

**ANALISIS STRATEGI PROMOSI PERPUSTAKAAN BERBASIS
INFOGRAFIS MELALUI INSTAGRAM DI PERPUSTAKAAN UIN
SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA**

SKRIPSI

Disajikan kepada Program Studi Ilmu Perpustakaan Fakultas Adab dan Ilmu Budaya Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk Memenuhi Salah Satu Pernyataan dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Perpustakaan



HALAMAN PENGESAHAN



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS ADAB DAN ILMU BUDAYA
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 513949 Fax. (0274) 552883 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-2240/Un.02/DA/PP.00.9/12/2023

Tugas Akhir dengan judul : Analisis Strategi Promosi Perpustakaan Berbasis Infografis melalui Instagram di Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : IFFAT RIHHADATUL'AISY
Nomor Induk Mahasiswa : 19101040103
Telah diujikan pada : Kamis, 16 November 2023
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Adab dan Ilmu Budaya UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang
Puji Lestari, M.Kom
SIGNED

Valid ID: 657685b3554aa



Penguji I
Faisal Syarifudin, S.Ag, S.S. M.Si.
SIGNED

Valid ID: 6568526232c5



Penguji II
Iryanto Chandra, M.Eng.
SIGNED

Valid ID: 6573452ac3e27



Yogyakarta, 16 November 2023
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Adab dan Ilmu Budaya
Prof. Dr. Muhammad Wildan, M.A.
SIGNED

Valid ID: 6577d5ddd3fc8

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Assalamu 'alaikum Wr. Wb.

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Iffat Rihhadatul'aisy

NIM : 19101040103

Program Studi : Ilmu Perpustakaan

Fakultas : Adab dan Ilmu Budaya

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul "Analisis Strategi Promosi Perpustakaan Berbasis Infografis melalui Instagram di Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta" adalah hasil karya peneliti sendiri dan bukan plagiat dari karya orang lain, kecuali secara tertulis disitir mengikuti standar dan prosedur ilmiah serta tercantum dalam daftar pustaka. Apabila dikemudian hari terbukti merupakan plagiat dari hasil karya orang lain, maka segala tanggung jawab ada pada peneliti sendiri.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dan dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 11 Oktober 2023

Yang menyatakan,



Iffat Rihhadatul'aisy
19101040103

NOTA DINAS

Puji Lestari, M.Kom.

**Dosen Program Studi Ilmu Perpustakaan Fakultas Adab dan Ilmu Budaya
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta**

NOTA DINAS

Hal : Skripsi

Lamp : 1 (Satu) eksemplar

Kepada Yth:

Dekan Fakultas Adab dan Ilmu Budaya

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, mengoreksi, dan menyarankan perbaikan seperlunya, maka saya selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi saudara:

Nama : Iffat Rihhadatul'aisy
NIM : 19101040103
Program Studi : Ilmu Perpustakaan
Fakultas : Adab dan Ilmu Budaya
Judul : Analisis Strategi Promosi Perpustakaan Berbasis Infografis melalui Instagram di Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

dapat diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar strata satu pada Program Studi Ilmu Perpustakaan Fakultas Adab dan Ilmu Budaya UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Berdasarkan hal tersebut, saya berharap agar skripsi saudara di atas dapat segera disetujui dan disidangkan dalam *munaqosyah*.

Demikian, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 11 Oktober 2023
Pembimbing,



Puji Lestari, M.Kom.
NIP. 19790116 200501 2 001

MOTTO

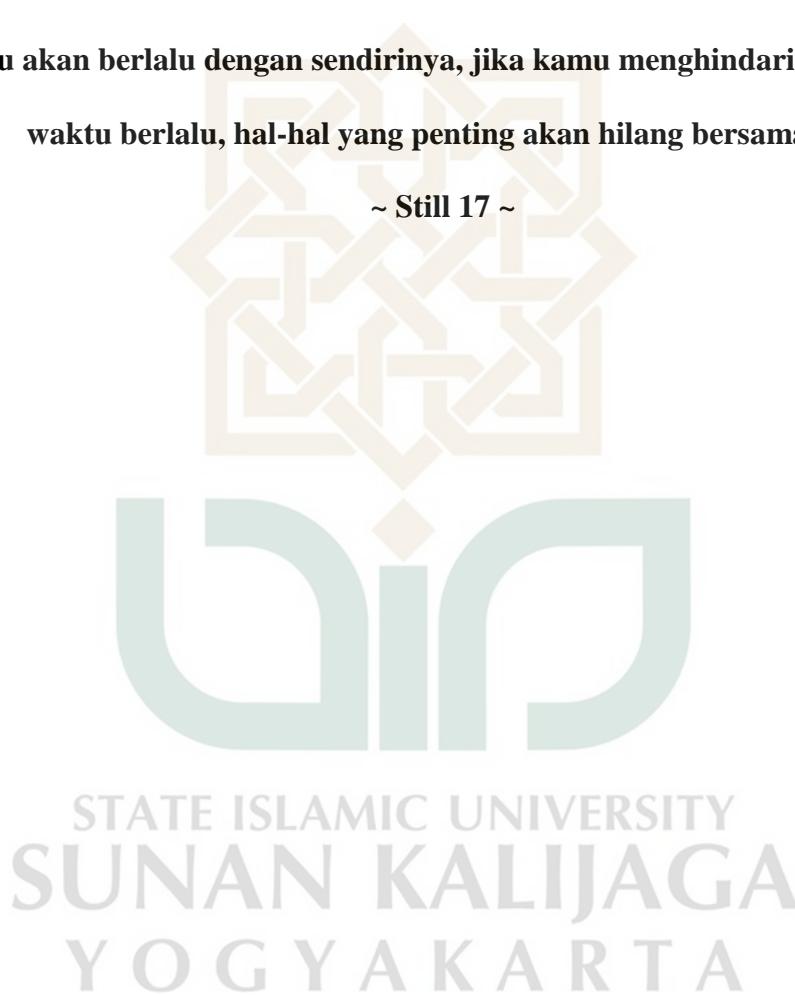
Jika ada yang lebih buruk dari kegagalan, hal itu adalah penyesalan

~ Romantic Doctor Teacher Kim ~

Waktu akan berlalu dengan sendirinya, jika kamu menghindarinya sebelum

waktu berlalu, hal-hal yang penting akan hilang bersamanya

~ Still 17 ~



PERSEMBAHAN

Skripsi ini peneliti persembahkan kepada seluruh keluarga yang selalu memberikan dukungan dan doa dalam berbagai hal, juga kepada sahabat dan teman yang selalu mendukung dan memberikan semangat.



**ANALISIS STRATEGI PROMOSI PERPUSTAKAAN BERBASIS
INFOGRAFIS MELALUI INSTAGRAM DI PERPUSTAKAAN UIN
SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA**

Iffat Rihhadatul'aisy

Program Studi Ilmu Perpustakaan, Fakultas Adab dan Ilmu Budaya,

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta

Email: iffatrihhadatul@gmail.com

INTISARI

Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui strategi promosi perpustakaan berbasis infografis melalui instagram di Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Manfaat penelitian ini diharapkan dapat berguna dalam meningkatkan strategi promosi perpustakaan. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Pengumpulan data menggunakan teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi. Validasi data menggunakan triangulasi, penggunaan bahan referensi, dan membercheck. Adapun analisis data menggunakan teori Miles & Huberman yakni dengan tiga tahapan, data reduction, data display, dan conclusion drawing/ verification. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada teori promotion mix menurut Sujatna, perpustakaan UIN Sunan Kalijaga menggunakan strategi advertensi (iklan informasi, iklan membujuk, dan iklan pengingat), strategi promosi penjualan (promosi pengguna, promosi dagang/perpustakaan, strategi publisitas (publisitas koleksi dan publisitas kelembagaan), personal selling, direct marketing, Interactive marketing. Kemudian pewarnaan yang banyak digunakan merupakan warna tint sebagai background. Jenis tipografi yang banyak dipakai ialah sans serif. Konten banyak terdapat penekanan pada teks tertentu dan gambar. Sebagian besar konten dilengkapi elemen visual berupa gambar foto dan teks.

Kata Kunci: strategi promosi perpustakaan, infografis, instagram

ANALYSIS OF INFOGRAPHIC-BASED LIBRARY PROMOTION STRATEGIES VIA INSTAGRAM AT THE UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA LIBRARY

Iffat Rihhadatul'aisy

Program Studi Ilmu Perpustakaan, Fakultas Adab dan Ilmu Budaya,

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta

Email: iffatrihhadatul@gmail.com

ABSTRACT

The purpose of this study was to find out infographic-based library promotion strategies via Instagram at the UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta Library. It is hoped that the benefits of this research will be useful in improving library promotion strategies. This type of research is qualitative case study. Data collection used observation, interview and documentation. Data validation used triangulation, use of reference materials, and member checking. The data analysis used the Miles & Huberman theory, data reduction, data display, and conclusion drawing/verification. The results of this study indicate that, according to Sujatna's promotion mix theory, the UIN Sunan Kalijaga library uses an advertising strategy (information advertising, persuading advertising, and reminder advertising), sales promotion strategy (user promotion, trade/library promotion, publicity strategy (collection publicity and institutional publicity), personal selling, direct marketing, and interactive. Then the coloring that is widely used is tint color as a background. The type of typography that is widely used is sans serif. The content has a lot of emphasis on certain text and images. Most of the content is equipped with visual elements in the form of photos and text.

Keywords: library promotion strategy, infograph, instagram

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, nikmat, beserta karunia-NYA kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Analisis Strategi Promosi Perpustakaan Berbasis Infografis melalui Instagram di Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta” ini. Sholawat serta salam semoga selalu tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, keluarga, sahabat, serta umat muslim yang mengikuti ajaran hingga akhir zaman.

Penyusunan skripsi ini melalui proses yang panjang dan penulis banyak mengalami hambatan, namun berkat bantuan, bimbingan, dan arahan dari berbagai pihak akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Dengan penuh kerendahan hati dan rasa hormat penulis mengucapkan terimakasih kepada berbagai pihak yang turut serta berperan dalam penyusunan skripsi ini:

1. Bapak Prof. Dr. Phil Al Makin, S. Ag., M.A., selaku Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak Prof. Dr. Muhammad Wildan, M.A., selaku Dekan Fakultas Adab dan Ilmu Budaya UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Bapak Prof. Dr. Nurdin Laugu, S.Ag., S.S., M.A. selaku Ketua Program Studi Ilmu Perpustakaan Fakultas Adab dan Ilmu Budaya UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
4. Ibu Dr. Syifaun Nafisah, S.T., MT. selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan arahan dalam pemilihan judul skripsi.

5. Ibu Puji Lestari, M.Kom selaku Dosen Pembimbing skripsi yang telah membantu membimbing serta mengarahkan peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak Faisal Syarifudin, S.Ag. S.S. M.Si. selaku Dosen Pengaji 1.
7. Bapak Iryanto Chandra, M.Eng. selaku Dosen Pengaji 2.
8. Segenap Dosen Program Studi Ilmu Perpustakaan Fakultas Adab dan Ilmu Budaya UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
9. Seluruh keluarga yang selalu memberikan dukungan, motivasi, dan doa.
10. Pihak Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah mengizinkan peneliti untuk melakukan penelitian di tempat.
11. Tim Media Sosial Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah meluangkan waktunya untuk membantu memberikan informasi dan arahan dalam pengumpulan data skripsi.
12. Rekan-rekan Mahasiswa Ilmu Perpustakaan Angkatan 2019, khususnya kelas C yang selalu memberikan dukungan, semangat, dan bantuan.
13. Dan semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

Penulis berharap kebaikan-kebaikan tersebut akan menjadi amal sholeh serta mendapatkan ridha dari Allah SWT.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Yogyakarta, 10 Oktober 2023

Penyusun

DAFTAR ISI

JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN.....	iii
NOTA DINAS	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
INTISARI.....	vii
ABSTRACT.....	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	10
1.3.1 Tujuan penelitian.....	10
1.3.2 Manfaat penelitian.....	11
1.4 Sistematika Penelitian	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI	13
2.1 Tinjauan Pustaka	13
2.2 Landasan Teori	17
2.2.1 Strategi	17
2.2.2 Strategi promosi	19
2.2.3 Promosi perpustakaan	20
2.2.4 Strategi Promosi Perpustakaan.....	21
2.2.5 Infografis	24
2.2.6 Media sosial	32
2.2.7 Instagram.....	35
2.2.8 Perpustakaan	35

2.2.9	Perpustakaan perguruan tinggi	36
	BAB III METODE PENELITIAN.....	37
3.1	Jenis Penelitian	37
3.2	Tempat dan Waktu Penelitian	38
3.3	Subjek dan Objek Penelitian	38
3.4	Instrumen Penelitian.....	39
3.5	Sumber Data	39
3.6	Pengumpulan Data	41
3.7	Validasi Data	44
3.8	Analisis Data	47
	BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	49
4.1	Gambaran Umum Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.....	49
4.1.1	Sejarah Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga.....	49
4.1.2	Visi dan Misi Perpustakaan.....	50
4.1.3	Struktur Organisasi	50
4.1.4	Ketentuan Umum dan Layanan Perpustakaan	53
4.1.5	Fasilitas	58
4.2	Hasil dan Pembahasan	61
4.2.1	Strategi promosi perpustakaan berbasis infografis melalui instagram di Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga.....	61
a.	<i>Advertensi</i>	61
1.	<i>Iklan informasi</i> (informative advertising)	62
2.	Iklan membujuk (persuasive <i>advertising</i>)	64
3.	Iklan pengingat (reinforcement advertising)	67
b.	Promosi Penjualan.....	71
1.	Promosi pengguna	71
c.	Promosi Dagang (promosi perpustakaan)	76
d.	Publisitas (<i>publication</i>)	84
1.	Publisitas produk	85
2.	Publisitas Kelembagaan	98
e.	Personal Selling	105
f.	Direct Marketing (Pemasaran secara langsung)	109
g.	Interactive marketing	113
h.	<i>Public Relation</i>	118

4.2.2	Pembuatan Konten Strategi Promosi berbasis Infografis	137
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN.....	142
5.1	Kesimpulan.....	142
5.2	Saran	144
	DAFTAR PUSTAKA	146
	LAMPIRAN	150



DAFTAR TABEL

Tabel 1: Data akun Instagram perpustakaan PTKIN di DIY dan Jawa Tengah 2023	8
Tabel 2. Tinjauan Pustaka	16
Tabel 3. Waktu Penelitian	38
Tabel 4: Data wawancara	43
Tabel 5: Data Konten Infografis Instagram UIN Sunan Kalijaga.....	130



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1: Konten Internet yang sering diakses pada tahun 2022	5
Gambar 2: Struktur Manajemen Strategi	18
Gambar 3: Color Wheel	26
Gambar 4: Struktur Organisasi Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga	50
Gambar 5: Pengenalan aplikasi kubuku	63
Gambar 6: Konten layanan permintaan koleksi tugas akhir	65
Gambar 7: Konten layanan bebas pustaka online	68
Gambar 8: Konten fasilitas lesehan di Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga	72
Gambar 9: Konten fasilitas layanan rajut di Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga..	74
Gambar 10: Poster kegiatan karaoke di perpustakaan UIN Sunan Kalijaga.....	78
Gambar 11: Konten BTS kegiatan pameran IDKS di Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga	82
Gambar 12: Koleksi Sukapustaka	85
Gambar 13: Koleksi buku tercetak, hibah, dan rekomendasi koleksi	88
Gambar 14: Koleksi serial.....	90
Gambar 15: Koleksi elektronik	94
Gambar 16: Koleksi Tugas Akhir	97
Gambar 17: Pengumuman layanan perpustakaan	99
Gambar 18: Pencapaian perpustakaan	103
Gambar 19: Tutorial peminjaman buku	107
Gambar 20: Konten informasi seputar perpustakaan	111
Gambar 21: Konten kuis yang diadakan di akun Instagram perpustakaan	114

Gambar 22: Konten share story yang diadakan di akun Instagram perpustakaan	116
Gambar 23: Contoh konten informasi seputar kegiatan pengolahan koleksi perpustakaan	119
Gambar 24: Contoh konten informasi seputar perpustakaan dan koleksinya	122
Gambar 25: Konten quotes	125
Gambar 26: Konten peringatan hari besar	128
Gambar 27: Jumlah peminjaman koleksi di app Sukapustaka	136
Gambar 28: Waktu postingan sukapustaka di Instagram	136
Gambar 29: Logo dan media sosial perpustakaan UIN Sunan Kalijaga di setiap konten Instagram	141



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Surat Izin Studi Pendahuluan	150
Lampiran 2: Surat Izin Penelitian	151
Lampiran 3: Surat balasan izin penelitian.....	152
Lampiran 4: Lembar persetujuan menjadi informan.....	153
Lampiran 5 : Lembar <i>Membercheck</i>	159
Lampiran 6: Pedoman Wawancara	165
Lampiran 7: Hasil Wawancara.....	168
Lampiran 8 : Daftar Istilah.....	191
Lampiran 9 : Dokumentasi Pelaksanaan Wawancara	193
Lampiran 10: <i>Curriculum Vitae</i>	194



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi menjadi tantangan tersendiri untuk para pengelola perpustakaan. Penemuan internet mengakibatkan bertambah cepatnya ketersediaan dan pertukaran informasi dari seluruh dunia, hal tersebut merupakan hal baik bagi masyarakat namun juga dapat menjadi hal buruk bagi perpustakaan, dikarenakan banyak dari masyarakat yang memilih melakukan pencarian informasi melalui internet daripada mendatangi perpustakaan. Padahal perpustakaan sendiri merupakan tempat yang di dalamnya tersedia berbagai bahan penerbitan tercetak maupun noncetak dan diatur dalam suatu sistem untuk keperluan informasi (Basuki, 2010, hlm. i). Dengan kata lain perpustakaan merupakan sebuah tempat sebagai penyedia informasi. Namun perpustakaan sering kali dianggap sebelah mata, tidak sedikit yang menganggap bahwa perpustakaan hanyalah sebatas gedung yang berisi kumpulan buku, tidak hanya itu perpustakaan juga dianggap sebagai tempat yang kurang menyenangkan dan membosankan. Hal tersebut mungkin terjadi karena kurangnya informasi yang dimiliki oleh pemustaka mengenai perpustakaan. Padahal banyak diantara perpustakaan yang juga menyediakan berbagai kegiatan yang menarik untuk para pemustaka seperti pengadaan pameran, seminar, *booktalk* dan sebagainya.

Saat ini, selain menyajikan berbagai kegiatan yang menarik bagi para pengunjung, penting pula bagi perpustakaan untuk bisa beradaptasi dan mengikuti segala perkembangannya. Menurut Nurhayati (2018, hlm. 29) dalam teori ilmu

perpustakaan mengatakan bahwa perpustakaan merupakan suatu organisasi yang selalu mengalami pertumbuhan (*growing organism*). Di era perkembangan teknologi ini pertumbuhan perpustakaan dapat dilakukan menggunakan teknologi informasi. Penerapan teknologi informasi merupakan wujud dari perubahan layanan, perubahan ini dapat mendorong perpustakaan untuk melakukan modernisasi pelayanan dan menerapkan teknologi informasi disegala aktivitas (Sa'diyah & Adli, 2019, hlm. 146). Adapun manfaat yang dapat diambil dari penggunaan teknologi informasi di perpustakaan yakni mengefisiensi dan mempermudah pekerjaan di perpustakaan, memberi layanan yang lebih baik kepada pemustaka, meningkatkan citra perpustakaan, dan pengembang infrastruktur nasional, regional, dan global (Sa'diyah & Adli, 2019, hlm.148).

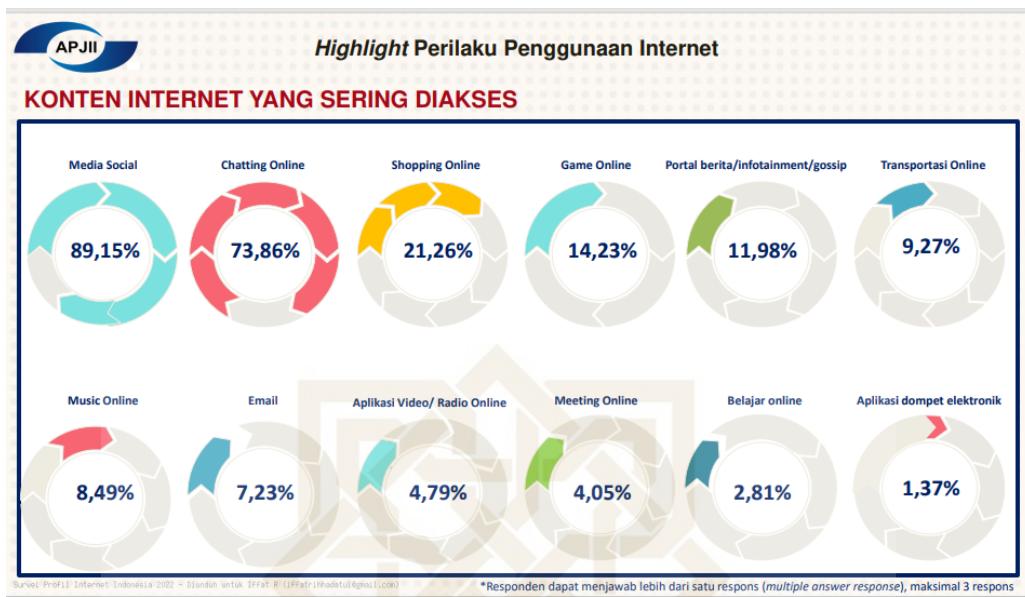
Banyaknya kegiatan di perpustakaan dan penggunaan teknologi di perpustakaan tidaklah berguna apabila hal tersebut tidak diketahui keberadaanya oleh pemustaka. Untuk itu perlu adanya promosi perpustakaan yang merupakan salah satu cara untuk mengenalkan apa yang dimiliki oleh perpustakaan kepada masyarakat. Menurut Putri, Winoto, dan Saepudin (2019, hlm. 15) promosi merupakan salah satu bentuk kegiatan komunikasi mencakup aktivitas pemasaran yang bertujuan untuk menyebarkan informasi, mempengaruhi, membujuk, serta mengingatkan target pasar mengenai perusahaan dan produk agar mau menerima ataupun membeli produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan. Menurut Prihartanta (2015, hlm. 2) mengatakan bahwa promosi perpustakaan merupakan sebuah upaya untuk mengenalkan seluruh aktivitas yang terdapat di perpustakaan dari segi fasilitas, koleksi, jenis layanan, juga manfaat yang dapat diperoleh pemakai

perpustakaan secara terperinci. Sedangkan menurut Sujatna (2016, hlm. 14) promosi perpustakaan adalah aktivitas yang dilakukan perpustakaan dalam meningkatkan pemanfaatan produk dan layanan perpustakaan oleh pemustaka. Dari beberapa pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa promosi perpustakaan merupakan suatu komunikasi pemasaran berupa upaya mengenalkan seluruh aktivitas yang dilakukan perpustakaan untuk meningkatkan pemanfaatan produk dan layanan perpustakaan. Promosi perpustakaan ini sangatlah penting karena promosi merupakan ajang pengenalan segala informasi mengenai perpustakaan kepada pemustaka yang dimaksudkan agar pemustaka lebih mengetahui, mengenal, dan familiar dengan kegiatan dan pelayanan yang ada di perpustakaan.

Menurut Harahap (2021, hlm. 110-111) terdapat beberapa media yang dapat digunakan sebagai sarana promosi yakni media cetak, media non massa, pertemuan, dan media elektronik. Media cetak seperti surat kabar dapat digunakan sebagai sarana untuk memasarkan buku terbaru atau *best seller* yang telah dimiliki perpustakaan, kemudian majalah dapat digunakan untuk menampilkan profil dan keunggulan perpustakaan, adapula brosur sebagai wadah informasi alur kegiatan yang terdapat dalam perpustakaan. Kemudian terdapat media non massa seperti baliho dan spanduk. Ketiga terdapat media pertemuan seperti pameran, seminar maupun *talkshow*. Terakhir yakni media elektronik seperti televisi sebagai sarana media audio visual, *website* sebagai perwakilan perpustakaan di dunia maya, radio sebagai media untuk promosi berupa audio, juga terdapat media sosial yang dapat digunakan sebagai media promosi karena eksistensinya di zaman ini yang sangatlah diminati oleh banyak orang. Hal-hal yang dapat dipromosikan melalui media sosial

yakni seperti keberadaan perpustakaan, koleksi perpustakaan, pelayanan prima pada masyarakat dan penyaluran pendidikan pada masyarakat (Mustofa, 2017, hlm. 27-28).

Penggunaan media sosial dalam melakukan promosi perpustakaan merupakan salah satu bukti bahwa perpustakaan turut serta dalam pemanfaatan perkembangan teknologi. Menurut Carr & Hayes (2015, hlm. 50) media sosial merupakan saluran berbasis internet yang memungkinkan penggunanya untuk berinteraksi secara oportunistik dan mempresentasikan dirinya secara selektif, baik *realtime* maupun tidak, dengan khalayak luas ataupun sempit yang memperoleh nilai dari konten buatan pengguna dan persepsi interaksi dengan orang lain. Perpustakaan dapat menggunakan media sosial sebagai alat untuk memperkenalkan pelayanan yang ada di perpustakaan kepada masyarakat (Ardhi, 2013, hlm. 68). Penggunaan media sosial sebagai media promosi ini dapat mempermudah khususnya dalam segi waktu, biaya, dan tenaga promosi. Apalagi minat masyarakat pada media sosial yang tinggi juga menjadikan alasan untuk menggunakan media sosial sebagai media promosi perpustakaan (Putri, Winoto, dan Saepudin, 2019, hlm. 13).



Gambar 1: Konten Internet yang sering diakses pada tahun 2022

Sumber: Hasil olahan data penetrasi internet APJII tahun 2022

Menurut data survey penetrasi internet yang diperoleh oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2022, media sosial berada pada posisi pertama mencapai 89,15% dalam hal kategori konten internet yang sering diakses. Yang diikuti oleh *chatting online* sebanyak 73,86%, *shopping online* sebanyak 21,26%, *game online* sebanyak 14,23%, portal berita/*infotainment* sebanyak 11,98%, *transportasi online* sebanyak 9,27%, musik *online* sebanyak 8,49%, *email* sebanyak 7,23%, *video/radio online* sebanyak 4,79%, belajar *online* sebanyak 2,81% dan di posisi terakhir yakni aplikasi dompet elektronik dengan 1,37%. Dari data di atas dapat diketahui bahwa cukup banyak masyarakat yang menggunakan media sosial, bahkan penggunaannya mencapai posisi paling atas dalam hal kategori konten internet yang sering diakses di Indonesia.

Salah satu media sosial yang banyak digunakan oleh masyarakat khususnya di Indonesia adalah media sosial instagram. Menurut data (Napoleoncat, 2022), rata-rata jumlah pengguna media sosial instagram di Indonesia pada tahun 2022 sebesar 103,2 juta pengguna. Adapun puncak penggunaan instagram di Indonesia pada tahun 2022, yakni ada pada bulan Mei sebanyak 108,9 juta orang. Sedangkan untuk penggunaan instagram pada bulan Januari dan Februari di tahun 2023 sebanyak 94,5 juta dan 106,7 juta pengguna. Instagram mendapatkan urutan kedua dalam hal media sosial favorit oleh pengguna dari usia 16 sampai 64 tahun sedangkan media sosial terfavorit dengan urutan pertama diraih oleh media *whatsapp* dengan presentasi 15,8%. Instagram memperoleh presentasi sebesar 14,3% kemudian diikuti oleh *facebook* dengan presentase sebesar 14,2%, *wechat* dengan 12,2%, tiktok sebesar 6,1%. (We Are Social and meltwater, 2023).

Dilihat dari penggunanya, pemilihan instagram sebagai media promosi perpustakaan merupakan hal yang tepat. Pihak perpustakaan dapat menawarkan produk atau jasa melalui postingan yang diunggah dalam akun instagram, seperti layanan yang ada di perpustakaan, sarana dan fasilitas, juga dapat menawarkan koleksi yang terdapat di perpustakaan. Hal tersebut ditujukan agar masyarakat dapat mengetahui segala jenis layanan maupun kegiatan yang ada di perpustakaan dan apa yang bisa mereka gunakan juga manfaatkan sesuai dengan kebutuhannya masing-masing.

Infografis merupakan salah satu bentuk penyajian informasi yang sering digunakan pada media sosial instagram. Instagram merupakan media sosial yang lebih berfokus pada tujuannya yakni berkomunikasi melalui gambar baik itu foto

ataupun video, sehingga pengguna perlu berlaku kreatif agar para pengikut dapat memahami maksud hasil unggahan pengunggah (Suharso & Pramesti, 2019, hlm. 69). Menurut (Smiciklas, 2012, hlm. 3) infografis (informasi grafik) adalah sejenis gambar yang menggabungkan data dengan desain yang membantu seseorang ataupun organisasi mengomunikasikan pesan pada khalayak dengan lebih singkat. Menurut Arigia, Damayanti, dan Sani (2016, hlm. 122) menunjukkan bahwa infografis digunakan sebagai suatu cara baru dalam menyampaikan informasi secara efektif dan modern, infografis juga dinilai mampu merubah data teks menjadi data yang menarik melalui berbagai teknik visualisasi sehingga mudah untuk dimengerti.

Infografis merupakan bentuk penyampaian informasi yang cukup banyak digunakan oleh masyarakat. Menurut William dalam (Mohd Noh dkk., 2017, hlm.59) 75% informasi yang diproses oleh otak manusia merupakan informasi berbentuk visual. Itu menunjukkan bahwa informasi visual menjadi pendukung utama dalam penyajian sebuah informasi. Hal tersebutlah yang menjadikan infografis banyak diminati oleh berbagai kalangan masyarakat. Pada awalnya penggunaan infografis hanya banyak digunakan pada ranah pembelajaran dan bisnis, namun pada saat ini semakin banyak pula penggunaan infografis di semua ranah bidang seperti periklanan sosial hingga aritmatika (Dev, 2020, hlm. 842).

Perpustakaan perguruan tinggi merupakan salah satu jenis perpustakaan yang turut memanfaatkan media sosial khususnya instagram sebagai media promosi perpustakaan. Selain civitas akademik perguruan tinggi bersangkutan, pengguna dari perpustakaan perguruan tinggi juga termasuk masyarakat umum dan civitas

akademik perguruan tinggi lain yang dapat memanfaatkan layanan dan koleksinya (Sujatna, 2016, hlm. 55). Dengan dilakukannya promosi perpustakaan melalui instagram diharapkan dapat mengenalkan perpustakaan dengan lebih mudah dan cepat kepada seluruh khalayak sasaran. Sehingga promosi melalui instagram cukup tepat karena Instagram dapat diakses oleh berbagai khalayak masyarakat.

Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga merupakan salah satu perpustakaan yang memanfaatkan penggunaan media sosial sebagai media promosi, adapun media sosial yang digunakan diantaranya *whatsapp* instagram (@perpusuinyogyakarta), twitter (uinjogjalib), *facebook* (Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta), tiktok (perpusuinyogyakarta), dan *youtube* (sukalib). Instagram merupakan salah satu media sosial paling aktif dalam membagikan informasi perpustakaan kepada pengguna, bahkan *followers* akun Instagram milik perpustakaan UIN Sunan Kalijaga mencapai 22,3 ribu pengikut.

Tabel 1: Data akun Instagram perpustakaan PTKIN di DIY dan Jawa Tengah 2023

Perpustakaan	Akun Instagram	Tahun pembuatan akun Instagram	Jumlah Postingan	Jumlah Followers
Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta	@perpusuinyogyakarta	September 2016	2846	22,3RB
Perpustakaan UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto	@uinsaizulibrary	Maret 2018	430	10,2RB
Perpustakaan UIN Walisongo Semarang	@perpusuinwalisongo	Mei 2020	125	3,952
Perpustakaan UIN Salatiga	@perpusuinsalatiga	September 2017	379	2833

Perpustakaan	Akun Instagram	Tahun pembuatan akun Instagram	Jumlah Postingan	Jumlah Followers
Perpustakaan UIN Raden Mas Said Surakarta	@perpus.uin.raden.mas.said	April 2017	88	5560
Perpustakaan UIN K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan	@perpusuingusdur	Juli 2019	571	5719

Sumber: Instagram, 2023

Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga merupakan perpustakaan yang aktif dalam bermedia sosial instagram, jika dilihat dalam tabel 1 perpustakaan UIN Sunan Kalijaga memiliki postingan dan jumlah *followers* yang cukup banyak. Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan ketua tim media sosial di Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga, perpustakaan telah menggunakan media sosial Instagram sejak lama, pada keterangan di akun instagramnya, perpustakaan UIN Sunan Kalijaga telah bergabung di Instagram sejak September pada tahun 2016, sejak masa pandemi penggunaan akun instagram semakin aktif dan gencar dalam memberikan informasi kepada pengguna. Pada akun instagramnya, Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga menjadwalkan pengunggahan minimal satu konten dalam sehari.

Media sosial instagram ini merupakan media komunikasi dan penyiar informasi yang diperlukan pengguna perpustakaan. Perpustakaan menerima dan banyak pertanyaan dari para pengguna perpustakaan melalui media *whatsapp* yang kemudian dari pertanyaan tersebut akan dijadikan informasi melalui media instagram agar informasi tersebut juga dapat diketahui oleh pengguna perpustakaan yang lainnya, hal tersebut dikarenakan jangkauan media sosial instagram lebih luas

dibandingkan dengan media *whatsapp*. Untuk media sosial twitter dan *facebook* merupakan *forward* atau terusan dari postingan informasi dari media sosial Instagram. Media sosial youtube untuk membagikan berbagai kegiatan yang dilakukan perpustakaan dan media sosial tiktok untuk membagikan kegiatan perpustakaan dan tutorial penggunaan layanan di perpustakaan berupa video.

Dalam pemberian informasi melalui unggahan instagram, Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga ingin agar pesan atau informasi yang diberikan kepada pengguna dapat sampai dengan cepat, dan tidak membosankan. Untuk mencapai hal tersebut dalam pembuatan postingan akun Instagram, Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga menggunakan infografis sebagai pembuatan informasinya. Hal-hal di atas yang mendorong peneliti untuk melakukan penelitian mengenai strategi promosi berbasis infografis melalui instagram di Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, rumusan masalah yang akan diteliti pada penelitian ini yakni

1. Bagaimana strategi promosi perpustakaan berbasis infografis melalui instagram di Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan penelitian

Mengetahui strategi promosi perpustakaan berbasis infografis melalui instagram di Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga

1.3.2 Manfaat penelitian

a. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat berguna dalam meningkatkan strategi promosi perpustakaan agar lebih dikenal oleh masyarakat.

b. Manfaat Praktis

1. Bagi Pembaca

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman bagi pembaca mengenai strategi promosi perpustakaan berbasis infografis melalui instagram di Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga.

2. Bagi Penulis

Penelitian ini dapat bermanfaat sebagai ilmu atau pengetahuan baru bagi penulis, dan dapat menambah pemahaman mengenai strategi promosi perpustakaan berbasis infografis melalui instagram di Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga.

3. Bagi Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai sarana evaluasi dan pengembangan mengenai strategi promosi yang digunakan di perpustakaan UIN Sunan Kalijaga.

1.4 Sistematika Penelitian

BAB I PENDAHULUAN. Pada bab ini dijelaskan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah juga fokus dan batasan, tujuan penelitian dan manfaat penelitian, serta yang terakhir sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI. Pada bab ini dijelaskan penelitian sebelumnya yang serupa beserta hasilnya, juga dijelaskan berbagai definisi yang bersangkutan dengan materi penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN. Pada bab ini dijelaskan mengenai jenis penelitian, tempat dan waktu penelitian, subjek dan objek penelitian, Sumber data, instrument penelitian, pengumpulan data, analisis data, dan keabsahan data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN. Pada bab ini dijelaskan mengenai pembahasan hasil penelitian yang membahas mengenai analisis strategi promosi perpustakaan melalui Instagram di perpustakaan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN. Pada bab ini dipaparkan mengenai kesimpulan dan saran yang diberikan peneliti kepada instansi tempat penelitian.



BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Media sosial Instagram perpustakaan UIN Sunan Kalijaga menggunakan alat promosi advertensi yakni dengan media iklan informasi berupa konten memperkenalkan aplikasi baru perpustakaan kepada pemustaka, contohnya pengenalan aplikasi kubuku, pada iklan membujuk konten yang ada berupa layanan permintaan tugas akhir untuk mahasiswa, untuk iklan pengingat berupa konten infografis mengenai layanan seputar bebas pustaka dan tugas akhir mahasiswa (layanan bebas pustaka online, nomor layanan bebas pustaka, format tugas akhir hardcopy, dan persyaratan tugas akhir).

Alat promosi penjualan yakni promosi pengguna berupa konten infografis fasilitas lesehan, dan layanan rajut di Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga. Kemudian promosi dagang atau promosi perpustakaan berupa pembuatan poster kegiatan yang diadakan oleh perpustakaan seperti poster kegiatan IDKS, dan poster kegiatan ngopi (ngobrol pintar) setelah itu perpustakaan akan membuat konten behind the scene kegiatan yang diadakan di perpustakaan seperti BTS kegiatan IDKS dan hari kunjung perpustakaan.

Publisitas dibagi menjadi dua, yakni publisitas produk berupa koleksi yang dimiliki oleh perpustakaan mulai dari koleksi elektronik maupun koleksi non elektronik (kontennya berupa koleksi buku seperti buku keluaran terbaru, koleksi rekomendasi, novel, buku hibah, koleksi e-jurnal, dan koleksi database, koleksi

sukapustaka, dan koleksi tugas akhir) dan publisitas Lembaga berupa pengumuman layanan perpustakaan, penghargaan yang diperoleh, dan pengumuman resmi institusi.

Personal selling konten yang terdapat pada media sosial Instagram berupa sebuah konten prosedur yang akan membantu pemustaka untuk memahami proses atau langkah penggunaan dari fasilitas tertentu seperti tutorial untuk melakukan peminjaman buku.

Direct marketing media sosial Instagram perpustakaan memiliki konten berupa kumpulan pertanyaan yang banyak ditanyakan pemustaka entah melalui DM, hotline, komentar dll yang akan dijawab pada konten infografis tersebut. Kemudian yang terakhir yakni interactive marketing berupa konten interaksi dengan pemustaka seperti kuis, dan share story.

Perpustakaan juga menggunakan alat promosi berupa hubungan masyarakat atau *public relation*. Adapun konten infografis di Instagram yang termasuk hubungan masyarakat yakni informasi seputar kegiatan pengolahan koleksi oleh pustakawan, informasi umum seputar pengetahuan di perpustakaan dan koleksinya, quotes, dan peringatan hari besar

Pada elemen infografis untuk penggunaan warna, konten infografis perpustakaan UIN Sunan Kalijaga banyak menggunakan warna-warna tint atau warna dengan penambahan putih sebagai background. Kemudian pada elemen warna pula ditemukan dua konten infografis yang menggunakan kombinasi harmonis, seperti warna kontemporer (biru-orange), warna analogous atau warna

yang berdekatan pada color wheel (kuning-orange), untuk konten lain masih belum menggunakan kombinasi harmonis. Kemudian pada elemen tipografi, jenis tipografi yang paling banyak digunakan adalah jenis sans serif, kemudian diikuti dengan serif, dan yang terakhir jenis fantasi. Pada elemen tata letak terdapat konten infografis banyak penekanan yang dilakukan pada gambar dan teks, namun masih ada penempatan penekanan yang kurang tepat dikarenakan akan terganggunya urutan perhatian pemustaka dalam melihat konten infografis tersebut. Kemudian untuk elemen visual banyak elemen visual yang menggunakan gambar foto dan teks sebagai isi elemen visual di konten infografis.

5.2 Saran

Adapun saran yang ditujukan kepada penulis yakni penulis kedepannya dapat lebih rinci lagi untuk menganalisis elemen infografis dari konten pada media sosial Instagram perpustakaan UIN Sunan Kalijaga.

Saran untuk *creator* konten infografis media sosial Instagram perpustakaan UIN Sunan Kalijaga yakni kedepannya dapat menambah pewarnaan yang menggunakan kombinasi warna berdasarkan keharmonisan sesuai dengan *color wheels*, untuk tampilan yang harmonis dan lebih bervariasi.

Pada konten yang diunggah bisa lebih diintenskan lagi untuk pengunggahannya khususnya konten yang mengundang banyak interaksi pengguna seperti kuis, karena apabila dilihat dari media sosial Instagram perpustakaan UIN Sunan Kalijaga saat ini sudah cukup jarang dibuatkan konten kuis tersebut. Selain itu terdapat pula konten yang membahas mengenai tugas akhir mahasiswa dengan

tema yang cukup menarik, konten tersebut juga sudah jarang untuk ditemui di media Instagram Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga, menurut peneliti itu merupakan konten yang cukup menarik karena dapat pula menjadi gambaran akan tema tugas akhir yang akan diambil oleh mahasiswa.



DAFTAR PUSTAKA

- Abadi, M. K., & Yusuf, Muh. (2011). *Manajemen Strategi : Teori dan Kajian Empiris*. Unhalu Press.
- Afrizal. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif: Sebuah Upaya Mendukung Penggunaan Penelitian Kualitatif dalam Berbagai Disiplin Ilmu*. Rajawali Pers.
- Aini, V. C. (2022). MENGENALKAN FUNGSI REKREASI SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN PELAYANAN DI PERPUSTAKAAN. *IQRA` : Jurnal Ilmu Perpustakaan dan Informasi (e-Journal)*, 16(1), 32. <https://doi.org/10.30829/iqra.v16i1.10313>
- Al Haq, S., & Surya Patria, A. (2022). PERANCANGAN TEMPLATE FEED INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI CAFÉ ULALA (UNESA LEARNING LABORATORY) SURABAYA. *Jurnal Barik*, 3(2), 30–45. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JDKV/>
- Anggarini, A. (2021). *Desain Layout* (N. Martina & M. Fauzy, Ed.). PNJ Press.
- Antasari, C., & Pratiwi, R. D. (2022). PEMANFAATAN FITUR INSTAGRAM SEBAGAI SARANA KOMUNIKASI PEMASARAN KEDAI BABAKKEROYOKAN DI KOTA PALU. *KINESIK*, 9(2), 176–182. <https://doi.org/10.22487/ejk.v9i2.327>
- APJII. (2022). *Profil Internet Indonesia 2022*.
- Ardhi, Y. (2013). *Merancang Media Promosi Unik dan Menarik*. TAKA Publisher.
- Arigia, M. B., Damayanti, T., & Sani, A. (2016). Infografis Sebagai Media Dalam Meningkatkan Pemahaman Dan Keterlibatan Publik Bank Indonesia. *Jurnal Komunikasi*, 8(2), 120–133. <https://doi.org/https://doi.org/10.24912/jk.v8i2.633>
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Arslan, D., & Toy, E. (2015). The visual problems of infographics. *Global Journal on Humanites & Social Sciences Issue*, 1, 409–414. <http://www.world-education-center.org/index.php/pntsbs>
- Assauri, S. (2010). *Manajemen Pemasaran*. RajaGrafindo Persaja.
- Astuti, E. R. W. (2021). Analisis Penerapan Prinsip Layout pada Visual Konten Instagram Penerimaan Mahasiswa Baru Institut Teknologi dan Sains Nahdlatul Ulama Pasuruan Tahun 2021. *Dimensi*, 2(2).
- Basuki, S. (2010). *Pengantar Ilmu Perpustakaan*. Universitas Terbuka.
- Carr, C. T., & Hayes, R. A. (2015). Social Media: Defining, Developing, and Divining. *Atlantic Journal of Communication*, 23(1), 46–65. <https://doi.org/10.1080/15456870.2015.972282>

- Creswell, J. W. (2010). *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Pustaka Pelajar.
- Dev, N. (2020). UNDERSTANDING MINIMALISM IN INFOGRAPHIC DESIGN: A STUDY ON McDONALD'S-PICTOGRAM ADVERTISING CAMPAIGN. *International Journal of Research and Analytical Reviews*, 7(2). www.ijrar.org
- Dharmmesta, B. S. (2014). *Manajemen Pemasaran* (2 ed.). Universitas Terbuka.
- Ervandi, M. Z. (2021). PENGARUH PERSONAL SELLING DAN DIRECT MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KONSUMEN THAI TEA DI SURABAYA. *PERFORMA*, 6(2), 152–161. <https://doi.org/10.37715/jp.v6i2.2075>
- Gitosudarmo, I. (2008). *Manajemen Strategis* (Pertama). BPFE-YOGYAKARTA.
- Gunawan, I. (2016). *Metode Penelitian Kualitatif Teori & Praktik*. Bumi Aksara.
- Harahap, W. R. (2021). Penerapan Strategi Promosi Perpustakaan. *Jurnal Ilmu Perpustakaan dan Informasi*, 6(1). <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.30829/jipi.v6i1.9314>
- Huda, M., & Prihastuti, N. A. (2023). Efektivitas Social Media Marketing Berbasis Digital Content Sebagai Upaya UMKM Go Digital dalam Momentum Pemulihan Ekonomi di Kecamatan Gempol . *Bisman (Bisnis dan Manajemen): The Journal of Business and Management*, 6(1), 1–9.
- Kurniasih, N. (2016). Infografis. *Komunikasi, Informasi dan Perpustakaan di Era Global*, 456–465.
- Lamb, A., & Johnson, L. (2014). Infographics Part 2: Practical Ideas for Your School Library. *Teacher Librarian*, 41(5), 64–67. <http://goo.gl/4kBvgG>
- Lamb, Hair, & McDaniel. (2001). *Pemasaran*. Salemba Empat.
- Meilani, M. (2013). Teori Warna: Penerapan Lingkaran Warna dalam Berbusana. *Humaniora*, 4(1), 326. <https://doi.org/10.21512/humaniora.v4i1.3443>
- Midway, S. R. (2020). Principles of Effective Data Visualization. *Patterns*, 1(9), 100141. <https://doi.org/10.1016/j.patter.2020.100141>
- Mohd Noh, M. A., Mohd Fauzi, M. S. H., Jing, H. F., & Alias, M. F. (2017). Infographics: Teaching and Learning Tool. *ATTARBAWIY: Malaysian Online Journal of Education*, 1(1), 58–63. <https://doi.org/10.53840/attarbawiy.v1i1.119>
- Moleong, L. J. (2014). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.
- Mustafa, B. (1996). *Promosi Jasa Perpustakaan*. Universitas Terbuka.
- Mustofa. (2017). Promosi Perpustakaan melalui Media Sosial : Best Practice. *JURNAL PUBLIS*, 3(2), 21–29. <https://doi.org/10.24269/pls.v1i2.691>

- Napoleoncat. (2022). *Instagram User in Indonesia*. Napoleoncat. <https://napoleoncat.com/stats/>
- Nasrullah, R. (2016). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sosioteknologi*. Simbiosa Rekatama Media.
- Nurhayati, A. (2018). Perkembangan Perpustakaan dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi Masyarakat. *UNILib Jurnal Perpustakaan*, 9(1), 21–32. <https://doi.org/https://doi.org/10.20885/unilib.vol9.iss1.art3>
- Ooi, H. L., & Kelleher, M. G. D. (2021). Instagram Dentistry. *Primary dental journal*, 10(1), 13–19. <https://doi.org/10.1177/2050168420980964>
- Pratiwi, H. A., & Isnaini, S. N. (2023). FENOMENA KONTEN VIDEO QUOTES ISLAMI DI MEDIA SOSIAL DALAM AKUN INSTAGRAM @KULOMETER_. *JIQTA: Jurnal Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir*, 2(1), 16–36. <https://doi.org/10.36769/jiqta.v2i1.297>
- Pratiwi, R. H., & Darmawan, F. (2019). Infografis sebagai Pendukung Berita In-depth dalam Situs Tirto.id. *MediaTor*, 12(1), 35–45. <https://doi.org/https://doi.org/10.29313/mediator.v12i1.4484>
- Prihartanta, W. (2015). Tujuan Promosi Perpustakaan. *Jurnal Adabiya*, 3(83), 1–9.
- Pujiyanto. (2008). *Teknik Grafis Komunikasi* (A. Purwanto, Ed.; jilid 2). Direktorat Pembinaan Sekolah Menengah Kejuruan, Direktorat Jenderal Manajemen Pendidikan Dasar dan Menengah, Departemen Pendidikan Nasional.
- Putri, A. D. S., Winoto, Y., & Saepudin, E. (2019). Kegiatan Promosi Perpustakaan Melalui Instagram Kaitannya Dengan Perubahan Sikap Followers. *Jurnal Pustaka Budaya*, 6, 12–21.
- Rachma, F., Oktaviani Novita, S., Cahya Dewi, L., & Hyangsewu, P. (2022). PENGARUH QUOTES ISLAMI TERHADAP POLA PIKIR SESEORANG. *Risâlah, Jurnal Pendidikan dan Studi Islam*, 8(1). https://doi.org/10.31943/jurnal_risalah.v8i1.210
- Rahayuningsih, F. (2007). *Pengelolaan Perpustakaan*. Graha Ilmu.
- Riyoko, S. (2020). *Dasa-Dasar Pemasaran*. CV MARKUMI.
- Sa'diyah, L., & Adli, M. F. (2019). Perpustakaan di Era Teknologi Informasi. *Al Maktabah*, 4(2), 142–149. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.29300/mkt.v4i2.2520>
- Samsu. (2021). *Metode Penelitian: Teori dan Aplikasi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Mixed Methods, serta Research & Development*. PUSAKA JAMBI.
- Sedarmayanti. (2014). *Manajemen Strategi* (N. F. Atif, Ed.; Cetakan 1). PT Refika Aditama.

- Smiciklas, M. (2012). *The Power of Infographic*. Que.
- Sofyan, A. F., & Hidayat, T. (2008). *Komputer Drafis Image Editing, Desain Grafis, dan Page Layout* (S. Suryantoro, Ed.). ANDI OFFSET.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian: Kuantitaif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Suharso, P., & Pramesti, A. N. (2019). Promosi Perpustakaan melalui Instagram: Studi di Perpustakaan Universitas Airlangga. *PUBLICATION LIBRARY AND INFORMATION SCIENCE*, 3, 66–74. <https://doi.org/10.24269/pls.v3i2.2074>
- Sujatna. (2016). *Promosi Perpustakaan* (Y. Hereyah, Ed.). Mahara Publishing.
- Swastha, B., & Irawan. (2008). *Menejemen Pemasaran Modern*. Liberty Yogyakarta.
- Syahputra, I. (2019). *Media Relation: Teori, Strategi, Praktik, dan Media Intelejen*. Rajawali Pers.
- Thompson, C. M. (2015). Creating “Visual Legacies”: Infographics as a Means of Interpreting and Sharing Research. *Communication Teacher*, 29(2), 91–101. <https://doi.org/10.1080/17404622.2014.1001761>
- Tjiptono, F. (1997). *Strategi Pemasaran*. Andi.
- We Are Social and meltwater. (2023). *Digital 2023 Global Overview Report*. <https://wearesocial.com/us/blog/2023/01/the-changing-world-of-digital-in-2023/>
- Widodo, E. (2009). *Kebijakan dan Stratgei Pemasaran* (1 ed.). Universitas Terbuka.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA