulai sekarang perpustakaan harus dapat merubahnya menjadi lebih baik lagi. Perpustakaan sudah seharusnya menciptakan *sense of belonging* bagi pengguna perpustakaan agar pengguna merasa nyaman dalam memanfaatkan perpustakaan. Perpustakaan tidak akan bermakna apabila tidak ada pengguna yang menggunakannya.

Kesimpulan

Perkembangan teknologi informasi yang signifikan telah membawa manusia pada sebuah tatanan dimana jarak dan waktu tidak lagi menjadi penghalang dalam mempromosikan perpustakaan. Salah satu produk yang lahir dari perkembangan teknologi informasi adalah *facebook*. Kehadiran *facebook* juga menandakan bahwa masyarakat telah bertransformasi menjadi masyarakat dimana kebutuhan informasi sangat diperlukan. Setiap perpustakaan tentunya menginginkan agar perpustakaannya diminati oleh calon pengguna dan pengguna perpustakaan. Sudah sepantasnya perpustakaan harus selalu memberikan informasi yang relevan dan mengikuti perkembangan zaman. Segala macam produk yang diberikan oleh perpustakaan baik sarana dan prasarana terus ditingkatkan dari waktu ke waktu. Namun hal tersebut, akan menjadi sia-sia apabila pengguna dan calon pengguna tidak mengetahui apa saja produk yang dihasilkan oleh perpustakaan. Salah satu perpustakaan yang memanfaatkan *facebook* dalam mempromosikan produk jasa dan layanan adalah UPT Perpustakaan Universitas Syiah Kuala. Akreditasi A yang diperoleh UPT Perpustakaan Universitas Syiah Kuala dapat diketahui oleh masyarakat global adalah dengan pemanfaatan *facebook* dalam mempromosikan produk jasa dan layanan yang diberikan kepada calon pengguna dan pengguna UPT Perpustakaan Universitas Syiah Kuala.

Daftar Pustaka

- A. Yogaswara. *The Power of Facebook: Gerakan 1.000.000 Facebooker*. Yogyakarta : Mediakom, 2010.
- Adi Wijaya, Mahendra. *Facebook Sebagai Sarana Pertukaran Informasi Fotografi*. Yogyakarta: Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, 2014.
- Anne Woodsworth dan W. David Penniman. *Advances in Librarianship*, USA: Emerald, 2015.
- Caroll Smallwood, dkk. *Marketing Your Library: Tips and Tools That Work*. United States America: McFarland, 2012.
- Darmono. *Perpustakaan Sekolah: Pendekatan Aspek Manajemen Kinerja*. Jakarta, Grasindo: 2007.
- Dominikus Juju, Feri Sulianta. *Hitam Putih Facebook*. Jakarta: Elex Media Komputindo, 2010.
- Laugu, Nurdin. *Representasi Kuasa dalam Pengelolaan Perpustakaan*. Yogyakarta: Gapernus Press, 2015.
- Mustafa, Badollahi. *Materi Pokok Promosi Jasa Perpustakaan* (Jakarta, Universitas Terbuka: 2010.
- Qalyubi, Syihabuddin. *Dasar-Dasar Ilmu Perpustakaan dan Informasi*. Yogyakarta: Fakultas Adab UIN Sunan Kalijaga, 2003.
- Anna, Nove A. Variant. "Penggunaan Web.2.0 sebagai Media Promosi Perpustakaan Perguruan Tinggi di Indonesia." <http://download.portalgaruda.org/article.php?article=325297&val=7410&title=The%20Usage%20of%20Web%202.0%20as%20a%20Media%20Promotion%20in%20Indonesia%20University%20Libraries>. Diakses tanggal 02 Juni 2016.
- Apriliana, Rizki. "Pengaruh Promosi Perpustakaan Melalui Kegiatan Gemar Membaca Terhadap Pemanfaatan Perpustakaan di SMA Negeri 3 Semarang." <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/jip/article/view/529/531>. Diakses tanggal 02 Juni 2016.
- Harjo, Arlinah Imran. "Mengatur Strategi Perpustakaan." <http://faculty.petra.ac.id/arlinah/perpustakaan/PROMOSI/promosi96.pdf>. Diakses tanggal 02 Juni 2016.
- Kemkominfo." Pengguna Internet di Indonesia Capai 82 Juta." https://kominform.go.id/index.php/content/detail/3980/Kemkominfo%3A+Pengguna+Internet+di+Indonesia+Capai+82+Juta/0/berita_satker. Diakses tanggal 03 Juni 2016
- Perpusnas. "24 Tahun 2014." http://deposit.perpusnas.go.id/media/documents/pp2014_024.pdf. Diakses tanggal 02 Juni 2016.
- UPT Perpustakaan Universitas Syiah Kuala. "Tim Asesor Perpusnas Nilai UPT. Perpustakaan Unsyiah." <https://www.facebook.com/Pustaka.Unsyiah/?fref=ts>. Diakses tanggal 03 Juni 2016.