

Optimalisasi Promosi Pada Media Sosial *Facebook* Dalam Meningkatkan Minat Baca Masyarakat Di Perpustakaan Umum Kabupaten Bangka

Gilang Rambu Anarki
Stisipol P12 Sungailiat Bangka
gilangsamsung10@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui optimalisasi promosi pada media sosial *facebook* dalam meningkatkan minat baca masyarakat di Perpustakaan Umum Kabupaten Bangka. Metode penelitian adalah deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian bahwa bahwa promosi Perpustakaan Umum Bangka melalui pengoptimalisasian fitur-fitur *facebook* sudah cukup baik tetapi belum optimal dikarenakan masih ada beberapa fitur-fitur *facebook* belum dimanfaatkan secara maksimal seperti fitur info (*information*) dan fitur diskusi (*discussion*). Adapun beberapa rekomendasi yang disampaikan kepada admin *facebook* Perpustakaan Umum Kabupaten Bangka agar lebih mengoptimalkan fitur-fitur yang ada pada *facebook* yang belum sepenuhnya dimanfaatkan seperti fitur diskusi dan fitur info. Adapun caranya seperti memberikan postingan terkait sebuah gagasan yang dapat memancing diskusi, hingga selalu menyampaikan informasi-informasi terkait institusi tersebut. Diharapkan respon dalam menanggapi komentar, *like* dan permintaan pertemanan agar dapat dilakukan sesegera mungkin.

Kata kunci: Promosi, Facebook, Minat Baca

ABSTRACT

This study aims to determine the optimization of promotion on Facebook social media in increasing public interest in reading at the Bangka Regency Public Library. The research method is descriptive qualitative with data collection techniques using observation, interviews, and documentation. The results showed that the promotion of the Bangka Public Library through optimizing Facebook features was good enough but not optimal because there are still some Facebook features that have not been utilized optimally, such as the info (information) feature and the discussion feature (discussion). There are several recommendations submitted to the Facebook admin of the Bangka Regency Public Library in order to further optimize the features on Facebook that have not been fully utilized, such as the discussion feature and the info feature. As for the way, such as providing posts related to an idea that can provoke discussion, to always conveying information related to the institution. It is expected that responses to comments, likes and friend requests can be made as soon as possible.

Keywords: Promotion, Facebook , Interest in Reading

PENDAHULUAN

Perpustakaan adalah organisasi yang berkembang. Salah satu bagian dari perpustakaan adalah bagaimana mempromosikan sumber belajar tersedia untuk semua koleksi pustakawan non-digital dan digital. Kedua, perkembangan layanan perpustakaan perlu beradaptasi dan terus beradaptasi dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi. Dalam hal ini, pengguna perpustakaan terkadang mengalami perubahan sosial. Dalam konteks yang lebih luas, perpustakaan memiliki tugas, yaitu bekerja secara profesional untuk memberikan layanan terbaik, termasuk informasi yang dibutuhkan pengguna. Promosi adalah informasi tentang hal-hal yang bermanfaat bagi pengguna perpustakaan (Wiji, 2018).

Karakteristik pengguna di masyarakat pra-industri berbeda dengan pengguna pasca industri (masyarakat informasi). Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) yang memiliki dampak terbesar pada perubahan sosial di masyarakat

(Ifonilla, 2019). Suka atau tidak suka, perpustakaan harus beradaptasi dengan perubahan ini. Pengguna perpustakaan saat ini disebut sebagai generasi jaringan, generasi yang lahir dan besar dengan berkembangnya teknologi informasi dan internet. Menurut Tapscott (2009), karakteristik dari mesh generation meliputi: kebebasan, kustomisasi, ketelitian, integritas, kolaborasi, hiburan, kecepatan, dan inovasi. Perpustakaan perlu menyesuaikan desain iklan perpustakaan dengan karakteristik generasi net sebagai pengguna perpustakaan saat ini terutama di masa pandemi *Covid-19*. Perpustakaan dapat memilih media sosial yang berbeda untuk disajikan di dunia maya. King (2015) menjelaskan bahwa perpustakaan dapat menggunakan banyak jenis media sosial, termasuk *Facebook*.

Facebook adalah aplikasi internet yang dapat digunakan siapa saja secara gratis. Pengguna *Facebook* hanya perlu memiliki email dan mengisi formulir pendaftaran. Pengguna *Facebook* dapat

berkomunikasi dengan pengguna *Facebook* yang terdaftar sebagai teman. Selain dapat berbagi pesan singkat melalui fitur *wall*, pengguna *Facebook* juga dapat menggunakan fitur *sticky note* untuk menulis jika pesan yang ingin ditulis cukup panjang. Pengguna *Facebook* juga dapat berbagi musik, video, dan tautan. Dengan fasilitas yang hampir sama dengan *blog* dan situs *web*, tetapi lebih mudah dan gratis untuk menggunakannya sebagai salah satu atraksi *Facebook* daripada aplikasi Internet lainnya. Beberapa objek ini menarik perhatian beberapa grup untuk menggunakan *Facebook* lebih dari sekadar persahabatan dengan media. Beberapa orang menggunakan *Facebook* sebagai media iklan, belanja *online*, dan sebagainya. (Rulianto, 2009).

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh *We Are Social Hootsuite* pada tahun 2020, tercatat bahwa 170 juta orang Indonesia secara aktif menggunakan jejaring sosial. Menggunakan *YouTube* adalah *platform* yang paling umum digunakan untuk pengguna jejaring 60% perpustakaan menggunakan me

sosial di Indonesia yang berusia 16 hingga 64 tahun. Persentase pengguna yang mengakses *Youtube* mencapai 88%. Jejaring sosial yang paling umum digunakan adalah *WhatsApp* 84%, *Facebook* 82%, *Instagram* 79%, *Twitter* 56%, *Line* 50%, *Messenger* 50%, *Pinterst* 34%, *Wechat* 29% dan *Google* 35%. Waktu rata-rata yang dihabiskan orang Indonesia untuk mengakses jejaring sosial adalah 3 jam 26 menit, di mana 168,6 juta, atau 99%, menggunakan jejaring sosial melalui telepon pintar (*We Are Social Hootsuite*, 2020).

Sejauh mana media sosial digunakan dalam komunitas merupakan tantangan dan peluang bagi perpustakaan untuk menjalankan fungsinya, yang harus selalu berorientasi perpustakaan. Saat ini ada banyak perpustakaan yang menggunakan media sosial untuk mendukung layanan mereka. Namun, masih banyak perpustakaan yang tidak optimal dengan media sosial. Di Inggris, AS dan India, 497 responden mengatakan bahwa lebih dari 70% perpustakaan menggunakan media sosial. Dari jumlah tersebut, dia sosial selama tiga tahun atau lebih,

dan sekitar 30% pustakawan mendengarkan di media sosial setiap hari. Media sosial yang paling umum digunakan di perpustakaan adalah *Facebook* dan *Twitter* (Taylor dan Francis 2014).

Hal ini menjelaskan media sosial belum maksimal digunakan walaupun layanan pemustaka sudah dilengkapi media sosial itu sendiri. Banyak perpustakaan yang memiliki akun media sosial, namun tidak disertai pengelolaan yang baik. Penulis berusaha menguraikan bagaimana *trend* penggunaan media sosial di perpustakaan, *platform* media sosial apa saja yang dapat dipergunakan di perpustakaan dan bagaimana optimalisasi penggunaan media sosial untuk perpustakaan.

Perpustakaan Kabupaten Bangka juga mempunyai impian dalam menekan angka kemajuan dari optimalisasi pengguna media sosial agar masyarakat khususnya masyarakat Kabupaten Bangka dengan mudah bisa mengenal media sosial sebagai pustaka yang bisa mengakses segala bentuk media sosial seperti internet dan lainnya

dimana di zaman yang mengalami perubahan tentang teknologi jadi perpustakaan juga perlu lebih mengendepankan cara yang mengikuti tren para pengguna pustaka yaitu media sosial.

Tabel 1.1 Jumlah Pengunjung Perpustakaan Umum Kabupaten Bangka

NO	TAHUN	JUMLAH PENGUNJUNG
1	2018	2.670 orang
2	2019	2.532 orang
3	2020	1.650 orang

Sumber : Perpustakaan Umum Kabupaten Bangka tahun 2021

Berdasarkan data diatas dapat dijelaskan bahwa jumlah pengunjung perpustakaan umum Kabupaten Bangka pada tahun 2018 sebanyak 2670 orang lalu terjadi penurunan tahun 2019 sebanyak 2532 orang dan kemudian mengalami penurunan yang signifikan pada tahun 2020 yaitu sebanyak 1650 orang. Data yang disajikan tersebut disimpulkan bahwa jumlah pengunjung perpustakaan umum Kabupaten Bangka

mengalami penurunan setiap tahunnya. Pada Tahun 2019 menurun sebanyak 5,16% kemudian menurun drastis pada tahun 2010 sebanyak 40,28%. Artinya penurunan jumlah pengunjung perpustakaan umum Kabupaten Bangka sepanjang Tahun 2018-2020 mengalami penurunan hampir 50 %.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan diatas, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui optimalisasi promosi pada media sosial *facebook* dalam meningkatkan minat baca masyarakat di Perpustakaan Umum Kabupaten Bangka.

METODOLOGI

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif yakni dengan menggambarkan hasil penelitian apa adanya terkait optimalisasi promosi pada media sosial *facebook* dalam meningkatkan minat baca masyarakat di Perpustakaan Umum Kabupaten Bangka. Sedangkan untuk sumber data yang terdiri dari sumber data primer dan sumber data sekunder. Sumber data primer akan diperoleh

peneliti melalui observasi, wawancara. Sedangkan sumber data sekunder diperoleh dari studi kepustakaan (*library research*), dengan mengumpulkan data atau membaca buku-buku di perpustakaan, kemudian jurnal, artikel, internet dan sumber bacaan yang mendukung pada penelitian ini. Selain itu juga melalui dokumentasi yang berasal dari arsip-arsip Perpustakaan Umum Kabupaten Bangka. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini sekaligus menjadi alat analisis antara lain observasi, yaitu mengamati langsung kegiatan yang sedang berlangsung di perpustakaan Umum Kabupaten Bangka. Wawancara, Adapun informan pada wawancara dengan Kepala Perpustakaan Umum Hj. Mina, S.IP.,M.Si, Siti Normina S,Ag, Kabid Layanan Pengembangan , Siti Januarsih Pustakawan Ahli Madya, Agus dan Joko dan Arif dari kalangan masyarakat. Sedangkan dokumentasi berupa Profil Dinas Perpustakaan Umum Kabupaten Bangka, akun *facebook* Perpustakaan Umum Kabupaten Bangka, arsip jumlah pengunjung dan sebagainya

HASIL DAN PEMBAHASAN

Optimalisasi Promosi pada *Facebook* Perpustakaan Umum Bangka melalui fitur Info (*Information*)

Fitur ini merupakan salah satu fitur yang dimiliki *facebook* yang dapat digunakan untuk memberikan informasi tentang perpustakaan, misalnya alamat perpustakaan dan kontak perpustakaan, pustakawan yang bertugas, jenis perpustakaan, layanan perpustakaan, serta informasi tambahan lainnya yang dianggap perlu. Melalui fitur info (*information*) yang terdapat pada *facebook*, perpustakaan umum dapat memberikan beberapa informasi terkait dengan identitas perpustakaan umum. Seperti alamat perpustakaan, kontak perpustakaan, pustakawan yang sedang bertugas. Sehingga para pengguna *facebook* dapat mengetahui informasi tentang perpustakaan umum.

Selain itu penjelasan mengenai fitur info, promosi juga berperan penting dalam mengembangkan *facebook*. Promosi merupakan upaya untuk memberikan Daryanto (2011), istilah periklanan dijelaskan bahwa langkah-langkah

atau memperkenalkan berupa produk atau jasa untuk menarik pelanggan yang berpotensi menggunakan produk atau jasa tersebut. Pengertian promosi menurut Kotler, Philip dan Armstrong (2014) menjelaskan bahwa kegiatan promosi adalah aktifitas yang berfungsi untuk meyakinkan pelanggan dengan memperlihatkan produk atau jasa tersebut sehingga dapat membujuk pelanggan untuk membelinya. Lupiyoadi (2013) lebih lanjut menjelaskan konsep promosi bahwa periklanan adalah apa yang dilakukan perusahaan untuk menginformasikan tentang manfaat produk dan sebagai alat untuk mempengaruhi konsumen ketika melakukan pembelian atau menggunakan layanan sesuai dengan kebutuhan mereka. Hermawan (2013) menjelaskan secara rinci promosi yang merupakan salah satu prioritas dari beberapa kegiatan pemasaran yang menginformasikan kepada konsumen bahwa perusahaan memperkenalkan produk baru yang mendorong konsumen untuk melakukan pembelian. Menurut periklanan adalah kegiatan terakhir dalam menerapkan bauran pemasaran

yang sangat penting, karena sebagian besar pasar adalah lebih banyak pembeli pasar, di mana keputusan akhir untuk membeli dan menjual transaksi sangat kuat dipengaruhi oleh konsumen .

Media promosi merupakan alat atau mediator yang memudahkani promosi sebuah *brand*. Biasanya produk yang sedang dipromosikan akan diletakkan pada beberapa media promosi untuk menyebarkan informasi dan menarik pelanggan. Pemilihan media promosi tidak boleh sembarangan, mengingat ini akan berpengaruh pada tingkat keberhasilan promosi. Halaman informasi digunakan untuk memberikan informasi tentang identitas profil Perpustakaan Umum Bangka seperti alamat, kontak, email dan telepon. Dalam hal ini bertujuan agar masyarakat mengetahui informasi tentang identitas Perpustakaan Umum Bangka. Adanya kontak tersebut masyarakat dapat menyampaikan kritik, komentar/saran dengan cara menghubungi atau datang langsung sepenuhnya memberikan informasi tentang perpustakaan Umum Bangka.

ke petugas layanan sirkulasi, serta bisa juga melalui media sosial atau langsung pada *facebook* itu sendiri. Pada *facebook* pengguna dapat menyampaikan komentar, kritik dan saran dengan cara menulis komentar, kritik, dan saran yang kemudian dimasukkan ke dalam kotak saran.

Gambar 4.1 Tampilan Fitur Info *facebook* Perpustakaan Umum Kabupaten Bangka



*Sumber: Facebook
Perpustakaan Umum Bangka tahun
2021*

Diketahui bahwa pada tampilan informasi belum sepenuhnya terisi. Ada beberapa *item* yang masih kosong seperti kontak, *email* dan nomor telepon pada perpustakaan umum Bangka. Hal ini disebabkan karena admin belum Dalam artian pemanfaatan fitur info belum dimanfaatkan secara

maksimal. Menurut Sartika (2009), halaman informasi adalah fasilitas yang menawarkan tempat di mana informasi dapat dipertukarkan yang ingin kami sampaikan tentang diri kami sendiri. Berdasarkan konteks tersebut bahwa melalui informasi pengguna *facebook* yang lain dapat melihat dan mengetahui informasi tentang pemilik *facebook* tersebut. Begitu juga dalam konteks Perpustakaan Umum Bangka, fitur informasi merupakan ruang yang dapat digunakan untuk memberi informasi tentang Perpustakaan Umum Bangka, seperti profil dan alamat. Dapat pula ditambahkan dengan nama pustakawan yang bertugas, lengkap dengan informasi saluran komunikasinya seperti *e-mail* dan nomor telepon perpustakaan umum.

Adapun fitur yang paling penting dari disediakan fitur informasi pada *facebook* sebenarnya adalah untuk melihat minat masyarakat terhadap informasi yang dikelola oleh Perpustakaan Umum Bangka. Perpustakaan Umum Bangka kemudian meletakkan pesan pada sana ataupun sebaliknya. Terkait

dalam hal ini sudah menggunakan dan memanfaatkan fitur informasi untuk memberikan informasi terkait profil Perpustakaan Umum Bangka. Namun pada Perpustakaan Umum Bangka informasi yang ditampilkan belum lengkap. Karena pada tampilan informasi perpustakaan Bangka masih ada beberapa informasi yang belum di lengkapi seperti kontak, gambaran singkat mengenai organisasi, *email*. Dari informasi yang ditampilkan tersebut, pemustaka belum mendapatkan gambaran yang cukup mengenai Perpustakaan Umum Bangka.

Optimalisasi Promosi pada Facebook melalui fitur Dinding (Wall)

Dinding atau *wall* adalah salah satu fitur *facebook* yang bisa dipakai buat mengupdate status, lalu pemustaka bisa menuliskan testimoni juga mengomentari status *update* kita. Fasilitas ini juga bisa dipakai layaknya misalnya sebuah buku tamu. Pustakawan bisa berkunjung ke buku tamu mereka (pemustaka)

informasi apa saja yang dapat admin atau pustakawan berikan melalui fitur

dinding atau *wall*. Perpustakaan Umum Bangka juga, selama ini telah memanfaatkan fitur ini untuk mempromosikan kegiatan perpustakaan. Perpustakaan Umum Bangka memanfaatkan fitur tersebut untuk mempromosikan kegiatan perpustakaan dengan mengunggah status tulisan, foto-foto, dan video. Fitur ini dapat juga yang digunakan sebagai sarana untuk promosi *event-event* yang akan atau sudah dilakukan oleh Perpustakaan Umum Bangka. Tujuannya adalah untuk promosi perpustakaan sehingga nantinya akan menarik minat baca perpustakaan. Selain itu, melalui postingan-postingan berupa *quote* atau kata-kata bijak seperti yang telah diposting oleh Perpustakaan Umum Bangka “*Lebih Baik diasingkan daripada menyerah*”. Suatu postingan, diharapkan pengunjung bisa lebih tertarik dan sumber informasi yang mereka dapatkan.

Menurut Kristianus (2010), fitur dinding / dinding adalah ruang di berupaya memaksimalkan fitur *wall* ini sebagai informatif bagi pengguna *facebook* yang lain sebagai pengunjung Perpustakaan Umum

mana pengguna lain mengirim pesan terbuka. . Dari konteks ini, fitur dinding ini memungkinkan (admin) untuk menulis sesuatu (status pembaruan) dan pengguna Facebook lainnya untuk menulis komentar status pembaruan. . Jika dikaitkan dengan konteks perpustakaan umum, Anda dapat menggunakan fitur ini untuk mempromosikan aktivitas perpustakaan. Karena dinding atau fungsi dinding, manajer dan pengunjung dapat memposting dan mengomentari satu sama lain dan bisa berbagi *Like*.

Perpustakaan Umum Bangka telah menggunakan dan memanfaatkan fitur ini sebagai media promosi dengan meng *update* kegiatan-kegiatan baik berupa tulisan, foto-foto maupun video. Melalui fitur ini sudah terlihat adanya komunikasi dua arah antara pustakawan dan pemustaka yang ditunjukkan oleh adanya *like*, *coment* dan *share* pada setiap unggahan kegiatan baik foto maupun video. Artinya perpustakaan sudah Bangka. Melalui fitur dinding (*Wall*) yang terdapat pada *facebook*, perpustakaan umum dapat meng *update* semua kegiatan yang sedang

berlangsung (*live streaming*) maupun yang sudah dilaksanakan (*late post*). Dengan fitur ini admin *facebook* dapat memberikan informasi melalui foto, video dan tulisan status. Dengan fitur ini dapat memberikan komunikasi dua arah antara admin *facebook* dan pengguna *facebook*. Sehingga para pengguna *facebook* dapat mengetahui informasi tentang perpustakaan umum. Hal ini juga dibenarkan oleh masyarakat pengguna *facebook*.

Fitur *wall* atau dinding dapat dimanfaatkan oleh pustakawan untuk meng *update* kegiatan-kegiatan bagian yang sedang berlangsung (*live streaming*) maupun yang sudah dilaksanakan (*late post*). Selain itu melalui fitur ini juga admin *facebook* atau pustakawan dapat memberikan informasi melalui foto, video dan tulisan status. Oleh karena itu dengan fitur ini dapat memberikan komunikasi dua arah antara admin atau pustakawan dan pengguna *facebook*. Sedangkan dari sisi lengkap dengan tulisan atau *caption* yang memberikan informasi kepada pengguna atau pemustaka. Dalam hal ini berarti *facebook* Perpustakaan

pengguna seperti masyarakat dengan fitur *wall* atau dinding dapat melihat semua kegiatan-kegiatan yang dilaksanakan oleh Perpustakaan Umum Bangka baik melalui status, foto maupun video yang di *update* oleh pustakawan. Selain itu dapat memberikan tanggapan atau komentar disetiap *update* pustakawan. Sehingga dapat terjadi komunikasi antara pengguna dan pustakawan.

Gambar 4.2 Fitur Dinding atau Wall facebook Perpustakaan Umum Kabupaten Bangka



Sumber : Facebook Perpustakaan Umum Bangka tahun 2021

Pada dinding atau *wall facebook* Perpustakaan Umum Bangka terdapat beberapa foto

Umum Bangka telah mengoptimalkan dan memanfaatkan fitur dinding atau *timeline* pada *facebook*.

Optimalisasi Promosi pada *Facebook* melalui fitur Diskusi (*Discussion Board*)

Forum/fitur diskusi adalah forum diskusi terstruktur berdasarkan *thread* atau topik. Anda dapat menggunakan kemungkinan ini untuk mendiskusikan topik dengan pengguna Anda. Melalui fitur diskusi (*discussion board*), pustakawan dapat membuka forum diskusi dengan topik yang sudah ditentukan oleh admin atau pustakawan. Selain itu dapat mengajak orang-orang tertentu untuk ikut dalam diskusi tersebut. Melalui fitur diskusi (*discussion board*) yang terdapat pada *facebook* perpustakaan umum dapat dimanfaatkan untuk membuka ruang diskusi bagi pengunjung *facebook* perpustakaan umum. Diskusi tersebut sesuai dengan topik yang sudah ditentukan oleh admin *facebook*. Sedangkan untuk pengguna *facebook* tentu dapat mengikuti forum diskusi yang sudah disediakan oleh admin atau *News* dan lain-lain. *The Thread Starter* (TS) adalah orang yang memulai *thread*, atau dengan kata lain, orang yang membuat *posting* dan kemudian dikomentari oleh orang-

pustakawan. Namun dalam *facebook* perpustakaan umum Bangka belum ada terlihat forum diskusi yang dilaksanakan. Sehingga penggunaan ini belum maksimal.

Terkait diskusi yang dilakukan Perpustakaan Umum Bangka tidak ada sebuah topik yang dilayangkan oleh admin Perpustakaan Umum Bangka kepada masyarakat. Sehingga tidak terjadi diskusi antara pengunjung perpustakaan dengan admin pengelola perpustakaan. Dalam hal ini artinya perpustakaan belum mengelola dan memanfaatkan fitur diskusi secara optimal. Dalam menarik minat baca masyarakat hal-hal seperti diskusi dengan masyarakat pengguna perlu dilakukan agar masyarakat terdorong dalam mengunjungi perpustakaan umum baik secara langsung maupun melalui media sosial.

Menurut Muhaimin (2013), *threading* adalah topik yang dibicarakan, mulai dari IT, *Sport*, orang di media sosial atau forum, *Thread Starter* (TS) harus memiliki lebih banyak pengetahuan untuk menjawab pertanyaan orang lain. - Orang yang berkomentar agar TS bisa

menjawab pertanyaan. Namun, jika TS adalah tipe orang yang bertanya, TS akan meminta orang untuk mencari tahu jawaban yang ingin mereka ketahui. Komentar di postingan dan suasana tidak terjadi, seperti mal tanpa pengunjung.

Jadi dari pemaparan di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa Pada fitur ini, Perpustakaan Umum Bangka belum memanfaatkan sebagai fasilitas diskusi dengan pemustaka. Hal ini belum adanya topik yang disediakan oleh pustakawan sebagai bahan diskusi. Sehingga belum ada komunikasi berupa diskusi pada *facebook* Perpustakaan Umum Bangka. Dalam arti fitur ini belum dioptimalkan penggunaannya oleh Perpustakaan Umum Bangka sebagai media promosi dalam menarik minat baca masyarakat.

Periklanan adalah cara paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan layanan pelanggan. pengguna melalui foto-foto atau video kegiatan yang kita *upload*. Selain itu dapat menyimpan foto dan video sebagai dokumentasi kegiatan. Hal ini juga dibenarkan oleh masyarakat pengguna *facebook*. Fitur

Salah satu tujuan mempromosikan bank adalah untuk menginformasikan dan menarik calon konsumen baru terhadap segala macam produk yang ditawarkan. Dan promosi ini juga membantu konsumen mengingatkan konsumen dan mendorong pembeli untuk membeli, dan pada akhirnya promosi ini meningkatkan citra bank dari sudut pandang nasabah (Kasmir, 2010).

Optimalisasi Promosi pada Facebook melalui fitur *Photos* dan Video

Foto dan video adalah fitur yang dapat Anda gunakan untuk mengunggah foto perpustakaan, aktivitas perpustakaan, atau foto pengguna yang mengunjungi perpustakaan Anda. Terkait tentang pemanfaatan fitur *photos* dan video yang dapat dimanfaatkan oleh admin atau pustakawan. Fitur foto dan video dapat dimanfaatkan untuk memberikan informasi kepada foto dan video yang terdapat pada *facebook*, perpustakaan umum dapat mengunggah foto dan video semua kegiatan yang dilakukan oleh perpustakaan umum Kabupaten Bangka. Tujuannya tentu agar

masyarakat pengunjung *facebook* perpustakaan umum mengetahui semua kegiatan atau *event-event* yang diadakan oleh perpustakaan. Begitu juga dari sisi pengguna *facebook* dalam hal ini masyarakat dengan fitur foto dan video dapat melihat *update* semua kegiatan perpustakaan umum baik yang sudah maupun yang sedang berlangsung.

Melalui fitur foto dan video ini pula, perpustakaan umum Bangka memberikan informasi kepada pengguna atau pemustaka dengan mengunggah semua kegiatan-kegiatan perpustakaan Umum Bangka berupa tulisan atau *caption* beserta foto dan video. Tujuannya agar dengan unggahan foto-foto dan video dapat menarik pengunjung sehingga dapat menarik minat baca masyarakat pada perpustakaan umum Bangka terlebih pada saat pandemi *covid* seperti sekarang ini.

Foto-foto terkait kegiatan yang sedang berlangsung dan yang dibuktikan dari unggahan foto-foto dan video yang ada pada *facebook* Perpustakaan Umum baik yang disimpan sebagai album maupun foto

sudah dilaksanakan. Begitu juga jika dikaitkan dengan perpustakaan, penggunaan fitur dan video tersebut dapat digunakan untuk memberikan informasi terkait kegiatan yang dilakukan oleh perpustakaan. Dengan cara ini, setiap pengunjung atau pengguna dapat mengetahui kegiatan apa saja yang sedang dilakukan oleh perpustakaan.

Baik perpustakaan Umum maupun pengguna sama-sama mendapatkan manfaat. Di fitur *photo* dan video bagi perpustakaan dapat memberikan informasi melalui foto dan video yang diunggah oleh admin. Begitu juga sebagai pengguna dapat melihat informasi perpustakaan umum dengan melihat foto dan video yang telah di unggah oleh admin atau pustakawan. Artinya dalam hal ini pustakawan telah memaksimalkan fitur foto dan video yang terdapat dalam *facebook*. Hal ini juga

yang diunggah sebagai informasi kegiatan.

Gambar 4.3 Fitur *photos* dan *video* *facebook* Perpustakaan Umum Kabupaten Bangka



Sumber: Facebook Perpustakaan Umum tahun 2021

Fitur *photos* dan *video* perpustakaan umum Bangka telah mengupload beberapa foto dan video. Foto dan video ini bertujuan untuk memberikan informasi kepada pemustaka terkait kegiatan-kegiatan yang akan maupun telah dilakukan. Dalam hal ini berarti benar bahwa pustakawan atau admin telah memanfaatkan fitur *photos* dan *video*.

Optimalisasi Promosi pada Facebook melalui fitur *Events*.

Fasilitas acara merupakan salah satu fasilitas yang menarik. Ini karena Anda dapat membuat rencana kegiatan dan meminta orang-orang

Perpustakaan kapan dilaksanakan. Hal yang senada juga disampaikan oleh Bapak Arif selaku masyarakat pengguna media sosial

yang tertarik untuk mengkonfirmasi partisipasi Anda. Facebook akan otomatis membuat satu *page* untuk setiap kegiatan. Dalam hal ini seperti, terkait tentang informasi apa saja yang dapat diberikan oleh pustakawan melalui fitur *event* berikut disampaikan oleh Ibu Siti Normina selaku Kabid Perpustakaan Umum, beliau menjelaskan bahwa, “Sebagai *user* kita dapat menjadwalkan acara atau kegiatan yang ditentukan. Selain itu kita juga bisa mengundang pengguna lain agar turut hadir di *event* tersebut”. Dengan adanya fitur *event* yang tersedia dalam *facebook* dapat digunakan sebagai informasi jadwal-jadwal kegiatan yang akan dilaksanakan oleh Perpustakaan Umum. Hal ini juga dibenarkan oleh masyarakat pengguna *facebook*. Seperti yang disampaikan oleh Bapak Agus selaku masyarakat pengguna media sosial *facebook*. Beliau menjelaskan bahwa fitur *event* kita dapat mengetahui informasi tentang jadwal kegiatan

facebook. Beliau menjelaskan bahwa melalui fitur *event* dapat melihat informasi tentang jadwal acara atau

kegiatan yang akan dilaksanakan oleh perpustakaan umum.

Melalui fitur *event* yang terdapat pada *facebook*, perpustakaan umum dapat membuat jadwal tentang kegiatan-kegiatan yang akan dilaksanakan. Selain dengan fitur *event* dapat mengundang pengguna untuk *join* pada *event* yang akan dilaksanakan. Tujuannya tentu agar masyarakat pengunjung *facebook* perpustakaan umum mengetahui semua kegiatan atau *event-event* yang diadakan oleh perpustakaan umum. Sedangkan dari sisi pengguna dapat mengetahui informasi jadwal-jadwal yang dibuat oleh pustakawan terkait kegiatan atau *event* yang akan dilaksanakan oleh perpustakaan umum.

Gambar 4.4 Fitur *Event* pada *facebook* Perpustakaan Umum Kabupaten Bangka



Sumber: Facebook Perpustakaan Umum tahun 2021

Fitur *event* ini Perpustakaan Umum Bangka telah membuat jadwal kegiatan yang akan dilaksanakan, dapat memberikan informasi kepada pemustaka bahwa akan ada kegiatan yang dilaksanakan oleh Perpustakaan Umum Bangka. Dalam hal ini berarti Perpustakaan Umum Bangka telah mengoptimalkan fitur *event* yang tersedia untuk memberikan informasi yang nantinya mendorong minat masyarakat untuk hadir dalam acara tersebut.

Perpustakaan Umum Bangka telah menggunakan fitur *event* ini mengundang pengguna *facebook* untuk menyimak kegiatan tersebut. Hal ini tentu saja bertujuan agar menarik minat masyarakat pengunjung Perpustakaan Umum Bangka. Memberikan informasi

kepada masyarakat untuk lebih mengenal keberadaan Perpustakaan Umum Bangka.

Demikian pula, jika perpustakaan dikaitkan dengan kemampuan menjadwalkan aktivitas untuk dilakukan menggunakan fitur acara. Facebook akan secara otomatis membuat pemberitahuan ke perpustakaan Anda sebelum acara berlangsung. Di ketahui bahwa dengan fitur *event* ini, Perpustakaan Umum Bangka sudah digunakan dan dimanfaatkan fitur ini sebagai media promosi dengan menjadwalkan kegiatan-kegiatan yang akan dilaksanakan. Hal ini ditunjukkan dengan adanya jadwal-jadwal kegiatan perpustakaan yang muncul pada *facebook*. Sehingga masyarakat pengguna bisa mengetahui kapan jadwal kegiatan akan dilangsungkan. Dalam hal ini artinya fitur *event* sudah dimanfaatkan dengan optimal oleh Perpustakaan Umum Bangka dalam nantinya masyarakat lebih tertarik untuk mengunjungi dan membaca di Perpustakaan Umum Bangka.

Menurut Kristianus (2010), fitur berbagi adalah fitur yang disediakan oleh *Facebook* yang

menarik minat pengunjung perpustakaan yang mengarah pada peningkatan minat baca masyarakat.

Optimalisasi Promosi pada *Facebook* melalui fitur *Share*

Share merupakan fasilitas yang dapat digunakan pustakawan dan pemustaka untuk merekomendasikan *facebook* perpustakaan mereka kepada teman-teman mereka. Ini merupakan *tools* yang menarik untuk menyebarkan informasi tentang perpustakaan kita. \n Fitur *share* perpustakaan Umum Kabupaten Bangka dalam hal ini baik pustakawan maupun pemustaka telah menggunakan fitur *share* untuk menyebarkan informasi yang telah di *upload* atau diunggah pada *facebook* Perpustakaan Umum Bangka. Dalam hal ini artinya Perpustakaan Umum Bangka telah menggunakan dan mengoptimalkan fitur *share* sebagai media promosi perpustakaan Umum Bangka. Dengan tujuan agar memungkinkan Anda untuk menulis, mendistribusikan, dan mendistribusikan semua informasi dalam bentuk foto dan video. Dengan mengacu pada konsep ini, fitur ini tersedia untuk pustakawan yang

bertindak sebagai administrator dan, dalam hal ini, pengguna yang merupakan pengguna *Facebook* dari perpustakaan, jika dikaitkan dengan perpustakaan. Pengguna dapat membagikan atau merekomendasikan apapun yang diperbarui oleh pustakawan kepada pengguna *Facebook* lainnya.

Perpustakaan Umum Bangka sudah memanfaatkan fitur ini sebagai media promosi. Hal ini terlihat beberapa kegiatan atau informasi yang *dishare* oleh pustakawan telah di *share* kembali oleh pemustaka. Hal ini berarti perpustakaan Umum Bangka sudah menggunakan dan memanfaatkan fitur *share* secara maksimal. Yang bertujuan agar semua informasi tentang perpustakaan dapat tersebar sehingga nantinya akan meningkatkan kunjungan dan minat baca pada perpustakaan.

Gambar 4.5 Fitur *Share* pada *facebook* Perpustakaan Umum

Kabupaten Bangka

share yang tersedia dalam *facebook* agar informasi cepat menyebar luas. Perpustakaan Umum Bangka. Dalam hal ini artinya telah menggunakan dan mengoptimalkan fitur *share* sebagai media promosi perpustakaan Umum



Sumber: *facebook* Perpustakaan Umum Bangka tahun 2021

Perpustakaan umum Bangka mengunggah atau *menshare* sebuah foto lengkap dengan penjelasan *caption* tentang penghargaan yang diberikan perpustakaan Provinsi Bangka Belitung. Kemudian setelah informasi tersebut tampil di *timeline* atau dinding *facebook* kemudian informasi tersebut di *share* kembali sebanyak 2 kali dan mendapatkan *comment* sebanyak 15 dan mendapatkan *like* sebanyak 63 kali. Dalam arti perpustakaan Umum Bangka telah memanfaatkan fitur

Bangka. Dengan tujuan agar nantinya masyarakat lebih tertarik untuk mengunjungi dan membaca di Perpustakaan Umum Bangka.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan terkait optimalisasi promosi pada media sosial *facebook* dalam meningkatkan minat baca masyarakat di Perpustakaan Umum Kabupaten Bangka maka dapat ditarik kesimpulan bahwa promosi Perpustakaan Umum Bangka melalui pengoptimalisasian fitur-fitur *facebook* sudah cukup baik tetapi belum optimal dikarenakan masih ada beberapa fitur-fitur *facebook* belum dimanfaatkan secara maksimal seperti fitur info (*information*) dan fitur diskusi (*discussion*). Adapun beberapa hal yang direkomendasikan oleh penulis antara lain agar admin

facebook Perpustakaan Umum Kabupaten Bangka agar lebih mengoptimalkan fitur-fitur yang ada pada *facebook* yang belum sepenuhnya dimanfaatkan seperti fitur diskusi dan fitur info. Adapun caranya seperti memberikan postingan terkait sebuah gagasan yang dapat memancing diskusi, hingga selalu menyampaikan informasi-informasi terkait institusi tersebut. Selain itu diharapkan respon dalam menanggapi komentar, *like* dan permintaan pertemanan agar dapat dilakukan sesegera mungkin.

DAFTAR PUSTAKA

- Daryanto.** (2011). *Manajemen Pemasaran: Sari Kuliah*. Bandung: Satu Nusa.
Hermawan, Agus (2013). *Promosi dalam Prioritas Kegiatan Pemasaran*. Jakarta. PT Buku Seru

- Ifonilla Yeniati.**(2019). *Promosi Perpustakaan Melalui Media Sosial di Perpustakaan IAIN Salatiga*. Journal of Library and Information Science. Volume 3, Number 2
- King, David Lee.** (2015). *Managing Your Library's Sosial Media Channels*. Volume 51, Number 1. USA: America Library Association.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong.** (2014). *Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi13. Jilid 1*. Jakarta : Erlangga.
- Kristianus Yulianto.** (2010). *Pemanfaatan Facebook untuk Menunjang Kegiatan Belajar Online secara Mandiri*. Tangerang: Universitas Terbuka.
- Lupiyoadi, Rambat.** (2013) *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi. (Edisi 3)*. Jakarta: Salemba Empat
- Rulianto.** (2009). *Membangun Media Ajar Online untuk Orang Awam*. Palembang: Maxikom
- Tapscott, D.** (2009). *Grown up digital: How the net generation is changing your world*. New York, US: McGraw-Hill.
- Taylor, and Francis.** (2014). *Use of social media by the library current practices and future opportunities : A white paper*. Oxford: Taylor & Francis Group CC-BY-NC.
- We Are Social Hutsuite,** (2020) <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2020/>
- Wiji, S.** (2018). *Attitudes and roles of librarians in the modern era (an ethical and cultural approach)*. *International Journal of Library and Information Science*, 10(4), 41–44. <https://doi.org/10.5897/ IJLIS2016.0667>