



Pemanfaatan Instagram sebagai Media Promosi dan Komunikasi Perpustakaan UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan

Nani Nuryani

UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan

nani.nuryani@uingusdur.ac.id

Received: 2 Januari 2026

Accepted: 15 Juni 2026

Published: 28 Juni 2026

ABSTRACT - Digital transformation has encouraged academic libraries to utilize social media as an effective tool for promotion and communication. This study aims to analyze the use of Instagram as a promotional and communication medium at the Library of UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan through its Instagram account, @perpusuingusdur. The research employed a qualitative descriptive approach using observation of Instagram content published between January and June 2024. Data were collected through observations of posts, communication features, and user interactions on the library's Instagram account. The findings reveal that Instagram is utilized to promote library collections, services, facilities, and activities through various content formats, including feed posts, reels, and stories. In addition to serving as a promotional platform, Instagram functions as a digital communication channel that facilitates two-way interaction between the library and its users through comments, direct messages, and other interactive features. The use of visual content and short-form videos was found to enhance information attractiveness, particularly among Generation Z users who constitute the majority of university students. This study highlights the significant role of Instagram in increasing library service visibility, expanding information reach, and strengthening user engagement in the academic library environment.

Keywords: Instagram; Social Media; Library Promotion; Digital Communication; Generation Z.

ABSTRAK - Transformasi digital mendorong perpustakaan perguruan tinggi untuk memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi dan komunikasi yang lebih efektif. Penelitian ini bertujuan menganalisis pemanfaatan Instagram sebagai media promosi dan komunikasi di Perpustakaan UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan melalui akun @perpusuingusdur. Penelitian menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan metode observasi terhadap konten Instagram yang dipublikasikan selama periode Januari-Juni 2024. Data diperoleh melalui pengamatan terhadap unggahan, fitur komunikasi, serta bentuk interaksi pengguna pada akun Instagram perpustakaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Instagram dimanfaatkan untuk mempromosikan koleksi, layanan, fasilitas, dan kegiatan perpustakaan melalui berbagai format konten, seperti postingan feed, reels, dan story. Selain berfungsi sebagai media promosi, Instagram juga menjadi sarana komunikasi digital yang memungkinkan terjadinya interaksi dua arah antara perpustakaan dan pemustaka melalui komentar, direct message, dan fitur interaktif lainnya. Pemanfaatan konten visual dan video pendek terbukti mampu meningkatkan daya tarik informasi bagi pengguna, khususnya generasi Z yang mendominasi pemustaka perguruan tinggi. Penelitian

ini menegaskan bahwa Instagram berperan penting dalam meningkatkan visibilitas layanan perpustakaan, memperluas jangkauan informasi, serta memperkuat keterlibatan pengguna di lingkungan perguruan tinggi.

Kata kunci: Instagram; Media Sosial; Promosi Perpustakaan; Komunikasi Digital; Generasi Z.

A. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi dalam era digital saat ini telah mengubah cara masyarakat dalam mengakses, mengelola, dan membagikan informasi, termasuk dalam bidang pendidikan dan literasi.

Salah satu platform digital yang memiliki tingkat penggunaan tinggi adalah Instagram. Berdasarkan laporan DataReportal jumlah pengguna Instagram di Indonesia mencapai lebih dari 90 juta akun. (Digital, 2024) Kelompok pengguna yang mendominasi platform ini berasal dari generasi Z, yaitu individu yang lahir dan tumbuh di tengah perkembangan teknologi digital.

Bagi perpustakaan perguruan tinggi, perkembangan media sosial menghadirkan peluang untuk meningkatkan promosi koleksi, layanan, fasilitas, dan berbagai kegiatan perpustakaan. Di tengah perubahan perilaku pencarian informasi pengguna, perpustakaan tidak lagi cukup mengandalkan media promosi

konvensional, tetapi perlu memanfaatkan platform digital yang lebih dekat dengan keseharian pemustaka. Instagram menawarkan berbagai fitur, seperti postingan, reels, stories, dan direct message, yang memungkinkan perpustakaan menyampaikan informasi sekaligus membangun komunikasi dua arah dengan pengguna.

Promosi merupakan satu dari kegiatan penting yang harus dilakukan oleh perpustakaan. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa media sosial, khususnya Instagram, memiliki peran penting dalam mendukung aktivitas promosi dan komunikasi perpustakaan. Penelitian yang dilakukan oleh Aharony (2012) menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial mampu meningkatkan visibilitas perpustakaan dan memperluas jangkauan informasi kepada pengguna.

Selain itu, penelitian Appel dkk., (2020) mengungkapkan bahwa konten visual dan video pendek seperti reels memiliki tingkat keterlibatan

(engagement) yang lebih tinggi dibandingkan konten statis. Sementara itu, Al-Daihani & Abrahams (2018) menemukan bahwa komunikasi digital melalui media sosial dapat meningkatkan partisipasi pengguna dalam berbagai layanan dan kegiatan perpustakaan. Hasil-hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa Instagram tidak hanya berfungsi sebagai media promosi, tetapi juga sebagai sarana membangun interaksi dan keterlibatan pengguna secara berkelanjutan.

Meskipun berbagai penelitian telah membahas penggunaan media sosial di perpustakaan, sebagian besar penelitian masih berfokus pada pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi secara umum. Kajian yang secara khusus menganalisis pemanfaatan instagram berdasarkan data analitik akun perpustakaan perguruan tinggi, terutama terkait jangkauan konten (reach), keterlibatan pengguna (engagement), dan komunikasi dua arah melalui fitur-fitur Instagram, masih relatif terbatas. Selain itu, penelitian mengenai penggunaan Instagram pada perpustakaan Perguruan Tinggi Keagamaan Islam Negeri (PTKIN) juga belum banyak dilakukan. Oleh karena

itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pemanfaatan Instagram sebagai media promosi dan komunikasi di Perpustakaan UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan melalui akun @perpusuingusdur. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai efektivitas instagram dalam mendukung promosi perpustakaan sekaligus memperkuat interaksi antara perpustakaan dan pemustaka di era digital.

B. LANDASAN TEORI

Perkembangan teknologi digital telah mendorong perpustakaan untuk mengadopsi berbagai strategi pemasaran berbasis media sosial guna meningkatkan visibilitas layanan dan memperluas jangkauan informasi kepada pengguna.

Berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia arti media sosial berasal dari dua kata, yakni media dan sosial. Media berarti sebuah alat komunikasi atau alat perantara, sedangkan sosial diartikan sebagai sebuah aksi yang dilakukan masing-masing memberikan pengguna kontribusinya ketika kepada masyarakat. Dapat ditarik kesimpulan yang dimaksud dari media sosial adalah suatu alat komunikasi yang digunakan oleh

individu dalam melakukan proses sosialnya ditengah-tengah Masyarakat. (Mulawarman & Nurfitri, 2017)

Sependapat dengan pengertian tersebut, Rustiana (2018) mendefinisikan media sosial sebagai sarana jejaring sosial dalam bentuk platform digital dimana dapat menyebarkan informasi berupa audio, teks, gambar, video, maupun audio-video yang memiliki fungsi sebagai media komunikasi, collabs atau kolaborasi, dan interaksi antara satu individu dengan yang lainnya dalam masyarakat luas. Aharony (2012) menjelaskan bahwa media sosial memungkinkan perpustakaan membangun komunikasi yang lebih terbuka dan berkelanjutan dengan pengguna. Senada dengan itu, Al-Daihani & Abrahams (2018) menemukan bahwa pemanfaatan media sosial di perpustakaan akademik berkontribusi terhadap peningkatan user engagement serta memperluas jangkauan promosi layanan perpustakaan.

Dengan demikian, media sosial tidak lagi dipandang sekadar sebagai media publikasi informasi, melainkan sebagai instrumen pemasaran digital yang memungkinkan perpustakaan membangun hubungan jangka panjang

dengan pengguna melalui komunikasi yang berkelanjutan dan interaktif. Temuan tersebut diperkuat oleh penelitian dalam The Journal of Academic Librarianship yang menunjukkan bahwa media sosial telah menjadi bagian penting dari strategi *outreach* perpustakaan akademik. Melalui media sosial, perpustakaan dapat membangun koneksi komunitas, meningkatkan akses terhadap layanan, dan memperkuat hubungan dengan pemustaka di luar ruang fisik perpustakaan.

Instagram merupakan salah satu platform media sosial berbasis visual yang banyak digunakan untuk membangun interaksi antara organisasi dan penggunanya. Keunggulan utama Instagram terletak pada kemampuannya menyajikan informasi dalam bentuk visual yang menarik, seperti foto, infografis, video pendek, reels, dan stories. Karakteristik tersebut menjadikan Instagram sebagai media yang efektif untuk menarik perhatian audiens, terutama generasi muda yang lebih menyukai konten visual dibandingkan teks yang Panjang.

Menurut Appel dkk., (2020) perkembangan media sosial telah

mengubah pola komunikasi pemasaran dari model satu arah menjadi komunikasi yang bersifat interaktif dan partisipatif. Dalam platform seperti instagram, pengguna tidak hanya menerima informasi tetapi juga dapat memberikan respons melalui fitur komentar, likes, shares, maupun direct message. Interaksi tersebut menjadi indikator penting dalam mengukur efektivitas komunikasi digital suatu organisasi.

Dalam penelitian media sosial, efektivitas sebuah akun umumnya diukur melalui engagement metrics, yaitu indikator yang menunjukkan tingkat keterlibatan pengguna terhadap konten yang dipublikasikan. Voorveld (2019) menjelaskan bahwa engagement dapat diukur melalui berbagai indikator, seperti jumlah likes, komentar, shares, saves, reach, impressions, dan bentuk interaksi lainnya. Tingginya tingkat engagement menunjukkan bahwa konten yang dipublikasikan mampu menarik perhatian serta mendorong partisipasi pengguna. Oleh karena itu, analisis engagement menjadi penting untuk mengevaluasi keberhasilan pemanfaatan Instagram sebagai media promosi dan komunikasi perpustakaan.

Perpustakaan sekarang ini sudah banyak yang membenahi diri dengan mengikuti perkembangan arus teknologi, salah satunya dengan memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi dan komunikasi kepada penggunanya. Promosi perpustakaan merupakan serangkaian kegiatan yang berawal dari perencanaan, proses, hingga penyelesaian dengan tujuan penggunanya dapat mengetahui fasilitas, koleksi, layanan dan kegiatan apa saja yang ada di perpustakaan tersebut sehingga mereka tertarik untuk datang dan memanfaatkan koleksi, layanan dan fasilitas yang ada.

Seperti yang sudah dibahas sebelumnya pengguna perpustakaan saat ini berasal dari generasi Z yang dimana merupakan kelompok yang lahir dan tumbuh di era perkembangan internet serta teknologi digital. Generasi Z yang menurut versi Sparks and Honey lahir di rentang tahun 1995-2014, sejak lahir sudah didapuk sebagai digital native, semenjak lahir mereka sudah menjadi generasi digital native, yang terbiasa menggunakan teknologi dalam berbagai aktivitas sehari-hari, termasuk dalam mencari dan mengakses informasi. Dibandingkan generasi sebelumnya,

generasi Z lebih menyukai informasi yang dapat diperoleh secara cepat, praktis, visual, dan mudah diakses melalui perangkat digital.

Dalam konteks perpustakaan perguruan tinggi, mayoritas pemustaka berasal dari kelompok generasi Z. Oleh karena itu, perpustakaan perlu memanfaatkan platform yang sesuai dengan perilaku informasi generasi tersebut. Media sosial, khususnya Instagram, menjadi kanal strategis karena mampu menyajikan informasi secara visual, interaktif, dan real-time. Pemanfaatan Instagram memungkinkan perpustakaan menjangkau pengguna secara lebih efektif, meningkatkan keterlibatan pemustaka, serta memperkuat komunikasi antara perpustakaan dan pengguna di era digital.

Beberapa penelitian terbaru juga menunjukkan bahwa generasi muda lebih tertarik berinteraksi dengan institusi melalui platform digital yang memungkinkan komunikasi cepat dan partisipatif. Pemanfaatan Instagram oleh perpustakaan menjadi penting karena mampu mengakomodasi kebutuhan generasi Z terhadap informasi yang visual, real-time, dan mudah dibagikan.

Dengan demikian, penggunaan Instagram dapat mendukung upaya perpustakaan dalam meningkatkan promosi layanan sekaligus memperkuat hubungan dengan pemustaka di era digital.

C. METODE

Metode yang digunakan dalam penelitian untuk menganalisis pemanfaatan instagram sebagai media promosi dan komunikasi di Perpustakaan UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan adalah metode deskriptif kualitatif. Bogdan dan Tailor yang oleh Moleong, mendefinisikan metodologi kualitatif merupakan metode penelitian data yang menghasilkan data deskriptif berupa tulisan atau lisan atau bentuk tindakan kebijakan. (Lexy J, t.t.) Pendekatan ini dipilih karena mampu memberikan gambaran secara mendalam mengenai penggunaan media sosial dalam mendukung penyebaran informasi dan interaksi dengan pemustaka.

Data penelitian diperoleh melalui observasi dan analisis terhadap akun Instagram @perpusuingusdur. Periode pengamatan dilakukan selama Januari-Desember 2025 dengan fokus pada

konten yang dipublikasikan serta respons pengguna terhadap konten tersebut. Sebanyak 187 postingan yang terdiri atas unggahan 176 foto, 11 video/reels, dan informasi layanan dipilih sebagai sampel analisis berdasarkan tingkat jangkauan (*reach*) dan keterlibatan pengguna (*engagement*) yang ditampilkan pada fitur instagram Insights.

Data yang dianalisis meliputi jumlah likes, komentar, shares, reach, impressions, serta interaksi pengguna melalui direct message (DM) dan respons terhadap instagram story. Selain itu, penelitian juga mengamati karakteristik konten yang diunggah untuk mengidentifikasi bentuk promosi dan komunikasi yang paling banyak memperoleh respons dari pengguna.

Analisis data dilakukan melalui tiga tahapan, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Pada tahap reduksi data, informasi yang diperoleh dari instagram insights diseleksi dan dikelompokkan berdasarkan jenis konten dan bentuk interaksi pengguna. Selanjutnya, data disajikan dalam bentuk deskriptif untuk memudahkan interpretasi pola pemanfaatan Instagram sebagai media

promosi dan komunikasi. Tahap terakhir dilakukan dengan menarik kesimpulan berdasarkan temuan yang diperoleh selama proses analisis.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Perpustakaan UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan telah memanfaatkan Instagram sebagai media untuk menyampaikan informasi perpustakaan sejak tahun 2019 dengan username @perpus_iainpkl kemudian melakukan perubahan username menjadi @perpusuingusdur seiring dengan perubahan status IAIN Pekalongan yang menjadi UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.

Gambar 1. Tampilan Akun Instagram @perpusuingusdur



Sumber: Data diolah dari Instagram @perpusuingusdur

Selama periode Januari–Desember 2025, akun Instagram @perpusuingusdur digunakan secara aktif sebagai media promosi dan komunikasi Perpustakaan

UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. konten yang dipublikasikan mencakup informasi jam layanan perpustakaan, pengumuman kegiatan, promosi koleksi, informasi panduan layanan perpustakaan, literasi informasi, ucapan hari besar nasional dan keagamaan, serta dokumentasi kegiatan perpustakaan.

Berdasarkan hasil observasi terhadap unggahan akun Instagram @perpusuingusdur, konten yang dipublikasikan dapat dikelompokkan menjadi tiga jenis utama, yaitu postingan feed, reels, dan instagram story. Masing-masing jenis konten memiliki karakteristik dan tingkat interaksi yang berbeda dalam menjangkau pemustaka.

Tabel 1. Jenis Konten Instagram

Jenis Konten	Fungsi Utama	Karakteristik Interaksi
Feed/Postingan	Penyampaian informasi formal dan dokumentasi kegiatan	Mendapatkan likes, komentar, dan shares
Reels	Promosi layanan dan penyampaian informasi melalui	Menjangkau audiens lebih luas dan menghasilkan engagement

	video pendek	t lebih tinggi
Story	Informasi aktual dan komunikasi harian	Mendorong respons cepat melalui reply dan direct message
Direct Message	Komunikasi personal	Memfasilitasi konsultasi dan layanan informasi secara langsung

Sumber: Hasil observasi dan analisis penulis terhadap akun Instagram @perpusuingusdur

Postingan feed masih berfungsi sebagai media utama untuk menyampaikan informasi yang bersifat formal dan terdokumentasi. Informasi mengenai jam layanan, pengumuman perpustakaan, kegiatan akademik, dan layanan bebas pustaka umumnya disampaikan melalui feed karena lebih mudah diakses kembali oleh pengguna dibandingkan story yang bersifat sementara. Meskipun demikian, tingkat interaksi pada konten feed relatif lebih rendah dibandingkan reels karena pengguna cenderung hanya memberikan likes tanpa melakukan interaksi lanjutan.

Instagram story menunjukkan fungsi yang berbeda dibandingkan feed dan reels. Story lebih banyak digunakan untuk menyampaikan informasi aktual, pengingat kegiatan, serta komunikasi sehari-hari dengan pemustaka. Fitur reply, polling, dan question box memungkinkan terjadinya komunikasi dua arah yang lebih cepat antara perpustakaan dan pengguna. Banyak pemustaka memanfaatkan fitur ini untuk menanyakan informasi terkait layanan perpustakaan, bebas pustaka, jam operasional, maupun kegiatan yang sedang berlangsung.

Data pada akun instagram @perpusuingusdur yang dimiliki Perpustakaan UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan adalah sebagai berikut:

Tabel 2. Jumlah Konten Instagram @perpusuingusdur

No	Follow ers	Followi ng	Postingan	
			Foto	Vide o
1.	9.884	35	1.145	69
Total			1.214	

Sumber: Data hasil pengamatan akun Instagram @perpusuingusdur

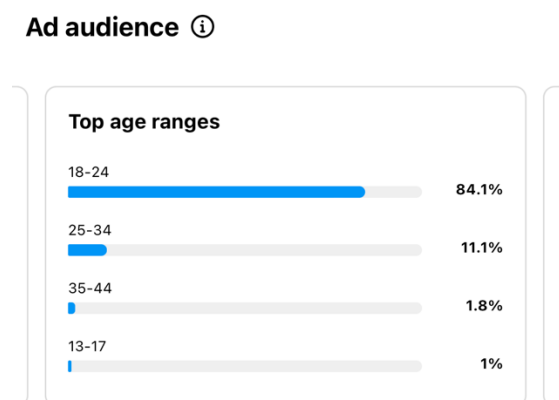
Jumlah konten dan *followers* akun Instagram perpustakaan UIN K.H. Abdurrahman Wahid terus bertambah setiap harinya. Akun Instagram

@perpusuingusdur bersifat terbuka untuk umum sehingga dapat diakses seluruh sivitas akademika UIN K.H. Abdurrahman Wahid dan masyarakat secara luas. Saat ini mayoritas *followers* akun Instagram @perpusuingusdur adalah mahasiswa UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Mayoritas pengikut akun @perpusuingusdur berada pada rentang usia 18–24 tahun yang merupakan kelompok generasi Z. Karakteristik generasi ini yang terbiasa memperoleh informasi secara cepat, visual, dan interaktif menjadikan Instagram sebagai media yang efektif untuk menjangkau mereka. Keberadaan fitur reels, story, dan direct message memungkinkan perpustakaan menyampaikan informasi dengan format yang lebih sesuai dengan perilaku konsumsi informasi generasi Z.

Selain berfungsi sebagai media promosi, Instagram juga menjadi sarana komunikasi digital yang memperpendek jarak antara perpustakaan dan pemustaka. Pengguna dapat memperoleh informasi tanpa harus datang langsung ke perpustakaan. Respons yang diberikan melalui direct message memungkinkan kebutuhan informasi pengguna dapat dipenuhi secara lebih cepat dibandingkan

layanan tatap muka, hal ini dapat dilihat melalui *age range* pada *insight* akun Instagram @perpusuingusdur.

Gambar 2. *Age range* Instagram @perpusuingusdur



Sumber: Dokumentasi Pribadi

Temuan penelitian menunjukkan bahwa efektivitas Instagram sebagai media promosi tidak hanya ditentukan oleh jumlah pengikut akun, tetapi juga oleh kualitas dan variasi konten yang dipublikasikan. Konten video pendek melalui reels cenderung menghasilkan jangkauan dan keterlibatan yang lebih tinggi, sedangkan story efektif digunakan untuk membangun komunikasi harian dengan pemustaka. Oleh karena itu, perpustakaan perlu menerapkan strategi pengelolaan konten yang seimbang dengan mengombinasikan feed, reels, dan story secara berkelanjutan.

Sebagai gambaran berikut ini merupakan *insight* akun instagram

@perpusuingusdur dalam kurun waktu Januari-Maret 2025:

Tabel 3. Hasil Analisis Konten Instagram Januari-Maret 2025

Jenis Konten	Jumlah Konten	Reach	Likes	Komentar
Feed	43	151.776	6.106	19
Reels	3	18.800	415	-
Story	42	105.000	82	43

Sumber: Data hasil pengamatan insight konten Instagram @perpusuingusdur

Hasil analisis menunjukkan bahwa konten reels memperoleh tingkat keterlibatan pengguna yang lebih tinggi dibandingkan postingan feed. Video pendek yang menampilkan kegiatan perpustakaan, tutorial layanan, maupun informasi singkat mengenai fasilitas perpustakaan cenderung memperoleh lebih banyak respons karena formatnya sesuai dengan preferensi pengguna media sosial, khususnya generasi Z. Temuan ini sejalan dengan penelitian Appel dkk (2020) yang menyatakan bahwa konten visual dan video pendek memiliki kemampuan lebih besar dalam menarik perhatian pengguna media sosial.

Sementara itu, postingan feed masih berfungsi sebagai media utama untuk menyampaikan informasi yang bersifat

formal dan terdokumentasi. Informasi mengenai jam layanan, pengumuman perpustakaan, kegiatan akademik, dan layanan bebas pustaka umumnya disampaikan melalui feed karena lebih mudah diakses kembali oleh pengguna dibandingkan story yang bersifat sementara. Meskipun demikian, tingkat interaksi pada konten feed relatif lebih rendah dibandingkan reels karena pengguna cenderung hanya memberikan likes tanpa melakukan interaksi lanjutan.

Instagram story menunjukkan fungsi yang berbeda dibandingkan feed dan reels. Story lebih banyak digunakan untuk menyampaikan informasi aktual, pengingat kegiatan, serta komunikasi sehari-hari dengan pemustaka. Fitur reply, polling, dan question box memungkinkan terjadinya komunikasi dua arah yang lebih cepat antara perpustakaan dan pengguna. Banyak pemustaka memanfaatkan fitur ini untuk menanyakan informasi terkait layanan perpustakaan, bebas pustaka, jam operasional, maupun kegiatan yang sedang berlangsung.

Berdasarkan hasil observasi, interaksi yang terjadi melalui media sosial umumnya berkaitan dengan pertanyaan mengenai jam layanan,

prosedur bebas pustaka, kegiatan perpustakaan, serta informasi koleksi. Keberadaan fitur komunikasi tersebut memungkinkan pengguna memperoleh informasi secara cepat tanpa harus datang langsung ke perpustakaan. Kondisi ini menunjukkan adanya perubahan pola layanan perpustakaan dari yang sebelumnya berpusat pada layanan tatap muka menjadi layanan yang juga memanfaatkan kanal komunikasi digital.

Pemanfaatan Instagram sebagai media komunikasi mendukung konsep perpustakaan yang lebih terbuka dan responsif terhadap kebutuhan pengguna. Melalui komunikasi digital, perpustakaan dapat membangun hubungan yang lebih dekat dengan pemustaka sekaligus meningkatkan kualitas layanan informasi yang diberikan.

Perpustakaan masa kini sudah banyak yang menggunakan media sosial sebagai sarana untuk melakukan promosi kepada penggunanya baik itu mempromosikan koleksi, fasilitas yang disediakan, layanan, kegiatan-kegiatan perpustakaan yang akan datang dan lain sebagainya. Promosi menurut Gitosudarmo (1994) adalah sebuah

aktifitas yang ditujukan untuk memberi pengaruh kepada pengguna agar mereka dapat mengetahui produk yang ditawarkan oleh suatu perusahaan kemudian pengguna menjadi tertarik, sehingga membeli produk tersebut. Pengertian promosi perpustakaan menurut Angelda Lastriyanti adalah kegiatan pengenalan seluruh kegiatan di perpustakaan mulai dari koleksi bahan pustaka (cetak dan non-cetak), layanan perpustakaan, sarana dan prasarana maupun produk yang dimiliki perpustakaan dengan harapan agar pemustaka dapat dengan mudah mengenal dan memanfaatkannya dengan maksimal. (Pantur dkk., t.t.)

Belakangan ini media sosial dirasa ideal untuk dijadikan sarana promosi karena untuk mengunggah dan menyebarkan informasi kepada pengguna tidak diperlukan proses yang panjang. Selain proses yang tidak sulit dari segi ekonomi media sosial ini bersifat gratis (*free*) untuk melakukan promosi, tidak ada biaya khusus untuk setiap pembuatan akun dan postingan.

Sebagai perpustakaan perguruan tinggi, mayoritas pengguna layanan Perpustakaan UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan berasal dari kalangan

mahasiswa yang termasuk generasi Z. Kelompok ini memiliki karakteristik yang dekat dengan teknologi digital dan terbiasa memperoleh informasi melalui media sosial.

Karakteristik konten yang diunggah pada akun @perpusuingusdur menunjukkan upaya perpustakaan untuk menyesuaikan pola komunikasi dengan preferensi generasi Z. Informasi disajikan melalui desain visual, infografis, dokumentasi kegiatan, dan video singkat yang lebih mudah menarik perhatian pengguna dibandingkan informasi berbasis teks panjang. Penggunaan format visual tersebut membantu perpustakaan menyampaikan informasi secara lebih efektif kepada audiens yang terbiasa mengonsumsi konten digital secara cepat.

Dari hasil analisis akun instagram @perpusuingusdur dapat dilihat bahwa pemustaka Perpustakaan UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan mayoritas memfollow akun Instagram @perpusuingusdur. Kegiatan promosi perpustakaan menggunakan media sosial instagram terbukti efektif karena jangkauan akun yang melihat informasi berupa postingan, reels maupun DM melebihi jumlah followers akun

instagram @perpusuingusdur. Interaksi yang terjalin antara perpustakaan dan pemustaka menjadi lebih intens dan terbuka karena tidak ada batasan waktu dan ruang untuk saling berinteraksi. Umpan balik yang didapat juga cenderung lebih cepat dibandingkan dengan pelayanan offline artinya pemustaka sudah bisa mendapatkan informasi yang dibutuhkan tanpa perlu datang ke perpustakaan terlebih dahulu.

Pemanfaatan instagram oleh Perpustakaan UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan tidak hanya berkontribusi terhadap promosi layanan, tetapi juga berperan dalam membangun citra institusi. Melalui unggahan yang konsisten, perpustakaan dapat menampilkan identitasnya sebagai pusat informasi yang aktif, adaptif terhadap perkembangan teknologi, dan dekat dengan kebutuhan pengguna.

Dokumentasi kegiatan, publikasi layanan, serta interaksi dengan pengguna melalui media sosial membentuk persepsi positif terhadap perpustakaan sebagai institusi yang modern dan komunikatif. Kehadiran perpustakaan di media sosial juga memperluas jangkauan informasi kepada pengguna yang sebelumnya mungkin tidak memperoleh

informasi melalui media promosi konvensional.

Temuan ini memperkuat hasil penelitian terbaru yang menunjukkan bahwa Instagram telah berkembang menjadi salah satu instrumen komunikasi strategis bagi perpustakaan akademik dalam membangun hubungan dengan komunitas pengguna dan memperkuat eksistensi institusi di lingkungan digital.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Instagram memiliki peran yang signifikan dalam mendukung kegiatan promosi dan komunikasi perpustakaan. Oleh karena itu, pengelolaan media sosial perlu dilakukan secara terencana melalui penyusunan kalender konten, pemanfaatan berbagai fitur Instagram, serta evaluasi berkala terhadap respons pengguna. Selain itu, kompetensi pustakawan dalam bidang pengelolaan media sosial dan komunikasi digital menjadi faktor penting untuk memastikan bahwa informasi yang disampaikan dapat menjangkau dan melibatkan pengguna secara optimal.

Dengan demikian, Instagram tidak hanya berfungsi sebagai media publikasi informasi, tetapi juga sebagai sarana membangun engagement, meningkatkan visibilitas layanan, dan memperkuat

hubungan antara perpustakaan dengan pemustaka di era digital.

Hal-hal yang dapat dilakukan perpustakaan dalam menggunakan instagram sebagai sarana promosi diantaranya yaitu: 1. Membuat rencana atau timeline postingan dalam kurun waktu satu tahun, 2. Membuat materi kreatif dari foto dan video maupun infografis terkait perpustakaan untuk dijadikan konten, 3. Membuat video singkat tentang tutorial layanan dan kegiatan perpustakaan, 4. Membuat tagar atau hastag (#) khusus Perpustakaan UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan, 5. Aktif berinteraksi dengan followers baik melalui postingan atau *direct messages*, 6. Menyantumkan nama akun media sosial disetiap flyer perpustakaan, kegiatan maupun dipapan pengumuman dll agar semakin banyak pemustaka yang mengetahui dan memfollow.

E. SIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa Instagram telah dimanfaatkan secara efektif oleh Perpustakaan UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan sebagai media promosi dan komunikasi digital melalui akun @perpusuingusdur. Pemanfaatan berbagai fitur Instagram,

seperti feed, reels, story, dan direct message, memungkinkan perpustakaan menyebarluaskan informasi mengenai koleksi, layanan, fasilitas, dan kegiatan perpustakaan kepada pemustaka secara lebih luas dan cepat.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa Instagram tidak hanya berfungsi sebagai sarana promosi, tetapi juga sebagai media komunikasi dua arah yang mendukung interaksi antara perpustakaan dan pemustaka. Konten visual dan video pendek yang disajikan melalui reels dan story terbukti lebih mampu menarik perhatian pengguna serta meningkatkan keterlibatan pemustaka dibandingkan penyampaian informasi secara konvensional. Hal ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi berbasis media sosial relevan dengan karakteristik generasi Z yang mendominasi pengguna layanan perpustakaan perguruan tinggi.

Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa pemanfaatan Instagram berkontribusi terhadap peningkatan visibilitas perpustakaan, perluasan jangkauan informasi, dan penguatan hubungan antara perpustakaan dengan pemustaka. Oleh karena itu, pengelolaan media sosial yang

terencana, kreatif, dan berorientasi pada kebutuhan pengguna perlu terus dikembangkan sebagai bagian dari strategi promosi dan komunikasi perpustakaan di era digital. Selain itu, optimalisasi konten visual dan fitur interaktif Instagram dapat menjadi upaya strategis untuk meningkatkan keterlibatan pengguna serta memperkuat peran perpustakaan sebagai pusat informasi yang adaptif terhadap perkembangan teknologi dan kebutuhan generasi digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Aharony, N. (2012). Facebook Use In Libraries: An Exploratory Analysis. *Aslib Proceedings*, 64(4), 358–372. <https://doi.org/10.1108/00012531211244725>
- Al-Daihani, S. M., & Abrahams, A. (2018). Analysis Of Academic Libraries' Facebook Posts: Text And Data Analytics. *The Journal Of Academic Librarianship*, 44(2), 216–225. <https://doi.org/10.1016/j.acalib.2018.02.004>
- Appel, G., Grewal, L., Hadi, R., & Stephen, A. T. (2020). The Future Of Social Media In Marketing. *Journal Of The Academy Of Marketing Science*, 48(1), 79–95. <https://doi.org/10.1007/s11747-019-00695-1>
- Digital 2024: Indonesia. (2024, Februari 21). Datareportal – Global Digital Insights. <https://datareportal.com/reports/digital-2024-indonesia>
- Gitosudarmo, I. (1994). *Manajemen Pemasaran*. Bpfe. <https://opac.perpusnas.go.id/detailopac.aspx?id=431241&pptype=author&plembarkerja=-1&plokasi=-1&ppilihan=default&pdataitem=Indriyo%20gitosudarmo#>
- Lexy J, M. (T.T.). *Metodologi Penelitian Kualitatif (Edisi Revisi)*. Pt. Remaja Rosdakarya. Diambil 18 Juni 2026, Dari <https://rosda.co.id/pendidikan-keguruan/486-metodologi-penelitian-kualitatif-edisi-revisi.html>
- Mulawarman, M., & Nurfitri, A. D. (2017). Perilaku Pengguna Media Sosial Beserta Implikasinya Ditinjau Dari Perspektif Psikologi Sosial Terapan. *Buletin Psikologi*, 25(1). <https://doi.org/10.22146/buletinpsikologi.22759>
- Pantur, A. L., Ginting, R. T., & Kastawa, M. (T.T.). *Peran Pustakawan Dalam*

*Upaya Promosi Pemanfaatan
Perpustakaan Di Badan Perpustakaan
Dan Arsip Daerah Kabupaten
Manggarai.*

Rustiana. (2018). Persepsi *Digital
Dependent* Terhadap Pemanfaatan
Media Sosial Dan Dampak Sosial
Ekonominya. *Jurnal Ilmu
Komunikasi*, 15(1), 17–32.
<https://doi.org/10.24002/jik.v15i1.1325>

Voorveld, H. A. M. (2019). Brand
Communication In Social Media: A
Research Agenda. *Journal Of
Advertising*, 48(1), 14–26.
<https://doi.org/10.1080/00913367.2019.1588808>