

# Promosi Perpustakaan Melalui Instagram: Studi di Perpustakaan Universitas Airlangga

*by* Putut Suharso

---

**Submission date:** 09-Nov-2019 12:45AM (UTC+0700)

**Submission ID:** 1209897040

**File name:** Papers\_PUBLIS-\_putut\_UNDIP.doc (1.85M)

**Word count:** 3104

**Character count:** 21435

## PROMOSI PERPUSTAKAAN MELALUI INSTAGRAM: STUDI DI PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS AIRLANGGA

### LIBRARY PROMOTION THROUGH THE INSTAGRAM: LIBRARY AIRLANGGA UNIVERSITY

Putut Suharso <sup>1,2\*</sup>, dan Aninda Nurwindu Pramesti <sup>1</sup>

<sup>12</sup>  
<sup>1</sup> Program Studi S1 Ilmu Perpustakaan, Fakultas Ilmu Budaya Universitas Diponegoro, Semarang 50275, Indonesia  
<sup>2</sup> Pusat Studi Ilmu Informasi dan Pengembangan Perpustakaan, Jl. Prof. Soedarto, SH. Tembalang,  
Universitas Diponegoro, 50275, Indonesia

**Abstrak.** Artikel berisi tentang bagaimanakah promosi perpustakaan lewat media sosial Instagram. Disini melihat salah satu akun perpustakaan perguruan tinggi yaitu Universitas Airlangga. Bagaimana berkomunikasi dengan pemustaka lewat instagram merupakan suatu yang efektif dalam melakukan sebuah promosi di perpustakaan perguruan tinggi. Artikel ini juga melihat bagaimana bentuk-bentuk interaksi yang ditawarkan aplikasi Instagram dan bagaimana pihak Perpustakaan Universitas Airlangga menggunakan fasilitas yang terdapat di Instagram itu sendiri. Melakukan Observasi melalui akun Instagram Universitas Airlangga dan melakukan studi pustaka Untuk melihat bagaimana perpustakaan Universitas Airlangga melakukan promosi perpustakaan lewat Instagram. Perpustakaan perpustakaan Airlangga cukup memanfaatkan semua fasilitas yang ada di Instagram dalam melakukan promosi perpustakaan. Perpustakaan telah menggunakan Fasilitas Instagram Story, Upload Video, upload Foto, bahkan melakukan Live Instagram guna melakukan Promosi Perpustakaan.

**Keywords:** Promosi Perpustakaan, Perpustakaan Perguruan Tinggi, Media Sosial, Instagram

**Abstract.** The article contains about how to promote the library through Instagram. Here you can see one of the tertiary account libraries, Airlangga University. How to communicate with users through Instagram is an effective way to do a promotion in the college library. This article also looks at the forms of interaction that the Instagram application offers and how the Airlangga University Library uses the facilities found on Instagram itself. Conduct Observations through Airlangga University Instagram Accounts and conduct Literature Studies To see how Airlangga University Library conducts library promotions via Instagram. Airlangga Library Library is enough to take advantage of all the facilities available on Instagram in promoting libraries. The library has used Instagram Story Facility, Upload Videos, upload Photos, and even do Instagram Live to do Library Promotion.

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

---

\* Corresponding Author. E-mail: [putut.suharso@live.undip.ac.id](mailto:putut.suharso@live.undip.ac.id)  
Tel: +62-8157122025

## PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi telah berkembang secara pesat. Dahulu komunikasi memiliki banyak keterbatasan. Namun sekarang, dengan smartphone kita dapat berkomunikasi bukahanya secara verbal namun juga lewat gambar. Tingginya pengguna internet di Indonesia diyakini selaras dengan meningkatnya aktifitas di media sosial. Selain Facebook, aplikasi yang kerap digunakan oleh banyak kalangan adalah Instagram. Salah satu aplikasi yang mendukung komunikasi lewat gambar. Instagram sendiri fokus terhadap komunikasi lewat gambar ini. Facebook sebenarnya juga mengakomodasi komunikasi lewat gambar, namun Facebook tidak fokus terhadap komunikasi lewat gambar tersebut. Walaupun kini fitur-fitur yang ada di Instagram telah ada sebagian di Facebook namun tidak berarti penggunaanya sama.

Data yang dikeluarkan CupoNations tahun 2019, Indonesia menjadi pengguna ke 4 terbesar di dunia yang mencapai 56 juta penduduk atau 20,97% dari jumlah penduduk. Urutan pertama Amerika Serikat, ke-2 Brasil dan ke 3 India (Mudassir, 2019). Jenjang usia pengguna Instagram dan pengguna Facebook sangat terlihat bedanya. Apabila Facebook dari usia 18 - 34 tahun maka rentang usia pengguna Instagram adalah 18 - 24 tahun dimana merupakan usia aktif seorang menjadi mahasiswa. Dengan pengguna lebih dari 20% jumlah populasi di Indonesia tentu saja Instagram bisa dipertimbangkan sebagai sarana promosi di Perpustakaan Perguruan Tinggi.

Penelitian yang dilakukan DeCoster & Naatus (2017) lalu mengatakan bahwa transisi ke media sosial yang dilakukan di perpustakaan akademik di sebuah kota kecil di Amerika dari Facebook ke Instagram oleh mahasiswa jurusan bisnis memberikan manfaat yang signifikan bagi perpustakaan akademik, selain itu manfaat lainnya adalah perpustakaan dapat menjalin hubungan kolaboratif dengan departemen akademik, meningkatkan kualitas dan frekuensi posting media sosial (Instagram), meningkatkan keterlibatan siswa dengan perpustakaan, dan mengurangi tekanan pada pustakawan profesional. Sedangkan di Indonesia, promosi perpustakaan perguruan tinggi di Pekanbaru (yang terdiri dari, Universitas Lancang Kuning, Universitas Riau, Universitas Islam Riau, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Khasim, Universitas Abdurrab, dan Universitas Muhammadiyah Pekanbaru) menggunakan media lain di banding

menggunakan Instagram maupun media sosial lainnya. Promosi masih dilakukan dengan cara yang tradisional seperti membuat brosur, membuat baliho, dll. Hal ini berdasar penelitian yang dilakukan Sudiar, Mafar, & Rosman (2017).

Padahal banyak jalan promosi lain yang dapat dilakukan oleh perpustakaan. Perpustakaan perguruan tinggi dapat menyebarkan promosi lewat Instagram dengan berkonsentrasi pada komunikasi gambar. Penyebaran Informasi dapat berupa penyampaian kegiatan perpustakaan, koleksi baru atau hal-hal yang berkaitan dengan perpustakaan yang nantinya akan disampaikan melalui akun Instagram yang dimiliki oleh perpustakaan. Perpustakaan adalah lembaga non-profit yang memiliki banyak fungsi yang bisa dimanfaatkan sebanyak-banyaknya oleh pemustaka. Pemanfaatan Perpustakaan di Indonesia masih tergolong rendah. Salah satu cara untuk meningkatkan pemanfaatan Perpustakaan adalah meningkatkan jumlah kunjungan pemustaka. Dan salah satu cara untuk meningkatkan jumlah kunjungan adalah dengan melakukan kegiatan promosi.

Dengan melakukan kegiatan promosi maka pemustaka akan mengenal perpustakaan. Mengetahui perpustakaan oleh para pemustaka dan pengguna potensial akan mempermudah pihak perpustakaan sendiri dalam menyebarkan kegiatan perpustakaan serta dapat membantu perpustakaan mendapatkan citra positif di mata pemustaka. Tentu saja bahwa perpustakaan tidak memiliki dana berlebih dalam melakukan promosi.

Namun dilain sisi bahwa perpustakaan wajib dimanfaatkan bagi pemustaka. Instagram bisa menjadi salah satu opsi Perpustakaan Perguruan Tinggi dalam melakukan promosi secara efektif karena dilihat dari pengguna yang cukup mencakup kalangan mahasiswa. Selain itu pembuatan akun Instagram tidak memerlukan biaya tambahan. Tantangannya ada pada pemanfaatan Instagram itu sendiri. Cara bagaimana pustakawan bisa mengeksplor lebih banyak aplikasi Instagram sebagai media promosi di perpustakaan perguruan tinggi.

Penggunaan media sosial seperti Instagram menurut penelitian yang dilakukan Aras & Çolaklar (2015) bahwa Perpustakaan Perguruan Tinggi dapat menggunakan media sosial untuk memberi tahu penggunaannya tentang materi dan sumber daya baru, untuk memberikan informasi tentang perpustakaan, mensosialisasikan acara, melakukan kampanye perpustakaan, serta kegiatan yang berkaitan dengan sosial dan budaya.

Hal tersebut sangat sejalan dengan pemanfaatan media sosial instagram di Perpustakaan Universitas Airlangga yang memiliki akun instagram bernama @unairlibrary. Perpustakaan tersebut menggunakan akun instagram tersebut untuk melakukan kegiatan promosi dan penyebaran Informasi lainnya yang berkaitan dengan Perpustakaan. Konten yang diposting diantaranya adalah kegiatan Perpustakaan Universitas Airlangga, Mempromosikan Buku yang baru datang, memperkenalkan layanan dan cara pemanfaatan layanan di Perpustakaan Universitas Airlangga, selain itu masih banyak hal lainnya yang di unggah di akun instagram tersebut.

## KAJIAN LITERATUR

### Promosi Perpustakaan

Kegiatan promosi perpustakaan perlu dilakukan agar seluruh kegiatan yang berhubungan dengan perpustakaan dapat diketahui oleh masyarakat pengguna perpustakaan. Namun, pada kenyataannya menunjukkan jumlah pengunjung yang datang ke perpustakaan masih belum sesuai dengan target yang diharapkan. Ironinya, saat ini apresiasi masyarakat terhadap perpustakaan masih relatif rendah. Kegiatan promosi perpustakaan menjadi bagian penting dalam menyadarkan masyarakat akan arti penting ilmu pengetahuan yang disediakan oleh perpustakaan melalui berbagai jenis sumber informasi yang diberikan oleh perpustakaan.

Menurut Islam & Islam (2009) promosi merupakan faktor penentu keberhasilan suatu program pemasaran, betapapun berkualitasnya suatu produk dan jasa, bila konsumen/masyarakat belum pernah mendengarnya dan tidak yakin bahwa produk ini akan berguna bagi mereka, maka mereka tidak akan pernah membelinya. Begitupun Perpustakaan. Tidak dapat dipungkiri bahwa perpustakaan memiliki banyak manfaat bagi masyarakat. Namun, apakah masyarakat itu sendiri mengenai manfaat perpustakaan yang bisa mereka gunakan? Disinilah peran promosi perpustakaan dibutuhkan. Promosi perpustakaan berfungsi meningkatkan kesan masyarakat terhadap citra perpustakaan supaya lebih meningkat dan baik dimata masyarakat dengan harapan masyarakat dapat tertarik untuk kemudian memanfaatkan dan datang ke perpustakaan (Utomo, 2019). Promosi sendiri menjadi ajang komunikasi antara perpustakaan dan pemustaka. Komunikasi ini nantinya akan meningkatkan interaksi antara

perpustakaan dan pemustaka sehingga memiliki keterikatan yang kuat antara perpustakaan dan pemustaka.

Apabila hal ini berhasil dilakukan dan masyarakat disekitar berdirinya perpustakaan tersebut sudah memahami bahwa ada hasil yang mereka dapatkan apabila memanfaatkan perpustakaan dengan baik maka dengan sendirinya jumlah pemanfaatan perpustakaan akan meningkat dengan sendirinya.

Tujuan dilakukannya promosi perpustakaan menurut Mustofa (2017) adalah memperkenalkan semua informasi dan sumber informasi yang dimiliki perpustakaan guna menarik perhatian masyarakat dan nantinya perpustakaan akan memanfaatkannya secara optimal. Pada akhirnya tujuan utama perpustakaan adalah untuk dapat dimanfaatkan oleh pemustaka secara maksimal. Promosi sendiri merupakan salah satu jalan menuju tujuan akhir tersebut. Dengan promosi yang beberapa fungsinya adalah untuk memberikan informasi dan pemberi kesan kepada masyarakat maka akan sangat mendukung tujuan akhir perpustakaan itu sendiri.

### Instagram

Instagram merupakan situs jejaring sosial (media sosial) dengan pertumbuhan tercepat di dunia. Menurut Sheldon & Bryant (2016) instagram diciptakan sehingga para pemilik smartphone akan merasa bahwa kamera yang terpasang di gawainya tidak sia-sia. Kamera gawainya akan dapat dimanfaatkan secara maksimal dalam menangkap gambar maupun video. Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto dan Video yang memungkinkan pengguna mengambil foto dan video, menerapkan filter digital dan stiker digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik Instagram sendiri. Instagram dapat terkoneksi langsung dengan aplikasi media sosial yang lain seperti Twitter dan Facebook. Instagram juga mampu melakukan proses edit terhadap foto dan video sebelum diunggah ke jaringan. Foto dan video yang diunggah melalui Instagram dapat diunggah sebanyak-banyaknya tanpa adanya batasan jumlah unggahan tertentu. Ukurannya pun bukan menjadi masalah, namun untuk video dibatasi menjadi 1 menit. Selain itu dalam satu link upload bisa memuat 10 foto/video.

Aplikasi Instagram sekilas mirip dengan aplikasi Facebook dimana penggunaannya bisa melakukan upload foto dan video, bisa memberikan like serta

bisa menuliskan komentar-komentar. Namun, Instagram dan Facebook memiliki perbedaan. Instagram sangat fokus pada tujuannya yaitu komunikasi melalui gambar baik foto maupun video.

Melalui Instagram penggunanya dapat memaksimalkan fitur kamera yang terdapat pada gawainya. Pengguna Instagram dituntut untuk kreatif dalam mengunggah sesuatu karena komunikasi yang dilakukan bukan secara verbal, namun melalui gambar. Bagaimana dengan gambar para pengikut memahami hasil unggahan dari unggahan.

Untuk mengunggah gambar di Instagram bukanlah suatu hal yang rumit. Pengguna tinggal mengambil gambar, mengambil video, atau memilih gambar/video dari galeri smartphone. Kemudian koneksikan ke internet, dan membuka aplikasi Instagram di Smartphone. Kemudian upload ke server Instagram. Foto yang telah diupload secara otomatis dibagikan kepada followers sekaligus server pusat.

Setiap orang dapat "berkomunikasi" dengan foto. Ini adalah bentuk komunikasi yang baru dimana komunikasi tidak lagi berupa verbal tapi juga dalam bentuk gambar, Salamoon dalam Permatasari (2016)

### Promosi Perpustakaan melalui Instagram

Instagram digunakan oleh pelaku bisnis dalam memasarkan produknya menjadi lebih mudah karena sasaran pertama adalah orang yang paling dekat dengannya, yang bisa jadi merupakan followersnya, bisa juga melalui teman yang awalnya dari mulut ke mulut sambil menunjukan akun instagram, yang mana terdapat foto barang dagangan yang akan menarik konsumen.

Komunikasi tersebut sangat efektif bagi para penjual, karena dengan adanya media Instagram semakin mudahnya penjual menunjukkan foto atau catalog barang jualannya, Putri dalam Permatasari (2016).

Menurut Kurniawan (2015) bahwa hal yang menarik dari melakukan promosi melalui Instagram adalah memberikan keuntungan baik bagi pelaku usaha maupun calon pembeli. Dalam dunia perpustakaan pihak perpustakaan yang merupakan pelaku usaha yang menawarkan produk jasa. Lewat Instagram Perpustakaan dapat menginformasikan mengenai produk perpustakaan yang ditawarkan.

Buku baru, Koleksi lain perpustakaan, layanan yang ada di perpustakaan, pemanfaatan perpustakaan, dll. Disini perpustakaan menginformasikan kepada pemustaka sebagai calon pengguna jasa lewat Instagram. Pemustaka dapat

melihat secara langsung apa saja produk yang ditawarkan perpustakaan sehingga tidak asing dengan produk-produk tersebut dan tahu apa yang berguna dan bisa dimanfaatkan sesuai kebutuhan masing-masing pemustaka.

Disamping gambar terdapat pula caption yang dapat dituliskan oleh pihak perpustakaan guna memperjelas maksud unggahan gambar, pihak pemustaka pun dapat menuliskan komentar sebagai bentuk respon akan interaksi keduanya.

### METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penulisan paper ini adalah kajian komunikasi berupa studi literatur dan observasi langsung. Dalam penelitian komunikasi mengambil data secara langsung dari media yang ada, dan menggunakan pendekatan interdisipliner keilmuan (Pawito, 2007; Zelkr, 2017). Penulis mengumpulkan berbagai literatur berupa buku teks dan publikasi jurnal yang berkaitan dengan topik bahasan. Berdasarkan literatur yang telah dikumpulkan, penulis melakukan pemilihan untuk mengembangkan ide dalam menyusun tulisan paper ini (Pendit, 2003).

Data diambil selama 3 (tiga) bulan, yaitu dari bulan Agustus-Oktober 2019. Penulis mengobservasi akun instagram milik perpustakaan Universitas Airlangga "@unairlibrary" melalui aplikasi android di handphone dan mengakses link website di <https://www.instagram.com/unairlibrary/>. Observasi dilakukan untuk melihat interaksi yang dilakukan oleh pihak perpustakaan melalui akun instagram tersebut.

### HASIL DAN PEMBAHASAN

Perpustakaan Universitas Airlangga merupakan salah satu Perpustakaan Perguruan Tinggi Negeri di Jawa Timur yang menggunakan Instagram sebagai alat Promosi perpustakaan. Dengan jumlah pengikut lebih dari 3.010 orang, akun instagram perpustakaan universitas Airlangga menjadi Akun Perpustakaan Perguruan Tinggi di Jawa Timur yang memiliki pengikut banyak. Akun Instagram Perpustakaan tidak hanya dapat dilihat secara mobile namun juga dapat dilihat melalui website.



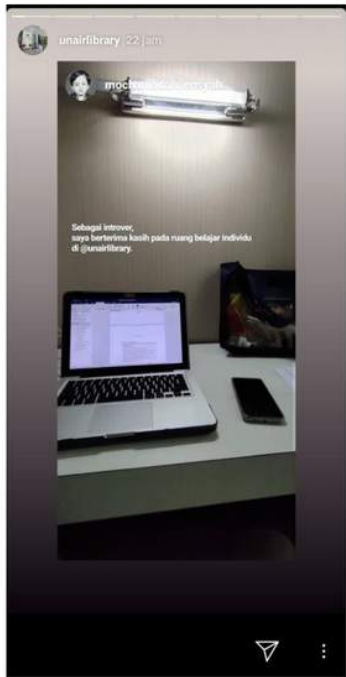
Gambar 1. Halaman awal akun Instagram

Perpustakaan Universitas Airlangga cukup aktif membagikan kegiatan-kegiatan perpustakaan lewat Instagram Story. Unggahan Fotonya pun cukup rutin dilakukan dan kontennya sangat informatif (Gambar 1). Telah ada 126 unggahan/postingan selama 2 tahun dibuat. Konten unggahannya bermacam-macam, selain mengenai layanan juga mengenai kegiatan yang dilakukan perpustakaan, pengenalan fasilitas perpustakaan. Pengenalan Staff perpustakaan dan pustakawan, peringatan hari-hari khusus perpustakaan, Infograis buatan Perpustakaan, koleksi-koleksi perpustakaan, bahkan pemberitahuan khusus hingga pengumuman barang hilang dan penemuan barang di perpustakaan.



Gambar 2. Feed akun Instagram

Selain mengunggah foto dan Video, Perpustakaan Universitas Airlangga juga aktif dalam melakukan Instagram Story dan menggunakan filter dan tools yang dimiliki Instagram Story seperti merepost foto, melakukan polling, pengumuman kehilangan, pemberitahuan kendala perpustakaan, rekomendasi buku setiap hari, bahkan menggunakan filter kekinian (Gamabr 2). Setiap hari selalu ada konten yang di upload, Followers pun dapat ikut serta dalam voting di story Instagram. Voting sederhana yang melibatkan pemustaka dapat menjadi jembatan dalam pendekatan perpustakaan kepada pemustaka. Dalam foto yang di repost oleh pihak perpustakaan pun memperlihatkan bagaimana respons dan apresiasi pemustaka ditunjukkan kepada perpustakaan.



Gambar 3. Repost Story Instagram

Dalam Gambar 3 terlihat apresiasi pemustaka mengenai fasilitas ruang belajar individu yang disediakan oleh pihak perpustakaan. Akun @mochamadalsyah menyoroti layanan perpustakaan yang dianggap membantu dirinya yang seorang introvert untuk merasa nyaman di perpustakaan. Selain itu Perpustakaan Unair juga menggunakan fasilitas Live. Live Instagram sendiri merupakan sarana broadcast pribadi. Dapat mengupload video lebih dari 30 menit. Fasilitas Live Instagram digunakan untuk memperkenalkan Perpustakaan, Prosedur bebas perpus di perpustakaan, Tips dan Trik searching, Fasilitas Penunjang perpustakaan, dan kegiatan lainnya.



Gambar 4. Voting Pengguna

Gambar 4 menunjukkan bahwa tingkat partisipasi followers akun Instagram Perpustakaan Universitas Airlangga cukup tinggi. Pihak perpustakaan aktif mengajak followers untuk berpartisipasi dalam jajak pendapat terhadap pengguna perpustakaan terhadap persiapan layanan meminjam secara mandiri oleh pemustaka. Hasil yang diperoleh mayoritas setuju dengan jawaban 92% menjawab "ya" atau telah siap dengan sistem yang akan diberlakukan, sedangkan yang "tidak" hanya 8% saja.

Selain itu Perpustakaan Unair juga menggunakan fasilitas Live. Live Instagram sendiri merupakan sarana broadcast pribadi. Dapat mengupload video lebih dari 30 menit. Fasilitas Live Instagram digunakan untuk memperkenalkan Perpustakaan, Prosedur bebas perpus di perpustakaan, Tips dan Trik searching, Fasilitas Penunjang perpustakaan, dan kegiatan lainnya.



Gambar 5. Live Instagram

Video live (Gambar 5) berjudul Virtual Reality mendapatkan jumlah penonton terbanyak yakni sebanyak 606 tayang, dan video dengan judul Bebas Perpustakaan diurutkan ke-2 dengan jumlah ditonton sebanyak 425 kali tayang. Selain itu komentar yang lontarkan dalam video cukup positif yang artinya apresiasi terhadap inovasi yang dilakukan oleh perpustakaan disambut baik oleh pemustaka.

Cukup banyak interaksi yang dilakukan di akun instagram ini. Seperti admin yang membalas komentar, dan merepost foto yang menandai akun instagram perpustakaan Universitas Airlangga. Jumlah Like dari postingan di akun tersebut tidak pernah kurang dari 100 like, yang artinya cukup banyak yang mengapresiasi perpustakaan. Perpustakaan cukup kreatif dalam melakukan pengunggahan sehingga respon yang didapat cukup baik.

Komunikasi yang coba dibangun oleh perpustakaan cukup baik karena mengharapkan komunikasi balik dari pemustaka, contohnya adalah saat melakukan polling di instagram. Dan membuat

pemustaka merasa menjadi bagian perpustakaan dengan me-repost foto yang menandai perpustakaan.

Dapat dilihat dari komentar yang terdapat pada unggahan tiap foto hasilnya cukup positif yang artinya fungsi promosi perpustakaan telah berjalan karena menciptakan citra yang baik dimasyarakat. Keempat fungsi Promosi telah dirasakan oleh perpustakaan dilihat dari Like, komen, dan jumlah pengikutnya. Perpustakaan juga telah memanfaatkan hampir seluruh fasilitas yang dimiliki instagram sebagai alat bantu promosi perpustakaan. Dari Unggah Video, unggah Foto, Story Instagram dengan berbagai tools dan filter, hingga melakukan Live Self-Broadcast secara mandiri.

Perpustakaan saat ini diyakini oleh banyak pihak bisa berperan aktif dan strategis sebagai sarana literasi masyarakat (Unesco, 2006). Program pemerintah untuk mengentaskan kemiskinan dengan meningkatkan kesejahteraan masyarakat, program-program yang ada di layanan perpustakaan banyak yang bisa mendukung hal tersebut (Suharso, Sudardi, Widodo, & Habsari, 2018; Suharso, Yanto, Rohman, & Wiratningsih, 2018). Semangat ini secara masif dikembangkan di kalangan pustakawan dan pengelola perpustakaan. Harapannya, tentu ini menjadi tantangan bagi para pustakawan agar layanan perpustakaan bisa berbasis teknologi informasi khususnya media sosial mampu memberdayakan pemustakanya. Dalam konteks inilah perpustakaan dengan didukung para pustakawan dan beberapa lembaga terkait diharapkan bisa memberikan kontribusinya dengan menggaikahkan budaya literasi masyarakat.

## KESIMPULAN

Perpustakaan Universitas Airlangga telah melakukan promosi perpustakaan lewat instagram. Fungsi promosi lewat instagram juga telah dirasakan oleh sivitas akademika berupa pengenalan, komunikasi, dan citra yang baik di pemustaka/masyarakat. Pengembangan content instagram merupakan tuntutan akan pemanfaatan teknologi informasi dalam layanan yang diperlukan oleh pemustaka. Hasil dari promosi melalui media sosial secara langsung berdampak positif terhadap Perpustakaan Universitas Airlangga.



## UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terimakasih kepada pustakawan di Perpustakaan UNAIR atas keaktifan pemanfaatan media sosial berupa Instagram. Akun yang dibuat telah menjadi bagian penting perkembangan perpustakaan perguruan tinggi di Indonesia. Dalam hal ini penulis juga mengucapkan terimakasih kepada pemustaka yang telah aktif dalam pelayanan pemanfaatan media sosial di perpustakaan.

## References

- Aras, B. B., & Çolaklar, H. (2015). The Role of Social Media in the Promotion of University Libraries. *Journal of Library and Information Sciences*, 3(2), 79–105. <https://doi.org/10.15640/jlis.v3n2a5>
- DeCoster, D., & Naatus, M. K. (2017). Experiential Learning In Digital Marketing: A Library Social Media Takeover. *Business Education Innovation Journal*, 9(1), 84–88.
- Islam, M. S., & Islam, M. N. (2009). Marketing of library and information products and services: A theoretical analysis. *Business Information Review*, 26(2), 123–132. <https://doi.org/10.1177/0266382109104414>
- Mudassir, R. (2019). Daftar Pengguna Instagram Terbanyak di Dunia, Indonesia di Urutan Berapa? Jakarta: Bisnis.com. Retrieved from <https://teknologi.bisnis.com/read/20190629/84/939306/daftar-pengguna-instagram-terbanyak-di-dunia-indonesia-di-urutan-berapa>
- Mustofa, M. (2017). Promosi Perpustakaan Melalui Media Sosial: Best Practice. *Publis: Publication Library and Information Science*, 1(2), 21–29.
- Pawito. (2007). *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta: LKiS.
- Pendit, P. L. (2003). *Penelitian Ilmu Perpustakaan dan Informasi: Sebuah pengantar diskusi epistemologi dan metodologi*. Jakarta: JIP-FSUI.
- Sheldon, P., & Bryant, K. (2016). Instagram: Motives for its use and relationship to narcissism and contextual age. *Computers in Human Behavior*, 58, 89–97. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.12.059>
- Sudiar, N., Mafar, F., & Rosman, R. (2017). Model Promosi Perpustakaan Perguruan Tinggi. *Lentera Pustaka*, 3(1), 19–25.
- Suharso, P., Sudardi, B., Widodo, S. T., & Habsari, S. K. (2018). Library Development Strategy for The Community at Coastal Areas. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 116, 12002. <https://doi.org/10.1088/1755-1315/116/1/012002>
- Suharso, P., Yanto, A., Rohman, A. S., & Wiratningsih, R. (2018). Corporate social responsibility through the library for educational facilities. *E3S Web of Conferences. ICSolCA*, 74(8011), 1–7.
- Unesco. (2006). Understandings of Literacy. *Education for All Global Monitoring Report*, 147–159.
- Utomo, R. E. P. (2019). Pemanfaatan Sosial Media Sebagai Bentuk Inovasi, Strategi Komunikasi dan Kreatifitas Layanan di Perpustakaan Perguruan Tinggi. *Tik Ilmeu: Jurnal Ilmu Perpustakaan Dan Informasi*, 3(1), 27–36.
- Zelkr, F. (2017). Analyzing Social Media Data and Other Data Sources: A Methodological Overview. In L. Sloan & Anabel Quan-Haase (Eds.), *The SAGE Handbook of Social Media Research Methods* (pp. 386–404). London: SAGE Publications.

# Promosi Perpustakaan Melalui Instagram: Studi di Perpustakaan Universitas Airlangga

## ORIGINALITY REPORT

<b>17%</b>	<b>14%</b>	<b>5%</b>	<b>12%</b>
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

## PRIMARY SOURCES

<b>1</b>	<b>eprints.umpo.ac.id</b> Internet Source	<b>6%</b>
<b>2</b>	<b>Submitted to Universitas Diponegoro</b> Student Paper	<b>2%</b>
<b>3</b>	<b>ejournal.undip.ac.id</b> Internet Source	<b>1%</b>
<b>4</b>	<b>journal.student.uny.ac.id</b> Internet Source	<b>1%</b>
<b>5</b>	<b>teknologi.bisnis.com</b> Internet Source	<b>1%</b>
<b>6</b>	<b>repository.umy.ac.id</b> Internet Source	<b>1%</b>
<b>7</b>	<b>Submitted to Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya</b> Student Paper	<b>1%</b>
<b>8</b>	<b>core.ac.uk</b> Internet Source	<b>1%</b>

9	Submitted to Universitas Atma Jaya Yogyakarta Student Paper	<1%
10	Miratu Megasari. "Hubungan Senam Hamil dengan Nyeri Punggung Pada Ibu Hamil Trimester III", Jurnal Kesehatan Komunitas, 2015 Publication	<1%
11	fv.conference.unair.ac.id Internet Source	<1%
12	eprints.undip.ac.id Internet Source	<1%
13	Submitted to iGroup Student Paper	<1%
14	journals.ums.ac.id Internet Source	<1%
15	repository.unair.ac.id Internet Source	<1%
16	Submitted to Universitas Pendidikan Indonesia Student Paper	<1%

Exclude quotes Off

Exclude matches Off

Exclude bibliography On