

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Perpustakaan perguruan tinggi merupakan perpustakaan yang berada di lingkungan perguruan tinggi, universitas, sekolah tinggi, akademi, yang merupakan bagian integral dari suatu perguruan tinggi. Perpustakaan yang berada di perguruan tinggi, seperti di jurusan, fakultas, dan lembaga di lingkungan perguruan tinggi termasuk dalam jenis perpustakaan ini. Tujuan adanya perpustakaan tersebut adalah untuk menunjang terlaksananya program pendidikan, penelitian dan pengabdian kepada masyarakat melalui pelayanan informasi.<sup>1</sup>

Undang – Undang RI No. 43 thn 2007 tentang perpustakaan pasal 54 menjelaskan bahwa peran serta masyarakat dalam penyelenggaraan pendidikan dan pengendalian mutu pelayanan pendidikan meliputi peran serta perseorangan, kelompok, keluarga, organisasi, pengusaha dan organisasi masyarakat, dimana perpustakaan termasuk salah satu unsur penting terselenggaranya kegiatan pendidikan tersebut<sup>2</sup>. Karena hal tersebut keberadaan perpustakaan perguruan tinggi sangat berperan baik di dalam mahasiswa maupun dosen dalam menyebarkan informasi.

Kemajuan pengetahuan dan teknologi di era globalisasi membuat informasi menjadi kebutuhan mendasar dalam kehidupan untuk meningkatkan kemampuan, wawasan, pengetahuan dan solusi terhadap permasalahan di dalam masyarakat. Masyarakat sudah tidak asing lagi dengan adanya perpustakaan, karena perpustakaan sudah menjadi

---

<sup>1</sup> Saleh, AR & R. Komalasari, “*Pengertian Perpustakaan dan Dasar-Dasar Manajemen Perpustakaan*”. (Universitas Terbuka, 2014) diakses dari <http://repository.ut.ac.id/4138/1/PUST2229-M1.pdf>

<sup>2</sup> Indonesia, R. (2007). Undang-undang RI no 43 Tahun 2007 tentang Perpustakaan. *Dilengkapi: AD/ART dan Kode Etik IPI, Yogyakarta: Graha Ilmu.*

kebutuhan pokok dalam ilmu pengetahuan dan sebagai sarana belajar seumur hidup bagi semua orang.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi masa kini menjadi tantangan bagi perpustakaan. Perpustakaan harus dapat mengimbangnya agar terus dimanfaatkan oleh penggunanya. Sebagai penyedia informasi, perpustakaan harus terus dikembangkan dan dipromosikan agar masyarakat dapat mengetahui layanan yang ada dan dapat memanfaatkan fasilitas perpustakaan secara efektif dan efisien. Promosi perpustakaan merupakan salah satu hal penting dalam pengembangan perpustakaan.<sup>3</sup>

Promosi perpustakaan menurut Sara, dkk merupakan salah satu cara bagi perpustakaan untuk menyebarkan informasi kepada masyarakat tentang produk dan layanannya. Jadi promosi perpustakaan yaitu cara yang dilakukan oleh pustakawan dalam mengenalkan perpustakaan baik segi koleksi, layanan, maupun fasilitas perpustakaan. Promosi memiliki fungsi penting yaitu untuk menumbuhkan minat kunjung pemustaka untuk berkunjung ke perpustakaan. Perpustakaan dapat memanfaatkan media sosial sebagai media untuk promosi berupa *Instagram* maupun *Facebook*, yang dapat memberikan informasi perpustakaan secara cepat dan dapat menarik minat kunjung pemustaka.<sup>4</sup> Indikator dari minat berkunjung antara lain : 1) Minat Transaksional, Kecenderungan seseorang untuk menggunakan produk, 2) Minat Referensial, Kecenderungan seseorang untuk merefresikan produk kepada orang lain. 3) Minat Preferensial, minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki preferensi utama pada produk tersebut. Preferensi ini hanya dapat diganti jika terjadi sesuatu dengan produk preferensinya. 4) Minat Eksploratif, minat ini menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi

---

<sup>3</sup> Ismail, Diva Thea Theodora, *Journal of Information and Library Science* 12 (1), 37-47, 2021

<sup>4</sup> Putri, Y. M. (2022). Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Terhadap Pemanfaatan Perpustakaan Umum Kota Solok.

mengenai produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifatsifat tersebut dari produk tersebut.<sup>5</sup>

Kegiatan promosi perpustakaan harus menentukan strategi atau pendekatan promosi yang efektif dalam mengiklankan perpustakaan agar pemustaka tertarik untuk berkunjung ke perpustakaan dan menggunakan jasa dan fasilitas yang ada di perpustakaan. Menurut Nurlaila (2009), strategi promosi yang digunakan harus diarahkan kepada kebutuhan pengguna agar kegiatan promosi yang dilakukan oleh perpustakaan menjadi efektif.<sup>6</sup>

Adanya promosi dalam perpustakaan memiliki peranan yang sangat penting. Walaupun koleksi dan sistem yang tersedia lengkap serta canggih, tidak akan berguna jika pemustaka dan pustakawan pasif. Perlu diadakan promosi agar informasi yang disediakan dapat meningkatkan pemanfaatan perpustakaan. Sarana promosi yang dapat digunakan bisa melalui brosur, pameran, poster, pamflet, bazar, dan juga dapat memanfaatkan media sosial.<sup>7</sup>

Promosi perpustakaan masih menempati posisi juru kunci (minor) sampai saat ini di berbagai perguruan tinggi di Indonesia. Pengembangan perpustakaan berbasis blog akan memperluas potensi basis pengguna, sedangkan penggunaan *freeware-database* sudah cukup mampu menjadi tulang punggung otomatisasi perpustakaan. Sementara itu, promosi perpustakaan melalui jejaring sosial dapat menjadi salah satu alat pemasaran perpustakaan sekarang ini, terutama untuk merebut segmen kawula muda. *Facebook* dan *Instagram* suatu perpustakaan dapat dijadikan sebagai media

---

<sup>5</sup> Augusty, Ferdinand. 2014. Metode Penelitian Manajemen. Semarang: Badan. Penerbit Universitas Diponegoro

<sup>6</sup> Putri, Y. M. (2022). Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Terhadap Pemanfaatan Perpustakaan Umum Kota Solok.

<sup>7</sup> Khotijah, Era Bratadjaya Nur, Tintien Koerniawati, and Elizabeth Sri Lestari. "Pengaruh Promosi Perpustakaan melalui Media Sosial Instagram terhadap Pemanfaatan Perpustakaan di Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Surakarta." *LIBRARIA: Jurnal Perpustakaan* 10.1 (2022): 111-142.

promosi dan membantu dalam pengembangan minat baca<sup>8</sup> yang nantinya akan menjadi meningkat jumlah pengunjung perpustakaan.

Kegiatan promosi perpustakaan perlu dilakukan agar seluruh kegiatan yang berhubungan dengan perpustakaan dapat diketahui oleh mahasiswa pengguna perpustakaan. Namun pada kenyataannya, hal tersebut menunjukkan jumlah pengunjung yang datang hanya segelintir orang saja. Kegiatan promosi perpustakaan menjadi bagian penting dalam menyadarkan mahasiswa maupun dosen akan informasi yang disediakan di perpustakaan melalui berbagai jenis sumber yang diberikan oleh perpustakaan.<sup>9</sup>

Penggunaan media sosial memberikan kemudahan untuk menyampaikan informasi dengan cepat, terkini, dan terupdate. Pemanfaatan media sosial semakin besar yang mengakibatkan pengguna selalu aktif dengan media sosial. Penyebaran informasi menggunakan media sosial banyak dimanfaatkan oleh semua kalangan mulai dari peneliti, dosen, mahasiswa, pelajar, bahkan masyarakat umum.

Promosi perpustakaan menggunakan media sosial diharapkan dapat menarik pengunjung perpustakaan dalam menggunakan koleksi dan layanan perpustakaan, tidak hanya mengenalkan perpustakaan kepada pengguna tetapi juga kepada pihak luar seperti penulis maupun penerbit untuk bekerjasama dalam bentuk bedah buku, *workshop* menulis ataupun menyumbangkan buku untuk perpustakaan<sup>10</sup>. Kemajuan teknologi dapat dimanfaatkan untuk saling berinteraksi dengan orang lain melalui media sosial.

Pada kegiatan promosi perpustakaan, perpustakaan haruslah menggunakan media yang sering digunakan oleh pengguna. Perpustakaan

---

<sup>8</sup> Mustofa, Publication Library and Information Science 1 (2), 21-29, 2017

<sup>9</sup> Rasidah. "Pengaruh Promosi Melalui Instagram Terhadap Kunjungan Pemustaka pada UPT. Perpustakaan UIN Ar-Raniry" (Skripsi, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry, 2022) : 3.

<sup>10</sup> Sukarno, Luckty Giyan. "Promosi Perpustakaan melalui Media Sosial di Perpustakaan SMA Negeri 2 Metro." Media Pustakawan 24.4 (2017): 56-61.

dapat memilih dari berbagai *platform* media sosial yang tersedia. Menurut King (2015), menjelaskan ada beberapa jenis media sosial yang dapat dimanfaatkan oleh perpustakaan diantaranya : *Facebook, Twitter, Youtube, LinkedIn, Tumblr, Pinterest, Instagram, Snapchat, Vine, Goggle Plus, dan Flick*. Sehubungan dengan hal tersebut sebuah perpustakaan harus memilih media mana yang akan digunakan untuk mempromosikan perpustakaan.<sup>11</sup> Seperti halnya Perpustakaan Universitas Hasyim Asyari yang menggunakan media sosial berupa *Instagram* dan *Facebook* sebagai media yang digunakan untuk promosi. Perpustakaannya.

Menurut Gunelius dalam penelitian yang dilakukan oleh Agung Satrio Elhamidy terdapat empat indikator yang dijadikan sebagai variabel kesuksesan social media marketing : 1) *Content Creation*, Konten atau isi yang menarik akan menjadi landasan dalam melakukan pemasaran media social. Konten harus dibuat semenarik mungkin namun tetap mewakili kepribadian dari sebuah bisnis agar konsumn lebih percaya. 2) *Content Sharin*. Membagikan konten kepada komunitas social dapat membantu memperluas jaringan sebuah bisnis dan memperluas online audience. Dengan berbagai konten, maka penjualan secara tidak langsung akan terjadi seiring dengan tersebarnya konten tersebut. 3) *Connecting*. Jejaring social memungkinkan seseorang bertemu dengan lebih banyak orang yang memiliki minat yang sama. Jaringan yang luas dapat membangun hubungan yang dapat menghasilkan lebih banyak bisnis. Komunikasi yang jujur dan hati-hati harus diperhatikan saat melakukan social networking. Dan 4) *Community Building*. Web sosial merupakan sebuah komunitass online besar individu dimana terjadi interaksi antar manuia yang tinggal diseluruh

---

<sup>11</sup> Putri, Y. M. (2022). Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Terhadap Pemanfaatan Perpustakaan Umum Kota Solok.

dunia dengan menggunakan teknologi. Membangun komunitas di internet dapat terjadi tanpa disengaja selama memiliki kesamaan minat.<sup>12</sup>

Berikut beberapa penelitian yang relevan dengan penelitian yang saya teliti: “Pengaruh Promosi Perpustakaan melalui Media Sosial Instagram terhadap Pemanfaatan Perpustakaan di Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Surakarta”, yang dilakukan oleh Era Bratadjaya Nur Khotijah, dkk dilakukan pada tahun 2022 di Surakarta. Pada penelitian menjelaskan bahwa adanya pengaruh promosi perpustakaan melalui *Instagram* melalui aspek AISAS (*Attention, Interest, Search, Action, and Share*). Hasil perhitungan korelasi antara variable x dan y sebesar 0,642 nilai variable pada interval koefisien 0,60-0,799 yang berarti kuat. Penelitian ini menggunakan pengambilan sampel dengan sampling random dengan jumlah 100 responden. . Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terletak pada penelitian oleh Era berada di perpustakaan Universitas Muhammadiyah Surakarta sedangkan penelitian ini berada pada Perpustakaan Universitas Hasyim Asyari. Variabel yang digunakan dalam penelitian Era Bratadjaya menggunakan variabel y pemanfaatan perpustakaan, sedangkan dalam penelitian ini variabel y minat kunjung.

Penelitian kedua yang diteliti oleh Endang Fatmawati dengan judul “Dampak Media Sosial terhadap Perpustakaan” yang dilakukan pada tahun 2017 di UNDIP Semarang. Jawa Tengah. Pada penelitian tersebut dijelaskan bahwa dengan adanya media sosial maka informasi akan lebih banyak dan lebih cepat untuk tersebar, selain itu berita bohong juga semakin terasa di dengan hadirnya media sosial. Hal ini merupakan tantangan bagi pustakawan untuk meningkatkan kompetensi literasi media dengan teknologi yang semakin maju. Penelitian ini menggunakan referensi buku sebagai bahan penelitian dengan hasil deskriptif mengenai dampak media sosial di

---

<sup>12</sup> Agung Satrio Elhamidy, Pengaruh Citra Merek, Promosi Media Sosial, Promosi Penjualan, dan Word Of Mouth Terhadap Proses Pengambilan Keputusan Nasabah Bank BNI Syariah. Skripsi, (Jakarta, UIN Syarif Hidayatullah, 2018

perpustakaan. Perbedaan penelitian pada Endang fatmawati yaitu menggunakan metode kualitatif dengan berfokus pada media sosial mengenai dampak dan tips dalam bermedia sosial, sedangkan penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Selanjutnya pada penelitian ini berlokasi pada Perpustakaan Universitas Hasyim Asyari, sedangkan lokasi penelitian Endang Fatmawati UNDIP Semarang.

Penelitian ketiga yang diteliti oleh Mustofa dengan judul “Promosi Perpustakaan Melalui Media Sosial : *Best Practice*” yang dilakukan pada tahun 2017 di Surakarta. Penelitian ini menjelaskan bahwa betapa pentingnya sebuah promosi pada perpustakaan dan cara untuk mempromosikan perpustakaan dengan melali blog dan media sosial bisa menjadi alat untuk promosi. Penelitian ini menggunakan referensi buku sebagai bahan penelitian dengan hasil deskriptif media apa saja yang bisa digunakan untuk promosi perpustakaan. Perbedaan penelitian pada Mustofa berlokasi di Surakarta dan berfokus pada media apa saja yang dapat digunakan untuk promosi beserta kekurangan dan kelebihanannya, sedangkan penelitian ini berlokasi di Perpustakaan Universitas Hasyim Asyari. Penelitian Mustofa menggunakan metode penelitian kualitatif, sedangkan penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif.

Minat kunjung merupakan keinginan seseorang yang kuat untuk datang dan memanfaatkan fasilitas yang disediakan oleh perpustakaan. Pemustaka akan tertarik berkunjung karena fasilitas dan koleksi perpustakaan yang baik dan informasi yang didapat bermanfaat bagi pemustaka.<sup>13</sup> Kunjungan yang dilakukan juga menjadi penilaian tersendiri bagi pemustaka terhadap keunggulan dan kekurangan dari perpustakaan yang dikunjunginya. Minat kunjung ke perpustakaan dapat diartikan suatu dorongan atau keinginan dari dalam diri seseorang dan tanpa paksaan untuk

---

<sup>13</sup> Trihandayani, R., & Sudiar, N. (2022). Promosi Perpustakaan dalam Minat Kunjung di Sekolah Dasar Negeri 10 Minas. *Jurnal Indonesia Sosial Sains*, 3(08), 1127-1135.

datang ke perpustakaan.<sup>14</sup> Minat kunjung akan timbul jika perpustakaan melakukan sebuah upaya agar menumbuhkan minat tersebut seperti mengadakan promosi perpustakaan. Apabila perpustakaan dapat ampu melakukan promosi yang cukup menarik bagi pemustaka, maka akan membuat pemustaka akan semakin tertarik untuk mengunjungi perpustakaan yang juga di samakan dengan koleksi dan pelayanan yang memadai. Selain itu juga dari rasa keinginan tahun pemustaka dan adanya kebutuhan untuk mencari informasi juga dapat mendorong adanya minat kunjung ke perpustakaan.

Perkembangan teknologi semakin pesat dan perpustakaan diharuskan untuk beradaptasi dengan perkembangan tersebut, karena itu salah satu upaya yang bisa dilakukan dengan promosi melalui media sosial. Media sosial digunakan di perpustakaan sebagai sarana untuk membantu memberikan informasi perpustakaan kepada pemustaka ataupun calon pemustaka yang ingin melihat konten informasi yang disediakan perpustakaan sehingga informasi bermanfaat. Perpustakaan juga membutuhkan media sosial untuk menyebarkan informasi lebih cepat. Demikian pula pada perpustakaan Universitas Hasyim Asyari yang melakukan kegiatan promosi melalui media sosial *facebook* dan *Instagram* karena diminati semua kalangan masyarakat terutama mahasiswa. Dalam tulisan ini akan membahas mengenai promosi perpustakaan melalui media sosial berupa *facebook* dan *Instagram* sehingga pengunjung perpustakaan akan lebih meningkat dan perpustakaan dapat menjalankan perannya dalam menyebarkan informasi.

Berdasarkan hasil observasi, penggunaan media sosial sebagai media dalam promosi perpustakaan pada Universitas Hasyim Asyari, dilakukan sejak tahun 2017 untuk media sosial *Instagram*, sedangkan pada

---

<sup>14</sup> Suriandi, S. (2023). Analisis Kegiatan Promosi Perpustakaan Terhadap Peningkatan Minat Kunjung di Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kabupaten Sigi (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Datokarama Palu).

media sosial *Facebook* pada tahun 2012, tetapi mulai aktif dalam promosi sejak tahun 2015 sampai dengan sekarang. Pengikut pada *Instagram* sekitar 700 orang dengan 78 kiriman, sedangkan dalam *Facebook* sekitar 4000 lebih teman. Isi konten yang di upload sama antara *Facebook* dan *Instagram*, dengan kata lain perpustakaan Universitas Hasyim Asyari menggunakan *Facebook* dan *Instagram* sebagai media utama untuk promosi perpustakaan mereka. Sebelum menggunakan media sosial, minat kunjung pemustaka kurang dari 25 orang, setelah menggunakan media sosial sebagai promosi, minat kunjung meningkat lebih dari 800 orang. Meskipun pada tahun 2020 – 2021 promosi dihentikan dikarenakan adanya virus Corona, tetapi setelah kembali normal perlahan kegiatan promosi juga mulai diberlakukan kembali dan minat kunjung juga semakin meningkat. Hal ini menunjukkan bahwa promosi dalam media sosial sangat membantu dalam meningkatkan jumlah pengunjung setiap tahunnya.

Kegiatan yang sering di *upload* di *Instagram* dan *Facebook* Universitas Hasyim Asyari berupa kegiatan yang ada di dalam perpustakaan seperti saat pengumuman pemustaka yang mendapat hadiah berupa buku sebagai apresiasi karena sudah sering mendatangi perpustakaan untuk menyambut hari kunjung ke perpustakaan. Pemustaka yang mendapatkan hadiah tersebut akan di *upload* di dalam media sosial Universitas Hasyim Asyari. Terdapat juga hibah buku dari prodi maupun mahasiswa dan juga kegiatan seminar yang diikuti oleh pustakawan yang disana maupun workshop turut di *upload*. Seperti pada pustakawan mengikuti seminar Internasional dan Pelantikan Pengurus FPPTI Jawa Timur Tahun 2022-2025. Hibah buku yang diberikan oleh alumni mahasiswa maupun dosen dan juga oleh UIN Maliki Press, beberapa buku tersebut di antaranya “Pengantar Akuntansi, Dasar-Dasar Manajemen Keuangan”, dan lain sebagainya. Pada postingan terbaru, perpustakaan Universitas Hasyim Asyari meng *upload* kegiatan pemustaka yang ramai setelah liburan semester. Jadwal *upload* pada media sosial Perpustakaan Universitas

Hasyim Asyari tidak menentu, akan tetapi pada setiap bulan selalu *update* akan kegiatan dalam perpustakaan Universitas Hasyim Asyari.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis tertarik untuk menggali lebih dalam mengenai promosi perpustakaan melalui media sosial yang kemudian di ungkap dengan judul : **Pengaruh Promosi Perpustakaan Melalui Media Sosial Terhadap Minat Kunjung di Perpustakaan Universitas Hasyim 'Asyari Kabupaten Jombang.**

#### **A. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana kegiatan promosi perpustakaan melalui media sosial di Universitas Hasyim 'Asyari Kabupaten Jombang?
2. Bagaimana Pengaruh Promosi Perpustakaan Melalui Media Sosial di Perpustakaan Universitas Hasyim 'Asyari Kabupaten Jombang?

#### **B. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui pengaruh promosi perpustakaan melalui media sosial di Perpustakaan Universitas Hasyim 'Asyari Kabupaten Jombang.
2. Untuk mengetahui gambaran promosi perpustakaan melalui media sosial di Universitas Hasyim 'Asyari Kabupaten Jombang.

#### **C. Manfaat Penelitian**

1. Penelitian di harapkan dapat menjadi masukan bagi pembangunan ilmu perpustakaan.
2. Penelitian ini di harapkan dapat menjadi masukan bagi Perpustakaan Universitas Hasyim 'Asyari Kabupaten Jombang dalam mengembangkan perpustakaan.
3. Dapat dijadikan bahan rujukan oleh pihak perpustakaan untuk meningkatkan mutu perpustakaan dalam sistem temu kembali informasi.

4. Dapat menambah wawasan penulis tentang pelaksanaannya promosi perpustakaan dan pengaruh promosi perpustakaan dengan media sosial.