

## ABSTRAK

Promosi perpustakaan telah bertransformasi dari media cetak menjadi media digital. Promosi perpustakaan yang berawal dari brosur, banner dan baliho mulai beralih ke versi digital seperti internet dan media sosial. Promosi perpustakaan menggunakan media sosial menjadi tren baru karena mudah digunakan, murah dari segi biaya dan memberikan dampak yang besar. Melihat hal tersebut, peneliti melihat Perpustakaan UIN SATU Tulungagung yang juga memanfaatkan media sosial untuk melakukan promosi tertarik untuk menelitinya. Penelitian ini bertujuan untuk melihat persepsi mahasiswa terkait e-flyer sebagai branding baru dalam promosi di perpustakaan. Jenis penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Pengumpulan data menggunakan wawancara tidak terstruktur dan dokumentasi. Hasil penelitian menemukan bahwa, delapan orang partisipan setuju penggunaan e-flyer sebagai media promosi ini bagus dan informatif. Mereka setuju penggunaan e-flyer ini mempermudah para pemustaka untuk mencari informasi yang mereka butuhkan, mampu menarik pemustaka yang tertarik dengan perpustakaan untuk pergi ke perpustakaan, memantau layanan apa saja yang tersedia, terutama menarik minat untuk mahasiswa akhir, karena perpustakaan yang mengupdate promosi mereka di sosial media akan sering dipantau oleh mahasiswa. Tak hanya itu, branding yang dilakukan oleh Perpustakaan UIN SATU Tulungagung menggunakan sosial media ini bisa dikatakan berhasil karena 6 dari 8 mahasiswa yang menunggu update dari Perpustakaan UIN SATU Tulungagung. Selain itu, Perpustakaan UIN SATU Tulungagung telah berhasil menepis bahwa perpustakaan hanyalah tempat untuk menyimpan buku-buku tua, terlebih lagi untuk mahasiswa akhir. Perpustakaan UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung adalah tempat yang cocok untuk membantu mereka menemukan referensi sekaligus tempat untuk mencari layanan yang menunjang mereka mengerjakan tugas akhir, hal ini dibuktikan dengan mereka yang tetap datang ke perpustakaan meski libur semester sedang berlangsung.

**Kata Kunci : Branding, E-Flyer, Instagram, Perpustakaan**

## ABSTRACT

Library promotion has transformed from print media to digital media. Library promotions which started from brochures, banners and billboards are starting to move to digital versions such as the internet and social media. Library promotion using social media is becoming a new trend because it is easy to use, cheap in terms of costs and has a big impact. Seeing this, researchers saw that the UIN SATU Tulungagung Library, which also uses social media to carry out promotions, was interested in researching it. This research aims to see students' perceptions regarding e-flyers as new branding in library promotions. This type of research uses a descriptive method with a qualitative approach. Data collection uses unstructured interviews and documentation. The research results found that eight participants agreed that the use of e-flyers as a promotional medium was good and informative. They agree that the use of e-flyers makes it easier for users to find the information they need, is able to attract users who are interested in the library to go to the library, monitor what services are available, especially attracts interest for final students, because libraries update their promotions in Social media will often be monitored by students. Not only that, the branding carried out by the UIN SATU Tulungagung Library using social media can be said to be successful because 6 out of 8 students are waiting for updates from the UIN SATU Tulungagung Library. Apart from that, the UIN SATU Tulungagung Library has succeeded in dispelling that the library is just a place to store old books, especially for final students. The UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung Library is a suitable place to help them find references as well as a place to find services that support them in working on their final assignments, this is proven by those who continue to come to the library even though the semester break is in progress.

**Keywords: Branding, E-Flyer, Instagram, Library**

## MULAKHAS

لقد تحول الترويج للمكتبات من الوسائط المطبوعة إلى الوسائط الرقمية. بدأت العروض الترويجية للمكتبات، والتي بدأت من الكتيبات واللافتات واللوحات الإعلانية، في الانتقال إلى الإصدارات الرقمية مثل الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي. أصبح الترويج للمكتبات باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي اتجاهًا جديدًا لأنها سهلة الاستخدام ورخيصة التكلفة ولها تأثير كبير. عند رؤية ذلك، رأى الباحثون أن مكتبة ، التي تستخدم أيضًا وسائل التواصل الاجتماعي لتنفيذ UIN SATU Tulungagung العروض الترويجية، كانت مهتمة بالبحث في هذا الشأن. يهدف هذا البحث إلى معرفة تصورات الطلاب فيما يتعلق بالنشرات الإلكترونية كعلامة تجارية جديدة في الترويج للمكتبات. يستخدم هذا النوع من البحث المنهج الوصفي مع النهج النوعي. يستخدم جمع البيانات مقابلات ووثائق غير منظمة. وجدت نتائج البحث أن ثمانية مشاركين اتفقوا على أن استخدام النشرات الإلكترونية كوسيلة ترويجية كان جيدًا وغنيًا بالمعلومات. ويتفقون على أن استخدام النشرات الإلكترونية يسهل على المستخدمين العثور على المعلومات التي يحتاجون إليها، وهو قادر على جذب المستخدمين المهتمين بالمكتبة للذهاب إلى المكتبة، ومراقبة الخدمات المتاحة، ويجذب اهتمام الطلاب النهائيين بشكل خاص لأن المكتبات تقوم بتحديث عروضها الترويجية في وسائل التواصل الاجتماعي وغالبًا ما يتم مراقبتها من قبل الطلاب. ليس هذا فحسب، بل يمكن القول إن العلامة التجارية التي باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي UIN SATU Tulungagung نفذتها مكتبة UIN SATU كانت ناجحة لأن 6 من أصل 8 طلاب ينتظرون التحديثات من مكتبة UIN SATU وبصرف النظر عن ذلك، نجحت مكتبة UIN SATU Tulungagung في تبيد أن المكتبة مجرد مكان لتخزين الكتب القديمة، خاصة للطلاب UIN Tulungagung السيد علي رحمة الله تولونج أجونج مكانًا مناسبًا لمساعدتهم UIN النهائيين. تعد مكتبة في العثور على المراجع بالإضافة إلى مكان للعثور على الخدمات التي تدعمهم في العمل على مهامهم النهائية، وهذا ما يثبته أولئك الذين يستمرون في القدوم إلى المكتبة على الرغم من الفصل الدراسي الاستراحة قيد التقدم.

**الكلمات المفتاحية : العلامة التجارية ، النشرة الإلكترونية ، انستغرام ، المكتبة**