

**PEMANFAATAN KONTEN INSTAGRAM  
@perpustakaanumumkotadepok SEBAGAI SARANA PROMOSI  
PADA PERPUSTAKAAN UMUM KOTA DEPOK**  
***UTILIZATION OF INSTAGRAM @perpustakaanumumkotadepok AS A  
PROMOTIONAL TOOL AT THE DEPOK CITY PUBLIC LIBRARY***

**Erfriyanka Rizqi Safitri, Andri Astuti I, S.Sos., M. Ikom.,**

Program Studi Ilmu Komunikasi, FISIP

Universitas Slamet Riyadi, Jl. Sumpah Pemuda, Surakarta

\*Penulis Korespondensi

erfriyanka.rizqi.safitri@unisri.ac.id

**Abstrak**

Pemanfaatan media sosial Instagram ini sangat penting untuk menjangkau seluruh lapisan masyarakat dalam mendapatkan informasi. Terlebih dijaman yang sudah modern, masyarakat sangat membutuhkan informasi di berbagai media sosial. Media sosial memiliki kelebihan untuk menunjang kualitas layanan yang akan diberikan kepada pengunjungnya. Media sosial dapat memudahkan masyarakat untuk mengakses data serta berbagai informasi di perpustakaan. Media sosial juga dapat menjadi wadah untuk berkolaborasi dengan para penulis yang ada dalam membuat sebuah kegiatan seperti bedah buku. Pustakawan dapat lebih berinovasi untuk menciptakan layanan baru yang belum tersedia di perpustakaan. Pustakawan juga dapat meningkatkan skill yang dimiliki melalui media sosial. Tujuan penulisan naskah ini agar perpustakaan umum kota depok dapat memiliki jumlah pengikut Instagram lebih banyak serta pengunjung yang datang ke perpustakaan semakin meningkat. Metode pelaksanaannya yaitu metode deskriptif. Hasil pembuatan konten yang menarik dan juga konsisten akan memperkenalkan perpustakaan ke semua lini masyarakat. Penggunaan Instagram dipilih karena masyarakat sudah banyak yang menggunakan baik remaja hingga dewasa, agar para pemustaka mengetahui dimana letak keberadaan Perpustakaan Umum Kota Depok dan berbagai kegiatan yang dilakukan Perpustakaan Umum Kota Depok setiap harinya. Sayangnya Instagram Perpustakaan Umum Kota Depok sempat terkena hacker akibatnya jumlah pengikut yang sudah cukup banyak hilang dan akhirnya membuat Instagram yang baru. Solusi yang dilakukan adalah membuat konten tentang Perpustakaan yang lebih menarik agar pengikut dapat bertambah lebih banyak.

Kata Kunci: Media Sosial; Instagram; Promosi; Perpustakaan

***Abstract***

*Utilizing Instagram social media is very important to reach all levels of society to obtain information. Especially in the modern era, people really need information on various social media. Social media has the advantage of supporting the quality of service that will be provided*

*to visitors. Social media can make it easier for people to access data and various information in libraries. Social media can also be a forum for collaborating with existing writers in creating activities such as book reviews. Librarians can be more innovative to create new services that are not yet available in libraries. Librarians can also improve their skills through social media. The purpose of writing this manuscript is so that the Depok city public library can have a greater number of Instagram followers and increase visitors coming to the library. The implementation method is the descriptive method. The results of creating interesting and consistent content will introduce libraries to all levels of society. The use of Instagram was chosen because many people use it, both teenagers and adults. so that users know where the Depok City Public Library is located and the various activities carried out by the Depok City Public Library every day. Unfortunately, the Depok City Public Library's Instagram was hit by hackers as a result of which quite a lot of followers were lost and they finally created a new Instagram. The solution is to create more interesting content about the library so that followers can grow more.*

**Keywords:** Social Media; Instagram; Promotion; Library

## PENDAHULUAN

Media sosial khususnya instagram mempunyai berbagai keuntungan dalam kegiatan promosi, seperti untuk dapat menyampaikan sebuah informasi kepada konsumen tidak membutuhkan biaya dan tenaga, bahkan waktu yang digunakan untuk menyampaikan informasi ke banyak orang sangatlah singkat. Melalui instagram, informasi yang ingin kita sebarkan tidak harus berupa tulisan, foto bahkan video pun dapat kita sebarkan kepada konsumen dengan mudah. Dengan instagram kita bisa berinteraksi dengan siapa pun

yang kita mau, baik itu yang dikenal ataupun tidak. Selain menjadi media berkomunikasi, instagram juga bisa menjadi tempat untuk berpromosi.

Menurut Das'ad Latif dalam bukunya yang berjudul "Media Sosial, Suatu Alternatif"(2021) bahwa media sosial merupakan teknologi yang berkembang pada saat ini. Sebagai salah satu media jejaring sosial online yang baru, media juga berpengaruh terhadap berbagai aspek seperti jurnalisme, relasi publik, serta pemasaran. Salah satu contoh media sosial yang sedang marak digunakan saat ini yaitu media sosial

Instagram.

N amun p ad a  
keny at a anny a  
peny amp ai an inform asi di  
Lingkung an Din as  
Ke arsip an d an  
Perpust ak a an Kot a Depok  
m asih belum berj al an  
deng an optim al.  
Kur angny a  
pem anf a at an medi a  
sosi al seb ag ai s ar an a  
inform asi membu at  
penyeb ar an inform asi  
terh amb at. Hal tersebut  
tentuny a s ang at  
berd amp ak p ad a  
penget ahu an  
m asy ar ak at mengen ai  
l ay an an y ang terd ap at  
di perpust ak a an.  
Penggun a an medi a sosi al  
d al am kegi at an promosi  
perpust ak a an d ap at  
memb antu deng an mud ah  
d an cep at dit angk ap oleh  
m asy ar ak at sehingga  
perpust ak a an berfungsi  
sec ar a m aksim al. Tetapi

kegi at an promosi mel alui  
medi a sosi al y ang sud ah  
dil akuk an sec ar a  
m aksim al terk ad ang  
ak an ad a h amb at an  
at au kend al any a,  
m ak a d ari itu,  
perpust ak a an h arus  
m ampu menyik apiny a.  
Ag ar promosi y ang  
dij al ank an tet ap  
berj al an deng an b aik d an  
bis a men amb ah  
pengunjung b aru sert a  
mempert ah ank an  
anggot a l am a.

Konten-konten y ang  
dipromosik an lebih kep ad a  
kegi at an perpust ak a an  
keliling, kegi at an-kegi at an  
kunjung an ke  
Perpust ak a an Umum Kot a  
Depok d an inform asi  
ac ar a at au event y ang  
ak an d at ang. Promosi  
y ang lebih kep ad a  
inform asi-inform asi sekit ar  
su as an a d an kelebih an  
did al am perpust ak a an

justru hal semacam ini jarang diunggah ke media sosial perpustakaan sendiri. Serta tidak ada yang pernah mengaruskannya untuk mengatur penguploaden konten apa yang harus diunggah hari ini dan seterusnya. Apabila hal tersebut dibarkan secara terus menerus, maka tidak terpenuhinya permintaan pengunjung perpustakaan. Sehingga dalam upaya mengatasi permasalahan tersebut, penulis mengambil judul "Pemanfaatan Konten Instagram @perpustakaanumumkotadepok Sebagai Sarana Promosi Perpustakaan Umum Kota Depok".

## METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan pada

penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif. Menurut Moleong (2005:6) menjelaskan penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang menjelaskan tentang apa yang dialami oleh subyek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dll dan dengan detugas akhir dalam bentuk kata-kata, pada suatu konteks khusus yang ilmiah dan dengan memanfaatkan metode alami. Kegiatan penelitian menggunakan teknik wawancara untuk menggambarkan data yang telah diperoleh dari narasumber atau informan agar mendapatkan jawaban dari masalah yang diangkat pada penelitian ini. Teknik pemilihan narasumber dilakukan secara purposive, yaitu dengan memilih informan yang dianggap memiliki pengetahuan, pengalaman, atau keterlibatan langsung dengan topik penelitian, dalam hal ini berkaitan dengan minat baca masyarakat di perpustakaan tradisional. Informan dapat terdiri dari pustakawan, pengelola perpustakaan daerah, dan pengunjung perpustakaan yang sudah mengikuti Instagram Perpustakaan Umum Kota Depok. Pemilihan secara purposive ini bertujuan untuk memperoleh data yang mendalam dan relevan sesuai dengan kebutuhan penelitian.

### Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan dua sumber data, yakni data primer yang didapatkan dari hasil observasi di lapangan dengan melakukan kegiatan

wawancara kepada 1 Koordinator Bidang Layanan, 2 tim media sosial Perpustakaan Umum Kota Depok, dan 3 pengikut Instagram Perpustakaan Umum Kota Depok. Dokumentasi terdiri dari notulensi saat pembuatan konten, tangkapan layar Instagram Perpustakaan Umum Kota Depok, dan saat melakukan koordinasi dengan tim media sosial. Dari identifikasi masalah tersebut di artikan penggunaan media sosial instagram sebagai upaya cara untuk meningkatkan pengunjung perpustakaan. Alasan penulis untuk melakukan penelitian ini dengan tujuan ingin mengetahui tentang pemanfaatan media sosial di Perpustakaan Umum Kot|a Depok. Dari informasi yang diperoleh pada penelitian ini diharapkan dan dapat memberi manfaat dan pengetahuan untuk penulis atau pembaca. Dari uraian latar belakang di atas, yang menjadi rumusan masalah yaitu : Bagaimana Perpustakaan Umum Kota Depok memanfaatkan media sosial dalam kegiatan promosi?

Pada penelitian ini, penulis ingin memberikan pelayanan perpustakaan yang bermutu melalui peningkatan pengunjung sehingga instansi mampu mempromosikan mengenai pelayanan di Instagram yang belum optimal sehingga peningkatan pengunjung dapat tercapai. Penulis mampu memberikan pelayanan terbaik untuk masyarakat, tidak hanya terkait pelayanan perpustakaan tetapi juga meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap Perpustakaan

Umum Kota Depok melalui kualitas dalam setiap pelayanan yang diberikan.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan teori AISAS (*Attention, Interest, Search, Action, Share*), strategi konten yang digunakan pada akun Instagram ini dianalisis dalam lima tahap untuk memaksimalkan promosi. Untuk memperjelas penerapan teori tersebut, penulis melakukan analisis terhadap salah satu konten Instagram Reels yang diunggah pada tanggal 31 Januari 2025 dengan caption “Buka Senin-Minggu. Jam 08.00-15.00 WIB. Cuti bersama dan libur Nasional tutup.”

Pada paragraf selanjutnya, penulis akan menjelaskan analisis secara rinci berdasarkan masing-masing tahapan dalam model AISAS. Pada tahap *Attention* (Perhatian), akun @perpustakaanumumkotadepok memanfaatkan gambar-gambar berkualitas tinggi yang menampilkan kegiatan-kegiatan yang ada di perpustakaan. Visual ini diperkuat dengan penggunaan warna cerah dan komposisi menarik, serta teks singkat

yang informatif. Strategi ini dirancang untuk menarik perhatian audiens terhadap fasilitas perpustakaan sebagai tujuan untuk berkunjung, terutama bagi generasi milenial dan Z yang lebih responsif terhadap konten visual di media sosial (Urba et al., 2024). Salah satu contohnya dapat dilihat pada konten Instagram Reels yang diunggah tanggal 31 Januari 2024 dengan caption “Buka Senin-Minggu. Jam 08.00–15.00 WIB. Cuti bersama dan libur nasional tutup.” Konten ini menggunakan tampilan visual yang sederhana namun informatif, serta dilengkapi hashtag seperti

#perpustakaanumumkotadepok dan #diskarpusdepok yang turut memperkuat visibilitas di linimasa pengguna. Tahap *Interest* (Minat) difokuskan pada upaya untuk membangkitkan minat audiens terhadap minat baca. Akun ini mengunggah cerita (stories) dan video pendek yang menyoroti kegiatan serta fasilitas yang bisa diikuti di perpustakaan, seperti kegiatan bedah buku, lomba-lomba yang diadakan.

Penggunaan caption yang inspiratif dan informatif juga membantu meningkatkan minat audiens (Laksita & Sudradjat, 2023). Strategi ini bertujuan untuk menumbuhkan rasa ingin tahu dan keterikatan emosional dengan perpustakaan, sehingga audiens tertarik untuk mengeksplorasi lebih lanjut. Salah satu contoh yang mencerminkan tahap ini adalah konten Reels yang diunggah pada tanggal 31 Januari 2024. Konten tersebut bersifat interaktif karena disajikan dalam format video singkat yang memudahkan pengguna untuk memberikan respons secara langsung melalui like, komentar, maupun share. Interaktivitas ini menjadi bagian penting dalam menarik minat, karena memberi ruang partisipasi bagi pengguna serta memperkuat keterlibatan emosional mereka terhadap informasi yang disampaikan. Pada tahap *Search* (Pencarian Informasi), pengguna yang telah tertarik dengan konten akan mulai mencari informasi lebih mendalam mengenai perpustakaan,

seperti lokasi, jam operasional, prosedur kunjungan, serta layanan yang tersedia. Akun @perpustakaanumumkotadepok memfasilitasi kebutuhan ini dengan menyediakan fitur *Highlights* yang berisi informasi praktis dan penting, seperti "Jam Buka," "Alamat," hingga "Tata Tertib." Informasi tersebut disajikan secara ringkas, mudah diakses, dan terus diperbarui, sehingga memudahkan pengguna untuk memahami cara berinteraksi langsung dengan perpustakaan secara fisik maupun digital.

Tahap Action (Tindakan) diarahkan untuk mendorong audiens melakukan tindakan nyata, seperti mengunjungi perpustakaan. Akun ini sering menyertakan ajakan langsung untuk mengunjungi perpustakaan atau mengikuti kegiatan tertentu, serta menyediakan informasi kontak dan tautan yang relevan di bio profil. Strategi ini bertujuan untuk memotivasi audiens agar mengambil langkah konkret menuju kunjungan ke Perpustakaan Umum Kota Depok. Pada tahap terakhir, Share (Berbagi),

akun @perpustakaanumumkotadepok mendorong pengguna untuk membagikan konten setiap berkunjung ke perpustakaan. Ini bertujuan untuk memperluas jangkauan konten dan meningkatkan partisipasi pengguna dalam mempromosikan perpustakaan. Konten yang dibagikan oleh pengguna berfungsi sebagai bentuk promosi gratis yang dapat menjangkau audiens lebih luas, terutama di kalangan pengikut mereka.

Namun, penelitian ini juga mengidentifikasi beberapa tantangan yang dihadapi dalam memanfaatkan Instagram sebagai media promosi. Tantangan utama mencakup keterbatasan anggaran untuk produksi konten berkualitas tinggi secara konsisten, kurangnya keterlibatan aktif dari masyarakat lokal dalam mempromosikan destinasi, serta persaingan dengan perpustakaan lain (Muzha, 2015) seperti Jakarta. Selain tantangan yang telah disebutkan, penelitian ini juga

menemukan bahwa akun Instagram @perpustakaanumumkotadepok menghadapi masalah kurangnya engagement atau partisipasi aktif dalam menanggapi komentar dan interaksi dari para pengikutnya.

Rendahnya engagement ini juga dapat membuat pengikut merasa kurang dihargai atau didengar, sehingga menurunkan minat mereka untuk berinteraksi lebih lanjut dengan konten yang diunggah. Oleh karena itu, perlu ada upaya untuk meningkatkan responsivitas akun terhadap interaksi pengguna, seperti dengan aktif membalas komentar, mengajukan pertanyaan yang mendorong diskusi, dan menunjukkan apresiasi terhadap kontribusi pengikut. Langkah-langkah ini dapat membantu membangun komunitas yang lebih kuat dan loyal, yang pada gilirannya dapat memperluas jangkauan promosi melalui Instagram. Secara keseluruhan, meskipun strategi promosi melalui Instagram telah memberikan beberapa hasil positif,

terdapat kebutuhan untuk peningkatan strategi yang lebih fokus, optimalisasi penggunaan fitur-fitur Instagram untuk mencapai audiens yang lebih luas dan beragam. Upaya ini penting untuk meningkatkan keterlibatan audiens dan memperkuat perpustakaan sebagai tujuan berkunjung.

Analisis pengikut Instagram perpustakaan umum kota depok Dari hasil wawancara informan 1 dan 2 memberikan informasi bahwa target dari akun @perpustakaanumumkotadepok adalah anak muda yang menyukai hal baru pada instagram, jika berdasarkan oleh data pengikut dari @perpustakaanumumkotadepok di dominasi oleh usia 25 hingga 34 tahun. Setelah mengetahui target audience yang tepat pada akun @perpustakaanumumkotadepok juga menentukan konten yang tepat dan sesuai dengan target audience yakni konten yang mengikuti trend. Dalam hal tersebut diperlukan adanya inovasi dan kreatifitas dalam

memasukkan unsur trend kedalam konten yang dibuat. Informasi yang diberikan oleh informan 1 dan 2 didukung oleh informan 4, 5, dan 6. Dalam wawancara yang dilakukan bersama ketiga informan sebagai followers dari @perpustakaanumumkotadepok mengatakan bahwa mengetahui akun @perpustakaanumumkotadepok melalui temannya dan tertarik untuk mengikuti karena kontennya yang selalu update dan mengikuti trend yang ada. Setelah membuat konten yang mengikuti trend dapat menarik audiens, akun @perpustakaanumumkotadepok diharuskan konsisten dalam membuat konten. Menurut informasi yang diberikan oleh informan 1 dan 2 konsisten merupakan kunci untuk mempertahankan sebuah akun agar terus berkembang dan dapat bersaing dengan akun serupa lainnya. Setelah mendapatkan attention dari audiens dengan membuat konten yang mengikuti tren saat ini seperti menggunakan music yang sedang hits serta dengan bergerak sesuai irama

music tersebut membuat target audiens tertarik. Ketertarikan awal para pengguna instagram dengan @perpustakaanumumkotadepok dimulai dengan adanya konten dengan gerakan yang lucu dimana konten tersebut merupakan konten yang tren, namun hal tersebut dinilai masih belum cukup untuk dapat menaikkan enggament akun @perpustakaanumumkotadepok dari hal tersebut membuat @perpustakaanumumkotadepok lebih giat lagi untuk sering membuat konten. Berdasarkan hasil wawancara dengan informan 1,2, dan 3 akun @perpustakaanumumkotadepok melakukan beberapa cara untuk menarik minat audiens seperti memberikan keseruan kepada followers, informasi ini juga didukung oleh informan 4 yang sangat menyukai konten yang terdapat gerakan seru dan lucu didalamnya. Selain itu untuk dapat lebih meningkatkan traffic dari @perpustakaanumumkotadepok menggunakan teknik copywriting sebagai langkah menarik minat

audiens. Penggunaan teknik *copywriting* pada caption dan judul video yang diunggah oleh @perpustakaanumumkotadepok.

Menurut Yogantari (2021) *copywriting* memiliki kaitan yang sangat erat terhadap promosi, sebuah pesan yang disampaikan menggunakan copy writing dapat menjadi sebuah jembatan dari brand ke konsumen yang bertujuan untuk menjadi pembeda antara produk maupun jasa yang dijual dengan produk atau jasa lain dari kompetitornya. Hal-hal tersebut dianggap mampu untuk menarik minat dari audiens pada akun @perpustakaanumumkotadepok di media sosial instagram. Informasi yang dikemukakan oleh informan 1,2, dan 3 bahwa konten-konten yang memanfaatkan copy writing dengan baik seperti penggunaan emotikon di setiap postingan. Informan 5 dan 6 memberikan informasi bahwa mereka menyukai penggunaan *copywriting* yang tepat pada judul dan caption yang lengkap. Ketiga informan lebih tertarik dengan konten yang ada pada

@perpustakaanumumkotadepok karena dikemas dengan menarik serta memberikan informasi yang lengkap dibandingkan dengan akun perpustakaan lainnya.

Salah satu kelebihan penggunaan media sosial adalah update informasi yang dapat dilakukan dengan cepat. Update informasi ini penting agar masyarakat selalu mendapatkan informasi yang cepat. Memanfaatkan media sosial instagram dalam mempromosikan kegiatan yang telah dan akan dilaksanakan, sehingga informasi tersebut dapat dibaca oleh semua kalangan. Pemanfaatan instagram dalam mempromosikan perpustakaan juga tentunya akan merubah pandangan terhadap perpustakaan yang pada umumnya hanya sebagai tempat meminjam dan membaca buku saja. Instagram menjadi primadona disemua kalangan, tidak hanya di kalangan remaja saja. Pengguna instagram menganggap bahwa penggunaan media sosial seperti instagram sangat tepat digunakan sebagai informasi.

Instagram tidak hanya digunakan sebagai media penyebarluasan informasi saja, tetapi juga dapat memberikan motivasi kepada pengguna untuk memanfaatkan perpustakaan. Perpustakaan Umum Kota Depok turut memanfaatkan instagram dalam mempromosikan perpustakaan. Tujuan Perpustakaan Umum Kota Depok instagram tidak hanya untuk memperkenalkan perpustakaan, sebagai sarana promosi dan tentunya sebagai sumber informasi bagi pengguna dan Perpustakaan Umum Kota Depok.

Dari tujuan tersebut, Perpustakaan Umum Kota Depok sekarang dapat merasakan beberapa manfaat dari kegiatan promosi perpustakaan menggunakan media sosial instagram, seperti jumlah pengunjung yang datang langsung ke perpustakaan mengalami peningkatan, anggota perpustakaan meningkat dan Perpustakaan Umum Kota Depok lebih dikenal. Perpustakaan Umum Kota Depok memanfaatkan beberapa fitur instagram, seperti *Feed*, *Stories*,

*Hashtag*, serta kolaborator dengan pengguna Instagram yang lain.

Konten yang dapat diunggah pada akun instagram Perpustakaan Umum Kota Depok yaitu segala kegiatan program kerja, seperti dokumentasi perpustakaan keliling dalam upaya peningkatan minat baca, kunjungan edukasi perpustakaan, berbagai penghargaan yang telah diperoleh, sosialisasi kegemaran membaca dan segala kegiatan yang berkaitan dengan program kerja Perpustakaan Umum Kota Depok.

Perpustakaan Umum Kota Depok tidak memberikan syarat khusus dalam mengunggah foto maupun video pada akun instagram Perpustakaan Umum Kota Depok. Pengelola akun instagram Perpustakaan Umum Kota Depok mengunggah konten yang berkaitan dengan program kerja Perpustakaan Umum Kota Depok baik yang telah dilaksanakan maupun yang akan dilaksanakan. Pengikut akun instagram Perpustakaan Umum Kota Depok mengungkapkan bahwa

konten-konten yang diunggah oleh admin sangat menarik, karena bukan hanya foto atau video saja, tetapi mengikut sertakan keterangan pada unggahan tersebut sehingga, pembaca lebih paham tentang apa yang diunggah. Dengan begitu pengikut akun instagram juga selalu memberikan dukungan positif seperti komentar dan like atau tanda suka.

Penggunaan instagram sebagai sarana promosi Perpustakaan Umum Kota Depok dinilai sudah efektif, baik itu penilaian dari pengikut akun instagram maupun pengelola akun Instagram Perpustakaan Umum Kota Depok. Beberapa pengikut akun instagram Perpustakaan Umum Kota

Depok berpendapat bahwa penggunaan media sosial seperti instagram merupakan langkah yang tepat dan sudah efektif, karena penyebaran informasinya dapat diakses oleh semua kalangan dan dapat menunjang promosi Perpustakaan Umum Kota Depok. Pengelola akun instagram Perpustakaan Umum Kota Depok

mengukur tugas mereka dalam mengelola akun instagram tersebut dengan cara melihat tanggapan positif dari pengikut akun instagram Perpustakaan Umum Kota Depok. Untuk mendapatkan pengikut yang saat ini sudah sebanyak 2.466 di instagram, pustakawan Perpustakaan Umum Kota Depok mempromosikan akun instagram dengan cara memperkenalkan secara lisan melalui akun instagram perpustakaan dan juga mencantumkan akun instagram tersebut pada spanduk atau setiap pemaparan kegiatan. Bukan hanya memperkenalkan tetapi juga mengajak untuk mengikuti akun instagram Perpustakaan Umum Kota Depok.

Penggunaan media sosial instagram untuk mempromosikan Perpustakaan Umum Kota Depok adalah salah satu media yang dianggap sudah sangat efektif dimanfaatkan Perpustakaan Umum Kota Depok agar dikenal oleh masyarakat. Tapi tidak dapat dipungkiri bahwa dalam penggunaan media sosial instagram sebagai sarana promosi memiliki beberapa kendala.

Seperti yang diketahui, pengelolaan media sosial instagram Perpustakaan Umum Kota Depok sudah dikelola dengan baik oleh pengelola akun instagram tersebut.

Pengelola akun instagram Perpustakaan Umum Kota Depok berusaha untuk selalu update dalam memberikan informasi yang berkaitan dengan kegiatan atau program kerja Perpustakaan Umum Kota Depok, baik yang telah dan yang akan dilaksakan. Tetapi kadang yang telah direncanakan tidak sesuai dengan apa yang terjadi karena terkendala di jaringan *wi-fi* dan kurangnya kerjasama antar pustakawan dalam mempromosikan media sosial instagram Perpustakaan Umum Kota Depok. Hal tersebut yang mengakibatkan kurangnya pengikut akun instagram Perpustakaan Umum Kota Depok. Beberapa waktu yang lalu Instagram Perpustakaan Umum Kota Depok terkena *hack* yang mengakibatkan hilangnya akun Instagram yang sudah memiliki lumayan banyak pengikut. Saat ini

pembuatan akun dimulai dari awal dan butuh waktu yang cukup lama untuk mendapatkan pengikut yang baru.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa akun Instagram @perpustakaanumumkotadepok telah dimanfaatkan sebagai sarana promosi layanan perpustakaan. Melalui pendekatan AISAS (Attention, Interest, Search, Action, Share), akun ini mampu menarik perhatian audiens dengan konten visual yang menarik, menumbuhkan ketertarikan melalui konten interaktif dan informatif, serta menyediakan informasi yang lengkap terkait perpustakaan. Strategi digital yang diterapkan juga mendorong tindakan nyata, seperti kunjungan langsung ke perpustakaan dan pembagian ulang konten oleh pengguna. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial, khususnya Instagram, dapat menjadi alat promosi yang relevan dan sesuai dengan kebiasaan literasi digital masyarakat saat ini, terutama generasi muda.

## DAFTAR PUSTAKA

- AS, N. D., & Amalia, D. (2023). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Digital@ surabayaterkini melalui Model AISAS (Attention, Interest, Search, Action, Share) pada Tiktok. *JIIP-Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 6(9), 6846-6853.
- Basuki, Sulistyo. (1991). Pengantar Ilmu Perpustakaan. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Damayanti, L. (2018, 28 Februari). Akses Terbatas Sebabkan Budaya Baca Masyarakat Rendah. *Republika Online*.  
[https://republika.co.id/berita/p4tsu\\_w284/akses-terbatas-sebabkan-budaya-baca-masyarakat-rendah](https://republika.co.id/berita/p4tsu_w284/akses-terbatas-sebabkan-budaya-baca-masyarakat-rendah)
- Halimah, Ima. (2017) Promosi Perpustakaan Melalui Pemanfaatan Media Sosial Di Perpustakaan Umum Kota Depok. Audio Hp. Perpustakaan Umum Kota Depok.
- Helianthusonfri, Jefferly. (2020). Instagram Marketing Untuk Pemula. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Johnson, A., Smith, B., & Jones, C. (2019). *Strategies for Library Marketing: A Comprehensive Guide*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Kurniawan, Puguh. (Oktober 2017). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Komunikasi Pemasaran Modern Pada Batik Burneh. *Competence: jurnal of management studies*, 11(2).
- Lasa, H. (2017). *Strategi Promosi Perpustakaan: Teori dan Praktik*. Yogyakarta: Deepublish.
- Lutfiansyah, N. S. (2023). Pemanfaatan instagram sebagai media promosi dengan fotografi. *Jurnal Nawala Visual*, 5(1), 40-45.
- Moleong, Lexy. 2005. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Muallimah, H. (2024). *IMPLEMENTASI PENERAPAN PENDEKATAN MODEL AISAS PADA DESAIN KONTEN INSTAGRAM SEBAGAI PROMOSI TAHAP INTRODUCTION*. Kreatif: Jurnal Karya Tulis, Rupa, Eksperimental dan Inovatif, 6(1), 40-47.
- Muhit, A., Sofiyah, S., & Asriani, N. (2024). Strategi Promosi Pariwisata Provinsi Banten melalui Instagram: Analisis Berdasarkan Teori AISAS. *Jurnal Teknologi dan Sains Modern*, 1(2), 55-62.
- Nasrullah, N., Tawakkal, T., & Jannah, M. (2022). Pemanfaatan media sosial instagram sebagai

sarana promosi perpustakaan di Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kabupaten Bulukumba. *Jurnal Ilmu Perpustakaan (Jiper)*, 4(1).

Ningtyas, C. I. Analisis Pemasaran Layanan Informasi Depok Corner (Pemasaran Layanan Informasi Referensi di Perpustakaan Umum Kota Depok).

Nugraha, R. N., & Raditia, W. (2023). Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Promosi Hotel Teraskita Jakarta. *Jurnal Daya Saing*, 9(1), 222-228.

Novi. (2017). Promosi Perpustakaan Melalui Pemanfaatan Media Sosial Di Perpustakaan Umum Kota Depok. Audio Hp. Perpustakaan Umum Kota Depok.

Oktarisa, C. T. (2023). Penggunaan Instagram Sebagai Media Promosi Perpustakaan Universitas Gadjah Mada. *JIMR: Journal Of International Multidisciplinary Research*, 2(02), 146-154.

Perpustakaan Nasional Republik Indonesia. (2018, 20 Februari). Perpusnas: Minat baca di Indonesia masih rendah. ANTARA News.  
<https://www.antaranews.com/berita/687310/perpusnas-minat-baca-di-indonesia-masih-rendah>

Perpustakaan Umum Kota Depok.  
—Perpustakaan Umum Kota Depok,

Depok.  
<http://kap.depok.go.id/depokcorner/profil>.

Prasetyo, Arista. (2022). *Strategi Efektif Internet Marketing*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.

Publisher X.Smith, C. (2018). *Social Media Marketing: Strategies for Engaging Customers*. Publisher Y.

Puspita, Santi. (2019). Promosi Perpustakaan Melalui Pemanfaatan Media Sosial di Perpustakaan Umum Kota Depok.

Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan media sosial sebagai media promosi. *Jurnal common*, 3(1), 71-80.

Ramadan, A., & Fatchiya, A. (2021). Efektivitas Instagram sebagai Media Promosi Produk "Rendang Uninam". *Jurnal Sains Komunikasi Dan Pengembangan Masyarakat [JSKPM]*, 5(1), 64-84.

Sari, K. P. (2020). *Strategi Branding Perpustakaan Umum Kota Depok* (Bachelor's thesis, Fakultas Adab dan Humaniora).

Sihannita, G. (2023). *Strategi Komunikasi Pemasaran @Luku.Official Melalui Media Sosial Instagram* (Doctoral dissertation, FISIP UNPAS).

- Sugiyama, K., & Andree, T. (2010). The Dentsu Way: Secrets of Cross Switch Marketing from the World's Most Innovative Advertising Agency. McGraw Hill LLC.  
<https://books.google.co.id/books?id=QPmnvBCDsRkC>
- Suharso, P., & Pramesti, A. N. (2020). Promosi perpustakaan melalui Instagram: studi di perpustakaan Universitas Airlangga. *Publication Library and Information Science*, 3(2), 66-74
- Suharso, Putut dan Pramesti, Aninda Nurwindu. (2019). Promosi Perpustakaan Melalui Instagram: Studi di Perpustakaan AirLangga. *Jurnal Publication Library and Information Science*, 3(2).
- Sukmana, E. D. (2024, 10 September). Minat Membaca Rendah, Perpustakaan Semakin Sepi. *Harian Bhirawa*.  
<https://harianbhirawa.co.id/minat-membaca-rendah-perpustakaan-semakin-sepi/>
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 43 Tahun 2007 tentang Perpustakaan. (2007). Jakarta: Perpustakaan Nasional RI.
- Utomo, 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.
- Yusuf Buraearah, M. (2024, 11 September). Menanggapi Penurunan Minat Baca: Solusi Praktis dalam Era Digital. *Kosongsatunews.com*.  
<https://www.kosongsatunews.com/2024/09/11/menanggapi-penurunan-minat-baca-solusi-praktis-dalam-era-digital/>
- Zuhri, M. Abdul Malik dan Christiani, Lydia. (2019). Pemanfaatan Media sosial Instagram Sebagai Media Promosi Lybrarian Based Community (Studi Kasus Komunitas Perpustakaan Jalanan Solo @Koperjas. *Jurnal Ilmu Perpustakaan*.