



Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Promosi di Perpustakaan Umum Kota Solok

Seftia Dela Refmita¹, Muhammad Fadhli²

^{1,2} Ilmu Perpustakaan dan Informasi Islam, Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah, Universitas Islam Negeri Mahmud Yunus Batusangkar

[1seftiadela4@gmail.com](mailto:seftiadela4@gmail.com), [2m.fadhli@uinmybatusangkar.ac.id](mailto:m.fadhli@uinmybatusangkar.ac.id)

Abstract

The development of information technology has changed the way libraries communicate and promote services to the public. Social media, particularly Instagram, has become an effective means of disseminating information, promoting collections, and building interactions with users. This study aims to analyze the use of Instagram and the obstacles faced in using it as a promotional medium at the Solok City Public Library. The study used a descriptive qualitative approach with data collection techniques through observation, interviews, and documentation of Instagram content. The results show that Instagram is used for service promotion, information dissemination, activity publication, and the delivery of educational content. The use of visual and interactive features helps expand the reach of information to the public. However, there are obstacles such as limited human resources, lack of creativity in content development, and low audience interaction. This study concludes that Instagram has made a positive contribution to library promotion, but a more planned and innovative content management strategy is needed to increase promotional effectiveness.

Keywords: Instagram, promotional media, social media, library promotion, public library.

Abstrak

Perkembangan teknologi informasi telah mengubah cara perpustakaan dalam berkomunikasi dan mempromosikan layanan kepada masyarakat. Media sosial, khususnya Instagram, menjadi sarana yang efektif untuk menyebarkan informasi, mempromosikan koleksi, serta membangun interaksi dengan pengguna. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bentuk pemanfaatan Instagram serta kendala yang dihadapi dalam penggunaan Instagram sebagai media promosi di Perpustakaan Umum Kota Solok. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi konten Instagram. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Instagram dimanfaatkan untuk promosi layanan, penyebaran informasi, publikasi kegiatan, serta penyampaian konten edukatif. Pemanfaatan fitur visual dan interaktif membantu memperluas jangkauan informasi kepada masyarakat. Namun, terdapat kendala berupa keterbatasan sumber daya manusia, kurangnya kreativitas dalam pengembangan konten, serta rendahnya interaksi audiens. Penelitian ini menyimpulkan bahwa Instagram telah memberikan kontribusi positif dalam promosi perpustakaan, namun diperlukan strategi pengelolaan konten yang lebih terencana dan inovatif agar efektivitas promosi semakin meningkat.

Kata kunci : Pemanfaatan Instagram, Media Promosi, Perpustakaan Umum, Promosi Perpustakaan

1. Pendahuluan

Perpustakaan merupakan lembaga informasi yang memiliki peran strategis sebagai pusat pengelolaan, pelestarian, dan penyebaran

pengetahuan kepada masyarakat. Perpustakaan tidak hanya dipandang sebagai tempat penyimpanan koleksi intelektual, tetapi juga sebagai ruang belajar sepanjang hayat yang menyediakan berbagai

sumber informasi, baik dalam bentuk cetak maupun digital. Koleksi tersebut meliputi buku, jurnal ilmiah, bahan audiovisual, manuskrip, serta sumber informasi elektronik yang berfungsi sebagai sarana pembelajaran dan penelitian. Selain itu, perpustakaan juga memiliki tanggung jawab untuk memperkenalkan dan mempromosikan sumber daya yang dimilikinya agar dapat dimanfaatkan secara optimal oleh masyarakat (Sungadi, 2019)

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan signifikan dalam cara masyarakat mengakses dan menyebarkan informasi. Masyarakat modern cenderung menggunakan teknologi digital sebagai media utama dalam memperoleh informasi secara cepat dan praktis. Transformasi digital tersebut berdampak pada berbagai sektor, termasuk lembaga pendidikan dan perpustakaan. Perpustakaan tidak lagi hanya berfungsi sebagai penyedia layanan konvensional, tetapi juga dituntut untuk mengembangkan layanan berbasis teknologi serta memanfaatkan media digital sebagai sarana komunikasi dan promosi. Kemampuan perpustakaan dalam beradaptasi dengan perkembangan teknologi menjadi faktor penting dalam menjaga eksistensi serta meningkatkan daya tarik layanan di tengah masyarakat (Riski, 2021)

Salah satu perkembangan teknologi komunikasi yang memiliki pengaruh besar dalam kehidupan masyarakat adalah media sosial. Media sosial merupakan platform berbasis internet yang memungkinkan individu maupun institusi untuk berinteraksi, berbagi informasi, serta membangun jaringan sosial secara daring. Menurut (Nasrullah, 2015), media sosial merupakan media berbasis internet yang memungkinkan penggunaannya untuk merepresentasikan diri, berinteraksi, bekerja sama, berbagi, serta membangun hubungan sosial secara virtual. Karakteristik media sosial yang interaktif dan partisipatif menjadikannya sebagai sarana komunikasi yang efektif dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat luas.

Dalam konteks lembaga informasi, media sosial memiliki potensi besar sebagai sarana promosi layanan dan kegiatan perpustakaan. Promosi perpustakaan merupakan kegiatan komunikasi yang bertujuan untuk memperkenalkan layanan, koleksi, serta program kegiatan kepada masyarakat guna meningkatkan kesadaran dan minat terhadap pemanfaatan perpustakaan. Menurut (Kotler & Keller, 2016), promosi merupakan bagian dari komunikasi pemasaran yang bertujuan menyampaikan nilai suatu produk atau jasa kepada khalayak sasaran. Seiring perkembangan teknologi digital, strategi promosi perpustakaan mengalami perubahan dari media konvensional menuju media daring yang lebih dinamis dan komunikatif. Pemanfaatan media sosial memungkinkan

perpustakaan untuk menjangkau audiens secara luas serta membangun citra lembaga yang modern dan adaptif (Garnita & Irawati, 2021)

Salah satu platform media sosial yang populer dan banyak digunakan masyarakat saat ini adalah Instagram. Instagram merupakan platform berbasis visual yang memungkinkan pengguna untuk membagikan foto, video, serta konten kreatif melalui berbagai fitur seperti feed, story, reels, dan live. Karakteristik visual yang menarik menjadikan Instagram sebagai media promosi yang efektif dalam menyampaikan informasi secara komunikatif dan persuasif. Pemanfaatan Instagram memungkinkan perpustakaan untuk menampilkan layanan, mempromosikan koleksi, serta mendokumentasikan kegiatan literasi secara lebih menarik dan mudah dipahami oleh masyarakat (Abdul et al., 2022)

Selain sebagai media penyebaran informasi, Instagram juga menyediakan berbagai fitur interaktif yang memungkinkan terjadinya komunikasi dua arah antara pengelola akun dan pengguna. Fitur komentar, pesan langsung, serta interaksi lainnya dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan keterlibatan masyarakat terhadap layanan perpustakaan. Dengan strategi pengelolaan konten yang tepat dan terencana, Instagram dapat menjadi media promosi yang tidak hanya informatif tetapi juga mampu membangun citra positif lembaga di mata masyarakat (Nasrullah, 2015)

Perpustakaan Umum Kota Solok sebagai salah satu perpustakaan daerah telah memanfaatkan Instagram sebagai media promosi dan penyebaran informasi kepada masyarakat. Akun Instagram perpustakaan digunakan untuk membagikan berbagai informasi mengenai kegiatan, layanan, jadwal operasional, serta dokumentasi aktivitas perpustakaan. Pemanfaatan media sosial tersebut menunjukkan adanya upaya perpustakaan dalam menyesuaikan diri dengan perkembangan teknologi dan perubahan pola komunikasi masyarakat yang semakin digital (Meilani et al., 2023)

Namun demikian, berdasarkan hasil pengamatan awal, pemanfaatan Instagram di Perpustakaan Umum Kota Solok belum sepenuhnya optimal. Konten yang diunggah masih didominasi oleh dokumentasi kegiatan dan pengumuman informasi layanan, sementara variasi konten edukatif dan interaktif masih terbatas. Selain itu, belum terlihat adanya perencanaan konten yang sistematis serta strategi komunikasi promosi yang terarah. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa Instagram belum dimanfaatkan secara maksimal sebagai media promosi strategis perpustakaan.

Optimalisasi pemanfaatan media sosial sebagai media promosi tidak hanya berkaitan dengan keberadaan akun, tetapi juga mencakup strategi komunikasi, kreativitas konten, serta

kompetensi sumber daya manusia dalam mengelola media digital. Keterbatasan ide konten kreatif, kurangnya inovasi penyajian informasi, serta belum adanya pedoman khusus dalam pengelolaan media sosial menjadi faktor yang dapat memengaruhi efektivitas promosi melalui Instagram (Arfina et al., 2023)

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bentuk pemanfaatan Instagram sebagai media promosi di Perpustakaan Umum Kota Solok serta mengidentifikasi kendala yang dihadapi dalam pengelolaannya. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan gambaran empiris mengenai praktik promosi digital perpustakaan serta menjadi bahan evaluasi dan rekomendasi dalam mengoptimalkan penggunaan media sosial sebagai sarana komunikasi dan promosi layanan kepada masyarakat.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif untuk mengkaji pemanfaatan Instagram sebagai media promosi di Perpustakaan Umum Kota Solok. Pendekatan ini digunakan untuk memperoleh gambaran yang mendalam mengenai praktik promosi digital yang dilakukan perpustakaan serta kendala yang dihadapi dalam pengelolaan media sosial. Informan penelitian terdiri dari pengelola akun Instagram dan staf perpustakaan yang terlibat dalam kegiatan promosi, yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling berdasarkan relevansi dengan fokus penelitian.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Observasi dilakukan dengan mengamati aktivitas pengelolaan akun Instagram serta jenis konten yang diunggah. Wawancara dilakukan secara langsung dengan informan untuk memperoleh informasi terkait bentuk pemanfaatan Instagram dan kendala yang dihadapi. Dokumentasi digunakan sebagai data pendukung berupa arsip unggahan, foto kegiatan, dan dokumen lain yang berkaitan dengan promosi perpustakaan.

3. Hasil dan Pembahasan

a. Bentuk Pemanfaatan Instagram sebagai Media Promosi di Perpustakaan Umum Kota Solok

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Instagram telah dimanfaatkan sebagai salah satu media promosi digital untuk menyampaikan informasi perpustakaan kepada masyarakat. Pemanfaatan tersebut terlihat dari berbagai jenis konten yang diunggah secara berkala, seperti informasi layanan perpustakaan, dokumentasi kegiatan literasi, promosi koleksi buku, pengumuman kegiatan,

serta konten edukatif yang berkaitan dengan literasi informasi. Berdasarkan hasil observasi terhadap akun Instagram perpustakaan, konten visual berupa foto dan video menjadi bentuk penyajian yang paling dominan. Hal ini dilakukan karena konten visual dinilai lebih menarik perhatian audiens dan lebih mudah dipahami oleh pengguna media sosial.



Gambar 3.1 Akun Instagram dpk.kotasolok

Sumber: Instagram @dpk.kotasolok

Selain melalui unggahan pada feed, perpustakaan juga memanfaatkan fitur story untuk menyampaikan informasi singkat yang bersifat aktual, seperti pengumuman kegiatan yang akan berlangsung, dokumentasi kegiatan harian, serta informasi jadwal layanan. Fitur reels digunakan untuk menyajikan konten video singkat yang menampilkan suasana perpustakaan dan aktivitas pengguna. Meskipun penggunaannya belum terlalu intensif, reels mulai dimanfaatkan sebagai sarana untuk memperkenalkan layanan dan kegiatan perpustakaan secara lebih dinamis. Penggunaan caption dalam setiap unggahan berfungsi untuk memberikan penjelasan tambahan mengenai isi konten, sehingga pesan yang disampaikan menjadi lebih jelas dan informatif bagi audiens.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pengelola akun, proses pembuatan konten umumnya disesuaikan dengan kegiatan yang sedang berlangsung di perpustakaan. Konten yang diunggah lebih banyak bersifat dokumentatif dan informatif, dengan tujuan memberikan gambaran kepada masyarakat mengenai aktivitas dan layanan yang tersedia. Pengelola juga memanfaatkan hashtag untuk meningkatkan jangkauan konten serta mempermudah pengguna dalam menemukan informasi terkait perpustakaan. Selain itu, Instagram digunakan sebagai sarana untuk membangun citra positif perpustakaan sebagai lembaga yang aktif dan mengikuti perkembangan teknologi informasi.



Gambar 3.2 Penyajian Informasi dalam Konten
Sumber: Instagram @dpk.kotasolok

Namun demikian, hasil penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan Instagram masih didominasi oleh penyampaian informasi satu arah. Interaksi dengan audiens melalui komentar dan pesan langsung memang terjadi, tetapi belum menjadi fokus utama dalam strategi pengelolaan media sosial. Konten yang bersifat interaktif, seperti kuis, polling, atau diskusi daring, masih jarang dipublikasikan. Hal ini menyebabkan tingkat keterlibatan audiens belum optimal. Dari segi perencanaan konten, belum terlihat adanya kalender konten yang terstruktur, sehingga variasi unggahan masih terbatas dan belum menunjukkan strategi promosi yang sistematis.

Kondisi tersebut menunjukkan bahwa Instagram telah berfungsi sebagai media promosi digital yang efektif dalam menyampaikan informasi layanan perpustakaan kepada masyarakat. Akan tetapi, pemanfaatannya masih perlu dikembangkan agar tidak hanya berfokus pada dokumentasi kegiatan, tetapi juga pada konten kreatif dan interaktif yang mampu meningkatkan partisipasi pengguna. Pengembangan strategi konten yang lebih variatif dan terencana diharapkan dapat meningkatkan daya tarik akun Instagram serta memperluas jangkauan promosi perpustakaan.

b. Kendala dalam Pemanfaatan Instagram sebagai Media Promosi di Perpustakaan Umum Kota Solok

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat beberapa kendala dalam pemanfaatan Instagram sebagai media promosi perpustakaan. Salah satu kendala utama adalah keterbatasan ide dan kreativitas dalam pembuatan konten. Berdasarkan hasil observasi terhadap unggahan yang ada, sebagian besar konten masih berupa dokumentasi kegiatan dengan format yang relatif serupa. Minimnya

variasi penyajian konten menyebabkan tampilan akun menjadi kurang dinamis dan berpotensi menurunkan minat audiens untuk berinteraksi secara aktif. Selain itu, belum adanya perencanaan konten yang matang membuat proses pembuatan konten sering dilakukan secara spontan dan belum terarah pada strategi promosi jangka panjang.

Kendala berikutnya adalah keterbatasan sumber daya manusia dalam pengelolaan media sosial. Pengelolaan akun Instagram masih dilakukan oleh staf perpustakaan yang memiliki tanggung jawab utama di bidang layanan, sehingga waktu yang tersedia untuk mengelola media sosial menjadi terbatas. Hal ini berdampak pada konsistensi unggahan yang belum stabil serta kurang optimalnya pemanfaatan fitur-fitur Instagram yang tersedia. Selain itu, sebagian pengelola belum memiliki pelatihan khusus dalam bidang pengelolaan media sosial dan pembuatan konten digital, sehingga kemampuan dalam mengembangkan strategi promosi berbasis media sosial masih perlu ditingkatkan.

Kendala lain yang ditemukan adalah belum optimalnya pemanfaatan fitur interaktif Instagram. Fitur seperti polling, sesi tanya jawab, live streaming, atau konten partisipatif lainnya masih jarang digunakan. Padahal, fitur tersebut memiliki potensi besar dalam meningkatkan keterlibatan pengguna dan membangun komunikasi dua arah antara perpustakaan dan masyarakat. Selain itu, respons terhadap komentar pengguna terkadang tidak dilakukan secara konsisten, sehingga interaksi yang terjadi belum maksimal.

Faktor teknis juga menjadi salah satu hambatan, seperti keterbatasan perangkat pendukung untuk produksi konten serta kurangnya perencanaan visual yang profesional. Konten yang dihasilkan masih sederhana dan belum sepenuhnya memanfaatkan desain grafis yang menarik. Selain itu, belum adanya pedoman khusus terkait pengelolaan media sosial menyebabkan proses pengelolaan akun berjalan secara informal dan belum memiliki standar operasional yang jelas.

Berbagai kendala tersebut menunjukkan bahwa pemanfaatan Instagram sebagai media promosi perpustakaan masih menghadapi tantangan dalam aspek manajemen konten, sumber daya manusia, serta strategi komunikasi digital. Meskipun demikian, potensi Instagram sebagai media promosi tetap sangat besar apabila dikelola secara lebih profesional dan terencana. Oleh karena itu, diperlukan upaya peningkatan kompetensi

pengelola, penyusunan strategi konten yang sistematis, serta optimalisasi fitur interaktif agar Instagram dapat berfungsi secara maksimal sebagai sarana promosi dan komunikasi perpustakaan dengan masyarakat.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa pemanfaatan Instagram sebagai media promosi di Perpustakaan Umum Kota Solok telah berjalan dan menjadi salah satu sarana komunikasi digital dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat. Instagram digunakan untuk mempublikasikan berbagai konten seperti informasi layanan, dokumentasi kegiatan perpustakaan, promosi koleksi, pengumuman kegiatan literasi, serta konten edukatif yang bertujuan meningkatkan pengetahuan dan minat masyarakat terhadap perpustakaan. Pemanfaatan fitur Instagram seperti unggahan foto dan video pada feed, story, serta reels menunjukkan adanya upaya perpustakaan dalam mengikuti perkembangan teknologi informasi dan pola komunikasi digital masyarakat. Kehadiran Instagram juga berperan dalam memperluas jangkauan informasi serta membangun citra perpustakaan sebagai lembaga yang aktif dan adaptif terhadap perkembangan zaman.

Namun, pemanfaatan Instagram sebagai media promosi masih memiliki beberapa keterbatasan. Konten yang diunggah masih didominasi oleh dokumentasi kegiatan dan informasi bersifat pengumuman, sehingga variasi konten belum sepenuhnya optimal. Interaksi dengan audiens melalui fitur komentar, pesan langsung, maupun fitur interaktif lainnya masih belum dimanfaatkan secara maksimal, sehingga komunikasi yang terjalin cenderung bersifat satu arah. Selain itu, belum adanya perencanaan konten yang sistematis menyebabkan frekuensi unggahan kurang konsisten dan strategi promosi digital belum berjalan secara terarah.

Penelitian ini juga menemukan sejumlah kendala yang memengaruhi efektivitas pemanfaatan Instagram sebagai media promosi perpustakaan. Keterbatasan sumber daya manusia yang memiliki kompetensi dalam pengelolaan media sosial, kurangnya kreativitas dalam pengembangan ide konten, serta minimnya pelatihan terkait pembuatan konten digital menjadi faktor utama yang menyebabkan konten cenderung repetitif dan

kurang inovatif. Selain itu, belum adanya pedoman atau strategi khusus dalam pengelolaan media sosial menyebabkan proses pengelolaan akun berjalan secara sederhana dan belum optimal dalam memanfaatkan seluruh fitur Instagram.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Instagram memiliki potensi yang besar sebagai media promosi perpustakaan apabila dikelola secara lebih profesional, kreatif, dan terencana. Diperlukan peningkatan kompetensi pengelola media sosial, penyusunan strategi konten yang sistematis, serta pengembangan variasi konten yang lebih interaktif agar mampu meningkatkan keterlibatan audiens dan efektivitas promosi. Optimalisasi pemanfaatan fitur Instagram juga diharapkan dapat memperkuat komunikasi dua arah antara perpustakaan dan masyarakat sehingga fungsi promosi tidak hanya sebatas penyampaian informasi, tetapi juga mampu membangun hubungan yang lebih aktif dan partisipatif dengan pengguna layanan perpustakaan.

Daftar Rujukan

- Abdul, B. C., Escoda, A. P., & Barriopedro, E. N. (2022). *Promoting Social Media Engagement Via Branded Content Communication : A Fashion Brands Study on Instagram*. 10(1), 185–197.
- Arfina, N., Aleandra, R., Sania, & Sudiar, N. (2023). Penggunaan Aplikasi Instagram Sebagai Media Promosi Perpustakaan : Studi Pada Unit Pelaksana Teknis (Upt) Perpustakaan Universitas Lancang Kuning. *Jurnal Ilmiah Sistem Informasi Dan Ilmu Komputer*, 3(1).
- Garnita, D., & Irawati, I. (2021). Tinjauan Sistematis Tentang Penggunaan Media Sosial Untuk Promosi Perpustakaan Akademik. *Pustakaloka: Jurnal Kajian Informasi Dan Perpustakaan*, 13(2).
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. https://books.google.co.id/books/about/Marketing_Management.html?id=CLmgBwAAQBAJ&redir_esc=y
- Meilani, M., Syam, R. Z. A., & Nurrohmah, O. (2023). Penggunaan Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Dinas Arsip Dan Perpustakaan Kota Bandung. *Nusantara Journal of Information and Library Studies*, 6(1), 102–120.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Simbiosis Rekatama Media.
- Riski, M. A. (2021). *Strategi Promosi Perpustakaan Khusus : Studi pada Perpustakaan Museum Sonobudoyo Yogyakarta*. 3, 23–31.
- Sungadi. (2019). *Promosi Perpustakaan Dan Pemasaran Layanan Perpustakaan*. 2(2), 135–150.