

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perpustakaan adalah organisasi yang secara profesional mengelola koleksi buku tulis dan cetak dan/atau karya rekaman dengan sistem yang terstandarisasi untuk memenuhi kebutuhan pengguna akan pendidikan, penelitian, perlindungan, informasi, dan hiburan. (UU No. 43 Tahun 2007). Ada beberapa jenis perpustakaan salah satunya yaitu perpustakaan khusus. Surachman (dalam Pamungkas, 2020:16) mengatakan perpustakaan khusus adalah fasilitas yang dibangun untuk mendukung visi dan misi lembaga induknya serta merupakan pusat penelitian dan pengembangan informasi.

Membicarakan perpustakaan khusus tentunya berbeda dengan jenis perpustakaan yang lain, seperti perpustakaan nasional, umum, sekolah, dan perguruan tinggi. Salah satu perbedaan yang signifikan yaitu tupoksi perpustakaan dalam memenuhi kebutuhan informasi anggota lembaga yang dinaunginya. Dalam hal ini, keberadaan dan strategi perpustakaan khusus harus mendukung pencapaian visi dan misi lembaga yang dinaunginya. Namun, dengan segala keterbatasan dan ketentuan yang ada, pustakawan harus berusaha secara optimal agar pelayanan lebih dekat dengan masyarakat. Sebagai pelayan publik di perpustakaan khusus, pustakawan harus mampu menganalisis setiap kebutuhan informasi dan perilaku pengguna agar dapat terlayani secara optimal. Pustakawan harus menganggap pengguna sebagai “orang terhormat” yang harus diperlakukan dengan baik dan bersikap ramah (Nashihuddin, 2016).

Promosi dalam pengelolaan dan peningkatan perpustakaan mempunyai peranan sangat vital karena promosi mempunyai fungsi supaya dapat menarik minat baca masyarakat agar berkunjung ke perpustakaan. Promosi juga merupakan kegiatan untuk mengedukasi masyarakat, menunjukkan apa yang ditawarkan perpustakaan dalam hal pelayanan, fasilitas, koleksi perpustakaan, dan manfaat lainnya (Budiman, Arif, & Roem, 2019). Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi pada saat ini berkembang sangat pesat, sehingga menyebabkan kecanduan masyarakat terhadap teknologi sangat besar untuk mendapatkan informasi terutama melalui internet.

Tentu ini merupakan peluang yang sangat besar bagi pustakawan untuk melakukan promosi melalui media sosial. Pustakawan yang mempunyai tugas dan fungsi pengelolaan dan peningkatan perpustakaan bisa memakai kreatifitas guna melakukan promosi dengan mendesain sebuah pengumuman (leaflet) yang menarik untuk dilihat dan dibaca kemudian disebarluaskan melalui media sosial. Desain yang menarik penting untuk promosi media sosial, karena semakin menarik dan unik, semakin mudah bagi pengguna untuk mengingat, mempelajari, dan berpartisipasi. (Mulawarman dan Nurfitri, 2017).

Dengan menerapkan promosi melalui media sosial, perpustakaan akan dapat menjangkau pengguna dari semua lapisan masyarakat secara lebih luas, sehingga mengoptimalkan penggunaan koleksi dan layanan. Termasuk memfasilitasi penyebaran informasi dan agenda/kegiatan yang telah dan

sedang dilaksanakan oleh perpustakaan. Media sosial juga dapat digunakan sebagai tempat berinteraksi, memungkinkan pengguna untuk berpartisipasi aktif dalam pengembangan perpustakaan melalui saran dan kritik/koreksi. (Supriyatno, 2019).

Ada banyak jenis media periklanan perpustakaan yang dapat digunakan untuk pemasaran perpustakaan, termasuk penggunaan media sosial sebagai media promosi perpustakaan, karena perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang semakin maju menunjukkan bahwa media sosial adalah media yang cocok untuk melakukan kegiatan promosi perpustakaan (Iryanti, 2019). Selain facebook, youtube, path, dan line yang menjadi media sosial favorit masyarakat Indonesia, salah satu media sosial yang tumbuh dengan cepat adalah instagram dan twitter. Hasil survei APJII tahun 2017 penggunaan media sosial instagram sebesar 19,9 juta orang dan 12 juta orang menggunakan media sosial twitter (Pratiwi, 2018). Hasil survei tersebut menandakan bahwa media sosial berupa instagram dan twitter banyak digunakan oleh masyarakat, sehingga perpustakaan dapat memanfaatkan media sosial tersebut untuk memperkenalkan perpustakaan kepada masyarakat secara luas. Cara penggunaan yang sederhana dan murah, dengan menekankan pada bentuk visual atau gambar, fitur hashtag yang mudah ditemukan dan dengan cepat meningkatkan jumlah pengguna, instagram dan twitter dapat dijadikan strategi marketing yang jitu bagi perpustakaan dalam mempromosikan berbagai koleksi dan informasi yang lainnya yang dimiliki perpustakaan.

Perpustakaan DPRD Provinsi Jawa Timur merupakan salah satu perpustakaan yang melayani informasi terkait bidang pemerintahan. Perpustakaan DPRD didirikan untuk menunjang kebutuhan informasi anggota serta mendukung visi dan misi DPRD Jawa Timur. Masyarakat umum juga dapat memanfaatkan fasilitas dan layanan yang ada di Perpustakaan DPRD Jawa Timur. Namun tidak bisa dipungkiri masih banyak masyarakat yang tidak mengetahui bahwa Perpustakaan DPRD Jawa Timur memberikan layanan pada hal layak umum serta belum adanya media promosi yang dilakukan oleh Perpustakaan DPRD Jawa Timur.

Mengingat pentingnya kegiatan promosi untuk memperkenalkan Perpustakaan DPRD Jawa Timur maka penulis bermaksud untuk membuat produk berupa pembuatan media sosial instagram dan twitter yang didalamnya memuat tentang layanan, review koleksi dan lain sebagainya yang ada di Perpustakaan DPRD Jawa Timur. Selain mengenalkan layanan dan fasilitas perpustakaan, pembuatan media sosial ini juga sebagai media edukasi kepada pengguna mengenai ilmu di bidang pemerintahan seperti istilah-istilah terkait bidang pemerintahan, sejarah mengenai pemerintahan, dan lain sebagainya. Dengan adanya media sosial juga bisa dimanfaatkan sebagai layanan referensi online bagi pengguna dengan menggunakan fitur dari media sosial itu sendiri yaitu DM (*Direct Message*). Promosi melalui pembuatan media sosial berupa instagram dan twitter diharapkan pengetahuan masyarakat mengenai Perpustakaan DPRD Jawa Timur akan meningkat dan masyarakat menjadi tertarik untuk

berkunjung ke perpustakaan dengan adanya konten-konten edukasi yang dibuat.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana merancang isi konten media sosial dalam upaya agar masyarakat luas dapat mengenal dan mengetahui keberadaan Perpustakaan DPRD Jawa Timur serta menarik minat pengunjung?

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah dari produk Tugas Akhir ini yaitu hanya membuat media sosial berupa instagram dan twitter sebagai media promosi Perpustakaan DPRD Jawa Timur. Produk ini diharapkan dapat menjadikan masyarakat lebih mengetahui, mengenal, dan tertarik untuk berkunjung ke Perpustakaan DPRD Jawa Timur. Selain itu dalam media sosial penulis mengisi konten dengan informasi mengenai review koleksi, informasi tentang layanan, dan lain sebagainya. Disisi lain, permasalahan utama pada Perpustakaan DPRD Jawa Timur yaitu tidak adanya media promosi yang memperkenalkan keberadaan perpustakaan. Oleh sebab itu, batasan masalah dalam produk Tugas Akhir ini yaitu membuat media promosi Perpustakaan DPRD Jawa Timur yang dikemas melalui media sosial berupa instagram dan twitter.

1.4 Tujuan Pembuatan Produk

Tujuan dari pembuatan produk media sosial berupa instagram dan twitter sebagai media promosi Perpustakaan DPRD Jawa Timur diantaranya yaitu :

1. Memperkenalkan Perpustakaan DPRD Jawa Timur kepada Masyarakat.
2. Mempromosikan layanan dan koleksi yang ada di Perpustakaan DPRD Jawa Timur kepada masyarakat luas.
3. Mampu menarik minat pengunjung untuk berkunjung ke Perpustakaan DPRD Jawa Timur.
4. Mengoptimalkan branding atau portofolio profil Perpustakaan DPRD Jawa Timur.

1.5 Manfaat Pembuatan Produk

1.5.1 Manfaat bagi Petugas

1. Menghemat biaya promosi layanan perpustakaan.
2. Membantu pustakawan dalam melakukan kegiatan promosi Perpustakaan DPRD Jawa Timur.
3. Mampu memberikan layanan prima pada pengguna

1.5.2 Manfaat bagi Pengguna

1. Memudahkan masyarakat untuk mendapatkan informasi mengenai Perpustakaan DPRD Jawa Timur.
2. Mendapatkan kemudahan akses informasi mengenai layanan perpustakaan dari manapun dan kapanpun.