

**PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL DALAM PROMOSI
PERPUSTAKAAN DAN ANALISIS KONTEN INSTAGRAM
PERPUSTAKAAN UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA**



Oleh:

**Cindy Dewiyani
NIM. 20200012037**

**STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

TESIS

**Diajukan kepada Program Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga
untuk Memenuhi Salah Satu Syarat guna Memperoleh
Gelar Master of Arts (M.A)
Program Studi Interdisciplinary Islamic Studies
Konsentrasi Ilmu Perpustakaan dan Informasi**

**YOGYAKARTA
2023**

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang Bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Cindy Dewiyani
NIM : 20200012037
Jenjang : Magister
Program Studi : Interdisciplinary Islamic Studies
Konsentrasi : Ilmu Perpustakaan dan Informasi

Menyatakan bahwa naskah tesis ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/
karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Yogyakarta, 04 Januari 2023

Saya yang Menyatakan,



Cindy Dewiyani, S.Hum

NIM: 20200012037

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Yang Bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Cindy Dewiyani
NIM : 20200012037
Jenjang : Magister
Program Studi : Interdisciplinary Islamic Studies
Konsentrasi : Ilmu Perpustakaan dan Informasi

Menyatakan bahwa naskah tesis ini secara keseluruhan benar-benar bebas dari plagiasi. Jika di kemudian hari terbukti bahwa terdapat plagiasi di dalam naskah tesis ini, secara maka saya siap ditindak sesuai dengan hukum yang berlaku.

Yogyakarta, 04 Januari 2023

Saya yang Menyatakan,



Cindy Dewiyani, S.Hum

NIM: 20200012037



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
PASCASARJANA

Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 519709 Fax. (0274) 557978 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-119/Un.02/DPPs/PP.00.9/01/2023

Tugas Akhir dengan judul : PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL DALAM PROMOSI PERPUSTAKAAN DAN ANALISIS KONTEN INSTAGRAM PERPUSTAKAAN UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : CINDY DEWIYANI, S.Hum
Nomor Induk Mahasiswa : 20200012037
Telah diujikan pada : Jumat, 13 Januari 2023
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

dinyatakan telah diterima oleh Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang/Penguji I

Dr. Roma Ulinnuha, S.S., M.Hum.
SIGNED

Valid ID: 63d3200e5ace2



Penguji II

Prof. Dr. Nurdin, S.Ag., S.S., M.A.
SIGNED

Valid ID: 63d34598197df



Penguji III

Dr. Rama Kertamukti, S.Sos., MSn
SIGNED

Valid ID: 63d313f7566cc



Yogyakarta, 13 Januari 2023
UIN Sunan Kalijaga
Direktur Pascasarjana

Prof. Dr. H. Abdul Mustaqim, S.Ag., M.Ag.
SIGNED

Valid ID: 63d3506c4f10f

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada Yth.,
Direktur Pascasarjana
UIN Sunan Kalijaga
Yogyakarta

Assalamu'alaikum wr.wb

Setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap penulisan tesis yang berjudul:

**PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL DALAM PROMOSI
PERPUSTAKAAN DAN ANALISIS KONTEN INSTAGRAM
PERPUSTAKAAN UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA**

Yang ditulis oleh:

Nama : Cindy Dewiyani, S.Hum

NIM : 20200012037

Jenjang : Magister

Program Studi : *Interdisciplinary Islamic Studies* (IIS)


Konsentrasi : Ilmu Perpustakaan dan Informasi (IPI)

Saya berpendapat bahwa tesis tersebut sudah dapat diajukan kepada Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Magister Ilmu Perpustakaan dan Informasi.

Wassalamu'alaikum wr.wb

Yogyakarta, 04 January 2023

Pembimbing,


Prof. Dr. Nurdin, S.Ag. S.S., M.A.
NIP 197106012000031002

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

ABSTRAK

Cindy Dewiyani, 2022. “Pemanfaatan Media Sosial dalam Promosi Perpustakaan dan Analisis Konten Instagram Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta”.

Latar belakang penelitian ini banyak sosial media yang digunakan sebagai alat komunikasi terutama Instagram. Kini, instagram tidak hanya dimanfaatkan sebagai alat komunikasi tetapi dimanfaatkan sebagai alat bantu menginformasikan atau promosi suatu produk. Keunggulan jumlah pengikut di Instagram dapat melebihi jumlah pengikut di media sosial lainnya. Oleh karena itu Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta menggunakan akun Instagram sebagai alat promosi perpustakaan juga eksistensi nya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pemanfaatan media sosial instagram di perpustakaan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, bagaimana cara promosi perpustakaan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta dan bagaimana analisis konten sebagai media promosi perpustakaan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Berdasarkan hasil yang diperoleh dari Analisis Konten Media Promosi Perpustakaan Penulis menggunakan teori Chan, Lam, dan Chiu, yaitu kategori penyebaran informasi perpustakaan, marketing atau promosi, information/knowledge sharing, dan permintaan masukan kepada pemustaka. Teknik pengumpulan data adalah sumber primer akun instagram perpustakaan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta dan sumber sekunder observasi, wawancara, dan dokumentasi. Analisis data dengan menggunakan metode analisis setiap postingan di instagram perpustakaan dianalisis untuk mengkategorikan setiap postingan, mengetahui jenis informasi yang dibagikan.

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh kesimpulan (i) Media sosial Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga dimanfaatkan sebagai alat penyebaran Informasi, Promosi dan Eksistensi. (ii) Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta mempromosikan berbagai kegiatannya dengan cara menampilkan konten. Konten yang ditampilkan terbagi menjadi dua jenis yaitu gambar dan video dengan bentuk yang berbeda. *Pertama*, membuat daftar-daftar konten yang akan di unggah ke media sosial dan menyesuaikan topik dengan kebutuhan. *Kedua*, menentukan target kepada siapa saja informasi disampaikan sehingga konten yang dibuat menyesuaikan dengan target pembaca. *Ketiga*, menggunakan hastagh unggulan yaitu #PerpustakaanUINSukaSolusiReferensiRisetKitaSemua #perpusuinsuka #uinsukalibrary #uinsukalib #uinsuka Hastagh tersebut selalu dicantumkan dalam setiap deskripsi konten. *Keempat*, membuat schedule atau jadwal postingan Instagram sebagai acuan dalam pengunggahan. *Kelima*, deskripsi kalimat pada konten menggunakan bahasa yang baku sehingga mudah dipahami oleh pembaca. (iii) Analisis konten akun instagram @perpusuinyogyakarta terbagi menjadi delapan konten yaitu

penyebaran informasi perpustakaan, marketing atau promosi, information/Knowledge Sharing, permintaan masukan kepada pemustaka, konten Quotes, konten Hari Besar, konten Book Battle dan konten Hibah buku. Sedangkan peran media sosial perpustakaan dapat dilihat dari semakin aktifnya media sosial instagram membagikan segala Informasi. Rekomendasi penelitian ini pelaksanaan promosi di akun media sosial selain instagram lebih ditingkatkan lagi karena konten instagram dengan akun lainnya masih berhubungan.

Kata Kunci : Pemanfaatan media sosial instagram, promosi perpustakaan dan Analisis Konten.



ABSTRACT

Cindy Dewiyani, 2022 “Utilization of Social Media in Library Promotion and Analysis of Instagram Library Content Media at University Sunan Kalijaga Yogyakarta”

The background of this research is that many social media are used as communication tools, especially Instagram. Now, Instagram is not only used as a communication tool but is used as a tool to inform or promote a product. The superiority of the number of followers on Instagram can exceed the number of followers on other social media. Therefore, the Library of UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta uses an Instagram account as a library promotion tool as well as its existence.

This study aims to find out how the use of Instagram social media in the library of UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, how to promote the library of UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta and how to analyze content as a promotional medium for the library of UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. This type of research is qualitative research with a qualitative descriptive approach. Based on the results obtained from Content Analysis of Library Promotional Media the author uses the theory of Chan, Lam, and Chiu, namely the categories of dissemination of library information, marketing or promotion, information/knowledge sharing, and requests for input to users. The data collection technique is the primary source of the Instagram account of the UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta library and secondary sources of observation, interviews, and documentation. Data analysis using the analysis method for each post on the Instagram library was analyzed to categorize each post, knowing the type of information shared.

Based on the results of the research, it can be concluded that (i) Social media of the UIN Sunan Kalijaga Library is used as a means of disseminating information, promotion and existence. (ii) Library of UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta promotes various activities by displaying content. The content displayed is divided into two types, namely images and videos in different forms. First, make lists of content that will be uploaded to social media and adjust the topics to your needs. Second, determine the target to whom the information is conveyed so that the content is made according to the target reader. Third, use the featured hashtag, namely #PerpustakaanUINSukaSolusiReferensiRisetKitaSemua #perpusuinsuka #uinsukalibrary #uinsukalib #uinsuka The hashtag is always included in each content description. Fourth, make a schedule or Instagram posting schedule as a reference for uploading. Fifth, the description of sentences in the content uses standard language so that it is easily understood by readers (iii) Content analysis on the Instagram account @perpusuinyogyakarta is divided into eight contents, namely dissemination of library information, marketing or promotion, information/knowledge sharing, requests for input from users, quotes content, holiday content, book battle content and book grant content. Meanwhile, the role of library social media can be seen from the more active

Instagram social media sharing all information. The recommendation of this study is that the implementation of promotions on social media accounts other than Instagram is further enhanced because Instagram content and other accounts are still related.

Key words : Utilization of Instagram social media, library promotion and content analysis.



KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmanirrohim...

Alhamdulillahirabbil'alamiin, Puji Syukur penulis panjatkan kehadiran Allah Yang Maha Esa, atas limpahan Rahmat dan Hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini sesuai dengan kemampuan yang dimiliki. Sholawat dan salam semoga senantiasa tercurah limpahkan kepada junjungan besar kita, Nabi Muhammad SAW yang telah menunjukkan kepada kami jalan yang lurus berupa ajaran agama Islam yang sempurna dan menjadi anugerah serta rahmat bagi seluruh alam semesta.

Penulis sangat bersyukur dapat menyelesaikan tugas akhir ini, tesis ini disusun sebagai syarat mendapatkan gelar pada program studi Magister *Interdisciplinary Islamic Studies* konsentrasi Ilmu Perpustakaan dan Informasi dengan judul **“Pemanfaatan Media Sosial dalam Promosi Perpustakaan dan Analisis Konten Instagram Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta”**. Semoga bisa menjadi bahan bacaan yang berguna untuk mahasiswa amin. Tesis ini disusun dengan maksimal berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di Perpustakaan UPT UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta dan mendapat bantuan dari berbagai pihak sehingga dapat memperlancar pembuatan Tesis ini. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam pembuatan penelitian Tesis ini, yakni kepada :

1. Allah SWT yang selalu memberi saya segala nikmat terutama kesehatan dan kekuatan untuk menyelesaikan Tesis ini.
2. Terima kasih banyak kepada diri sendiri yang sampai saat ini sudah kuat menghadapi apapun.
3. Orang Tua terutama Mamah yang selalu mensupport, mendo'akan, memberikan materi maupun morilnya semoga mamah selalu di kasih kesehatan Jasmani dan Rohani Aamiin
4. Keluarga yang selalu mendukung dan mendo'akan saya

5. Prof. Dr. Phil. Al-Makin, S.Ag., M.A. selaku rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
6. Prof. Dr. Abdul Mustakim, M.Ag selaku direktur program Pascasarjana Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
7. Dr. Nina Mariani Noor, M.A selaku ketua Program Studi *Interdisciplinary Islamic Studies* Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
8. Prof. Dr. Nurdin, S.Ag. S.S., M.A. selaku pembimbing tesis yang telah membimbing, memberi arahan dan motivasi dari awal sampai akhir sehingga peneliti bisa menyelesaikan tesis ini dengan lancar
9. Dr. Roma Ulinnuha, S.S., M.Hum. selaku ketua sidang sekaligus penguji tesis yang telah memberikan masukan, saran dan memberikan pengarahan dalam menyempurnakan tesis ini
10. Dr. Rama Kertamukti, S.Sos., MSn. Selaku penguji yang juga memberikan masukan dalam penyempurnaan tesis ini
11. Orang yang diwawancara, Terima Kasih sudah berkenan menjadi Informan
12. Teman-teman kelas A Konsentrasi IPI Genap 2020
13. Nadiyah sifa Daulay Terima Kasih banyak nad untuk selalu menemani dalam suka duka, sakit senang dan menampung segala curhatan
14. Teman Seperjuangan Berti, Sakina, Mifta. Terima Kasih sudah menjadi teman di Perantauan ini
15. Sahabat se Jawa Barat Se Uin Sgd Bdg Rena, Elis, Lala. Terima kasih karena hadir dan menghibur, tiap hari ngumpul buat makan bareng, jangan lupa #AremamsaJawaBarat
16. Pak Jajang Okray Terima Kasih karena kalo ada apa-apa sama laptop ini pasti minta bantuan ke bapak, meskipun online
17. Dan terakhir, kepada sahabat, teman dan orang baik yang telah memberi semangat dan do'a dimanapun kalian berada.

Terima kasih yang sebesar-besarnya untuk do'a dan dukungan dari semua pihak, hanya itu yang dapat saya sampaikan. Semoga Allah membalas kebaikan dan memberikan perlindungan kepada kita semua, Aamiin. Tentunya dalam Tesis ini masih jauh dari kata sempurna dan masih banyak kesalahan serta kekurangan baik dari segi bahasa, isi, analisis dan lain sebagainya. maka dari itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari pembaca agar penelitian selanjutnya bisa lebih baik lagi.

Yogyakarta, 17 November 2022

Penulis

Cindy Dewiyani, S.Hum

20200012037



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

MOTTO

خَيْرُ النَّاسِ أَنْفَعُهُمْ لِلنَّاسِ

“Sebaik-baik manusia adalah yang paling bermanfaat bagi manusia lainnya.”

(HR. Ahmad)



Didedikasikan kepada:

Mamah tersayang Neni Suryani, M.Pd.

Kampus tercinta UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN.....	i
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	ii
<i>NOTA DINAS PEMBIMBING</i>	iv
ABSTRAK.....	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	7
E. Kajian Pustaka	7
F. Kerangka Teoritis.....	10
1. Pemanfaatan.....	10
2. Analisis Konten.....	11
3. Instagram.....	13
G. Metode Penelitian	17
1. Jenis Penelitian.....	17
2. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	17
3. Subjek dan Objek Penelitian.....	18
3. Metode Pengumpulan Data.....	18
H. Sistematika Pembahasan.....	22
BAB II.....	21
GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN.....	21
A. Gambaran Umum UPT Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.....	21
B. Visi dan Misi Perpustakaan.....	22

C. Struktur Organisasi	22
D. Koleksi Perpustakaan.....	26
E. Layanan Perpustakaan.....	29
F. Layanan Referensi	31
G. Layanan serial	31
H. Layanan Tugas Akhir.....	32
I. Layanan Korner	32
J. Layanan Sistem Informasi	32
K. Jam Buka Layanan Perpustakaan.....	33
L. Kerjasama Perpustakaan	33
M. Peraturan dan Tata Tertib.....	33
BAB III	35
A. Pemanfaatan Media Sosial Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.....	38
1. Jenis – jenis Media Sosial	41
2. Manfaat media sosial	47
3. Kelebihan Media Sosial	49
4. Promosi perpustakaan	50
5. Sarana-sarana promosi	54
B. Promosi Perpustakaan melalui media sosial	63
C. Analisis Konten Media Promosi Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.....	80
1. Penyebaran Informasi Perpustakaan	84
2. Marketing Atau Promosi.....	88
3. Information/Knowledge Sharing.....	91
4. Permintaan Masukan Kepada Pemustaka	95
5. Konten Quotes	96
6. Konten Hari Besar.....	98
7. Konten Book Battle / Ngopi.....	101
8. Konten Hibah Buku	104
BAB IV	107
PENUTUP	107
A. KESIMPULAN.....	107
B. SARAN.....	108

DAFTAR PUSTAKA	109
LAMPIRAN.....	112
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	126

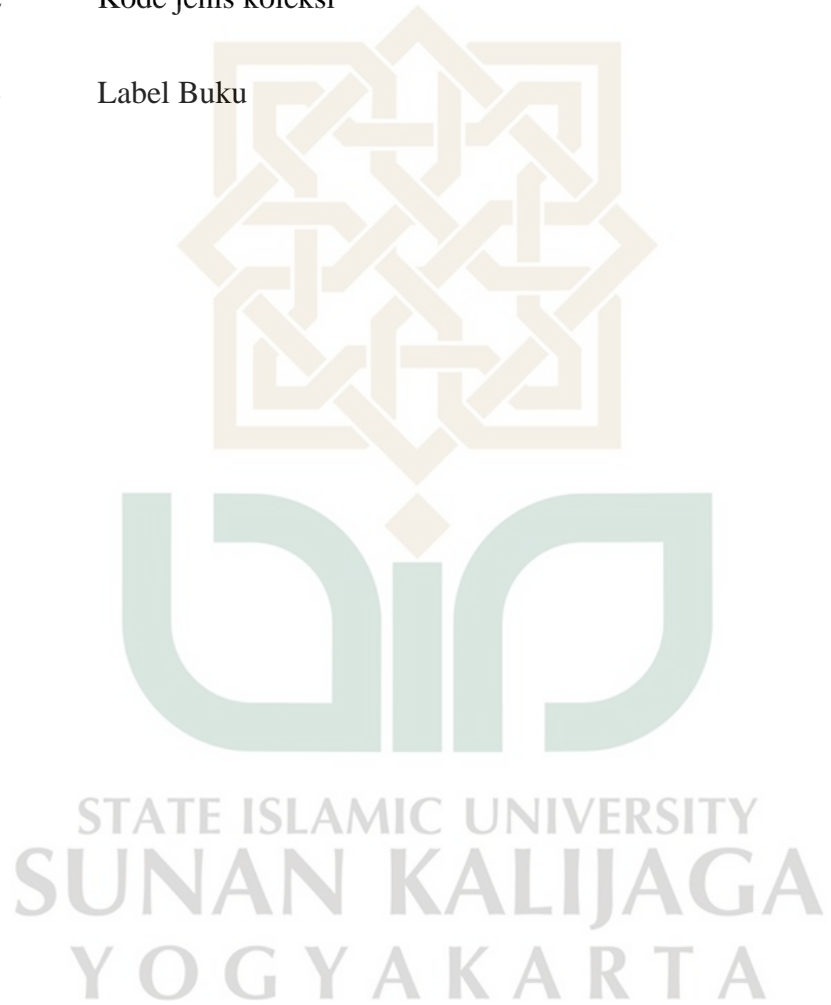


DAFTAR TABEL

Tabel 1 Klasifikasi Umum dan koleksi Islam

Tabel 2 Kode jenis koleksi

Tabel 3 Label Buku



DAFTAR GAMBAR

- Gambar 1 Tampilan awal Instagram
- Gambar 2 Website yang digunakan Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
- Gambar 3 Media sosial yang ada di Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
- Gambar 4 Kegiatan zoom pada acara User Education Perpustakaan
- Gambar 5 Contoh poster digital yang di upload di media sosial Instagram
- Gambar 6 Spanduk yang ada di Perpustakaan Sunan Kalijaga Yogyakarta
- Gambar 7 Runing text
- Gambar 8 Display buku
- Gambar 9 Pameran
- Gambar 10 Akun Instagram Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
- Gambar 11 Akun twitter Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
- Gambar 12 Akun facebook Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
- Gambar 13 Akun youtube Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
- Gambar 14 Akun Tiktok Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
- Gambar 15 Konten Instagram pada awal tahun 2021
- Gambar 16 Konten Instagram pada awal tahun 2022
- Gambar 17 Penyebaran informasi perpustakaan
- Gambar 18 Contoh konten Marketing / promosi
- Gambar 19 Contoh konten information / Knowledge Sharing
- Gambar 20 Contoh konten permintaan masukan kepada pemustaka

- Gambar 21 Contoh konten Quotes
- Gambar 22 Contoh konten hari besar
- Gambar 23 Contoh konten Book Battle /Ngopi
- Gambar 24 Contoh konten Hibah Buku



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Surat Izin Penelitian
- Lampiran 2 Surat Balasan Dari Perpustakaan
- Lampiran 3 Pedoman Wawancara



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi saat ini semakin berkembang pesat. Salah satu bukti nyatanya adalah dengan munculnya alat komunikasi yang mampu digunakan dalam berbagai hal. Sehingga alat komunikasi tersebut dikenal dengan istilah *smartphone*. *Smartphone* adalah alat komunikasi berupa telepon genggam yang memiliki sistem operasi untuk masyarakat luas. *Smartphone* merupakan telepon seluler pintar yang dilengkapi dengan fitur yang mutakhir dan berkemampuan tinggi layaknya sebuah komputer. *Smartphone* juga dapat diartikan sebagai sebuah telepon genggam yang bekerja dengan menggunakan perangkat lunak sistem Operasi (OS) yang menyediakan hubungan standar dan mendasar bagi pengembang aplikasi.¹ *Smartphone* saat ini memiliki kegunaan yang tidak hanya mengirim pesan dan telepon. Kegunaan *smartphone* saat ini selain untuk komunikasi juga dapat digunakan untuk menambah informasi pengguna melalui browsing internet dan dapat saling berbagi moment dengan cara membagikannya melalui media sosial yang bisa diinstal di *smartphone*.²

Sosial media adalah media yang didesain untuk memudahkan interaksi sosial yang bersifat interaktif atau dua arah. Media sosial berbasis pada

¹ Zaki Baridwan, *Intermediate Accounting* (Yogyakarta: Universitas Gajah Mada, 2010), hlm. 83.

² Agus Faisal and Yuli Rohmiyati, *Analisis Pemanfaatan Media Instagram sebagai Promosi Perpustakaan Provinsi Jawa Tengah*, n.d.

teknologi internet yang mengubah pola penyebaran informasi dari yang sebelumnya bersifat satu ke banyak audiens menjadi banyak audiens ke banyak audiens.³ Unsur-unsur utama yang dimiliki media sosial yaitu media sosial melibatkan saluran sosial yang berbeda dan online menjadi saluran utama media sosial berubah dari waktu ke waktu, artinya media sosial terus berkembang. Media sosial adalah partisipatif. “Penonton” dianggap kreatif sehingga dapat memberikan komentar.⁴

Saat ini telah banyak media sosial yang telah dimanfaatkan oleh masyarakat sebagai media komunikasi mereka, salah satunya adalah instagram. Di era sekarang, instagram merupakan salah satu media sosial yang banyak di unduh oleh masyarakat di *smartphone* mereka. Unikny, saat ini instagram lebih masif digunakan sebagai alat promosi oleh pengguna dalam menyebarkan postingan yang berupa informasi tentang segala hal termasuk promosi kegiatan. Keunikan ini tentunya menjadi hal menarik yang perlu dikaji lebih lanjut.

Keunggulan jumlah pengikut di Instagram dapat melebihi jumlah pengikut media sosial lainnya. Dengan banyaknya pengikut akun Instagram dibanding dengan facebook, twitter dan youtube tentu Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga dapat menggunakan akun tersebut untuk aktif dalam kegiatan promosi perpustakaan. Baik dalam penyampaian kegiatan, koleksi baru atau

³ Cindy Rizal Putri dan Paramitha, “*Analisis Faktor Pengaruh Promosi Berbasis Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Dalam Bidang Kuliner*” (Universitas Diponegoro, 2011).

⁴ Dave Evan, *Social Media Marketing: An Hour a Day*. Wiley Publishing (canada, 2008).

hal-hal yang berkaitan dengan perpustakaan dapat disampaikan melalui akun Instagram yang dimiliki oleh perpustakaan.

Pengelola perpustakaan, terutama Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga dapat memanfaatkan Instagram sebagai media pemasaran dan promosi mereka. Hal-hal yang dapat dipromosikan dapat berupa kegiatan perpustakaan, fasilitas, layanan, koleksi, dan hal-hal lain yang berkaitan dengan perpustakaan. Penggunaan Instagram sebagai media promosi ini tentu saja diharapkan dapat menarik pemustaka untuk lebih sering untuk datang ke perpustakaan.

Popularitas Instagram menjadi hal strategis bagi para pembisnis untuk memasarkan produk, hanya dengan cara membagikan foto dalam waktu beberapa menit saja, produk yang ditawarkan dapat dilihat oleh seluruh pengguna akun Instagram tanpa mengeluarkan banyak biaya dan tenaga. Selain menjadi media sosial yang mudah digunakan, Instagram kini menjadi media sosial yang paling diminati oleh banyak orang.⁵ Faktanya terbukti untuk saat ini pengguna Instagram ada Satu Milyar lebih berdasarkan aplikasi di Play Store.⁶

Promosi adalah penawaran manfaat tambahan kepada konsumen dengan harga tetap.⁷ Konsep promosi tidak bisa terlepas dari marketing atau biasa dikenal dengan istilah pemasaran. Pemasaran adalah memuaskan kebutuhan pelanggan. Dalam memuaskan pelanggan, melalui cara

⁵ Faisal dan Rohmiyati, *Analisis Pemanfaatan Media Instagram sebagai Promosi Perpustakaan Provinsi Jawa Tengah*.

⁶ Play store, *instagram*, Yogyakarta 12 September 2022.

⁷ Handi Candra, *Marketing Untuk Orang Awam* (Palembang, 2008).

mengembangkan produk dengan baik, menetapkan harga, mendistribusikan dan mempromosikan produk dengan efektif.⁸

Perlu juga diperhatikan dalam setiap promosi perpustakaan tidak dipungkiri terdapat faktor-faktor penghambat sehingga promosi yang dilakukan tidak berjalan efisien sebagaimana mestinya. Faktor penghambat promosi bisa muncul dari perpustakaan sebagai lembaga sekaligus pengguna instagram yang memberikan informasi dalam bentuk di sebuah postingan di instagram, pustakawan, maupun pemustaka.

Beberapa faktor yang muncul dari perpustakaan antara lain, kurangnya dana yang cukup dalam kegiatan promosi, tidak semua civitas akademika UIN Sunan Kalijaga yang masih aktif, mengikuti akun instagram perpustakaan UIN Sunan Kalijaga sehingga berbagai informasi yang dibagikan melalui instagram perpustakaan UIN Sunan Kalijaga tidak sampai kepada civitas akademika yang masih aktif.

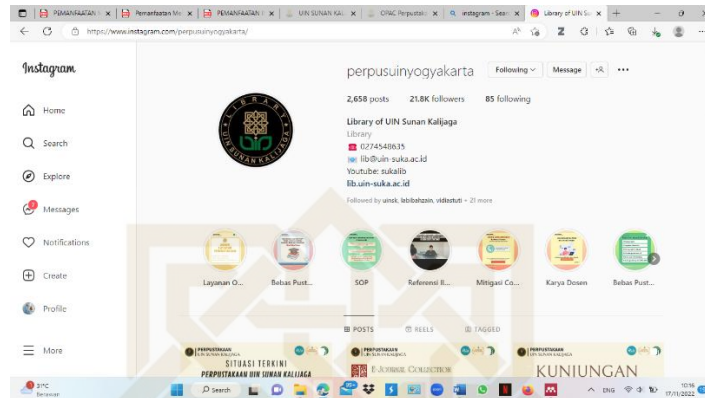
Faktor penghambat selanjutnya dari pustakawan perpustakaan UIN Sunan Kalijaga antara lain, keterbatasan ide dalam membuat postingan instagram. Hal itu dikarenakan pustakawan diharuskan memposting setiap harinya. Faktor selanjutnya, media sosial yang sedang trend sekarang ini adalah aplikasi tiktok. Di dalam aplikasi tiktok, satu-satunya bentuk postingan berupa sebuah video. Hal ini menjadi sebuah hambatan bagi pustakawan perpustakaan UIN

⁸ Kotler, "Prinsip-Prinsip Pemasaran" (Jakarta, 2001).

Sunan Kalijaga dikarenakan harus membuat video yang kemudian dilanjutkan ke dalam proses pengeditan yang membutuhkan waktu lebih lama daripada memposting konten di instagram yang hanya berupa gambar.

Faktor penghambat lainnya muncul dari pemustaka perpustakaan UIN Sunan Kalijaga antara lain, kurangnya minat pemustaka dalam mengakses informasi melalui akun instagram. Hal tersebut dikarenakan rendahnya minat dan respon para pemustaka tentang mencari informasi yang dibagikan melalui akun instagram perpustakaan UIN Sunan Kalijaga. Faktor selanjutnya adalah tidak semua pemustaka memiliki *smartphone* yang mendukung mereka dalam mengakses aplikasi instagram. Sehingga informasi yang dibagikan tidak dapat diakses oleh para pemustaka.

Penelitian ini dilakukan di Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta karena sejumlah alasan: pertama, perpustakaan yang menggunakan media sosial Instagram sebagai media promosi yang aktif serta memiliki followers terbanyak diantara media sosial perpustakaan lain. Kedua mempunyai ribuan koleksi keislaman, rujukan dosen, mahasiswa serta umum. Ketiga memiliki banyak kerjasama baik internal maupun eksternal diantaranya Kedutaan Besar, umum dan khusus. Oleh karena itu, fokus penelitian ini adalah mengetahui pemanfaatan media sosial instagram perpustakaan UIN Sunan Kalijaga dalam promosi tentang informasi-informasi yang dilakukan oleh perpustakaan UIN Sunan Kalijaga dan analisis konten yang ada di akun instagram perpustakaan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.



Gambar 1
Tampilan awal Instagram

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, ada beberapa masalah yang akan penulis kaji lebih dalam, yaitu:

1. Bagaimana pemanfaatan Media Sosial Instagram di Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga?
2. Bagaimana cara promosi perpustakaan UIN Sunan kalijaga Yogyakarta?
3. Bagaimana analisis konten sebagai media promosi Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga?

C. Tujuan

Berdasarkan bagaimana masalah tersebut dikemukakan di atas, penelitian ini berusaha untuk:

1. Untuk mengetahui pemanfaatan Media Sosial di Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
2. Untuk mengetahui cara promosi perpustakaan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
3. Untuk mengetahui Analisis Konten sebagai media promosi Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi mahasiswa Jurusan Ilmu perpustakaan dan informasi diharapkan penelitian ini dapat menambah wawasan dalam bidang ilmu perpustakaan dan menambah referensi tentang Pemanfaatan Media Sosial dalam promosi Perpustakaan dan Analisis konten media sosial Instagram. Serta berguna bagi peneliti sebagai syarat untuk meraih gelar Master of Art (M.A) pada program studi *Interdisciplinary Islamic Studies*, konsentrasi Ilmu Perpustakaan dan Informasi, Pascasarjana Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bagi perpustakaan UIN sunan Kalijaga, diharapkan penelitian ini dapat digunakan sebagai pemikiran dalam mengembangkan promosi di media sosial nya.

E. Kajian Pustaka

Berdasarkan penelusuran penulis pada kajian tentang *Pemanfaatan media Sosial dan Analisis Konten Media Promosi Perpustakaan Pada Media*

Sosial Instagram UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta diperlukan kajian pustaka untuk menjelaskan dan membedakan masalah yang diteliti diantaranya penelitian yang telah dilakukan penelitian lain:

Pertama, penelitian tentang Strategi Promosi Perpustakaan di Media sosial.⁹ penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Promosi perpustakaan melalui Pendekatan PDCA (Plan, Do, Check, dan Art), mengetahui strategi promosi perpustakaan UGM dan mengetahui peranan hubungan masyarakat perpustakaan UGM dan mempromosikan perpustakaan. Ada dua manfaat yang ada yaitu : manfaat akademis yakni untuk mengayakan khazanah sumbangsih pemikiran terhadap kajian-kajian ilmu perpustakaan. Dan manfaat praktis,yakni untuk mengayakan strategi-strategi baru yang meningkatkan kinerja layanan perpustakaan kepada pemustaka.

Kedua, artikel jurnal yang ditulis oleh Lia Herliani dengan judul “*analisis pemanfaatan situs jejaring sosial Facebook sebagai media promosi anggota Busam (Bubuhan Samarinda)*”¹⁰ tujuan penelitan ini adalah untuk mengetahui, mendeskripsikan dan menganalisis faktor pendukung dan penghambat situs jejaring sosial Facebook sebagai media promosi anggota Busam (Bubuhan Samarinda).

⁹ Moh. Musthafa Hadi, “Analisis Strategi Promosi Perpustakaan UGM Yogyakarta Melalui Humas Dan Media Sosial,” 2017.

¹⁰ Lia Herliani, “Analisis Pemanfaatan Situs Jejaring Sosial Facebook Sebagai Media Promosi Anggota Busam (Bubuhan Samarinda)” 3, No. 4 (2015), hlm. 212–224.

Ketiga, jurnal Imam Agus Faisal dan Yuli Rohmiyati dengan judul “analisis pemanfaatan media instagram sebagai promosi perpustakaan Provinsis Jawa Tengah”¹¹ tujuan penelitian ini untuk mengetahui pemanfaatan media Instagram sebagai promosi perpustakaan yang berkaitan dengan bauran promosi.

Keempat, Artikel yang berjudul *Analisis Pemanfaatan Media Instagram Sebagai Promosi Perpustakaan Provinsi Jawa Tengah* membahas tentang analisis pemanfaatan media Instagram sebagai alat promosi perpustakaan di jawa tengah.

Kelima, artikel yang berjudul *Strategi pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi perpustakaan: Studi analisis persepsi pemustaka tentang efektifitas pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi layanan Perpustakaan UIN Sunan Ampel* ditulis oleh Hary Supriyatno membahas media sosial apa saja yang digunakan dan strategi yang digunakan di perpustakaan UIN sunan Ampel Surabaya dalam penyebaran promosi layanan.

Perbedaan kajian-kajian diatas dengan yang penulis teliti adalah penulis meneliti akun Instagram media Promosi Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta dan menganalisis konten Instagram dalam akun Perpustakaan.

¹¹ Imam Agus Faisal dan Yuli Rohmiyati, “Analisis Pemanfaatan Media Instagram Sebagai Promosi Perpustakaan Provinsi Jawa Tengah,” *Jurnal Ilmu Perpustakaan Undip* 6 (2019).

F. Kerangka Teoritis

1. Pemanfaatan

Pemanfaatan merupakan turunan kata ‘Manfaat’ yakni suatu penghadapan yang semata-mata menunjukkan kegiatan menerima. Penghadapan tersebut pada umumnya mengarah pada perolehan atau pemakaian hal-hal yang berguna baik di pergunakan secara langsung maupun tidak langsung agar dapat bermanfaat.¹²

Menurut KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) Pemanfaatan yang artinya proses, cara, perbuatan memanfaatkan. Dan definisi lain dari manfaat dikeluarkan oleh Dennis Mc Quail (1987) yakni: “manfaat merupakan harapan sama artinya dengan explore (penghadapan semata-mata menunjukkan suatu kegiatan menerima)”

Selain itu Dennis juga mengatakan ada dua hal yang mendorong munculnya suatu pemanfaatan yaitu: (1) adanya oposisi terhadap pandangan deterministik tentang efek media massa. (2) sedangkan yang kedua yaitu adanya keinginan untuk lepas dari debat yang berkepanjangan tentang selera media massa.

Venkatesh dan Davis mengatakan kemanfaatan adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem, teknologi atau

¹² Muh Ilham Haqqani, “Pemanfaatan Media Sosial Intagram Oleh Bhabinkamtibmas Guna Mengantisipasi Penyebaran Hoax Pemilu 2019 Di Polres Banyumas,” *Police Studiew Review* 4, No. (1) January (2020), hlm. 297–372. lihat, <http://journal.akpol.ac.id/index.php/psr/article/view/87>.

semacamnya akan meningkatkan kinerja. Kemanfaatan ini menjadi penentu penggunaan sistem informasi, adopsi dan perilaku para pengguna.

2. Analisis Konten

Penulis melakukan analisis konten dengan cara mengelompokan masing-masing konten ke dalam kategori berdasarkan konten yang di upload di Instagram Perpustakaan. Teori konten yang digunakan yaitu teori Chan, Lam, Chiu terbagi menjadi empat kategori yaitu kategori penyebaran informasi perpustakaan, marketing atau promosi, information/knowledge sharing, dan permintaan masukan kepada pemustaka. Adapun beberapa teori dari tokoh sebagai berikut :

Menurut Barelson, Analisis Konten adalah suatu teknik penelitian untuk menghasilkan deskripsi yang objektif, sistematis dan bersifat kuantitatif mengenai isi yang terungkap dalam komunikasi.

Komunikasi tidak mungkin dianggap sebagai pesan terpisah yang diwujudkan dalam bentuk tulisan atau ucapan, melainkan suatu alur interaksi sehingga muncul definisi analisis konten yang dikemukakan oleh Budd, Thorpe, dan Donahw (1967). Menurut mereka, analisis konten ialah suatu teknik yang sistematis untuk menganalisis tidak hanya tertarik pada pesan itu sendiri, tetapi pada hal-hal yang lebih luas, yakni proses dan dampak komunikasi.

Definisi tersebut menunjukkan tujuan utama analisis konten adalah membuat inferensi. Peneliti tidak mungkin memahami dampak komunikasi

tanpa membuat inferensi.¹³ Analisis konten selalu melibatkan kegiatan menghubungkan atau membandingkan penemuan dengan beberapa kriteria atau teori. Persyaratan-persyaratan ini memunculkan definisi berikut, yakni analisis konten adalah suatu teknik untuk membuat inferensi dengan mengidentifikasi karakteristik khusus secara objektif dan sistematis.

Definisi lain dikemukakan oleh Krippendorff, yakni analisis konten adalah teknik penelitian untuk membuat inferensi yang valid dan dapat diteliti ulang dari data berdasarkan konteksnya. Pernyataan, “inferensi yang valid” mengandung maksud peneliti harus menggunakan konstruk analitis sebagai dasar inferensi. Adapun “dapat diteliti ulang” berarti peneliti perlu secara eksplisit mengemukakan langkah-langkah penelitiannya sehingga memungkinkan orang lain melaksanakan penelitian ulang terhadap fenomena yang sama. Perlu diperhatikan inferensi dalam analisis konten bersifat kontekstual karena konteks yang berbeda dapat menghasilkan inferensi yang berbeda pula. Hal ini disebabkan oleh pesan-pesan dan komunikasi simbolik yang diinferensikan itu pada umumnya tentang fenomena yang tidak secara langsung dapat diamati lewat data yang dianalisis.¹⁴

¹³ Darmiyati Zuchdi dan Wiwiek Afifah, *Analisis Konten Etnografi & Grounded Theory, Dan Hermeneutika Dalam Penelitian*, ed. Restu Damayanti, cet; pertama (Jakarta Timur: Bumi Aksara, 2019).

¹⁴ *Ibid.*

3. Instagram

Pengertian Instagram menurut Atmoko dalam bukunya *Instagram Handbook*. Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital, foto yang memungkinkan ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik Instagram sendiri.

Instagram merupakan salah satu media sosial yang dapat digunakan sebagai media promosi suatu produk atau jasa. Instagram adalah sebuah aplikasi yang digunakan untuk membagi-bagikan foto dan video. Instagram sendiri masih merupakan bagian dari Facebook yang memungkinkan teman Facebook kita mengikuti akun instagram kita. Instagram juga mampu melakukan proses edit terhadap foto sebelum foto diunggah ke jaringan. Foto-foto yang akan diunggah melalui instagram memiliki keterbatasan ukuran untuk foto, dan durasi untuk video maksimal 60 detik.¹⁵

Instagram merupakan aplikasi media sosial yang berfungsi untuk mengelola konten foto dan menyebarkannya kepada pengguna instagram yang lain.¹⁶ Pada perkembangannya, instagram bertransformasi sebagai

¹⁵ Haqqani, "Pemanfaatan Media Sosial Instagram Oleh Bhabinkamtibmas Guna Mengantisipasi Penyebaran Hoax Pemilu 2019 Di Polres Banyumas." *Police Studiew Review* No.4 (2020), hlm. 297-372.

¹⁶ Enterprise Jubilee, *Instagram Untuk Fotografi Digital Dan Bisnis Kreatif* (Elex Media Komputindo, 2012).

aplikasi yang khusus didesain untuk masyarakat pengguna mobile phone. Oleh karena itu, konten yang dikelola tidak lagi hanya terbatas foto, tapi juga dapat mengelola konten video. Pada umumnya, instagram dapat dijadikan sebagai salah satu media promosi perpustakaan.¹⁷ Hal ini dapat dilihat dari hasil penelitian yang menunjukkan bahwa sebanyak 80% pengguna instagram menyatakan bahwa media sosial ini memberikan pengaruh dalam pemilihan produk oleh konsumen. Peluang ini tentu saja sayang untuk dilewatkan oleh pengelola perpustakaan.

Sosial media adalah media yang didesain untuk memudahkan interaksi sosial yang bersifat interaktif atau dua arah. Media sosial berbasis pada teknologi internet yang mengubah pola penyebaran informasi dari yang sebelumnya bersifat satu ke banyak audiens menjadi banyak audiens ke banyak audiens.¹⁸ Unsur-unsur utama yang dimiliki media sosial yaitu media sosial melibatkan saluran sosial yang berbeda dan online menjadi saluran utama media sosial berubah dari waktu ke waktu, artinya media sosial terus berkembang. Media sosial adalah partisipatif. “Penonton” dianggap kreatif sehingga dapat memberikan komentar.¹⁹

¹⁷ Wulandari, Pahlevi Suratman, dan Sudarwanto, *Kiat Sukses Pemasaran Online Bagi Petani* (Jakarta: Zifatama Jawara, 2019).

¹⁸ Paramitha, “Analisis Faktor Pengaruh Promosi Berbasis Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Dalam Bidang Kuliner.”

¹⁹ Evan, *Social Media Marketing: An Hour a Day*. Wiley Publishing.

Teknologi Web 2.0, merupakan teknologi generasi kedua layanan internet. Kehadiran teknologi internet dan sosial media yang dilakukan untuk menggerakkan massa dalam perubahan sosial, yang dapat diamati dengan menggunakan teori AIDA yang dikemukakan oleh Kotler dan Keller.²⁰ AIDA (Attention, Interest, Desire, Action) merupakan formula yang paling sering digunakan untuk membantu perencanaan suatu iklan secara menyeluruh, dan formula itu dapat diterapkan pada suatu iklan. Perencanaan ini yang terdiri atas (Attention), membuat ketertarikan produk (Interest), membuat keinginan untuk memiliki produk (Desire), dan mengajak pelanggan untuk melakukan tindakan dalam pembelian produk (Action).

Model AIDA (Attention, Interest, Desire, Action) akan memperjelas konsep perubahan, sikap, dan perilaku dalam kaitannya dengan sebuah kerangka tindakan. Popularitas Instagram menjadi hal strategis bagi para pebisnis untuk memasarkan produk, hanya dengan cara membagikan foto dalam waktu beberapa menit saja, produk yang ditawarkan dapat dilihat oleh seluruh pengguna akun Instagram tanpa mengeluarkan banyak biaya dan tenaga. Selain menjadi media sosial yang mudah digunakan, Instagram kini menjadi media sosial yang paling diminati oleh banyak orang. Faktanya untuk saat ini terbukti pengguna

²⁰ Kotler, "Prinsip-Prinsip Pemasaran."

Instagram di Indonesia mencapai 400 juta pengguna aktif berdasarkan data dari Asosiasi Penyelenggara Jaringan Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2016. Semakin populernya Instagram yang biasanya digunakan oleh lembaga organisasi profit seperti PT. Indofood untuk media promosi, kini Instagram mulai dilirik oleh lembaga nonprofit untuk digunakan sebagai media promosi.

New media merupakan sebuah media yang menawarkan digitalisasi, konvergensi, interaktivitas dan development of network terkait pembuatan pesan dan penyampaian informasi. Media internet atau media online juga digolongkan menjadi media baru yang ada saat ini, dikarenakan media seperti televisi, koran, majalah dan radio dianggap sebagai media yang sudah lama.²¹

Media sosial adalah sebuah media online, yang bisa membuat para penggunanya dapat dengan mudah untuk bertukar informasi, berbagi dan menciptakan informasi melalui platform media sosial meliputi blog, wiki, wordpres dan jejaring sosial lainnya. Selain itu media sosial juga dianggap bisa dengan mudah untuk membentuk social network sehingga dapat bersosialisasi dan berkomunikasi dengan banyak orang.

²¹ Musthafa Hadi. tesis. "Analisis Strategi Promosi Perpustakaan UGM Yogyakarta Melalui Humas Dan Media Sosial."

G. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian harus disesuaikan dengan objek penelitian Jenis penelitian ini adalah kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang dimaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian secara holistik dengan cara mendeskripsikan dalam format kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.²²

Pendekatan kualitatif juga merupakan pendekatan penelitian yang mana prosedur penelitiannya menghasilkan data deskriptif yang berupa kata-kata secara tertulis ataupun lisan dari perilaku orang yang diamati. Artinya, bahan-bahan atau data yang dikumpulkan adalah berupa keterangan-keterangan kualitatif.²³

2. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Perpustakaan Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta yang beralamat di Jln. Marsda Adisucipto, Demangan, Gondokusuman, Papringan, Caturtunggal, Kec. Depok, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta 55221. Adapun waktu

²² Ilexy J Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2006).

²³ Pohan Rusdi, *Metodologi Penelitian Pendidikan* (Yogyakarta: Lanarka, 2007).

pelaksanaan penelitian kurang lebih dua bulan dimulai dari bulan November sampai akhir Desember 2022.

3. Subjek dan Objek Penelitian

a) Subjek penelitian

Subjek dalam penelitian kualitatif adalah orang yang sudah sengaja dipilih untuk menjadi informasi yang diperlukan selama penelitian. Subjek dalam penelitian ini adalah yang mewakili dari pengelola media sosial Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

b) Objek penelitian

Objek penelitian adalah apa yang akan diteliti dalam sebuah penelitian. Objek dalam penelitian ini adalah Media Sosial (Instagram) Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga.

3. Metode Pengumpulan Data

Penelitian kualitatif yang dilakukan memiliki dua jenis data yang akan digunakan, yaitu sumber primer dan sumber sekunder. Sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data, sedangkan sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang kedua atau dokumen.

Metode Pengumpulan data merupakan cara yang akan dilakukan oleh peneliti untuk mengumpulkan informasi yang dibutuhkan, yaitu melalui:

a. Sumber Primer

Sumber primer yang digunakan dalam penulisan ini adalah akun Instagram Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

b. Sumber Sekunder

1) Observasi

Observasi adalah pengamatan yang dilakukan secara langsung maupun tidak langsung terhadap objek yang sedang diteliti. Peneliti melakukan prapenelitian dengan menggunakan observasi terlebih dahulu terhadap kajian guna mengumpulkan data sebanyak-banyaknya tanpa landasan teori. Hal ini dilakukan agar memperoleh informasi awal sebelum melakukan observasi non partisipan.

Observasi adalah metode pengumpulan data yang digunakan untuk menghimpun data penelitian melalui pengamatan dan penginderaan. Sehingga observasi dilakukan oleh peneliti dengan cara mengamati langsung objek yang akan diteliti.

Peneliti mengamati Instagram Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta hal ini dilakukan agar mengetahui

postingan apa saja yang diposting di akun media sosial Instagram Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

2) Wawancara

Wawancara adalah bentuk komunikasi langsung antara peneliti dan informan/responden.²⁴ Dalam penelitian kualitatif wawancara menjadi metode pengumpulan data yang utama. Karena sebagian besar data diperoleh melalui wawancara.

Wawancara merupakan salah satu metode yang digunakan peneliti untuk mengumpulkan data. Wawancara merupakan percakapan tatap muka (*face to face*) antara pewawancara dengan sumber informasi, dimana pewawancara bertanya langsung tentang suatu objek yang diteliti dan telah dirancang sebelumnya.

Wawancara semi terstruktur ini dengan menggunakan pedoman wawancara yang akan dijadikan pedoman dan alur wawancara terhadap informan. Alat bantu yang digunakan dalam wawancara pada penelitian ini adalah alat perekam yang berupa *Smartphone Samsung A21S*.

3) Dokumentasi

Dokumentasi menjadi salah satu bagian dari penelitian, yaitu dengan cara mengumpulkan dokumen yang dianggap perlu dan

²⁴ Gulo W, *Metode Penelitian* (Jakarta: PT. Gramedia Widiasarana, 2002).

penting untuk menunjang hasil penelitian, dokumen yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini yaitu berupa teks tertulis, gambar atau foto maupun arsip yang dimiliki oleh pengelola. Pada intinya dokumentasi adalah metode yang digunakan untuk menelusuri data historis.²⁵

4. Metode Analisis Data

Analisis data adalah proses pengumpulan data dari setelah selesai pengumpulan data.²⁶ Analisis data juga dapat diartikan sebagai proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain sehingga dapat mudah dipahami.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode Analisis. Setiap postingan di Instagram Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta dianalisis untuk mengkategorikan setiap postingan, mengetahui jenis Informasi yang dibagikan.

5. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat-alat yang diperlukan atau yang dipergunakan untuk mengumpulkan data. Dalam penelitian kualitatif yang menjadi instrumen dalam penelitian ini adalah peneliti. Namun, peneliti

²⁵ Suwartono, *Dasar-Dasar Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2014).

²⁶ Sugiono, "Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D," in *Metode Penelitian Pendidikan* (Bandung: Alfabeta, 2013), hlm. 336.

mempertuhkan instrumen tambahan yang digunakan dalam rangka memperkuat data yang diperoleh di lapangan. Adapun beberapa instrumen tambahan yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Pedoman Wawancara digunakan untuk mengungkap data kualitatif yang bersifat lebih luas dan dalam, data ini digali oleh peneliti sampai peneliti merasa cukup dengan penelitiannya. Pedoman wawancara berisi pertanyaan-pertanyaan.
- 2) Alat tulis untuk mencatat informasi yang di dapatkan
- 3) Alat dukung lainnya seperti, Alat rekam yang bisa digunakan di SmartPhone dan Laptop HP untuk memenuhi segala kebutuhan.

H. Sistematika Pembahasan

Secara keseluruhan sistematika pembahasan dalam penulisan proposal tesis ini terdiri dari.

BAB I Pendahuluan Dalam bab pendahuluan ini berisi latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, kajian pustaka, kerangka teoritis, metode penelitian, dan sistematika pembahasan. Bab ini berguna untuk menganalisis data yang dijelaskan pada bab pembahasan, dan kemudian akan ditarik kesimpulan pada bab penutup.

BAB II Gambaran Umum yang berisi gambaran umum tempat penelitian yaitu profil tempat penelitian. Bab ini berisikan tentang gambaran-gambaran mengenai lokasi yang diteliti, meliputi: sejarah singkat UPT Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, visi dan misi, struktur organisasi, koleksi

Perpustakaan, layanan perpustakaan, jam buka layanan perpustakaan, kerjasama perpustakaan, peraturan dan tata tertib perpustakaan.

BAB III Hasil dan Pembahasan berisi hasil yang diperoleh dalam penelitian yang telah dilakukan, mulai dari data yang diperoleh, proses analisis datanya dan menjawab rumusan masalah yang terdapat di bab I.

BAB IV Penutup berisi kesimpulan dari analisis data yang telah dilakukan dan saran yang direkomendasikan berdasarkan dari hasil penelitian tersebut.

BAB IV PENUTUP

A. KESIMPULAN

Dari pembahasan diatas dapat disimpulkan guna menjawab rumusan masalah adalah sebagai berikut :

1. Media sosial Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga dimanfaatkan sebagai alat penyebaran Informasi, Promosi dan Eksistensi.
2. Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta mempromosikan berbagai kegiatannya dengan cara menampilkan konten. Konten yang ditampilkan terbagi menjadi dua jenis yaitu gambar dan vidio dengan bentuk yang berbeda. *Pertama*, membuat daftar-daftar konten yang akan di unggah ke media sosial dan menyesuaikan topik dengan kebutuhan. *Kedua*, menentukan target kepada siapa saja informasi disampaikan sehingga konten yang dibuat menyesuaikan dengan target pembaca. *Ketiga*, menggunakan hastagh unggulan yaitu #PerpustakaanUINSukaSolusiReferensiRisetKitaSemua #perpusuinsuka #uinsukalibrary #uinsukalib #uinsuka Hastagh tersebut selalu dicantumkan dalam setiap deskripsi konten. *Keempat*, membuat schedule atau jadwal postingan Instagram sebagai acuan dalam pengunggahan. *Kelima*, deskripsi kalimat pada konten menggunakan bahasa yang baku sehingga mudah dipahami oleh pembaca.

3. Analisis konten akun instagram @perpusuinyogyakarta terbagi menjadi delapan konten yaitu penyebaran informasi perpustakaan, marketing atau promosi, information/Knowledge Sharing, permintaan masukan kepada pemustaka, konten Quotes, konten Hari Besar, konten Book Battle dan konten Hibah buku.

B. SARAN

Ada Beberapa Saran Yang Bisa Peneliti Berikan Berdasarkan Hasil Pembahasan Penelitian Berkaitan Dengan Pemanfaatan Media Dan Analisis Konten Media Promosi Perpustakaan Pada Media Sosial Instagram UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Beberapa saran yang dimaksud adalah sebagai berikut :

Pelaksanaan promosi di akun media sosial selain Instagram lebih ditingkatkan lagi karena konten Instagram dengan akun lainnya masih sama agar semuanya aktif dan beragam;

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Varatisha Anjani. "Sosial Media Sebagai Pasar Bagi Masyarakat Modern (Sebuah Kritik Terhadap Budaya Populer)." *Jurnal Ranah Komunikasi* 18, no. 1 (2017): 1–15. <https://doi.org/10.24252/jdt.v18i1.2870>.
- Asaniyah, Neneng. "Penyebaran Berbagai Macam Informasi Perpus-Takaan Di Masa Pandemi Covid 19." *Buletin Perpustakaan Universitas Islam Indonesia* 4, no. 1 (2021): 35–44.
- Candra, Handi. *Marketing Untuk Orang Awam*. Palembang, 2008.
- Evan, Dave. *Social Media Marketing: An Hour a Day*. Wiley Publishing. Canada, 2008.
- Faisal, Agus, and Yuli Rohmiyati. *ANALISIS PEMANFAATAN MEDIA INSTAGRAM SEBAGAI PROMOSI PERPUSTAKAAN PROVINSI JAWA TENGAH*, n.d.
- Gitosudarmo, Indriyo. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: BPFE Yogyakarta, 1997.
- Hadi, moh. musthafa. "Analisis Strategi Promosi Perpustakaan UGM Yogyakarta Melalui Humas Dan Media Sosial," 2017.
- Haqqani, Muh Ilham. "Pemanfaatan Media Sosial Intagram Oleh Bhabinkamtibmas Guna Mengantisipasi Penyebaran Hoax Pemilu 2019 Di Polres Banyumas." *Police Studiew Review* 4, no. (1) January (2020): 297–372. <http://journal.akpol.ac.id/index.php/psr/article/view/87>.
- Hariyah, Agus Triyanto dan. "Media Sosial Alat Promosi Perpustakaan Badan Litbang Dan Diklat Kementrian Agama RI." *Jurnal ilmu komunikasi* 25, no. 2 (2018): 32–41.
- Herliani, Lia. "ANALISIS PEMANFAATAN SITUS JEJARING SOSIAL FACEBOOK SEBAGAI MEDIA PROMOSI ANGGOTA BUSAM (BUBUHAN SAMARINDA)" 3, no. 4 (2015): 212–224.
- Jubilee, Enterprise. *Instagram Untuk Fotografi Digital Dan Bisnis Kreatif*. elex media komputindo, 2012.
- Kamil, R. *Aku, Kamu Dan Media Sosial*. Bandung: Sygma Creative Media Corp, 2014.
- Kasmir. *Pemasaran Bank*. Jakarta: Kencana, 2005.

- Kotler. "Prinsip-Prinsip Pemasaran." Jakarta, 2001.
- Kurniasih, Nuning. "Optimalisasi Penggunaan Media Sosial Untuk Perpustakaan." In *Prosiding Makalah Seminar Nasional "Komunikasi, Informasi Dan Perpustakaan Di Era Global*, 1–10. Jatinangor, 2016.
- Maretno, Serly, and Marlina Marlina. "Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi Perpustakaan." *Baitul 'Ulum: Jurnal Ilmu Perpustakaan dan Informasi* 5, no. 1 (September 24, 2021): 58–71.
- McQuail., D. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Penerbit Erlangga, 2003.
- Moleong, lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2006.
- Nasrullah R. "Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya Dan Sioteknologi" (2015).
- Nurudin. "Media Sosial Baru Dan Munculnya Revolusi Komunikasi." *jurnal komunikator* 5 (2010): 83.
- Pantur, Angelda Lastriyanti, Ginting, Richard Togaranta, and Kastawa, Made. "Peran Pustakawan Dalam Upaya Promosi Pemanfaatan Perpustakaan Di Badan Perpustakaan Dan Arsip Daerah Kabupaten Manggarai." *Jurnal Ilmiah D3 Perpustakaan Universitas Udayana* 1 (2016): 1.
- Paramitha, cindy rizal putri dan. "Analisis Faktor Pengaruh Promosi Berbasis Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Dalam Bidang Kuliner." universitas diponegoro, 2011.
- Pierre, Levy. *Cyberculture*. Paris: Edition Odile Jacob, 1997.
- Prabowo, T. "Covid-19 Dan Reorientasi Ruang Sosial, in Memperebutkan Ruang Publik Virtual : Literasi, Hoax, Dan Perdamaian." *Zahir publising* (2020): 6–9.
- Prof. Darmiyati Zuchdi, Ed.D., Wiwiek Afifah, M.Pd. *Analisis Konten Etnografi & Grounded Theory, Dan Hermeneutika Dalam Penelitian*. Edited by Restu Damayanti. Pertama. Jakarta timur: bumi aksara, 2019.
- Readers, Premium, Advanced Search, Personal Website, Company About, and Security Privacy. "The Social Media Untuk Pemb" (n.d.).
- Riza, Faizal Ahmad Adhy and Riza, Agung Suprpto. "Strategi Promosi Perpustakaan Khusus: Studi Pada Perpustakaan Bank Indonesia Surabaya."

Jurnal Administrasi Publik (JAP) 3 (2015): 12.

- Rohmiyati, imam agus faisal dan yuli. “Analisis Pemanfaatan Media Instagram Sebagai Promosi Perpustakaan Provinsi Jawa Tengah.” *jurnal ilmu perpustakaan undip* 6 (2019).
- Rusdi, Pohan. *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Yogyakarta: Lanarka, 2007.
- Stanton, William J. “Prinsip Pemasaran.” *Prinsip pemasaran* 7, no. 2 (1996): 137.
- Sugiono. “Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D.” In *Metode Penelitian Pendidikan*, 336. Bandung: Alfabeta, 2013.
- Supriyatno, Hary. *Strategi Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Perpustakaan: Studi Analisis Persepsi Pemustaka Tentang Efektifitas Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Layanan Perpustakaan UIN Sunan Ampel. Indonesian Journal of Academic Librarianship*. Vol. 3, 2019. <https://techno.okezone.com>.
- suratman, sudarwanto, wulandari & pahlevi. *Kiat Sukses Pemasaran Online Bagi Petani*. jakarta: zifatama jawara, 2019.
- Suwartono. *Dasar-Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2014.
- Vivian, Jhon. *Teori Komunikasi Massa, Terj.* Jakarta: Kencana, 2008.
- W, Gulo. *Metode Penelitian*. Jakarta: PT. Gramedia Widiasarana, 2002.