

## Dampak Media Sosial Terhadap Pemasaran Informasi Di Perpustakaan Universitas Lancang Kuning

Indah Chintami Andira<sup>a</sup>, Leady Yurmeli Br Barus<sup>b</sup>, Nining Sudiar<sup>c</sup>

<sup>a</sup>Program Studi Ilmu Perpustakaan, Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Lancang Kuning, Indahchintami12@gmail.com

<sup>b</sup>Program Studi Ilmu Perpustakaan, Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Lancang Kuning, leadyyurmeli1@gmail.com

### Abstract

*In this 4.0 era, the majority of people are already using social media. Not only individuals, social media is also made for organizations and institutions. Each institution has a library with its own advantages. In this day and age, most university libraries are already using a digital system, although the manual system is still there. UNILAK libraries use social media as a library marketing tool. This strategy is used for various purposes, namely to promote the printed collection as well as the collection of e-books and e-journals. The use of social media is very effective to inform users about new collections. Not only informing about collections, social media can also be used to inform services and activities in the library. Another benefit of using social media in this library is that information sharing becomes more effective and reaches a wider range of users. Social media for libraries can also encourage librarians to innovate and increase creativity in creating new forms of service that have not existed before in libraries. To provide information about the services available in the library, a librarian can not only inform in written form, but can also do so by informing it through moving images equipped with sound (audio visual).*

**Keywords:** Information marketing; social media

### Abstrak

Di era 4.0 ini mayoritas masyarakat sudah menggunakan media sosial. Tidak hanya perorangan media sosial juga di buat untuk organisai dan institusi. Setiap institusi memiliki Perpustakaan dengan keunggulan masing masing.pada zaman sekarang ini kebanyakan perpustakaan Perguruan tinggi sudah menggunakan sistem digital walaupun sistem manual nya tetap masih ada. Perpustakaan UNILAK menggunakan media sosial sebagai alat pemasaran perpustakaan. Strategi ini digunakan untuk berbagai keperluan, yaitu untuk mempromosikan koleksi tercetak maupun koleksi e-book dan e-journal. Penggunaan media sosial sangat efektif untuk menginformasikan kepada pengguna tentang adanya koleksi baru. Tidak hanya menginformasikan tentang koleksi, media sosial dapat digunakan juga untuk menginformasikan layanan dan kegiatan-kegiatan yang ada di perpustakaan. Manfaat lainnya dari penggunaan media sosial di perpustakaan ini adalah berbagi informasi menjadi lebih efektif dan menjangkau pengguna yang lebih luas. Media sosial bagi perpustakaan juga dapat mendorong para pustakawan untuk berinovasi dan meningkatkan kreatifitas menciptakan bentuk-bentuk layanan baru yang belum ada sebelumnya di perpustakaan. Untuk memberikan informasi tentang layanan yang ada di perpustakaan, seorang pustakawan tidak hanya bisa menginformasikannya dalam bentuk tulisan saja, tetapi juga dapat dilakukan dengan menginformasikannya lewat gambar bergerak yang dilengkapi dengan suara (audio visual).

**Kata kunci:** Pemasaran informasi; media sosial



*This work is licensed under Creative Commons Attribution License 4.0 CC-BY International license*

### PENDAHULUAN

Di era 4.0 ini mayoritas masyarakat sudah menggunakan media sosial. Tidak hanya perorangan media sosial juga di buat untuk organisai dan institusi. Setiap institusi memiliki Perpustakaan dengan keunggulan masing masing.pada zaman sekarang ini kebanyakan perpustakaan Perguruan tinggi sudah menggunakan sistem digital walaupun sistem manual nya tetap masih ada. Perpustakaan adalah sumber informasi yang pastinya semua orang membutuhkannya untuk menambah wawasan serta ilmu mereka dengan cara membaca koleksi yang ada di perpustakaan. Tapi tidak semua orang ingin datang ke perpustakaan melainkan mereka hanya mencari informasi tanpa harus datang ke perpustakaan. Melalui media sosial lah mereka bisa mendapatkan informasi tanpa harus ke perpustakaan.

Berdasarkan latar belakang diatas tentunya ada dampak dibalik pemasaran informasi perpustakaan melalui media sosial. Dampak inilah yang akan kami kaji alam artikel ini, baik itu dampak positif maupun dampak negatifnya.

Hal ini menjadikan penulis berkeinginan untuk menulis tentang Dampak Media Sosial Terhadap Pemasaran Informasi Perpustakaan sebuah Studi Kasus Di Perpustakaan Universitas Lancang Kuning. Mengapa penulis menjadikan Perpustakaan Universitas Lancang Kuning sebagai obyek penelitian karena Perpustakaan Universitas Lancang Kuning telah lama memiliki media sosial sebagai sarana informasi dan komunikasi.

## **METODE PENELITIAN**

Menurut Nawawi (1993), penelitian kualitatif adalah proses menjaring informasi dan kondisi yang sebenarnya dalam kehidupan suatu objek yang dihubungkan dengan pemecahan suatu masalah baik dari sudut pandang teoritis maupun praktis. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis deskriptif agar penelitian dapat dilakukan secara mendalam dan menyeluruh. Peneliti mengamati dampak media sosial khususnya yang telah dilaksanakan oleh Perpustakaan Universitas Lancang Kuning.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Media Sosial Perpustakaan Universitas Lancang Kuning**

Perpustakaan Universitas Lancang Kuning memiliki beberapa media sosial. Media sosial Perpustakaan Universitas Lancang Kuning bertujuan untuk berinteraksi secara masif dan terstruktur dengan pengguna perpustakaan. Media sosial Perpustakaan Universitas Lancang Kuning dikelola oleh Humas Perpustakaan Universitas Lancang Kuning. Humas Perpustakaan Universitas Lancang Kuning ini yang mengisi konten media sosial dan merespon pengguna yang bertanya atau memberikan masukan, kritik dan saran. Media Sosial Perpustakaan Universitas Lancang Kuning antara lain:

- WhatsApp (wa)

WhatsApp adalah aplikasi chatting yang memungkinkan penggunanya untuk berbagi file dan gambar, serta melakukan panggilan suara dan videocall secara gratis. WhatsApp juga dapat dimanfaatkan sebagai alat promosi yang efektif namun sifatnya personal.

WhatsApp (wa) Perpustakaan Universitas Lancang Kuning merupakan salah satu media sosial yang dimiliki oleh Perpustakaan Universitas Lancang Kuning. Melalui WhatsApp (wa), Perpustakaan Universitas Lancang Kuning menyampaikan informasi terkini tentang perpustakaan. Berita terbaru dan kondisi perpustakaan terkini masuk dalam WhatsApp (wa) Perpustakaan Universitas Lancang Kuning. Pemustaka dapat mengetahui perkembangan terbaru perpustakaan melalui WhatsApp (wa). Pemustaka dapat bertanya secara langsung kepada humas seputar masalah perpustakaan. Pihak humas akan segera menjawab setiap pertanyaan yang masuk dalam WhatsApp (wa) Universitas Lancang Kuning. WhatsApp (wa) Perpustakaan Universitas Lancang Kuning juga menginformasikan mengenai info-info kegiatan di perpustakaan, misal seperti seminar, talkshow, musik akustik, bazar, call for paper dan lain-lain. Pemustaka dapat menghubungi admin Perpustakaan



Gambar 1. WhatsApp (wa) Perpustakaan Universitas Lancang Kuning



Gambar 2. Story WhatsApp (wa) Perpustakaan Universitas Lancang Kuning

- Facebook

Facebook memang sudah lewat masa kejayaannya. Namun masih digemari oleh beberapa kalangan. Facebook masih dianggap efektif dan efisien dalam menyampaikan informasi, merepresentasikan suatu lembaga dan berjejaring. Facebook mampu memberikan feedback secara langsung sehingga tercipta komunikasi antar pribadi. Untuk itu, Perpustakaan Universitas Lancang Kuning memiliki facebook untuk menampilkan produk dan layanan serta dapat menjalin komunikasi dengan para pemustaka. Facebook Perpustakaan Universitas Universitas Lancang Kuning memiliki alamat [facebook.com/perpustakaanunilak](https://www.facebook.com/perpustakaanunilak).



Gambar 3. Facebook Perpustakaan Universitas Lancang Kuning

- Instagram

Instagram adalah salah satu sosial media yang dapat dikatakan masih baru, namun Instagram sudah mampu memberikan hasil yang memuaskan bagi para pihak yang ingin memasarkan produk atau jasanya. Perpustakaan Universitas Lancang Kuning juga memanfaatkan instagram sebagai salah satu media sosial untuk berkomunikasi dengan pemustaka melalui foto dan gambar. Instagram Perpustakaan Universitas Lancang Kuning memiliki 478 posts, serta memiliki 2021 followers dan 566 following.



Gambar 4. Instagram Perpustakaan Universitas Lancang Kuning

- YouTube

Siapa saat ini yang tidak mengenal Youtube? Semua orang sangat akrab dengan youtube. Youtube berdiri pada Februari 2005 dan telah berkembang dengan pesat. Pertumbuhan waktu menonton di youtube semakin cepat dan naik minimal 50% dari tahun ke tahun selama 3 tahun berturut-turut. Youtube menjadi mesin pencari terbesar kedua di dunia setelah google. Maka memilih video sebagai alat promosi merupakan pilihan yang bijak. Metode ini cukup efektif untuk menarik minat konsumen atau pengguna. Pengguna merasa lebih mudah mengikuti suatu panduan dengan youtube. Perpustakaan Universitas Lancang Kuning juga memilih youtube sebagai sarana promosi dan komunikasi dengan para pengguna. Melalui youtube informasi yang hendak disampaikan akan lebih mudah diterima dan jelas ditangkap oleh pemustaka. Perpustakaan Universitas Lancang Kuning memanfaatkan youtube untuk membagi informasi mengenai sekilas informasi mengenai perpustakaan, suatu kegiatan, layanan terbaru dan lain sebagainya.



Gambar 5. Youtube Perpustakaan Universitas Lancang Kuning

## SIMPULAN

Perpustakaan UNILAK menggunakan media sosial sebagai alat pemasaran perpustakaan. Strategi ini digunakan untuk berbagai keperluan, yaitu untuk mempromosikan koleksi tercetak maupun koleksi e-book dan e-journal. Penggunaan media sosial sangat efektif untuk menginformasikan kepada pengguna tentang adanya koleksi baru. Tidak hanya menginformasikan tentang koleksi, media sosial dapat digunakan juga untuk menginformasikan layanan dan kegiatan-kegiatan yang ada di perpustakaan. Manfaat lainnya dari penggunaan media sosial di perpustakaan ini adalah berbagi informasi menjadi lebih efektif dan menjangkau pengguna yang lebih luas. Media sosial bagi perpustakaan juga dapat mendorong para pustakawan untuk berinovasi dan meningkatkan kreatifitas menciptakan bentuk-bentuk layanan baru yang belum ada sebelumnya di perpustakaan. Untuk memberikan informasi tentang layanan yang ada di perpustakaan, seorang pustakawan tidak hanya bisa menginformasikannya dalam bentuk tulisan saja, tetapi juga dapat dilakukan dengan menginformasikannya lewat gambar bergerak yang dilengkapi dengan suara (audio visual). Informasi tersebut dapat berupa video tutorial tentang bagaimana cara memanfaatkan layanan-layanan di perpustakaan atau informasi-informasi yang lainnya. Informasi-informasi yang telah dibuat tersebut, dapat dibagikan melalui beberapa media sosial yang menyediakan fitur-fitur untuk berbagi video.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aditya Firmansyach Putra. *Menyelamatkan Generasi Millenial Melalui Media Sosial*. <https://www.kompasiana.com/adityafirmansyach/5db115ea097f364c2750f752/menyelamatkan-generasi-millenial-melalui-media-sosial>. Diakses 3 Desember 2019.
- Boyd, danah. 2009. *“Social Media is Here to Stay... Now What?”* Microsoft Research Tech Fest, Redmond, Washington, February 26.
- Carr, CT., & Hayes, RA. (2015). *Social Media: Defining, Developing, and Divining*. *Atlantic Journal of Communication*, 23, 46-45.
- Kaplan M., Haenlein Michael. 2010. *“Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media”*. *Business Horizons*. 53 (1). p. 61
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2012. *Marketing Management 13*. New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.
- Nasrullah, Rulli. 2015. *Media Sosial: Prosedur, Tren, dan Etika*. Simbiosis Rekatama Media: Bandung.
- Nawawi, H. Hadari. 1993. *Metode Penelitian Deskriptif*. Gajah Mada University Press. Yogyakarta.
- Puntoadi, Danis. 2011. *Meningkatkan Penjualan Melalui Sosial Media*. Elex-Gramedia.