

Strategi Promosi Perpustakaan Melalui Media Sosial untuk Menambah Keterlibatan Taruna-Taruni Politeknik Ahli Usaha Perikanan Makalah diajukan untuk persyaratan SKP Triwulan 2 Tahun 2025

Widya Indarti

Politeknik Ahli Usaha Perikanan, Indonesia

Email: widyaindarti@gmail.com

Keywords:

university libraries;
promotion;
social media;
digital strategy;
student engagement.

Abstract

University libraries play a strategic role in supporting academic learning, research, and information literacy, yet their services are often underutilized due to limited student awareness and low engagement. This study aims to examine social media promotion strategies implemented by the Library of Politeknik Ahli Usaha Perikanan to increase the involvement of cadets in accessing library services, collections, digital resources, and literacy activities. This research uses a descriptive qualitative approach through literature study, case study, observation, documentation, and analysis of promotional practices carried out through the library's digital platforms. The findings show that social media functions as an effective promotional medium by expanding information reach, accelerating communication between librarians and users, and strengthening the visibility of library programs. Promotional strategies include the use of websites, Facebook, WhatsApp groups, Instagram, YouTube, e-brochures, institutional repositories, e-journals, e-resources, user education, literacy classes, and the Book of the Week program. The discussion indicates that educational, informative, visual, and interactive content can encourage cadets to participate more actively in library activities. This study concludes that integrated social media promotion can strengthen the role of the library as an information, literacy, and academic collaboration center.

Kata Kunci:

Perpustakaan perguruan tinggi;
promosi;
media sosial;
strategi digital;
keterlibatan mahasiswa.

Abstrak

Perpustakaan perguruan tinggi memiliki peran strategis dalam mendukung pembelajaran akademik, penelitian, dan literasi informasi, namun pemanfaatan layanannya masih sering belum optimal karena terbatasnya kesadaran dan keterlibatan mahasiswa. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji strategi promosi melalui media sosial yang diterapkan oleh Perpustakaan Politeknik Ahli Usaha Perikanan dalam meningkatkan keterlibatan taruna-taruni terhadap layanan, koleksi, sumber digital, dan kegiatan literasi perpustakaan. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif melalui studi literatur, studi kasus, observasi, dokumentasi, serta analisis terhadap praktik promosi yang dilakukan melalui platform digital perpustakaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial berfungsi sebagai sarana promosi yang efektif karena mampu memperluas jangkauan informasi, mempercepat komunikasi antara pustakawan dan pemustaka, serta meningkatkan visibilitas program perpustakaan. Strategi promosi yang digunakan meliputi pemanfaatan website, Facebook, WhatsApp Group, Instagram, YouTube, e-brosur, repository institusi, e-journal, e-resources, bimbingan pemakai, kelas literasi, dan program Book of the Week. Pembahasan menunjukkan bahwa konten edukatif, informatif, visual, dan interaktif dapat mendorong taruna-taruni untuk lebih aktif berpartisipasi dalam kegiatan perpustakaan. Penelitian ini menyimpulkan bahwa promosi media sosial yang terintegrasi dapat memperkuat peran perpustakaan sebagai pusat informasi, literasi, dan kolaborasi akademik.

PENDAHULUAN

Undang-Undang Nomor 43 Tahun 2007 tentang Perpustakaan menyebutkan bahwa perpustakaan khusus merupakan perpustakaan dengan akses terbatas yang diperuntukkan bagi pemustaka di lingkup instansi pemerintah, organisasi kemasyarakatan, lembaga pendidikan agama, rumah ibadah, serta organisasi lainnya. Di sisi lain, (Sulistyo & Basuki, 1994) menjelaskan bahwa karakteristik perpustakaan khusus dapat diidentifikasi dari empat faktor yang saling mengikat satu sama lain. Faktor-faktor tersebut meliputi status atau kedudukan dari perpustakaan itu sendiri, orang yang mengelolanya, jenis koleksi yang disediakan, serta siapa saja yang menjadi penggunanya (Fraser-Arnott, 2023; Gmiterek, 2021; Mensah & Onyanacha, 2021; Nguyen, 2015; Stvilia & Gibradze, 2014).

Perpustakaan perguruan tinggi tidak lagi dapat diposisikan hanya sebagai ruang penyimpanan koleksi, melainkan sebagai pusat layanan informasi, literasi akademik, dan interaksi pembelajaran yang harus mampu hadir dalam ekosistem digital mahasiswa (Ihejirika & Goulding, 2021; Jones & Harvey, 2019; Joo et al., 2018). Naskah ini menempatkan Perpustakaan Politeknik Ahli Usaha Perikanan sebagai perpustakaan khusus yang melayani sivitas akademika dengan kebutuhan informasi bidang kelautan dan perikanan, sekaligus memanfaatkan media sosial, *website*, *Facebook*, *WhatsApp*, *Instagram*, *YouTube*, *e-resources*, *repository*, dan program literasi sebagai sarana promosi layanan perpustakaan. Dalam konteks tersebut, strategi promosi digital menjadi penting karena taruna-taruni sebagai pengguna utama merupakan bagian dari generasi yang terbiasa memperoleh informasi secara cepat, visual, interaktif, dan berbasis jejaring. Oleh karena itu, efektivitas perpustakaan tidak hanya ditentukan oleh kelengkapan koleksi, tetapi juga oleh kemampuan pustakawan dalam mengemas, mendistribusikan, dan mengomunikasikan layanan melalui kanal yang dekat dengan perilaku digital pengguna (Harrison et al., 2017; Howard et al., 2018; Mensah & Onyanacha, 2022).

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa media sosial telah menjadi instrumen penting dalam pemasaran dan komunikasi perpustakaan akademik. (Aharony, 2012) meneliti penggunaan Facebook di perpustakaan dan menemukan bahwa media sosial dapat menjadi ruang representasi kelembagaan sekaligus sarana komunikasi dengan pemustaka. (Barner, 2011; Chu & Du, 2013) juga menunjukkan bahwa alat jejaring sosial banyak dimanfaatkan perpustakaan akademik untuk menyampaikan informasi layanan, memperluas interaksi, dan memperkuat hubungan dengan komunitas akademik. (Garoufallou et al., 2013) dalam kajian tentang perpustakaan akademik di Yunani menegaskan bahwa media sosial berkontribusi terhadap diseminasi informasi dan promosi layanan, meskipun pemanfaatannya masih bergantung pada kapasitas pengelola, strategi konten, dan konsistensi komunikasi digital. Temuan-temuan tersebut relevan dengan naskah ini karena Perpustakaan Politeknik AUP juga menggunakan media sosial sebagai sarana penyebaran informasi kegiatan, pengenalan layanan, publikasi *e-resources*, serta peningkatan keterlibatan taruna-taruni dalam aktivitas literasi kampus.

Kajian yang lebih aktual juga memperkuat pentingnya media sosial dalam pengembangan layanan perpustakaan. Islam, (2024) meneliti persepsi dan pemanfaatan media sosial oleh mahasiswa untuk meningkatkan layanan perpustakaan akademik, dengan penekanan pada bagaimana media sosial dapat membantu mahasiswa mengakses informasi

layanan secara lebih mudah dan cepat. (Abd Rahim, 2024) mengembangkan kerangka konseptual keterlibatan media sosial di perpustakaan akademik untuk mendorong layanan partisipatif dan komunitas pembelajaran yang dinamis. Selain itu, tinjauan sistematis (Athukorala, 2025) terhadap 18 studi yang diterbitkan antara 2014–2024 dalam basis Web of Science, Scopus, dan Emerald Premier menunjukkan bahwa media sosial diakui mampu meningkatkan keterlibatan pengguna dan jangkauan institusi, tetapi implementasinya masih belum konsisten di berbagai perpustakaan akademik. Hal ini menunjukkan bahwa persoalan utama bukan lagi sekadar apakah perpustakaan perlu menggunakan media sosial, melainkan bagaimana strategi konten, pola interaksi, dan integrasi layanan digital dapat dirancang secara sistematis agar benar-benar meningkatkan keterlibatan pemustaka (Choi & Joo, 2021; Guo et al., 2022; Stewart & Walker, 2018).

Meskipun penelitian terdahulu telah banyak membahas pemanfaatan media sosial untuk promosi perpustakaan, masih terdapat kesenjangan penelitian yang perlu diperhatikan. Sebagian besar kajian lebih banyak berfokus pada jenis platform yang digunakan, seperti Facebook, Instagram, YouTube, atau WhatsApp, sementara analisis mengenai bagaimana strategi promosi tersebut dikaitkan dengan karakteristik pengguna khusus, konteks pendidikan vokasi, dan kebutuhan literasi bidang tertentu masih terbatas. Dalam konteks Politeknik Ahli Usaha Perikanan, taruna-taruni memiliki karakter akademik yang berbeda dari mahasiswa umum karena kebutuhan informasinya berhubungan dengan praktik kelautan, perikanan, teknologi akuakultur, pengolahan hasil perikanan, penyuluhan, serta pengelolaan sumber daya perairan. Oleh sebab itu, penelitian ini penting untuk mengisi kekosongan kajian mengenai promosi perpustakaan berbasis media sosial pada perpustakaan khusus di lingkungan pendidikan vokasi perikanan, terutama dalam melihat bagaimana media sosial dapat digunakan untuk memperkuat keterlibatan taruna-taruni terhadap layanan, koleksi, *e-resources*, dan kegiatan literasi.

Urgensi penelitian ini semakin kuat karena rendahnya kesadaran mahasiswa terhadap ragam layanan perpustakaan dapat berdampak pada rendahnya pemanfaatan sumber informasi akademik yang kredibel. Pada saat yang sama, taruna-taruni membutuhkan referensi ilmiah yang valid untuk mendukung praktik lapang, penyusunan karya ilmiah, penelitian, dan publikasi akademik. Jika promosi perpustakaan tidak dilakukan secara adaptif, layanan yang sebenarnya telah tersedia, seperti *repository*, *e-journal*, *e-resources* Perpustakaan, kelas literasi, program *Book of the Week*, serta bimbingan pemakai, berpotensi tidak dimanfaatkan secara optimal. Penelitian tentang dampak media sosial terhadap layanan perpustakaan pada tahun 2024 juga menunjukkan adanya hubungan positif antara aktivitas media sosial, kunjungan perpustakaan, dan kepuasan pengguna, sehingga strategi promosi digital menjadi semakin relevan untuk meningkatkan partisipasi pemustaka. Dengan demikian, penelitian ini memiliki urgensi praktis untuk membantu perpustakaan merancang komunikasi digital yang lebih terarah, interaktif, dan sesuai dengan perilaku informasi taruna-taruni.

Kebaruan penelitian ini terletak pada fokusnya yang tidak hanya membahas media sosial sebagai alat promosi, tetapi juga sebagai strategi keterlibatan pemustaka dalam konteks perpustakaan khusus berbasis pendidikan vokasi kelautan dan perikanan. Penelitian ini berupaya menghubungkan promosi digital dengan kebutuhan nyata taruna-taruni, baik dalam aspek akses informasi, literasi akademik, pemanfaatan sumber digital, maupun partisipasi dalam kegiatan perpustakaan. Selain itu, penelitian ini menempatkan kombinasi berbagai kanal

promosi, seperti *website*, *Facebook*, *WhatsApp Group*, *Instagram*, *YouTube*, *e-brosur*, *repository*, *e-journal*, dan kelas literasi, sebagai ekosistem komunikasi terpadu, bukan sekadar media publikasi yang berdiri sendiri. Dengan pendekatan tersebut, penelitian ini menawarkan sudut pandang baru bahwa keberhasilan promosi perpustakaan tidak cukup diukur dari keberadaan akun media sosial, tetapi dari sejauh mana media tersebut mampu membangun komunikasi dua arah, meningkatkan kesadaran layanan, memperluas akses informasi, dan mendorong keterlibatan aktif taruna-taruni.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi promosi Perpustakaan Politeknik Ahli Usaha Perikanan melalui media sosial dalam meningkatkan keterlibatan taruna-taruni terhadap layanan perpustakaan. Secara lebih khusus, penelitian ini diarahkan untuk mengidentifikasi bentuk-bentuk promosi digital yang telah diterapkan, menjelaskan manfaat media sosial dalam memperluas jangkauan layanan, serta mengevaluasi kontribusi strategi promosi terhadap peningkatan partisipasi pemustaka dalam kegiatan literasi dan pemanfaatan sumber informasi. Manfaat penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis bagi pengembangan kajian pemasaran perpustakaan dan literasi digital, serta manfaat praktis bagi pustakawan dan pengelola perguruan tinggi vokasi dalam merancang strategi komunikasi yang lebih kreatif, responsif, dan berbasis kebutuhan pengguna. Dengan demikian, penelitian ini dapat menjadi dasar bagi penguatan peran perpustakaan sebagai pusat informasi, pusat literasi, dan ruang kolaborasi akademik yang relevan dengan perkembangan ekosistem digital pendidikan tinggi.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan tujuan menggambarkan secara mendalam strategi promosi perpustakaan melalui media sosial dalam meningkatkan keterlibatan taruna-taruni Politeknik Ahli Usaha Perikanan. Jenis penelitian ini dipilih karena fokus kajian tidak diarahkan untuk menguji hubungan antarvariabel secara statistik, tetapi untuk memahami fenomena promosi perpustakaan, pola pemanfaatan media sosial, serta bentuk interaksi antara pustakawan dan pemustaka dalam konteks alami. Populasi data dalam penelitian ini mencakup seluruh aktivitas promosi, layanan digital, pustakawan, staf perpustakaan, serta taruna-taruni Politeknik Ahli Usaha Perikanan sebagai pengguna layanan perpustakaan. Sampel data ditentukan secara purposive, yaitu dipilih berdasarkan relevansi informan dan dokumen terhadap fokus penelitian, seperti pustakawan yang mengelola media sosial, taruna-taruni yang menggunakan layanan perpustakaan, dokumentasi kegiatan promosi, unggahan media sosial, website perpustakaan, *e-resources*, serta program literasi yang dijalankan oleh Perpustakaan Politeknik AUP.

Instrumen penelitian yang digunakan meliputi pedoman wawancara, lembar observasi, pedoman dokumentasi, dan catatan lapangan. Pedoman wawancara digunakan untuk menggali informasi mengenai strategi promosi, jenis media sosial yang digunakan, kendala pelaksanaan, serta respons taruna-taruni terhadap promosi perpustakaan. Lembar observasi digunakan untuk mencatat aktivitas promosi yang dilakukan melalui *website*, *Facebook*, *WhatsApp*, *Instagram*, *YouTube*, *e-brosur*, kelas literasi, dan kegiatan bimbingan pemakai. Validitas data dilakukan melalui triangulasi sumber dan triangulasi teknik, yaitu membandingkan hasil wawancara, observasi, dokumentasi, serta data digital yang tersedia pada media sosial dan platform perpustakaan. Reliabilitas dalam penelitian kualitatif dijaga melalui konsistensi prosedur

pengumpulan data, pencatatan sistematis, pengecekan ulang hasil temuan, serta konfirmasi informasi kepada informan kunci agar data yang diperoleh dapat dipercaya dan sesuai dengan kondisi lapangan.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi langsung, studi dokumentasi, dan *Focus Group Discussion* (FGD) apabila diperlukan untuk memperkuat pemahaman mengenai keterlibatan taruna-taruni dalam layanan perpustakaan. Prosedur penelitian dimulai dari identifikasi masalah, penentuan fokus kajian, penyusunan instrumen, pengumpulan data lapangan dan data digital, reduksi data, penyajian data, interpretasi temuan, hingga penarikan kesimpulan. Perangkat lunak yang dapat digunakan dalam penelitian ini meliputi Microsoft Word untuk transkripsi dan penyusunan laporan, Microsoft Excel untuk pengelompokan data tematik sederhana, serta NVivo atau ATLAS.ti apabila peneliti memerlukan bantuan dalam proses pengodean data kualitatif. Teknik analisis data menggunakan model interaktif Miles, Huberman, dan Saldaña yang mencakup kondensasi data, penyajian data, serta penarikan dan verifikasi kesimpulan, sehingga hasil penelitian dapat menjelaskan secara utuh bagaimana strategi promosi berbasis media sosial berkontribusi terhadap peningkatan keterlibatan taruna-taruni dalam pemanfaatan layanan Perpustakaan Politeknik Ahli Usaha Perikanan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Promosi Perpustakaan

Menurut Ranganathan yang dikutip dalam Lasa HS (1998: 39), perpustakaan dipandang sebagai sebuah organisasi yang dinamis dan terus berkembang (*growing organism*). Konsep ini mengakar pada lima hukum ilmu perpustakaan (*five laws of library*) yang menegaskan bahwa perpustakaan merupakan lembaga atau pusat aktivitas yang konsisten mengalami pertumbuhan, baik dari segi volume koleksi, ketersediaan ruang, pembaruan sistem pelayanan, maupun jumlah penggunanya.

Aktivitas promosi merupakan bagian integral dari layanan perpustakaan yang berfungsi untuk mendiseminasikan ketersediaan sumber belajar, baik berupa koleksi cetak maupun digital, kepada seluruh anggota perpustakaan. Oleh karena itu, transformasi layanan perpustakaan dituntut untuk terus beradaptasi dan menyelaraskan diri dengan dinamika perkembangan teknologi informasi dan komunikasi.

Darmono, (2007) mendefinisikan promosi sebagai sebuah instrumen komunikasi pemasaran yang persuasif dengan mengoptimalkan berbagai teknik hubungan masyarakat. Melalui aktivitas ini, perpustakaan berkewajiban mendiseminasikan ragam layanan, agenda kegiatan, ketersediaan koleksi, hingga fasilitas pendukung kepada pemustaka. Sebagai bagian integral dari pemasaran perpustakaan, promosi dirancang untuk menarik minat pengguna agar berinteraksi lebih dekat dengan institusi tersebut. Dampaknya, pemustaka dapat mengidentifikasi secara komprehensif mengenai hak, kewajiban, fasilitas, serta jenis informasi yang dapat diakses. Pendekatan yang berorientasi pada pengguna ini menjadi salah satu visi utama perpustakaan, sehingga formulasi strategi promosi pun wajib diselaraskan dengan kebutuhan pemustaka.

Dalam dinamika ini, karakteristik pengguna perpustakaan senantiasa mengalami transformasi sosial dari waktu ke waktu. Ditinjau dari perspektif yang lebih luas, perpustakaan mengemban tanggung jawab untuk menjalankan fungsi secara profesional dengan memisahkan

kepentingan personal dari kewajiban formal, sekaligus memberikan pelayanan dan diseminasi informasi yang optimal bagi pemustaka. Dalam kaitan tersebut, aktivitas promosi bertindak sebagai instrumen untuk mengomunikasikan berbagai aspek kedayagunaan yang dimiliki perpustakaan demi kepentingan pemustaka (Wiji, 2018, p. 5).

Terdapat perbedaan signifikan antara karakteristik profil pengguna pada era masyarakat pra-industri dengan era pasca-industri atau yang dikenal sebagai masyarakat informasi. Perubahan sosial ini utamanya digerakkan oleh kemajuan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) yang berkembang sangat pesat (Ritzer, 2010). Menghadapi situasi tersebut, perpustakaan tidak memiliki pilihan selain ikut beradaptasi dan menyesuaikan seluruh layanannya.

Merujuk pada pandangan Edsall dalam Mustafa (1996: 21), kegiatan promosi di perpustakaan sebenarnya mengemban beberapa tujuan, yaitu:

1. Tercapainya tingkat kesadaran yang tinggi di masyarakat mengenai sistem pelayanan perpustakaan.
2. Meningkatnya partisipasi dan animo masyarakat dalam memanfaatkan perpustakaan.
3. Terwujudnya sinergi dan pemahaman masyarakat dalam mendukung program-program kerja perpustakaan.

Dalam mengimplementasikan strategi promosi perpustakaan, terdapat beragam metode yang dapat diterapkan dengan menyelaraskannya pada karakteristik kebutuhan pemustaka agar program tersebut berjalan efektif dan efisien. Merujuk pada pandangan (Assauri, 2007), efektivitas bauran promosi ini ditopang oleh empat variabel utama, yaitu:

1. Variabel pertama adalah advertensi atau periklanan. Bentuk promosi ini sifatnya non-personal dan biasanya melibatkan pihak sponsor. Media yang kerap digunakan untuk menyampaikan pesan periklanan ini meliputi radio, televisi, majalah, surat kabar, serta billboard.
2. Variabel berikutnya adalah personal selling atau penjualan perseorangan. Langkah promosi ini diterapkan lewat percakapan tatap muka secara lisan langsung dengan satu orang atau lebih calon pengguna yang menjadi target sasaran.
3. Variabel ketiga adalah promosi penjualan atau sales promotion. Dalam praktiknya, strategi ini menjadi semacam perpanjangan tangan bagi agen besar atau penyedia program untuk mendorong agar produk dan layanan mereka bisa lebih cepat sampai dan dikenal oleh konsumen.
4. Variabel terakhir adalah publisitas. Jenis promosi ini dikemas dalam bentuk berita atau ulasan komersial yang dipublikasikan di berbagai media massa dengan tujuan memikat hati para konsumen.

Promosi Perpustakaan via Media Sosial

Pengguna perpustakaan saat ini dikategorikan sebagai *Net Generation*, yaitu generasi yang tumbuh bersama kemajuan teknologi informasi dan internet. Menurut Tapscott (2009), karakteristik utama mereka mencakup *freedom*, *customization*, *scrutiny*, *integrity*, *collaboration*, *entertainment*, *speed*, dan *innovation*. Oleh sebab itu, desain promosi perpustakaan wajib diadaptasikan agar sesuai dengan profil generasi digital ini.

Sebagai contoh, pada karakteristik kebebasan (*freedom*), *Net Generation* cenderung menghindari regulasi yang dinilai membatasi ruang gerak mereka dan lebih memilih untuk beraktivitas sesuai dengan preferensi pribadi. Oleh karena itu, strategi promosi perpustakaan

harus diformulasikan secara inovatif dan kontemporer dengan menerapkan pendekatan persuasif yang bebas dari unsur paksaan.

Melihat tren tersebut, media yang dipakai untuk promosi sudah sepatutnya menggunakan platform yang sedang tren di kalangan anak muda atau milenial. Pihak perpustakaan bisa memanfaatkan kebebasan memilih berbagai akun media sosial yang ada di internet. Merujuk pada penjelasan King (2015), ada banyak jenis media sosial yang berpotensi mendukung kegiatan perpustakaan, seperti Facebook, Twitter, YouTube, LinkedIn, Tumblr, Pinterest, Instagram, Snapchat, Vine, Google Plus, hingga Flickr.

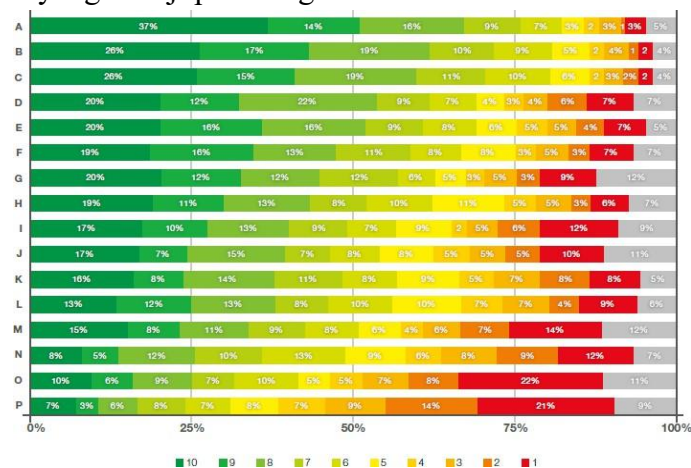
Beberapa jenis media sosial tersebut dapat diklasifikasikan dan dijabarkan karakteristiknya sebagai berikut:

1. *Platform* Facebook, pengguna bisa dengan mudah menambah teman baru serta saling mengirimkan pesan teks, foto, hingga video. Menariknya, eksistensi Facebook sebagai media sosial yang digemari oleh anak-anak milenial masih terus bertahan hingga saat ini.
2. Optimalisasi Twitter sebagai media sosial berperan penting dalam meningkatkan persentase ekspansi suatu komunitas. Platform ini memfasilitasi interaksi yang intensif guna memperkuat basis kelompok tersebut.
3. Pemanfaatan YouTube berpusat pada distribusi rekaman video berbasis online. Platform ini menyediakan fitur interaktif yang membantu pengguna membagikan konten, mengisi kolom komentar, serta mengarahkan penonton untuk memberikan rating, menyimpan video ke menu favorit atau bookmark, serta melakukan share ke platform digital lainnya.
4. Pendekatan LinkedIn berpusat pada pengembangan jaringan bisnis dan profesional. Platform ini dirancang khusus untuk menonjolkan spesifikasi kualifikasi kerja serta pemanfaatan berbagai instrumen media digital.
5. Karakteristik Tumblr berpusat pada penggunaan konten visual dan format animasi sebagai media penyampai informasi. Keunikan inilah yang membuat platform tersebut efektif digunakan oleh penggunanya dalam mengejar popularitas digital.
6. Kelebihan Pinterest terletak pada fungsinya sebagai mesin pencari digital. Platform ini memudahkan pengguna dalam menemukan referensi dan data informasi visual yang estetis serta memikat.
7. Fungsi utama Instagram berpusat pada pertukaran media foto dan video pendek. Integrasi dengan Facebook membawa perubahan besar pada sistem layanan dan fiturnya, yang sengaja diperbaiki guna menarik minat masyarakat dan memperluas jaringan penggunanya.
8. Fitur utama Snapchat berpusat pada pengiriman pesan multimedia berupa foto dan video. Pengguna diberikan keleluasaan untuk mengedit konten menggunakan teks atau coretan gambar, serta mengontrol waktu visibilitas tayangan konten tersebut.
9. Pemanfaatan Vine berorientasi pada ekosistem Twitter dengan menawarkan format konten visual yang menyerupai Instagram. Di tengah persaingan media sosial yang ketat, platform dengan basis massa yang masih terbatas ini memiliki ciri khas tersendiri, di mana pengguna hanya diizinkan membagikan rekaman video dengan durasi maksimal enam detik.
10. Kehadiran Google Plus, atau yang populer dengan sebutan G+, merupakan bagian dari langkah Google dalam membangun ekosistem jaringan sosial. Proyek ini diluncurkan setelah Google mengevaluasi platform jejaring sosial mereka sebelumnya, yakni Google Buzz.

11. Karakteristik Flickr berpusat pada manajemen penyimpanan gambar digital dan publikasi foto berbasis online. Fasilitas ini mempermudah interaksi visual di dalam komunitas, di mana para anggotanya dapat menyematkan dan menyebarluaskan koleksi foto tersebut ke dalam website pribadi mereka.
12. Popularitas WhatsApp di era digital saat ini mampu mengimbangi eksistensi Facebook, terutama di kalangan generasi milenial. Keunggulan utamanya terletak pada fleksibilitas fitur pertukaran data, di mana pengguna dapat mengirimkan pesan teks, file multimedia, hingga dokumen formal seperti format PDF, Microsoft Word, dan PowerPoint secara instan.

Tujuan Penggunaan Media Sosial oleh Perpustakaan

Data yang dihimpun melalui survei Taylor dan Francis di tiga negara, yaitu UK, US, dan India, memberikan gambaran mengenai maksud perpustakaan menggunakan platform media sosial, dengan rincian yang tersaji pada Bagan 1.



Bagan 1. Penjelasan mengenai tujuan perpustakaan di negara UK, US, dan India dalam menggunakan media sosial, yang diukur dari tingkat sangat penting hingga tidak terlalu penting.

Sumber: (Taylor and Francis 2014)

Deskripsi rinci serta penjelasan mengenai data yang terkandung dalam bagan tersebut dipaparkan sebagai berikut:

1. Melakukan diseminasi informasi dan promosi mengenai agenda kegiatan
2. Memasarkan ragam fasilitas serta layanan yang disediakan oleh perpustakaan
3. Mempromosikan khazanah sumber informasi serta koleksi literatur yang dimiliki perpustakaan
4. Menyampaikan pembaruan informasi terkait proses renovasi fisik bangunan perpustakaan
5. Menginformasikan dan mempromosikan pengadaan materi pustaka yang baru
6. Menyebarluaskan panduan penggunaan perpustakaan serta panduan pelaksanaan pameran
7. Menjembatani interaksi dan komunikasi antara mahasiswa baru dengan pihak universitas
8. Memfasilitasi integrasi dan partisipasi dalam komunitas akademik
9. Membangun jejaring dan konektivitas dengan komunitas sosial yang lebih luas
10. Menghubungkan institusi dengan para peserta didik yang menempuh pembelajaran jarak jauh

11. Berfungsi sebagai instrumen layanan pelanggan yang akomodatif dalam menampung keluhan, saran, permintaan, serta umpan balik
12. Melakukan kategorisasi atau pengindeksan informasi berdasarkan subjek-subjek khusus tertentu
13. Membangun konektivitas dan interaksi dengan calon peserta didik yang potensial
14. Berfungsi sebagai instrumen edukasi yang mengarahkan pada peningkatan literasi informasi, penguasaan teknologi, serta metodologi penulisan non-perpustakaan
15. Memberikan kontribusi dan dukungan terhadap substansi materi mata pelajaran atau perkuliahan
16. Dioptimalkan sebagai sarana riset untuk mengeksplorasi serta mengidentifikasi dokumen dan studi ilmiah resmi

Bagan ini mengonfirmasi bahwa fungsi komunikasi pemasaran atau promosi masih mendominasi alasan di balik pengoptimalan platform media sosial oleh institusi perpustakaan.

Manfaat Penggunaan Media Sosial oleh Perpustakaan

Menurut pandangan Kurniasih (2016), optimalisasi media sosial oleh institusi perpustakaan membawa beragam dampak positif yang signifikan. Keuntungan tersebut meliputi kemampuan menjangkau segmentasi pemustaka yang lebih luas dengan efisiensi anggaran yang tinggi serta eskalasi intensitas interaksi dengan publik. Selain itu, aktivitas pemasaran digital ini berkontribusi pada peningkatan kuantitas kunjungan, perluasan jejaring kolaborasi lintas sektor untuk memperkuat kapabilitas layanan, serta stimulasi partisipasi masyarakat dalam pembenahan kualitas perpustakaan. Pemanfaatan platform ini juga memangkas durasi dan biaya diseminasi informasi, mempercepat perluasan jangkauan akses layanan, mempermudah perolehan umpan balik instan, sekaligus memperkokoh citra positif serta reputasi kelembagaan di mata publik.

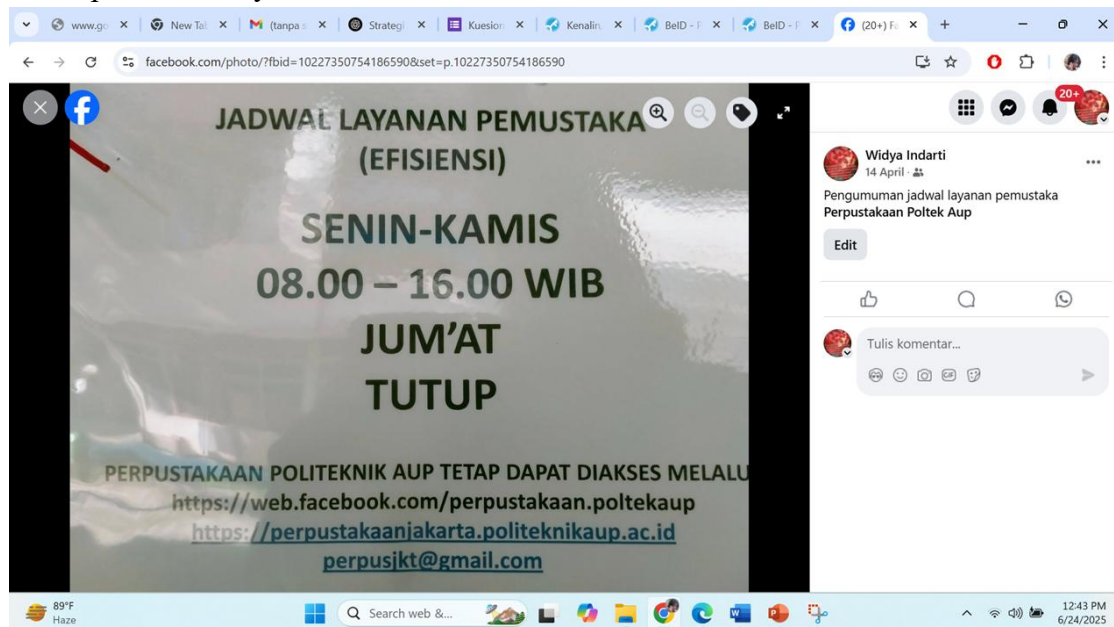
Promosi Perpustakaan di Perpustakaan Politeknik Ahli Usaha Perikanan

Sebagai langkah terobosan, Perpustakaan Politeknik Ahli Usaha Perikanan meluncurkan inovasi dalam memasarkan program layanan serta agenda kelembagaan dengan mengoptimalkan potensi kecerdasan media sosial. Adapun implementasi dari strategi promosi yang dijalankan oleh Perpustakaan Politeknik Ahli Usaha Perikanan tersebut meliputi beberapa bentuk aktivitas di bawah ini:

1. Penyelenggaraan agenda ilmiah seperti Seminar Nasional, lokakarya, maupun pelatihan dilakukan melalui kemitraan strategis dengan berbagai organisasi profesi dan instansi sektoral. Kerja sama ini melibatkan Ikatan Pustakawan Indonesia (IPI) Kota Jakarta, Forum Taman Bacaan Masyarakat (FTBM) Kota Jakarta, Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Jakarta Selatan, Dinas Pendidikan Kota Jakarta Selatan, serta Forum Perpustakaan Perguruan Tinggi (FPPTI) DKI Jakarta dan Forum Komunikasi Perpustakaan Perguruan Tinggi Negeri (FKP2TN) DKI Jakarta. Guna memaksimalkan diseminasi informasi, publikasi kegiatan tersebut memanfaatkan e-brosur yang didistribusikan secara masif melalui platform digital, termasuk WhatsApp Group, Facebook, serta situs web resmi Perpustakaan Politeknik Ahli Usaha Perikanan.
2. Pihak perpustakaan juga memanfaatkan situs web resminya yang beralamat di (<https://perpustakaanjakarta.politeknikaup.ac.id>) sebagai sarana promosi. Saat

mengunjungi laman ini, pengguna dapat menemukan dokumentasi dari berbagai kegiatan yang telah diselenggarakan, tautan menuju video YouTube, dan akses ke koleksi *e-resources*. Web ini juga mengulas sejarah berdirinya perpustakaan, menyediakan area tamu, serta memuat informasi sebaran lokasi kampus di Jakarta, Bogor, dan Serang. Bagi para pemustaka, tersedia area anggota yang memfasilitasi proses pendaftaran serta pengunggahan karya ilmiah secara daring, lengkap dengan pembaruan berita dan pengumuman penting.

3. Strategi sosialisasi institusi melalui Bimbingan Pemakai (*User Education*) difokuskan pada pengondisian mahasiswa baru terhadap layanan perpustakaan dan prosedur registrasi keanggotaan berbasis online. Modul pengenalan ini didistribusikan melalui kanal multimedia, seperti pemutaran video profil pada forum Masa Orientasi Taruna (MOSTAR) serta pengelolaan akun Facebook. Aktivitas interaksi di laman Facebook tersebut diwujudkan dalam bentuk penyediaan konten informatif, salah satunya berupa infografis jadwal operasional layanan.



4. Program bimbingan penelusuran literatur dalam agenda sosialisasi sumber informasi digital (*e-resources*), seperti:
 - a. Sistem pangkalan data ilmiah berbasis web yang beralamat di <http://e-repository.politeknikaup.ac.id> berfungsi sebagai wadah pelestarian aset intelektual milik Politeknik AUP. Infrastruktur ini mengarsipkan beragam jenis naskah akademik, mulai dari KIPA mahasiswa, tesis, disertasi, dokumen riset, hingga luaran publikasi berupa artikel jurnal dan prosiding seminar.
 - b. Sistem publikasi elektronik berbasis OJS pada laman <https://e-journal.politeknikaup.ac.id> mengintegrasikan berkas berkala ilmiah institusi, meliputi JKPT, JPPIK, Buletin Jalanindhitah Sarva Jivitam, dan Buletin Squalen ke dalam ekosistem digital Kementerian Kelautan dan Perikanan. Infrastruktur data ini juga memfasilitasi penerbitan tahunan Prosiding Seminar Nasional Kelautan dan Perikanan. Sebagai bentuk pengayaan konten, platform didukung oleh aplikasi Perpustakaan Digital berbasis hibah alumni yang kompatibel untuk instalasi pada perangkat PC maupun ponsel pintar Android.

- c. Sistem pangkalan data ilmiah <http://id.portalgaruda.org> yang dikenal sebagai Indonesian Publication Index (IPI) bertindak sebagai instrumen evaluasi akademik. Portal Garuda ini memegang peran krusial dalam pencarian literatur, tata kelola indeksasi, monitoring rekam jejak riset, sekaligus perumusan standarisasi mutu untuk artikel-artikel jurnal ilmiah di tingkat nasional.
- d. Infrastruktur jejaring data nasional <http://onesearch.id> atau Indonesia OneSearch merupakan sebuah skema integrasi repositori institusi perpustakaan di bawah pembinaan Perpustakaan Nasional RI. Portal tersebut bertindak sebagai gerbang tunggal untuk mengakses aset digital keperpustakaan di tingkat nasional.
- e. Sistem manajemen basis data Perpustakaan Nasional Republik Indonesia melalui portal e-resources berfungsi sebagai pusat penyimpanan aset digital kelembagaan. Infrastruktur penunjang literasi digital tersebut mengintegrasikan dokumen elektronik secara komprehensif, mulai dari buku teks digital, berkas jurnal, naskah artikel ilmiah, hingga media audiovisual yang bersumber dari hak langganan berbayar pada berbagai vendor mitra. Di samping konten berlangganan tersebut, terdapat pula jajaran platform akses terbuka yang dapat dimanfaatkan oleh segenap civitas akademika Politeknik AUP guna mendukung kegiatan akademis. Sumber daya digital mandiri ini meliputi pangkalan data nasional seperti Buku Sekolah Elektronik Kemendikbud RI, hingga jaringan jurnal dan buku internasional terkemuka seperti SpringerLink, JSTOR, *Directory of Open Access Journals*, serta *Directory of Open Access Books*.

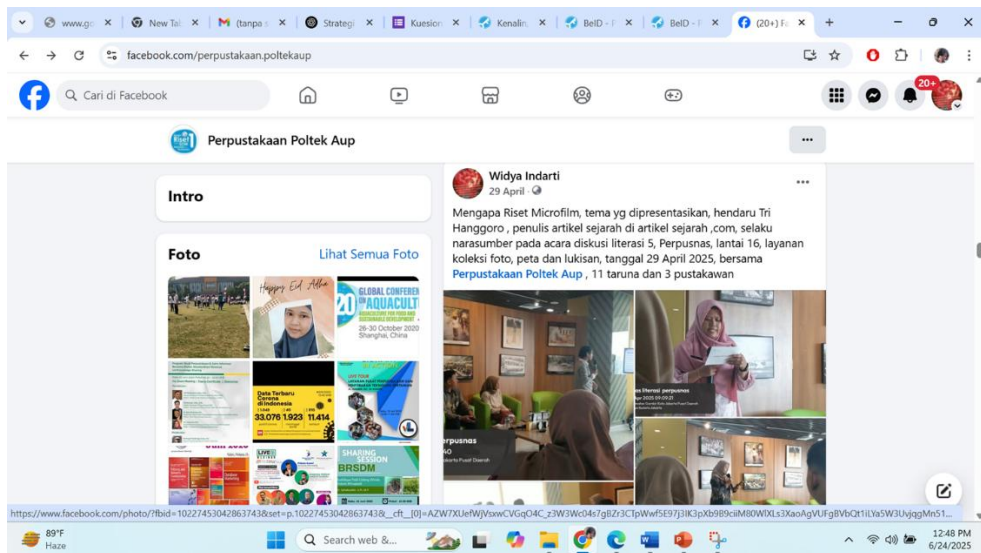
Untuk kebutuhan penelusuran tesis maupun disertasi global, pemustaka dapat mengakses *Open Access Theses and Dissertations*, OAPEN, dan *Directory of Open Access Repositories*. Akses terhadap literatur buku elektronik komprehensif juga difasilitasi oleh *Open Book* serta dokumen pembangunan melalui *OpenDocs*. Dalam hal pelacakan hak kekayaan intelektual dan dokumen paten dunia, civitas akademika dapat memanfaatkan jejaring *OpenPatent* yang terintegrasi dengan *United States Patent and Trademark Office*, *Espacenet*, serta *FreePatentsOnline*. Keperluan referensi ilmiah tingkat tinggi didukung pula oleh ketersediaan dokumen dari *The National Academies Press*, yang kemudian dilengkapi dengan instrumen evaluasi indeksasi global serta pemeringkatan jurnal ilmiah internasional mutakhir menggunakan pangkalan data Scopus dan Scimago Journal & Country Rank.



Gambar 1. E-Resources Perpunas RI

Pelaksanaan aktivitas pemasaran tersebut ditempuh secara personal oleh fungsional pustakawan maupun staf perpustakaan, di samping pemanfaatan media audiovisual yang diunggah secara berkala pada akun Facebook resmi Perpustakaan Politeknik AUP. Rangkaian strategi komunikasi ini terus mengalami proses transformasi dan pengembangan secara berkelanjutan guna mengoptimalkan jangkauan layanan.

5. Program Kelas Literasi Kelautan dan Perikanan diorientasikan untuk mengedukasi pemustaka mengenai tata cara pemanfaatan instrumen perpustakaan secara efektif dan efisien. Agenda rutin ini diselenggarakan baik dalam format bimbingan personal maupun pembelajaran klasikal, dengan target sasaran yang mencakup seluruh civitas akademika serta masyarakat luas. Sebagai bagian dari langkah modernisasi layanan, dokumentasi dan materi program tersebut kini tengah dipersiapkan untuk dipublikasikan secara digital melalui akun Facebook dan Instagram resmi institusi. Adapun implementasi dari visualisasi program literasi tersebut dapat dicermati melalui rangkaian dokumentasi berikut:



Gambar 2. Kegiatan Kelas Literasi Informasi di Perpustakaan Poltek AUP, dilakukan secara dua arah

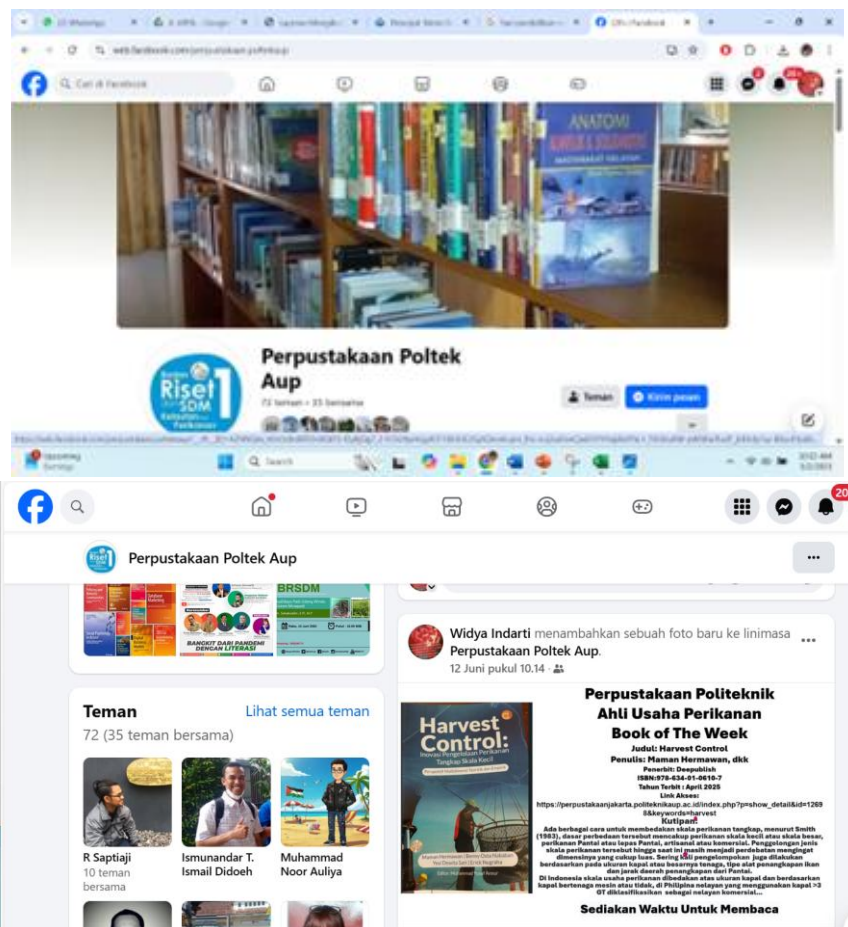


Gambar 3. Kegiatan Kelas Literasi di Perpustakaan KKP



Gambar 4. Kegiatan Kelas Literasi di BMKT KKP

6. Strategi penguatan aset intelektual kampus diwujudkan melalui program *Book of the Week* yang mengomunikasikan hasil pemikiran dan buku karya dosen internal Politeknik AUP. Inisiatif penyebaran konten lokal ini sedang diarahkan pada digitalisasi informasi dengan memanfaatkan platform Facebook sebagai media pengarsipan publik. Implementasi digital dari program promosi literatur ini dapat dilihat melalui halaman resmi <https://www.facebook.com/perpustakaan.poltekaup>.



7. Ekosistem kemitraan kelembagaan dibangun dengan menggandeng pemangku kepentingan sektor keperpustakaan di Jakarta Selatan, termasuk IPI, FTBM, FPPTI DKI Jakarta, FKP2TN Jakarta, dan komunitas perguruan tinggi setempat. Saluran komunikasi instan

seperti WhatsApp Group difungsikan sebagai ruang diskusi taktis mengenai inovasi tata kelola perpustakaan, sementara YouTube bertindak sebagai kanal penyiaran utama. Strategi kehumasan ini diperkuat pula oleh kolaborasi praktis bersama *SLiMS Community* Jakarta dan pemanfaatan media visual Instagram milik *Marine Archipelago Library*.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa strategi promosi perpustakaan melalui media sosial berperan penting dalam meningkatkan keterlibatan taruna-taruni Politeknik Ahli Usaha Perikanan terhadap layanan perpustakaan. Pemanfaatan berbagai kanal digital seperti *website*, *Facebook*, *WhatsApp*, *Instagram*, *YouTube*, *e-brosur*, *repository*, *e-journal*, *e-resources*, serta program kelas literasi mampu memperluas jangkauan informasi, mempercepat komunikasi antara pustakawan dan pemustaka, serta meningkatkan kesadaran taruna-taruni terhadap keberadaan layanan, koleksi, dan kegiatan perpustakaan. Strategi yang efektif tidak hanya terletak pada penggunaan media sosial sebagai sarana publikasi, tetapi juga pada kemampuan perpustakaan menyajikan konten edukatif, informatif, visual, interaktif, dan relevan dengan kebutuhan akademik taruna-taruni di bidang kelautan dan perikanan. Penelitian selanjutnya disarankan untuk menggunakan pendekatan kuantitatif atau campuran dengan melibatkan jumlah responden yang lebih luas agar efektivitas setiap platform media sosial dapat diukur secara lebih objektif, misalnya melalui tingkat kunjungan, intensitas interaksi, kepuasan pengguna, serta pengaruh promosi digital terhadap pemanfaatan koleksi dan layanan perpustakaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aharony, N. (2012). Facebook use in libraries: An exploratory analysis. *Aslib Proceedings*, 64(4), 358–372. <https://doi.org/10.1108/00012531211244725>
- Assauri, S. (2007). *Manajemen Pemasaran*. Raja Grafindo Persada.
- Barner, K. (2011). The library is a growing organism: Ranganathan's fifth law of library science and the academic library in the digital era. *Library Philosophy and Practice*, 548.
- Choi, N., & Joo, S. (2021). Understanding public libraries' challenges, motivators, and perceptions toward the use of social media for marketing. *Library Hi Tech*, 39(2), 352–367. <https://doi.org/10.1108/LHT-06-2019-0124>
- Chu, S. K. W., & Du, H. S. (2013). Social networking tools for academic libraries. *Journal of Librarianship and Information Science*, 45(1), 64–75. <https://doi.org/10.1177/0961000611434361>
- Darmono. (2007). *Perpustakaan Sekolah: Pendekatan Aspek Manajemen dan Tata Kerja*. Grasindo.
- Fraser-Arnott, M. (2023). Academic library marketing in the post-COVID world. *The Journal of Academic Librarianship*, 49(4), 102744. <https://doi.org/10.1016/j.acalib.2023.102744>
- Garoufallou, E., Zafeiriou, G., Siatri, R., & Balapanidou, E. (2013). Use of social media by Greek academic libraries. *New Review of Academic Librarianship*, 19(3), 242–255. <https://doi.org/10.1080/13614533.2013.818466>
- Gmiterek, G. (2021). Polish university libraries social networking services during the COVID-19 pandemic spring term lockdown. *The Journal of Academic Librarianship*, 47(3), 102331. <https://doi.org/10.1016/j.acalib.2021.102331>
- Guo, Y., Lam, A. H. C., Chiu, D. K. W., & Ho, K. K. W. (2022). Social media for library marketing: Sustainability of libraries through user engagement. *The Electronic Library*, 40(5), 554–571. <https://doi.org/10.1108/EL-10-2021-0201>

- Harrison, A., Burrell, R., Velasquez, S., & Schreiner, L. (2017). Social media use in academic libraries: A phenomenological study. *The Journal of Academic Librarianship*, 43(3), 248–256. <https://doi.org/10.1016/j.acalib.2017.02.014>
- Howard, H. A., Huber, S., Moore, E. A., & Lindsay, E. (2018). Academic libraries on social media: Finding the students and the information they want. *Information Technology and Libraries*, 37(1), 8–18. <https://doi.org/10.6017/ital.v37i1.10160>
- Ihejirika, K. T., & Goulding, A. (2021). Rethinking academic library use of social media for marketing: Management strategies for sustainable user engagement. *Journal of Library Administration*, 61(1), 58–85. <https://doi.org/10.1080/01930826.2020.1845547>
- Jones, M. J., & Harvey, M. (2019). Library 2.0: The effectiveness of social media as a marketing tool for libraries in educational institutions. *Journal of Librarianship and Information Science*, 51(1), 3–19. <https://doi.org/10.1177/09610006166668959>
- Joo, S., Choi, N., & Baek, T. H. (2018). Library marketing via social media: The relationships between Facebook content and user engagement in public libraries. *Online Information Review*, 42(6), 940–955. <https://doi.org/10.1108/OIR-10-2017-0280>
- Mensah, M., & Onyancha, O. B. (2021). A social media strategy for academic libraries. *The Journal of Academic Librarianship*, 47(6), 102462. <https://doi.org/10.1016/j.acalib.2021.102462>
- Mensah, M., & Onyancha, O. B. (2022). Building and enhancing library services: Patrons' awareness of and engagement with social media in academic libraries in Ghana. *Journal of Librarianship and Information Science*, 54(4), 604–621. <https://doi.org/10.1177/096100062111036738>
- Nguyen, L. C. (2015). Establishing a participatory library model: A grounded theory study. *The Journal of Academic Librarianship*, 41(4), 475–487. <https://doi.org/10.1016/j.acalib.2015.03.018>
- Stewart, B., & Walker, J. (2018). Build it and they will come? Patron engagement via Twitter at historically Black college and university libraries. *The Journal of Academic Librarianship*, 44(1), 118–124. <https://doi.org/10.1016/j.acalib.2017.09.014>
- Stvilia, B., & Gibradze, L. (2014). What do academic libraries tweet about, and what makes a library tweet useful? *Library and Information Science Research*, 36(3–4), 136–141. <https://doi.org/10.1016/j.lisr.2014.07.001>