

## STRATEGI OPTIMALISASI PROMOSI LAYANAN PERPUSTAKAAN MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM : STUDI PADA PERPUSTAKAAN DAN KEARSIPAN KOTA BANDAR LAMPUNG

**Abstrak.** Perpustakaan memainkan peran penting dalam mendukung pembangunan masyarakat yang berpengetahuan, kritis, dan berbudaya serta mendukung proses pendidikan, penelitian, dan pengembangan ilmu pengetahuan. Sesuai dengan konteks perkembangan teknologi digital, strategi promosi layanan perpustakaan perlu diadaptasi agar lebih efektif menjangkau masyarakat, khususnya generasi muda yang akrab dengan media sosial. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan strategi optimalisasi layanan perpustakaan melalui media sosial Instagram yang dilakukan oleh Perpustakaan dan Kearsipan Kota Bandar Lampung. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data meliputi observasi, wawancara, dokumentasi, dan studi pustaka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi yang dilakukan melalui Instagram belum terstruktur, tidak konsisten, dan belum didukung oleh sumber daya manusia yang memadai. Evaluasi konten hanya dilakukan secara manual tanpa menggunakan data analitik digital. Selain itu, kurangnya pelatihan dan strategi konten menyebabkan rendahnya keterlibatan pengguna (*engagement*). Hasil dari penelitian disimpulkan bahwa pemanfaatan Instagram oleh Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Bandar Lampung belum optimal akibat keterbatasan SDM dan minimnya inovasi konten. Meskipun demikian, terdapat komitmen untuk berbenah melalui peningkatan kapasitas dan pengelolaan digital. Optimalisasi media sosial dipandang penting sebagai strategi komunikasi dan upaya memperkuat peran perpustakaan di era digital.

**Kata Kunci:** Promosi Perpustakaan, Strategi Promosi, Media Sosial, Instagram

**Abstract.** Libraries play an important role in supporting the development of a knowledgeable, critical, and cultured society, as well as supporting the processes of education, research, and scientific development. In line with the context of digital technology development, library service promotion strategies need to be adapted to be more effective in reaching the public, especially the younger generation who are familiar with social media. This study aims to describe the optimization strategies for library services through Instagram, implemented by the Library and Archives of Bandar Lampung City. The study employs a qualitative approach with data collection techniques including observation, interviews, documentation, and literature review. The results of the study indicate that promotions conducted through Instagram are not yet structured, inconsistent, and not supported by adequate human resources. Content evaluation is only done manually without using digital analytics data. Additionally, the lack of training and content strategy has resulted in low user engagement. The study concludes that the use of Instagram by the Library and Archives Department of Bandar Lampung City is not yet optimal due to limitations in human resources and a lack of content innovation. However, there is a commitment to improve through capacity building and digital management. Optimizing social media is considered important as a communication strategy and an effort to strengthen the role of libraries in the digital age.

**Keywords:** Library Promotion, Promotion Strategy, Social Media, Instagram

**Ismia Putri<sup>1</sup>, Arnila Purnamayanti<sup>2</sup>, Andi Windah<sup>3</sup>**

<sup>1</sup>Program Studi D3 Perpustakaan FISIP Universitas Lampung  
(Jl. Prof. Dr. Sumantri Brojonegoro No. 1 Kec. Rajabasa, Bandar Lampung, Lampung 35141)  
E-mail koresponden\*: [arnilapurnamayanti@gmail.com](mailto:arnilapurnamayanti@gmail.com).

**Diterima:** 22 Agustus 2025

**Direvisi:** 21 November 2025

**Disetujui:** 5 Desember 2025

## PENDAHULUAN

Perpustakaan merupakan simbol kemajuan peradaban dan demokratisasi pengetahuan, karena memberikan akses yang setara terhadap informasi bagi semua lapisan masyarakat tanpa memandang usia, status sosial, atau latar belakang pendidikan. Dengan demikian, perpustakaan memainkan peran penting dalam mendukung pembangunan masyarakat yang berpengetahuan, kritis, dan berbudaya. Disebutkan dalam UU No.43 Tahun 2007 tentang perpustakaan adalah institusi yang mengumpulkan, mengelola, dan menyediakan bahan pustaka, baik tercetak maupun tidak tercetak, serta mengelola fasilitas layanan untuk memenuhi kebutuhan pendidikan, penelitian, pelestarian, informasi, dan rekreasi bagi pemustaka dan juga masyarakat.

Perpustakaan adalah institusi yang memiliki peran penting dalam mendukung proses pendidikan, penelitian, dan pengembangan ilmu pengetahuan. Keberadaan perpustakaan tidak hanya membantu dalam penyediaan informasi, tetapi juga menjadi tempat pembinaan budaya baca, literasi informasi, dan pelestarian warisan intelektual suatu bangsa. Dari beberapa definisi di atas dapat disimpulkan bahwa perpustakaan adalah suatu bangunan atau bagian dari sebuah bangunan, lembaga atau institusi yang menaunginya yang digunakan sebagai pusat informasi yang berguna untuk memenuhi segala kebutuhan informasi para penggunanya. Dengan adanya perpustakaan diharapkan mampu menjadi sarana penunjang sebagai upaya membentuk generasi muda yang lebih kompeten dan mampu bersaing.

Sebagai bagian dari sistem pendidikan nonformal, perpustakaan umum memainkan peran penting dalam meningkatkan kehidupan bangsa. Perpustakaan umum diwajibkan untuk menyediakan layanan yang merata dan inklusif bagi seluruh masyarakat, seperti yang dinyatakan dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 43 Tahun 2007 tentang Perpustakaan. Menurut undang-undang, setiap daerah, baik kota maupun kabupaten, harus memiliki perpustakaan umum yang tersedia untuk umum. Perpustakaan umum adalah simbol demokrasi informasi, di mana setiap orang memiliki hak yang sama untuk mengakses dan menggunakan informasi untuk mencapai potensi terbaik.

Menurut Saleh, A. R., & Komalasari, R. (2014) Fungsi utama perpustakaan umum adalah sebagai pusat informasi, pendidikan, pelestarian budaya, serta rekreasi. Dalam fungsi informatif, perpustakaan umum menyediakan berbagai macam sumber informasi, mulai dari buku cetak, majalah, surat kabar, hingga akses ke internet dan sumber daya digital. Sebagai pusat pendidikan, perpustakaan umum dapat menjadi tempat belajar informal bagi pelajar, mahasiswa, dan masyarakat umum yang ingin menambah wawasan dan pengetahuan di luar pendidikan formal.

Perpustakaan kota merupakan salah satu bentuk perpustakaan umum yang dikelola oleh pemerintah kota dan ditujukan untuk melayani kebutuhan informasi seluruh lapisan masyarakat di wilayah perkotaan (Nasional, B. S. (2009). Perpustakaan ini bersifat terbuka untuk umum dan menyediakan akses informasi tanpa diskriminasi, baik bagi anak-anak, pelajar, mahasiswa, orang dewasa, hingga lansia. Keberadaan perpustakaan kota sangat penting dalam rangka mendukung peningkatan literasi, pendidikan nonformal, pelestarian budaya, serta pembangunan masyarakat berbasis pengetahuan. Dengan cakupan layanan yang luas dan bersifat inklusif, perpustakaan kota menjadi salah satu indikator kemajuan suatu kota dalam bidang pendidikan dan sosial budaya.

Perpustakaan menyediakan berbagai bahan pustaka, baik dalam bentuk cetak maupun digital, yang dapat dimanfaatkan masyarakat untuk keperluan belajar mandiri. Koleksi buku pelajaran, referensi akademik, buku anak, novel, hingga jurnal dan e-book menjadikan perpustakaan sebagai sarana belajar sepanjang hayat yang sangat relevan bagi semua kalangan. Selain itu, perpustakaan kota juga sering menjadi tempat diselenggarakannya pelatihan, kelas keterampilan, seminar, dan diskusi publik yang turut memperkuat peran edukatifnya di tengah masyarakat. (Mumek, F., Golung, A. M., & Rogi, S. P. (2021)

Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Bandar Lampung (DISPUSIP) merupakan lembaga pemerintah daerah yang berperan penting dalam pengelolaan dan pengembangan layanan perpustakaan serta pengelolaan arsip di wilayah Kota Bandar Lampung. Dinas Perpustakaan dan Kearsipan juga sebagai Lembaga informasi public yang memiliki peran strategis dalam menyebarkan informasi

kepada Masyarakat. Selain itu, Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Bandar Lampung merupakan salah satu institusi dalam mendukung perkembangan pendidikan, budaya, dan literasi masyarakat. Fungsi dari lembaga ini mencakup berbagai hal, seperti pengelolaan akuisisi dan pengolahan bahan pustaka, penyediaan layanan dan pelestarian koleksi, serta pembinaan terhadap perpustakaan-perpustakaan di wilayah kota.

Promosi di dalam perpustakaan memiliki peranan yang sangat penting dalam upaya meningkatkan kesadaran, ketertarikan, dan partisipasi masyarakat terhadap berbagai layanan dan program yang ditawarkan. Melalui kegiatan promosi, perpustakaan dapat mengenalkan berbagai fasilitas, koleksi, dan layanan unggulan yang mungkin belum banyak diketahui oleh masyarakat, seperti layanan literasi digital, pelatihan keterampilan, ruang baca untuk anak, layanan arsip, serta komunitas belajar. Lebih dari itu, promosi juga bertujuan untuk menumbuhkan budaya membaca dan membangun citra positif perpustakaan sebagai tempat yang modern, ramah, dan inklusif bagi semua kalangan. Dengan demikian, kegiatan promosi tidak hanya memperluas jangkauan layanan, tetapi juga memperkuat posisi perpustakaan sebagai pusat literasi dan pemberdayaan masyarakat. (Suharso, P., & Pramesti, A. N. (2020).

Promosi yang dilakukan oleh Perpustakaan dan Kearsipan Kota Bandar Lampung saat ini belum optimal. Hal ini disebabkan oleh pemanfaatan media sosial yang belum efektif dan belum dikelola secara konsisten. Di era digital seperti sekarang, media sosial adalah salah satu sarana paling strategis untuk menjangkau masyarakat, khususnya generasi muda yang aktif di platform seperti Instagram. Namun, minimnya konten yang menarik, informatif, dan interaktif mengakibatkan informasi mengenai layanan, program, dan kegiatan perpustakaan tidak tersampaikan dengan baik.

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan, terlihat bahwa promosi melalui media sosial, khususnya Instagram, memiliki potensi besar dalam mendukung penyebaran informasi serta peningkatan partisipasi masyarakat terhadap layanan perpustakaan. Namun, pada praktiknya, promosi yang dilakukan oleh Perpustakaan dan Kearsipan Kota Bandar Lampung masih belum optimal. Pemanfaatan media sosial belum dilakukan secara konsisten dan strategis, baik dari segi konten, interaksi, maupun keberlanjutan komunikasi dengan masyarakat. Hal ini berdampak pada rendahnya jangkauan informasi dan minimnya partisipasi masyarakat terhadap berbagai program yang ditawarkan.

Oleh karena itu, perlu dilakukan kajian secara lebih mendalam mengenai pendekatan yang tepat dalam meningkatkan efektivitas promosi layanan perpustakaan, khususnya melalui platform Instagram. Berdasarkan kondisi tersebut, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan rumusan masalah: ***“Bagaimana Strategi Optimalisasi Promosi Layanan Perpustakaan Melalui Media Sosial Instagram di Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Bandar Lampung”***

## METODE

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan menggunakan 3 teknik pengumpulan data antara lain :

1. Observasi

Penulis melakukan pengamatan secara langsung pada objek penelitian yaitu Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Bandar Lampung. Hal ini dilakukan penulis, dengan mengadakan penelitian secara langsung pada objek penelitian, cara ini untuk mendapatkan data yang akurat dalam kebenarannya.

2. Studi Pustaka

Studi pustaka adalah cara pengumpulan data dengan melakukan penelaahan terhadap literatur yang ada yang relevan dengan masalah yang sedang diteliti, Penulis mengumpulkan data melalui studi Pustaka dengan menggali informasi dari jurnal, buku-buku dan media internet, serta melakukan wawancara dengan narasumber.

3. Wawancara

Menurut Esterberg dalam Sugiyono (2020) wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu. Wawancara di penelitian ini bersama Ibu Elvirayhan Asrul, S.Kom. sebagai pengelola media sosial di Perpustakaan dan Kearsipan Kota Bandar Lampung.

4. Dokumentasi

Dokumentasi adalah bentuk kegiatan atau proses sistematis dalam melakukan pencarian, pemakaian, penyelidikan, penghimpunan, penyediaan dokumen untuk memperoleh pengetahuan, keterangan, serta bukti, dan menyebarkannya kepada pihak yang berkepentingan. Sedangkan, Menurut Sugiyono (2020) dokumentasi merupakan pengumpulan dari catatan peristiwa yang sudah berlalu baik berbentuk tulisan, gambar/foto atau karya-karya monumental dari seseorang/instansi.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Kondisi Awal Promosi Layanan Perpustakaan melalui media sosial Instagram

Promosi memainkan peranan krusial dalam meningkatkan keberadaan layanan perpustakaan serta menciptakan kesadaran publik tentang eksistensi dan manfaat perpustakaan sebagai sumber informasi dan literasi. Tanpa pendekatan promosi yang efektif, layanan perpustakaan yang sebenarnya memiliki banyak manfaat dapat tidak dikenal oleh masyarakat luas, terutama di kalangan generasi muda yang lebih terbiasa dengan platform digital. Oleh karena itu, strategi promosi yang efektif melalui saluran media sosial, seperti Instagram, dapat menjadi cara yang ampuh untuk memperluas distribusi informasi sekaligus membangun citra positif perpustakaan di mata Masyarakat.

Di era digital seperti saat ini, promosi tidak sekadar dapat dilakukan dengan metode tradisional seperti spanduk atau brosur. Alat digital seperti Instagram menawarkan perpustakaan kesempatan untuk menyampaikan informasi dengan cara yang menarik secara visual dan interaktif. Melalui berbagai fitur seperti *story*, *reels*, serta unggahan foto dan video, perpustakaan dapat menampilkan layanan yang ada dengan cara yang kreatif sekaligus informatif. Ini juga menjadi bagian dari bagaimana perpustakaan beradaptasi dengan kemajuan teknologi informasi dan perilaku pengguna yang semakin bergantung pada media sosial sebagai sumber informasi utama.

Dengan promosi yang terencana dan berkelanjutan, perpustakaan tidak hanya berada dalam peran sebagai penyedia informasi, tetapi juga bertindak sebagai agen pengubah budaya literasi digital di komunitas. Untuk itu, diperlukan pengelolaan media sosial secara strategis, tim yang berpengalaman, serta evaluasi rutin agar pesan-pesan promosi dapat menjangkau masyarakat, serta mampu mengajak mereka untuk memanfaatkan layanan perpustakaan dengan aktif.

Berdasarkan wawancara dengan Ibu Elvirayhan Asrul, S.Kom., yang menjabat sebagai pengelola media sosial di Perpustakaan dan Kearsipan Kota Bandar Lampung, diperoleh wawasan berkaitan dengan strategi serta tantangan dalam mempromosikan layanan perpustakaan melalui platform media sosial Instagram. Bu Vira menjelaskan bahwa penggunaan aktif Instagram dimulai pada tahun 2020, seiring dengan meningkatnya permintaan masyarakat terhadap informasi yang berbasis digital. Ia menyatakan, "Kami mulai memanfaatkan Instagram secara aktif sekitar tahun 2020, dengan tujuan untuk menjangkau audiens yang lebih luas, terutama kalangan muda yang lebih sering berada di media sosial," ujarnya. Metode promosi yang diterapkan melalui akun resmi Instagram @perpustakaankotabdl mencakup berbagai jenis konten, seperti pengumuman layanan, informasi mengenai kegiatan, pendidikan literasi, dan ucapan selamat pada hari-hari besar.



Gambar 1. Akun Instagram Resmi Perpustakaan dan Kearsipan Bandar Lampung

Strategi yang dilakukan Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Bandar Lampung yaitu:

**a) Melakukan Postingan Pengucapan Hari-Hari Besar**

Perpustakaan dan Kearsipan Kota Bandar Lampung memanfaatkan media sosial Instagram sebagai salah satu sarana promosi layanan dan citra kelembagaan. Salah satu strategi yang digunakan adalah dengan mengunggah konten bertema peringatan hari-hari besar nasional dan internasional. Strategi ini bersifat tidak langsung (*soft promotion*), tetapi cukup efektif dalam membangun kehadiran digital dan keterlibatan emosional dengan masyarakat.



Gambar 2. Postingan Peringatan Hari-Hari Besar pada Instagram Resmi Perpustakaan dan Kearsipan Bandar Lampung

Berdasarkan hasil dokumentasi dan observasi terhadap akun Instagram resmi @perpustakaankotabdl, terdapat beberapa unggahan yang merepresentasikan strategi ini, seperti peringatan Hari Anak Nasional (23 Juli 2024), Tahun Baru Islam (7 Juli 2024), Hari Kartini (21 April 2024), Hari Batik Nasional (2 Oktober 2020), Hari Buruh (2 Mei 2021), dan Hari Kemerdekaan RI ke-75 (18 Agustus 2020). Seluruh unggahan tersebut didesain secara visual menggunakan ilustrasi dan tipografi yang menarik, serta menyampaikan pesan-pesan yang relevan dengan tema peringatan.

Namun demikian, berdasarkan data interaksi seperti jumlah suka (*like*) dan komentar, tingkat keterlibatan pengguna tergolong masih rendah. Contohnya, unggahan Hari Anak Nasional hanya mendapatkan 6 suka, Tahun Baru Islam 2 suka, Hari Kartini 3 suka, dan Hari Buruh 5 suka. Unggahan dengan keterlibatan tertinggi adalah peringatan HUT RI ke-75 yang memperoleh 18 suka. Seluruh konten tersebut tidak disertai dengan penggunaan suara atau musik latar (*sound*), yang sebenarnya bisa menjadi nilai tambah untuk menarik perhatian pengguna, terutama pada platform visual seperti Instagram.

Secara umum, strategi ini menunjukkan bahwa perpustakaan berupaya menjaga eksistensinya di media sosial dengan mengikuti momen-momen penting yang sedang berlangsung. Hal ini dapat menciptakan citra positif bahwa perpustakaan tidak hanya berfokus pada koleksi buku, tetapi juga berperan aktif dalam menyuarakan nilai-nilai nasionalisme, budaya, dan kemanusiaan. Namun, agar strategi ini lebih optimal, disarankan untuk meningkatkan kreativitas konten, menambahkan elemen audio, serta memperkuat penggunaan tagar (*hashtag*) yang relevan dan populer agar jangkauan unggahan lebih luas dan dapat meningkatkan interaksi publik secara digital.

#### **b) Mempublikasikan Kegiatan Literasi dan Kunjungan**

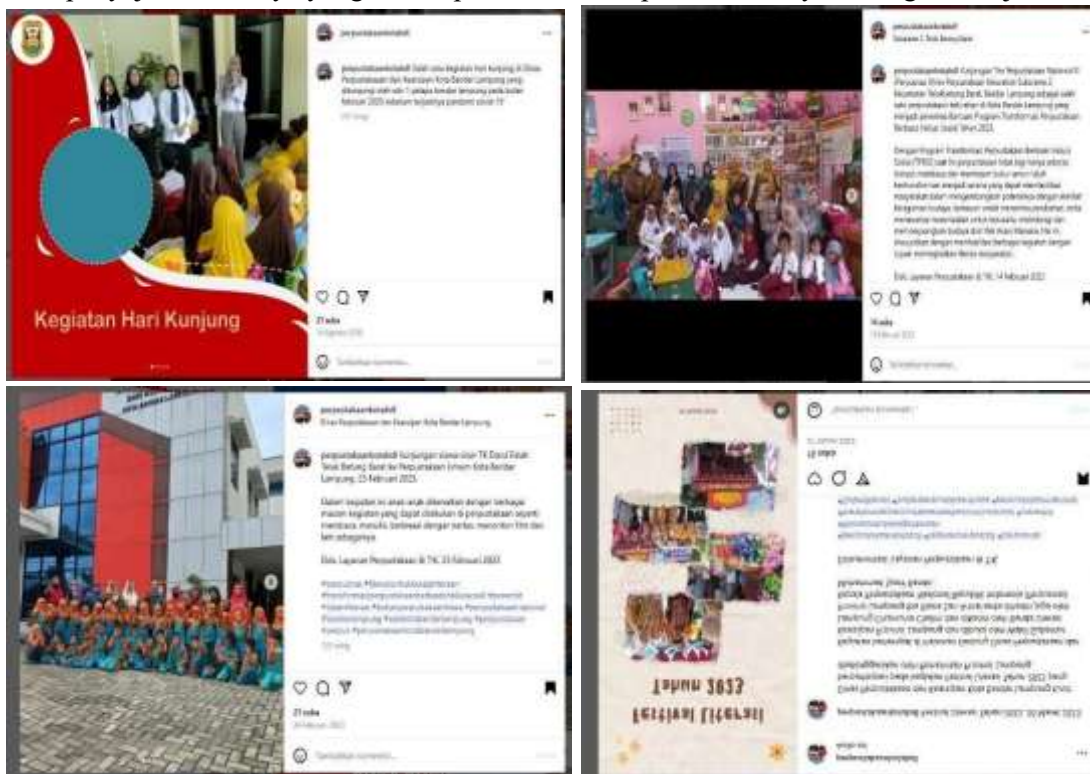
Promosi layanan perpustakaan melalui Instagram yang dilakukan oleh Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Bandar Lampung terlihat cukup aktif dalam menampilkan berbagai kegiatan secara visual. Salah satunya adalah unggahan bertanggal 14 Agustus 2020 yang menampilkan kegiatan “Hari Kunjung” dari SDN 1 Palapa. Dalam unggahan ini, terlihat petugas perpustakaan berdiri di depan para siswa yang sedang duduk menyimak penjelasan. *Caption* pada unggahan tersebut menyampaikan bahwa kegiatan ini dilaksanakan sebelum pandemi COVID-19. Meskipun memiliki tujuan edukatif, konten ini terkesan sederhana dan kurang menarik secara visual. Tidak ada penggunaan elemen suara atau video yang dapat menambah daya tarik audiens. Jumlah interaksi juga tergolong rendah dengan hanya 21 suka.

Selanjutnya, unggahan pada 15 Februari 2023 menampilkan kunjungan Tim Perpustakaan RI ke salah satu Perpustakaan Kelurahan di Kecamatan Telukbetung Barat. Kegiatan ini merupakan bagian dari Program Transformasi Perpustakaan Berbasis Inklusi Sosial (TPBIS). Foto yang diunggah menampilkan suasana kebersamaan antara petugas, guru, dan siswa dalam satu *frame*. *Caption* yang dituliskan cukup panjang dan menjelaskan secara rinci tentang peran perpustakaan sebagai tempat pemberdayaan masyarakat. Meskipun narasinya sangat baik, konten ini tidak dilengkapi dengan video atau *sound*, dan hanya mendapatkan 14 suka. Hal ini menunjukkan bahwa konten informatif belum tentu mampu menarik perhatian jika tidak dikemas secara visual yang lebih dinamis.

Pada unggahan berikutnya, yaitu tanggal 23 Februari 2023, ditampilkan kunjungan siswa-siswi TK Darul Falah ke Perpustakaan Umum Kota Bandar Lampung. Visual menampilkan sekelompok anak-anak dengan seragam cerah berbaris rapi di depan gedung perpustakaan. *Caption*-nya cukup ringan dan menjelaskan kegiatan yang dilakukan oleh anak-anak di perpustakaan seperti membaca, menonton film, hingga berkreasi. Unggahan ini mendapatkan 21 suka. Secara visual konten ini menarik karena memuat ekspresi ceria anak-anak dan warna yang mencolok. Namun, seperti konten sebelumnya, unggahan ini masih berupa foto tanpa video atau elemen audio yang dapat lebih menghidupkan suasana kegiatan. Sementara itu, pada unggahan bertanggal 21 Maret 2023, Dinas Perpustakaan Kota Bandar Lampung membagikan dokumentasi partisipasi mereka dalam Festival Literasi Tahun 2023. Unggahan ini berupa kolase dari beberapa gambar yang diambil selama kegiatan berlangsung. *Caption*-nya menjelaskan bahwa kegiatan ini diikuti oleh pejabat penting seperti Wakil



Gubernur Lampung dan Kepala Perpustakaan RI. Meskipun mencantumkan label "audio asli", konten ini tidak menampilkan suara atau narasi video, hanya berupa gambar. Unggahan ini juga hanya mendapat 15 suka. Secara isi, unggahan ini cukup potensial karena membawa pesan kolaborasi dan partisipasi aktif, namun penyajian visualnya yang terlalu padat membuat pesan utamanya kurang menonjol.



Gambar 3. Postingan Kunjungan dan Kegiatan Literasi pada Instagram Resmi Perpustakaan dan Kearsipan Bandar Lampung

Secara keseluruhan, promosi layanan perpustakaan melalui konten Instagram ini menunjukkan bahwa Perpustakaan dan Kearsipan Kota Bandar Lampung telah berupaya menampilkan berbagai kegiatan yang relevan dan menyasar berbagai kalangan usia. Namun, sebagian besar kontennya masih berupa gambar statis tanpa video atau elemen suara yang dapat meningkatkan daya tarik dan keterlibatan pengguna. *Caption* yang digunakan cenderung panjang dan informatif, namun kurang menyesuaikan diri dengan karakteristik media sosial yang mengutamakan tampilan visual dan narasi singkat yang engaging. Diperlukan strategi penyampaian konten yang lebih kreatif dan interaktif agar informasi yang disampaikan dapat menjangkau audiens yang lebih luas dan meningkatkan partisipasi masyarakat terhadap layanan perpustakaan.

Selain itu, evaluasi terhadap efektivitas promosi layanan melalui media sosial Instagram pada Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Bandar Lampung saat ini masih dilakukan secara sederhana dan belum terstandarisasi. Indikator yang digunakan bersifat manual, yakni berdasarkan pengamatan terhadap jumlah *viewers*, *likes*, serta respon dari pengguna seperti komentar dan *followers*. Pihak Perpustakaan dan Kearsipan Kota Bandar Lampung umumnya sangat memperhatikan kondisi Instagram resmi yang terkadang naik turun dan tidak sesuai dengan apa yang diinginkan. “Jika *viewers* kami menurun, kami berusaha untuk mengupload konten agar masyarakat tidak jenuh terhadap konten yang kami posting dan ketika ada kegiatan kami akan langsung mempromosikan ke akun resmi kami,” Jelas Bu Vira.

Perpustakaan dan Kearsipan Kota Bandar Lampung menghadapi masalah lain dalam hal evaluasi promosi. Masalah tersebut adalah ketidakadaan indikator atau alat khusus yang dapat digunakan untuk mengukur kesuksesan promosi secara objektif dan sistematis. Saat ini, evaluasi promosi hanya dilakukan secara manual dengan memperhatikan jumlah *likes*, pengunjung, dan interaksi pengguna secara umum. Meskipun cara ini bisa memberikan gambaran awal, namun tidak

cukup mewakili untuk menilai efektivitas strategi promosi secara menyeluruh. Bu Vira, menyatakan, “Saat ini belum terdapat alat untuk mengukur keberhasilan promosi tersebut,” ujarnya. Ini menunjukkan bahwa belum ada sistem evaluasi yang berbasis data atau analitik digital yang digunakan sebagai acuan dalam pengambilan keputusan untuk upaya promosi di masa mendatang.

Meskipun demikian, banyak alat ukur sederhana yang bisa digunakan untuk mengukur keberhasilan promosi tersebut diantaranya, *reach* (jangkauan) karena ketika kita memposting video menarik atau unik pengguna akan lebih tertarik dan postingan tersebut bisa dengan cepat menyebar luas, melakukan pengisian kuesioner dapat mengukur kepuasan pengguna terhadap konten atau postingan Instagram. Melalui tanggapan pengguna, pihak pengelola media sosial dapat memperoleh gambaran mengenai konten yang unik, yang paling banyak diminati, elemen visual yang menarik, serta jenis informasi yang disebarkan. Selain itu, melalui pengisian kuesioner dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi untuk menyusun strategi konten atau postingan di masa depan.

Ketiadaan alat ukur yang jelas menyebabkan kesulitan dalam menilai apakah strategi promosi yang dijalankan telah sesuai dengan tujuan. Tanpa indikator keberhasilan yang terstandarisasi, pengelola sulit mengidentifikasi strategi yang efektif maupun yang perlu dievaluasi. Akibatnya, promosi cenderung bersifat reaktif dan tidak terarah pada peningkatan kinerja yang berkelanjutan. Jika keberhasilan promosi dapat diukur secara akurat misalnya melalui analisis tingkat keterlibatan, pertumbuhan jumlah pengikut, jangkauan konten, serta konversi pengguna menjadi pengunjung perpustakaan maka strategi yang diterapkan akan lebih terencana dan strategis.

Kendala lainnya dalam penggunaan Instagram sebagai media promosi bukan terletak pada platform-nya, melainkan pada aspek sumber daya manusia (SDM). Meskipun ide dan bahan konten cukup tersedia, jumlah SDM yang terbatas membuat pengelolaan media sosial tidak optimal. “Yang menjadi masalahnya yaitu bahan konten atau promosi banyak, namun SDM untuk mengelolanya kurang,” jelas Bu Vira. Pengelola media sosial harus merangkap dengan tugas lainnya, sehingga proses pembuatan konten menjadi tidak maksimal dan tidak terjadwal dengan baik.

Jumlah SDM yang terbatas secara langsung memengaruhi efektivitas manajemen media sosial yang tidak dapat berjalan dengan baik. Dalam kenyataannya, pengelolaan akun Instagram seringkali dihandle oleh karyawan yang juga memiliki tanggung jawab lainnya, membuat promosi di media sosial kurang mendapatkan perhatian yang seharusnya. Aktivitas yang diperlukan seperti membuat rencana konten, mendesain grafis, menulis caption yang menarik, serta menganalisis kinerja postingan memerlukan waktu, kreativitas, dan konsentrasi khusus. Ketika semua tugas ini dilakukan oleh karyawan yang juga harus menyelesaikan kegiatan administratif atau layanan umum lainnya, hasilnya menjadi kurang optimal dan cenderung tidak konsisten.

Akibat dari keterbatasan ini, posting konten di akun Instagram perpustakaan menjadi tidak teratur dan hanya dilaksanakan sesekali, terutama saat ada event tertentu atau jika ada waktu luang. Sementara itu, dalam ranah promosi digital, konsistensi merupakan salah satu elemen kunci untuk membangun keterlibatan pengguna dan memperluas jangkauan konten. Ketidakteraturan ini menyebabkan akun media sosial perpustakaan kesulitan untuk tumbuh secara alami dan mengembangkan basis pengikut yang aktif.

### **Upaya Optimalisasi Promosi Layanan Perpustakaan Melalui Media Sosial Instagram**

Dalam upaya meningkatkan efektivitas promosi layanan serta menjangkau lebih banyak lapisan masyarakat, Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Bandar Lampung telah melakukan serangkaian langkah optimalisasi terhadap penggunaan akun Instagram sebagai media komunikasi digital. Instagram dipilih karena dianggap sebagai platform yang paling aktif digunakan oleh masyarakat, khususnya generasi muda. Namun demikian, strategi promosi yang diterapkan sebelumnya belum sepenuhnya berhasil mendorong partisipasi masyarakat secara maksimal, sebagaimana terlihat dari rendahnya jumlah peserta dalam lomba video konten literasi yang diselenggarakan.



Akun Instagram kembali aktif pada 20 Maret 2025 yang dimana sebelum diadakan optimalisasi, akun Instagram vakum pada 2 Oktober 2024. Semenjak vakum tersebut tidak postingan Kembali. Pada 20 Maret 2025 telah melakukan postingan atau unggahan di Instagram tersebut berupa “Lomba Video Konten Literasi 2025”. Hal ini, dapat mengajak mahasiswa serta Masyarakat untuk ikut serta dalam lomba ini. Namun, meskipun telah dipromosikan melalui akun Instagram resmi, hingga batas waktu yang ditentukan, peserta lomba hanya mencapai sekitar 30 orang dari target minimal 50 peserta. Situasi ini menunjukkan bahwa strategi yang digunakan masih memerlukan perbaikan dan penguatan. Maka dari itu harus ada upaya pengoptimalisasi seperti berikut:

**a) Pemanfaatan Fitur Instagram secara Kreatif**

Salah satu bentuk optimalisasi yang dilakukan adalah memaksimalkan fitur-fitur yang tersedia di Instagram, seperti *Reels*, *Story*, dan *Highlight*. *Reels* digunakan untuk menayangkan video singkat yang berisi konten padat namun tetap menarik, seperti pengumuman kegiatan, peringatan hari besar, maupun dokumentasi aktivitas literasi. Konten *Reels* memiliki potensi jangkauan yang luas karena didukung oleh algoritma Instagram yang mendorong penyebaran video ke berbagai pengguna di luar pengikut akun.

Fitur *Reels* difungsikan untuk menciptakan video singkat dengan durasi maksimum 60 detik yang berisi informasi ringkas namun berisi, seperti video pengumuman hari besar, festival literasi, serta dokumentasi layanan perpustakaan. Di sisi lain, fitur *Highlight* digunakan untuk menyimpan story informasi yang bisa diakses dan dilihat kembali, dengan kategori “TPBIS”, “Perpustakaan Keliling”, dan “Pelayanan”. Beberapa contoh konkret dari inovasi ini antara lain adalah unggahan *Reels* yang menampilkan pengucapan hari-hari besar, replikasi mandiri program TPBIS (Transformasi Perpustakaan Berbasis Inklusi Sosial), video dokumentasi layanan perpustakaan. *Story* dokumentasi Festival Literasi, serta kunjungan perpustakaan keliling yang disimpan dalam *Highlight*.



Gambar 4. Postingan TPBIS pada Instagram Resmi Perpustakaan dan Kearsipan Bandar Lampung

**b) Penguatan *Caption* dan Pemilihan Tagar (*Hashtag*)**

Selain visual, penguatan dilakukan pada aspek naratif, yaitu melalui penulisan *caption* dan penggunaan tagar. *Caption* yang komunikatif dan mengandung ajakan partisipatif dinilai lebih efektif dalam meningkatkan keterlibatan pengguna. Dalam upaya optimalisasi promosi, penggunaan tagar yang tepat dan beragam berfungsi sebagai alat untuk meningkatkan visibilitas dan keterlibatan (engagement) pengguna. Oleh karena itu, penting bagi pengelola media sosial perpustakaan untuk melakukan analisis terhadap tagar yang sedang tren atau relevan dengan tema literasi, perpustakaan, pendidikan, dan anak muda, sehingga konten memiliki peluang lebih besar untuk muncul di pencarian dan menjangkau komunitas yang lebih luas di Instagram.



Gambar 5. Postingan pada Instagram Resmi Perpustakaan dan Kearsipan Bandar Lampung

Pada salah satu postingan yang baru diunggah pada 20 Maret 2025 terlihat pada postingan tersebut menggunakan tagar beberapa tagar (hashtag) seperti *#bandarlampungcity*, *#lampunggeh*, *#infobandarlampung*, dan *#perpusdalampung* yang dimana penggunaan tagar ini dapat mempromosikan ke banyak pengguna, ini termasuk ke dalam upaya optimalisasi promosi.

Selain itu, dengan berbagai langkah optimalisasi yang telah dan sedang dijalankan, Perpustakaan dan Kearsipan Kota Bandar Lampung berharap akun Instagram resmi dapat berkembang menjadi sarana promosi yang efektif dan efisien. Tidak hanya sebagai alat penyebaran informasi, tetapi juga sebagai ruang interaksi yang memperkuat hubungan antara perpustakaan dan masyarakat. Bu Vira menyampaikan harapannya, “Kami berharap akun Instagram ini ramai pengikut agar pengguna dapat sering mengunjungi perpustakaan kami.” Harapan ini menjadi cerminan dari komitmen perpustakaan dalam melakukan transformasi digital dan menjadikan media sosial sebagai bagian integral dari strategi promosi layanan. Melalui konten yang kreatif, relevan, dan terarah, akun Instagram perpustakaan diharapkan mampu meningkatkan partisipasi masyarakat dalam kegiatan literasi serta memperkuat citra perpustakaan sebagai institusi yang inklusif dan adaptif terhadap perkembangan zaman.

Perpustakaan dan Kearsipan Kota Bandar Lampung berencana menambah sumber daya manusia yang khusus menangani pengelolaan media sosial serta promosi digital. Inisiatif ini berakar pada pemahaman bahwa kesuksesan promosi tidak hanya tergantung pada jenis platform dan konten yang dipilih, tetapi juga pada kemampuan dan ketersediaan tenaga kerja yang bertugas. Di samping penambahan tenaga kerja, peningkatan ketrampilan melalui pelatihan dalam bidang pemasaran digital juga menjadi sasaran, agar pengelola media sosial memiliki pemahaman yang baik mengenai algoritma, tren konten terkini, dan metode komunikasi visual yang efektif. “Kami berniat untuk mengembangkan tim dan meningkatkan kualitas jangkauan digital serta menciptakan konten yang lebih inovatif dan profesional,” jelas Bu Vira.

Peningkatan kemampuan ini diharapkan dapat membantu dalam merumuskan strategi konten yang lebih terarah, konsisten, serta mampu menjangkau segmen masyarakat yang lebih luas, terutama di kalangan pelajar, mahasiswa, dan komunitas literasi. Dengan menciptakan konten yang kreatif, relevan, dan sesuai kebutuhan pengguna, akun Instagram perpustakaan tidak hanya akan berfungsi sebagai etalase informasi, tetapi juga sebagai platform interaksi yang memperkuat citra perpustakaan sebagai lembaga yang responsif dan adaptif terhadap perubahan zaman.

Harapan jangka panjang dari pengoptimalan promosi ini adalah supaya akun Instagram Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Bandar Lampung mampu menarik lebih banyak pengikut dan menjadi saluran komunikasi utama yang efisien dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat. Melalui media sosial, perpustakaan berusaha menjalin hubungan lebih erat dengan masyarakat dan meningkatkan keterlibatan dalam kegiatan literasi serta pemanfaatan layanan. “Kami berharap akun Instagram ini ramai pengikut agar pengguna dapat sering mengunjungi perpustakaan kami,” tutur Bu Vira. Harapan ini mencerminkan komitmen perpustakaan untuk terus bertransformasi dalam menyajikan layanan yang lebih inklusif, informatif, dan berbasis teknologi.

## **PEMBAHASAN**

### **Kondisi Awal Promosi Layanan Perpustakaan melalui Media Sosial Instagram**

Sebelum adanya upaya optimalisasi, promosi layanan Perpustakaan dan Kearsipan Kota Bandar Lampung melalui Instagram telah berjalan sejak tahun 2020. Penggunaan Instagram ini bertujuan untuk menjangkau khalayak yang lebih luas, terutama kalangan muda yang aktif di platform digital. Konten yang diunggah mencakup pengumuman layanan, informasi kegiatan, materi literasi, dan ucapan hari-hari besar.

Strategi promosi yang dominan adalah pengunggahan konten bertema peringatan hari-hari besar. Pendekatan ini merupakan promosi tidak langsung (*soft promotion*) yang efektif dalam membangun kehadiran digital dan ikatan emosional dengan masyarakat. Contohnya, unggahan peringatan Hari Anak Nasional, Tahun Baru Islam, Hari Kartini, Hari Batik Nasional, Hari Buruh, dan Hari Kemerdekaan RI. Konten visual yang disajikan cukup menarik dengan ilustrasi dan tipografi yang baik, menunjukkan upaya perpustakaan untuk menjaga eksistensinya dan menyuarakan nilai-nilai positif. Namun, disayangkan, data interaksi menunjukkan tingkat keterlibatan pengguna (*likes* dan komentar) yang masih rendah, serta ketiadaan elemen suara atau musik latar yang sebenarnya dapat meningkatkan daya tarik visual Instagram.

Selain itu, promosi juga dilakukan melalui publikasi kegiatan literasi dan kunjungan. Perpustakaan aktif menampilkan berbagai kegiatan seperti "Hari Kunjung" SDN 1 Palapa, kunjungan Tim Perpustakaan RI, dan kunjungan siswa-siswi TK Darul Falah. Konten-konten ini bertujuan edukatif dan relevan, menyasar berbagai kelompok usia. Namun, sebagian besar masih berupa gambar statis tanpa video atau elemen audio, mengurangi daya tarik dan potensi interaksi. Penulisan *caption* cenderung informatif tetapi panjang, kurang sesuai dengan karakteristik media sosial yang mengutamakan visual dan narasi singkat yang menarik. Kondisi ini mengindikasikan bahwa meskipun konten yang disajikan relevan, penyajiannya belum sepenuhnya mengoptimalkan potensi visual dan interaktif Instagram.

Evaluasi efektivitas promosi saat ini masih sederhana dan belum terstandarisasi, hanya mengandalkan pengamatan manual terhadap *viewers*, *likes*, komentar, dan *followers*. Ketiadaan indikator atau alat ukur keberhasilan yang objektif dan sistematis, seperti analisis *reach*, pertumbuhan pengikut, atau konversi kunjungan, menjadi kendala besar. Hal ini menyulitkan pengelola untuk menilai dampak strategi promosi secara menyeluruh dan mengidentifikasi langkah yang efektif. Akibatnya, promosi cenderung reaktif, tidak terarah pada peningkatan kinerja yang berkelanjutan.

Kendala lain yang krusial adalah keterbatasan sumber daya manusia (SDM). Meskipun ide dan bahan konten melimpah, jumlah SDM yang terbatas menghambat pengelolaan media sosial. Pengelola sering kali merangkap tugas lain, menyebabkan pembuatan konten tidak maksimal dan jadwal unggah yang tidak konsisten. Ketidakteraturan ini menghambat pertumbuhan akun dan pengembangan basis pengikut yang aktif, mengingat konsistensi adalah kunci dalam promosi digital.

Secara keseluruhan, sebelum optimalisasi, Perpustakaan dan Kearsipan Kota Bandar Lampung telah berupaya memanfaatkan Instagram sebagai sarana promosi. Namun, efektivitasnya terbatas karena beberapa faktor, meliputi: kurangnya variasi format konten (dominasi gambar statis), minimnya pemanfaatan fitur interaktif (audio/video), *caption* yang kurang adaptif terhadap media sosial, evaluasi yang belum sistematis, serta keterbatasan SDM.

### **Upaya Optimalisasi Promosi Layanan Perpustakaan Melalui Media Sosial Instagram**

Melihat kondisi sebelumnya, Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Bandar Lampung telah mengambil serangkaian langkah optimalisasi untuk meningkatkan efektivitas promosi melalui Instagram. Upaya ini menjadi krusial mengingat hasil sebelumnya, seperti lomba video konten literasi yang kurang maksimal partisipasinya, menunjukkan perlunya perbaikan strategi. Akun Instagram yang sempat vakum pada Oktober 2024, kini aktif kembali pada Maret 2025 dengan fokus pada upaya optimalisasi.

Salah satu langkah utama adalah pemanfaatan fitur Instagram secara kreatif. Fitur Reels kini digunakan untuk menayangkan video singkat berisi informasi padat dan menarik, seperti pengumuman kegiatan, peringatan hari besar, dan dokumentasi aktivitas literasi. Penggunaan Reels memiliki potensi jangkauan luas karena didukung oleh algoritma Instagram yang menyebarkan video ke pengguna di luar pengikut akun. Selain itu, fitur Highlight dimanfaatkan untuk menyimpan story informasi yang bisa diakses ulang, dengan kategori seperti "TPBIS", "Perpustakaan Keliling", dan "Pelayanan". Inovasi ini terlihat dalam Reels pengucapan hari-hari besar dan dokumentasi program TPBIS, serta story Festival Literasi yang disimpan dalam Highlight. Pemanfaatan fitur-fitur ini menunjukkan kesadaran perpustakaan untuk mengadopsi format konten yang lebih dinamis dan sesuai dengan preferensi pengguna Instagram.

Selain itu, dilakukan penguatan caption dan pemilihan tagar (hashtag). Penulisan caption kini lebih komunikatif dan mengandung ajakan partisipatif, bertujuan meningkatkan keterlibatan pengguna. Penggunaan tagar yang tepat dan beragam, seperti #bandarlampungcity, #lampunggeh, #infobandarlampung, dan #perpusdalampung, berfungsi meningkatkan visibilitas dan jangkauan konten. Dengan analisis tagar yang relevan dan tren, konten perpustakaan berpeluang muncul di pencarian dan menjangkau komunitas yang lebih luas di Instagram. Ini menunjukkan pemahaman akan pentingnya aspek naratif dan strategi SEO sederhana di media sosial.

Lebih lanjut, perpustakaan berencana menambah sumber daya manusia (SDM) yang khusus menangani pengelolaan media sosial dan promosi digital. Inisiatif ini didasari pemahaman bahwa kesuksesan promosi tidak hanya bergantung pada platform dan konten, melainkan juga pada ketersediaan tenaga kerja yang fokus. Di samping penambahan SDM, peningkatan keterampilan melalui pelatihan dalam pemasaran digital juga menjadi prioritas. Pelatihan ini diharapkan membekali pengelola media sosial dengan pemahaman mengenai algoritma, tren konten terkini, dan metode komunikasi visual yang efektif. Peningkatan kemampuan ini esensial untuk merumuskan strategi konten yang lebih terarah, konsisten, dan mampu menjangkau segmen masyarakat yang lebih luas, seperti pelajar, mahasiswa, dan komunitas literasi.

Melalui langkah-langkah optimalisasi ini, Perpustakaan dan Kearsipan Kota Bandar Lampung berharap akun Instagram resmi dapat berkembang menjadi sarana promosi yang efektif dan efisien, tidak hanya sebagai penyebar informasi, tetapi juga sebagai ruang interaksi yang memperkuat hubungan antara perpustakaan dan masyarakat. Harapan jangka panjang adalah menarik lebih banyak pengikut, meningkatkan kunjungan fisik, dan menjadikan Instagram sebagai saluran komunikasi utama yang efisien, mencerminkan komitmen perpustakaan untuk bertransformasi dalam menyajikan layanan yang inklusif, informatif, dan adaptif terhadap perkembangan teknologi.

### **SIMPULAN**

Penelitian ini mengungkapkan bahwa promosi layanan Perpustakaan dan Kearsipan Kota Bandar Lampung melalui media sosial Instagram, sebelum adanya upaya optimalisasi, belum berjalan secara maksimal. Meskipun sudah ada inisiatif penggunaan Instagram sejak 2020 untuk menjangkau pengguna muda, promosi cenderung belum terstruktur dan konsisten. Konten yang diunggah, seperti peringatan hari besar dan dokumentasi kegiatan, meskipun relevan, menunjukkan tingkat interaksi yang rendah karena penyajian yang kurang variatif (dominasi gambar statis) dan minimnya

pemanfaatan fitur interaktif seperti audio atau video.

Evaluasi promosi masih dilakukan secara manual dan belum didukung oleh data analitik digital, menyulitkan pengukuran efektivitas dan perencanaan strategi ke depan. Keterbatasan sumber daya manusia (SDM) juga menjadi kendala signifikan, di mana pengelola media sosial merangkap tugas lain, berdampak pada jadwal posting yang tidak teratur dan kualitas konten yang kurang optimal. Namun, Perpustakaan dan Kearsipan Kota Bandar Lampung telah menunjukkan komitmen untuk berbenah dan melakukan upaya optimalisasi. Upaya ini mencakup pemanfaatan fitur Instagram secara lebih kreatif seperti

*Reels* dan *Highlight* untuk konten yang lebih dinamis. Penguatan *caption* dan penggunaan *tagar* yang relevan juga menjadi fokus untuk meningkatkan visibilitas dan interaksi. Selain itu, rencana penambahan SDM khusus pengelolaan media sosial serta pelatihan pemasaran digital menunjukkan langkah strategis untuk menciptakan konten yang lebih inovatif, konsisten, dan profesional, dengan harapan dapat menarik lebih banyak pengikut dan meningkatkan kunjungan ke perpustakaan.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pemanfaatan Instagram oleh Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Bandar Lampung belum sepenuhnya optimal akibat keterbatasan SDM dan minimnya inovasi konten, namun terdapat komitmen kuat untuk perbaikan melalui peningkatan kapasitas dan pengelolaan digital. Optimalisasi media sosial ini penting sebagai strategi komunikasi dan upaya memperkuat peran perpustakaan di era digital.

## DAFTAR RUJUKAN

- Amirudin, A. (2020). Pengaruh Modernisasi Terhadap Eksistensi dan Keberlangsungan Pengrajin Dandang di Desa Parapatan Kecamatan Sumberjaya Kabupaten Majalengka. *Etos*, 1(1), 17-33.
- Ariqo, W., & Winoto, Y. (2021). Transformasi Layanan Perpustakaan Berbasis Media Sosial dalam Memenuhi Kebutuhan Informasi Kelompok Milenials. *Info Bibliotheca: Jurnal Perpustakaan Dan Ilmu Informasi*, 3(1), 11–27.
- Ariyanto, J. (2024). Pengembangan Koleksi Perpustakaan di Institusi Pendidikan Formal. Sukabumi: CV Jejak (Jejak Publisher).
- Basuki, S. (1994). Periodisasi perpustakaan Indonesia. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Darmono. (2001). Manajemen Dan Tata Kerja Perpustakaan Sekolah. Jakarta: Grasindo.
- Dyanasari, R. (2025). Promosi Gratis Lewat Instagram: Diandra Kreatif. Daerah Istimewa Yogyakarta: Diandra Kreatif.
- Elnadi, I. (2022). Revitalasi Layanan Sirkulasi Perpustakaan Perguruan Tinggi. *THE LIGHT: Journal of Librarianship and Information Science*, 2, 35–42.
- Faza, L. N. (2021). Promosi Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Surakarta Melalui Sosial Media Instagram. *Jurnal Ilmu Perpustakaan*, 10(2), 37–44. Retrieved from <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jip/article/view/38028>
- Fikriamsyar, M. (2022). Pemberdayaan Masyarakat terhadap Minat Belajar Melalui Taman Baca Desa. *Jurnal Pengabdian Siliwangi*, 8(2).
- Gunawan, I. (2021). Metode Penelitian Kualitatif Teori Dan Praktek. Jakarta: Bumi Aksara.
- Jamridafrizal, J., Zulfritri, Z., & Wajdi, M. F. (2024). Perpustakaan Sebagai Institusi Perspektif Organisasi dan Regulasi. Yayasan Laksita Indonesia
- Kalsum, U. (2016). Referensi sebagai layanan, referensi sebagai tempat: sebuah tinjauan terhadap layanan referensi di perpustakaan perguruan tinggi. *Iqra: Jurnal Perpustakaan Dan Informasi*, 10(1), 132–146.
- Khaeruddin, Najamuddin, & Bahri. (2023). Optimalisasi Peran Perpustakaan Sebagai Sumber Pembelajaran Sejarah dalam Menciptakan Generasi Literat di Era Teknologi. *Jurnal Pendidikan Sejarah*, 12(2), 1–19. <https://doi.org/10.21009/jps.122.01>

- Milburga, L. (1991). Membina Perpustakaan Sekolah. Yogyakarta: Kanisius.
- Moruk, A. M. (2019). Strategi Peningkatan Pelayanan Sirkulasi Di Dinas Perpustakaan Umum Dan Arsip Kota Malang. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik (JISIP)*, 8(1), 167–174.
- Mumek, F., Golung, A. M., & Rogi, S. P. (2021). Peranan Promosi Perpustakaan dalam Meningkatkan Minat Kunjung di Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Manado. *Acta Diurna Komunikasi*, 3(2), 1–10. Retrieved from <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/actadiurnakomunikasi/article/view/33393>
- Nasution. (2003). Metode Penelitian Naturalistik Kualitatif. Bandung: Tarsito.
- Oktrian, T. A. S., Safey, P. R. I., Siahaan, D. G., Hernowo, A. A. R., Maharani, I. A., Armeilia, O. S., ... Fitria, R. N. (2025). Implementasi Manajemen Dan Digitalisasi Perpustakaan di SMKN 2 Surabaya. *Jurnal Pendidikan Non Formal*, 2(4), 18.
- Pahlevy, A. R., & Hasan, T. (2021). Kajian Terhadap Kepuasan Pemustaka dalam Menerima Layanan Petugas Perpustakaan di Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta. *Jurnal Gema Pustakawan*, 9(1), 69–83.
- Perpustakaan Nasional RI. (2011). Standar Nasional Perpustakaan (SNP): Perpustakaan Umum dan Khusus. Jakarta: Perpustakaan Nasional RI.
- Prihartanta, W. (2015). Tujuan promosi perpustakaan. *Jurnal Adabiya*, 3(83), 1–9.
- Purbohastuti, A. W. (2017). Efektivitas media sosial sebagai media promosi. *Tirtayasa Ekonomika*, 12(2), 212–231.
- Purwono. (2013). Profesi Pustakawan Menghadapi Tantangan Perubahan. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Rochmah, E. A. (2016). Pengelolaan layanan perpustakaan. *Ta'allum: Jurnal Pendidikan Islam*, 4(2), 277–292.
- Saleh, A. R., & Komalasari, R. (2014). Pengertian perpustakaan dan dasar-dasar manajemen perpustakaan. *Manajemen Perpustakaan*, 45.
- Sari, S. N., & Salma, N. (2024). Peran Media Sosial Sebagai Promosi Pemanfaatan Jasa Informasi di Perpustakaan Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang. *Jurnal Pustaka Ilmiah*, 10(2), 235–248.
- Sawiti, A., & Fathullah, A. (2023). Strategi Promosi Perpustakaan Desa dalam Merawat Eksistensi di Masa Kini. *Pustaka Karya: Jurnal Ilmiah Ilmu Perpustakaan Dan Informasi*, 11(2), 105–116.
- Sikumbang, K., Ramadhina, W., Yani, E. R., Arika, D., Hayati, N., Hasibuan, N. A., & Permana, B. G. (2024). Peranan Media Sosial Instagram terhadap Interaksi Sosial dan Etika pada Generasi Z. *Journal on Education*, 6(2), 11029–11037. <https://doi.org/10.31004/joe.v6i2.4888>
- Sopwandin, I. (2021). Manajemen Perpustakaan Perguruan Tinggi. Bogor: Guepedia.
- Subiyanto, L. A., & Valiant, V. (2022). Pemanfaatan Media Instagram Sebagai Media Promosi Penjualan di Masa Pandemi Covid-19. *Ikon --Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 27(3), 286–302. <https://doi.org/10.37817/ikon.v27i3.2621>
- Suharso, P., & Pramesti, A. N. (2020). Promosi perpustakaan melalui Instagram: studi di perpustakaan Universitas Airlangga. *Publication Library and Information Science*, 3(2), 66–74.
- Sungadi, S. (2019). Promosi Perpustakaan Dan Pemasaran Layanan Perpustakaan: Peran Profesional Perpustakaan. *Buletin Perpustakaan*, 2(2), 35–150.
- Suryadi, A. (2022). Karakteristik Pengguna dan Kebutuhan Informasinya di Perpustakaan Umum. *Jurnal Ilmu Perpustakaan Dan Informasi*, 6(1), 21–32.
- Sutarno, N. (2006). Perpustakaan dan Masyarakat. Jakarta: Sugeng Seto.
- Sutrisno, A. P., & Mayangsari, I. D. (2022). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @Humasbdg Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. *Jurnal Common*, 5(2), 118–133. <https://doi.org/10.34010/common.v5i2.5143>
- Syirojudin, A., Nurulgina, D., Ikrom, S. M., & Syarifuddin, E. (2023). Manajemen Perpustakaan. *Humantech: Jurnal Ilmiah Multidisiplin Indonesia*, 2(8), 1699–1708.