

Strategi promosi melalui instagram di perpustakaan SMA Negeri 1 Salatiga

Ranti Purnama Sari^{1*}, Albertoes Pramoekti Narendra², Anton Hermawan³
^{1,2,3}Universitas Kristen Satya Wacana, Indonesia

INFO ARTIKEL

Sejarah artikel:

Diterima:
08 Oktober 2023
Disetujui:
10 November 2023
Diterbitkan:
25 November 2023

Penulis Korespondensi*:

Ranti Purnama Sari
Universitas Kristen Satya
Wacana, Indonesia
742019519@student.uksw.edu



©2023 Penulis. Diterbitkan oleh Program Studi Akuntansi, Institut Koperasi Indonesia. Ini adalah artikel akses terbuka di bawah lisensi CC BY NC (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0>)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi promosi yang dilakukan Perpustakaan SMA Negeri 1 Salatiga dalam memanfaatkan media sosial Instagram sebagai sarana promosi. Dalam penelitian ini digunakan metode penelitian kualitatif dengan teknik observasi dan wawancara. Hasil observasi menunjukkan bahwa pihak perpustakaan memilih Instagram sebagai media promosi karena banyak anggota sekolah yang menggunakan aplikasi Instagram. Namun, pengikut Instagram perpustakaan masih terbatas. Dalam wawancara yang dilakukan, Kepala Perpustakaan SMA Negeri 1 Salatiga menyatakan bahwa konten yang tidak menarik menjadi penyebab kurangnya minat siswa untuk mengikuti akun Instagram perpustakaan. Strategi promosi yang dapat digunakan antara lain publikasi, periklanan, kontak perorangan, insentif, dan menciptakan suasana yang kondusif. Dengan memperhatikan strategi promosi yang tepat maka perpustakaan dapat meningkatkan minat siswa untuk berkunjung dan menggunakan layanan perpustakaan. Instagram memiliki peran penting dalam mempromosikan perpustakaan dengan menampilkan koleksi bahan pustaka dan menginformasikan layanan perpustakaan. Penelitian ini memberikan wawasan tentang penggunaan media sosial sebagai sarana promosi perpustakaan dan menekankan pentingnya konten yang menarik dan untuk meningkatkan efektivitas promosi perpustakaan di era teknologi informasi.

Kata Kunci : Perpustakaan; Strategi promosi; Media sosial; Instagram; Sekolah

ABSTRACT

The aim of this research is to know the promotion strategy done by the library in SMA Negeri 1 Salatiga in utilizing Instagram as a promotion media. This research used qualitative research method by doing observation and interview. The result of the observation indicates that the library chose Instagram as media for the promotion since many of people in the school are Instagram user. However, the library's Instagram account still doesn't have many followers. In the interview, the headmaster of SMA Negeri 1 Salatiga stated that uninteresting content is the reason of people do not follow the account. The promotion strategy that can be used such as publication, advertising, personal approach, incentive, and creating conducive atmosphere. By implementing the right strategy, the library can improve the student's willingness to go to the library and use library service. Instagram has a crucial role in promoting the library by giving information about the library catalog and also the library service. This research gives insight about the use of social media as a promotion media of the library, emphasize the importance of interesting content, and improve the effectivity of library promotion in the information and technology era.

Keywords : Library; Strategy promotion; Social media; Instagram; School

PENDAHULUAN

Saat ini memang sangat diperlukan strategi promosi yang kreatif dan inovatif dengan memanfaatkan berbagai media yang ada, perpustakaan sebagai sumber informasi tentunya harus mampu bersaing agar fungsinya dimanfaatkan dengan maksimal (Hanum, 2021). Di era globalisasi dengan perkembangan zaman yang terus berkembang setiap masa, media sosial dapat digunakan untuk menyampaikan informasi. Selain digunakan sebagai alat untuk berkomunikasi, media sosial dapat pula digunakan sebagai alat untuk mempromosikan koleksi dan layanan yang tersedia di perpustakaan agar pemustaka tertarik dengan koleksi dan layanan yang tersedia di perpustakaan.

Semakin berkembangnya teknologi informasi maka layanan yang disediakan harus mampu beradaptasi atau mengejar ketertinggalan dalam setiap perkembangan yang terus berjalan. Perpustakaan dapat memilih berbagai media sosial yang disediakan di dunia maya. Salah satu media sosial yang dapat digunakan sebagai sarana promosi adalah Instagram. Instagram menjadi salah satu platform media sosial terbesar di dunia pada saat ini.

Perpustakaan sebagai sarana edukasi perlu memberikan suatu inovasi yang berkaitan dengan perpustakaan, agar semakin banyak masyarakat yang tertarik dengan perpustakaan kemudian menjadikan perpustakaan sebagai kebutuhan (Oktavia, 2020). Oleh sebab itu pustakawan harus mampu mempromosikan perpustakaan menggunakan cara yang bisa menarik perhatian masyarakat. Salah satu caranya adalah promosi menggunakan media sosial Instagram yang banyak digunakan oleh kaum milenial.

Promosi merupakan bagian dari manajemen pemasaran yang dilakukan untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Promosi perpustakaan adalah kegiatan berkomunikasi dengan pemustaka untuk menginformasikan dan memperkenalkan tentang produk atau jasa yang disediakan oleh perpustakaan sekaligus membujuk pemustaka untuk merespon dan memanfaatkan produk dan jasa yang ditawarkan (Wahyudi, 2015). Promosi perpustakaan adalah aktivitas memperkenalkan perpustakaan kepada publik baik dari koleksi yang dimiliki hingga pada kegiatan-kegiatan yang ada di perpustakaan (Putranto & Husna, 2020). Promosi perpustakaan dapat dilakukan melalui media sosial yang nantinya tidak hanya mengenalkan perpustakaan bagi pemustaka/peserta didik tapi juga kepada pihak luar seperti penulis maupun penerbit untuk bekerjasama dalam bentuk bedah buku, workshop menulis ataupun menyumbangkan buku untuk perpustakaan (Sukarno, 2017).

Perpustakaan SMA Negeri 1 Salatiga merupakan perpustakaan sekolah yang menjadi pusat informasi dan pusat ilmu pengetahuan dengan pelayanan yang efektif, cepat dan mudah sehingga mampu mendukung keberhasilan proses kegiatan belajar mengajar di sekolah. Semula perpustakaan SMA Negeri 1 Salatiga berada di Jalan Diponegoro, belakang STIE AMA. Kondisi bangunan masih bersatu dengan rumah bapak Soewardi dengan kondisi ruang dan gedung yang kurang representatif sehingga siswa kurang berminat untuk membaca di perpustakaan. Kemudian di tahun 1981 perpustakaan pindah ke jalan kemiri salatiga. Dengan kondisi ruang dan bangunan yang sudah representatif sehingga memotivasi minat baca anak dan menjadi pusat literatur. Permasalahan yang ada di perpustakaan SMA Negeri 1 Salatiga adalah kurangnya minat baca siswa sehingga berbagai cara promosi sedang dilakukan guna meningkatkan minat baca siswa sekaligus memperkenalkan koleksi dan layanan yang tersedia di perpustakaan agar siswa tertarik untuk berkunjung di perpustakaan. Perpustakaan SMA Negeri 1 Salatiga melakukan promosi melalui media sosial Instagram, alasan perpustakaan SMA Negeri 1 Salatiga melakukan promosi melalui Instagram adalah mengikuti perkembangan yang terus berjalan dan ingin memperkenalkan perpustakaan agar lebih dikenal terutama bagi pihak eksternal.

Berdasarkan permasalahan diatas, harus dilakukan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi yang dilakukan Perpustakaan SMA Negeri 1 Salatiga dalam pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi guna menentukan bentuk promosi yang tepat dalam menarik minat kunjungan siswa.

Tulisan ini bertujuan untuk mengetahui lebih dalam tentang strategi yang dilakukan Perpustakaan SMA Negeri 1 Salatiga dalam pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi.

Penelitian pertama dilakukan oleh (Setyo et al., 2014), ditemukan bahwa strategi promosi

yang dapat meningkatkan kepercayaan dan pemanfaatan perpustakaan DPD RI adalah dengan meningkatkan kualitas dan kuantitas koleksi perpustakaan dengan menambahkan koleksi baru dan menghapus koleksi yang sudah usang. Meningkatkan pelayanan perpustakaan dengan membuat kemudahan akses ke koleksi, baik secara fisik maupun digital. Mengadakan kegiatan promosi perpustakaan yang melibatkan anggota DPD RI, staf perpustakaan, dan masyarakat umum, kegiatan promosi tersebut dapat berupa seminar, workshop, pelatihan, dan sosialisasi melalui media sosial. Menjalin kerjasama dengan perpustakaan lain, baik di dalam maupun luar negeri, untuk mengembangkan koleksi perpustakaan dan meningkatkan kualitas layanan. dan memperkuat branding perpustakaan DPD RI dengan merancang logo, tagline, dan citra perpustakaan yang menarik.

Penelitian kedua dilakukan oleh (Dian et al., 2022) menunjukkan bahwa strategi promosi perpustakaan yang efektif di media sosial selama pandemi Covid-19 meliputi: 1) memperkuat kehadiran perpustakaan di media sosial dengan konten yang menarik dan relevan, 2) memanfaatkan fitur-fitur media sosial seperti live streaming untuk menghubungkan dengan pengunjung secara virtual, 3) menjalin kerjasama dengan komunitas dan organisasi lain di media sosial untuk memperluas jangkauan, dan 4) menyediakan layanan perpustakaan yang dapat diakses secara online untuk memenuhi kebutuhan pengunjung.

Penelitian ketiga dilakukan oleh (Riski, 2021), menemukan bahwa strategi promosi yang efektif untuk perpustakaan khusus meliputi: 1) menentukan target audiens dengan jelas, 2) menggunakan media promosi yang sesuai dengan karakteristik target audience, 3) mengadakan kegiatan promosi secara konsisten, 4) memanfaatkan sumber daya internal dan eksternal, dan 5) memperkuat branding perpustakaan.

Dari beberapa peneliti terdahulu di atas memiliki kesamaan topik yaitu menggunakan media sosial sebagai sarana promosi perpustakaan. Selain itu terdapat pula perbedaan antara peneliti terdahulu dan peneliti sekarang, 1) waktu dan tempat penelitian dan 2) media yang digunakan untuk promosi.

Hal baru dari peneliti adalah melakukan promosi secara tidak langsung melalui media sosial dan hanya fokus di satu media sosial yaitu Instagram. Penggunaan satu media promosi saja dapat menjadi lebih efektif karena fokusnya yang lebih terarah pada satu saluran atau platform dapat memberikan pesan yang lebih jelas dan mudah dipahami oleh audiens. Selain itu, dengan menggunakan satu media promosi saja, waktu dan anggaran promosi dapat lebih terkontrol dan dapat dioptimalkan secara lebih baik. Sedangkan dari ketiga peneliti terdahulu di atas promosi dilakukan menggunakan lebih dari satu media. Dengan menggunakan lebih dari satu media promosi, terkadang dapat memecah fokus promosi dan membuat pesan promosi menjadi kurang jelas atau bahkan bercampur aduk. Selain itu, penggunaan lebih dari satu media promosi juga memerlukan lebih banyak waktu dan anggaran untuk memastikan promosi di semua saluran atau platform tercapai dengan efektif.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif yaitu menggunakan teknik observasi, wawancara dan dokumentasi. Pendekatan kualitatif adalah metode penelitian yang berfokus pada pemahaman mendalam terhadap fenomena yang sedang diteliti. Dalam metode kualitatif, peneliti memperoleh data dari sumber yang beragam, seperti wawancara, observasi, dan dokumen, dan kemudian melakukan analisis kualitatif terhadap data tersebut (Raco, 2018).

Data penelitian pada dasarnya terdiri dari semua informasi atau bahan yang disediakan alam (dalam arti luas) yang harus dicari, dikumpulkan dan dipilih oleh peneliti (Nugrahani Farida, 2014). Data penelitian diperoleh melalui wawancara dengan Ibu Rini Karyawati S.Pd yang biasa dipanggil bu Rini, selaku Kepala Perpustakaan di SMA Negeri 1 Salatiga. Wawancara tersebut difokuskan pada strategi promosi perpustakaan SMA Negeri 1 Salatiga. Selain itu, untuk mendukung hasil penelitian, dilakukan observasi dan dokumentasi terkait promosi perpustakaan yang dilakukan oleh Perpustakaan SMA Negeri 1 Salatiga. Teknik analisis data memiliki tiga jalur analisis data kualitatif, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan (Zuhri & Christiani, 2019).

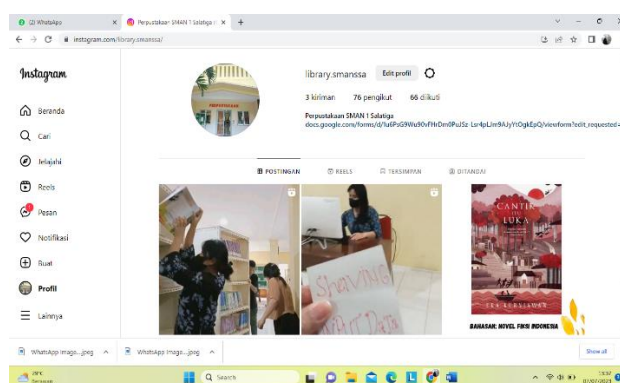
HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hasil

A. Media Sosial

Menurut (Rusmawati, 2017), menggunakan media sosial untuk mempromosikan kegiatan perpustakaan dan menampilkan koleksi buku yang dimiliki. Promosi perpustakaan merupakan cara untuk memperkenalkan perpustakaan kepada masyarakat dan menarik minat mereka untuk datang ke perpustakaan dan membaca.

Dari hasil observasi yang dilakukan, Perpustakaan SMA Negeri 1 Salatiga menggunakan Instagram sebagai media promosi. Perpustakaan SMA Negeri 1 Salatiga memilih menggunakan Instagram sebagai media promosi dikarenakan hampir seluruh anggota sekolah menggunakan aplikasi Instagram bisa dilihat dari pengikut Instagram SMA Negeri 1 Salatiga @sman1salatiga_official yang berjumlah 2.049. Sedangkan untuk saat ini pengikut Instagram Perpustakaan SMA Negeri 1 Salatiga @library.smanssa baru berjumlah 76.



Gambar 1 Akun Instagram Perpustakaan SMA Negeri 1 Salatiga

Pernyataan diatas selaras dengan hasil wawancara yang dilakukan,

“Iya, terutama guru-guru muda dan anak-anak banyak yang menggunakan Instagram sebagai alat untuk berkomunikasi secara online. Namun mereka tidak tertarik untuk mengikuti Instagram perpustakaan kita, mungkin karena konten yang ada kurang menarik minat mereka. Sebenarnya banyak sekali aplikasi yang bisa dipakai untuk promosi seperti tik-tok dan facebook namun kita memilih untuk menggunakan 1 aplikasi saja dulu agar penggunaan lebih optimal. Setelah pembuatan Instagram tujuan dan sasaran promosi menjadi semakin luas. Dengan adanya Instagram jangkauan masyarakat juga semakin luas sehingga lebih mudah untuk dikenal masyarakat. Tujuan utama adalah mencari followers sebanyak-banyaknya dari warga sekolah terlebih dahulu karena semakin banyak followers maka semakin banyak dikenal. Sedangkan untuk masyarakat luar saat ini masih menjadi wacana dalam menerima kunjungan selain warga sekolah” (wawancara dengan Kepala Perpustakaan SMA Negeri 1 Salatiga, tanggal 10 Mei 2023, pukul 10.37 wib).

Dari pernyataan diatas diketahui, anggota sekolah banyak yang menggunakan aplikasi Instagram namun sedikit yang tertarik untuk mengikuti akun Instagram Perpustakaan SMA Negeri 1 Salatiga.

B. Strategi Sosial

Bentuk dan media promosi yang dapat digunakan oleh perpustakaan menurut (Harahap, 2021) antara lain: Publikasi, iklan, kontak perorangan, intensif dan penciptaan suasana atau lingkungan yang kondusif.

Penjelasan diatas selaras dengan hasil observasi yang telah dilakukan di Perpustakaan SMA Negeri, yaitu :

- Perpustakaan SMA Negeri 1 Salatiga telah melakukan publikasi melalui konten

Title...

Instagram yang dapat diakses secara bebas oleh pengguna Instagram. Semua siswa/I mengalami kemudahan memperoleh informasi lebih fleksibel.

- Iklan belum dilaksanakan karena masih berupaya mengembangkan konten Instagram yang baru direalisasikan.
- Kontak perorangan yang dilakukan terlihat dari interaksi yang dilakukan staf perpustakaan dan siswa /i serta para guru dalam mendapatkan informasi – informasi yang ada, interaksi dalam proses peminjaman, pengembalian dan perpanjangan koleksi.



Gambar 2 Kontak perorangan

Penawaran yang dilakukan Perpustakaan SMA Negeri 1 Salatiga yaitu tersedia layanan untuk mengubah karya siswa dalam bentuk buku. Namun ruang lingkungannya masih dalam sebatas lingkungan SMA Negeri 1 Salatiga.



Gambar 3 Karya siswa

- Penciptaan suasana atau lingkungan yang kondusif belum berhasil tercipta dalam lingkungan perpustakaan sekolah karena melihat ada nya pengalihfungsian gedung di lantai 2 dari ruang perpustakaan yang seharusnya menjadi tempat ruang olahraga sementara, sehingga pengunjung yang datang bisa saja tidak fokus dalam belajar dan membaca di lingkungan perpustakaan.

Hasil observasi tersebut diperkuat dengan hasil wawancara yang dilakukan,

“Penggunaan media Instagram sebagai bentuk publikasi baru terealisasi pada tanggal 12 Januari 2023. Dimana interaksi yang terjadi sebatas peminjaman, pengembalian dan perpanjangan koleksi. Dan untuk penciptaan suasana sendiri memang masih belum optimal apalagi siswa sering ribut ketika berkunjung di perpustakaan sehingga menciptakan kondisi yang kurang kondusif. Untuk saat ini iklan belum ada rencana untuk dilakukan. Lalu untuk penawaran yang disediakan baru mencetak buku untuk karya siswa” (wawancara dengan Kepala Perpustakaan SMA Negeri 1 Salatiga, tanggal 10 Mei 2023, pukul 10.37 wib)

Strategi promosi sangat penting untuk memenuhi tujuan jangka pendek perpustakaan. Beberapa strategi yang bisa dilakukan berdasarkan pernyataan dari

(Inderiyeni, 2020) adalah ;

- a) membangun komunikasi dengan pemustaka,
- b) membangun kerjasama dengan pihak ketiga, dan
- c) membuat program promosi.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan mengenai strategi promosi perpustakaan melalui instagram, diketahui bahwa:

“Untuk saat ini promosi melalui Instagram masih kurang aktif, saya dan teman-teman mengadakan promosi melalui lomba poster dan konten-konten kegiatan yang dilakukan perpustakaan seperti membuat story kegiatan yang lakukan perpustakaan hari ini dan memberikan informasi koleksi baru” (wawancara dengan Kepala Perpustakaan SMA Negeri 1 Salatiga, tanggal 10 Mei 2023, pukul 10.37 wib)

C. Permasalahan yang dihadapi

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan, kurangnya pengetahuan sumber daya manusia dalam mengaplikasikan teknologi terutama dalam media sosial Instagram. Sehingga berpengaruh terhadap promosi perpustakaan secara digital.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan terkait kendala yang alami dalam melakukan promosi perpustakaan, bu Rini menjelaskan beberapa permasalahan yang dihadapi sebagai berikut,

“Ada beberapa kendala yang dihadapi adalah pengelola perpustakaan tidak aktif dalam menuangkan ide, biaya promosi yang sangat kurang dan terbatas, kurangnya komunikasi duta perpustakaan dalam mempromosikan informasi terkait perpustakaan. Staf perpustakaan yang ada juga kurang paham dalam penggunaan media sosial Instagram, salah satunya saya juga kurang paham menggunakan aplikasi instagram, apalagi aplikasi tersebut jarang digunakan sehingga untuk pengaplikasiannya kurang efektif. Biaya promosi yang sangat kurang dan terbatas menjadi salah satu penghambat dalam melakukan kegiatan promosi seperti ketika ingin membuat kegiatan lomba anak-anak kurang tertarik dalam mengikuti suatu kegiatan yang tidak memiliki hadiah bagi pemenang walaupun sebenarnya perpustakaan sendiri memiliki dana khusus tapi dialokasikan dalam pembangunan gedung perpustakaan, pengadaan koleksi dan pembelian koleksi sesuai kebutuhan anak-anak dalam menunjang pembelajaran baik didalam kelas maupun belajar secara mandiri. Selain itu, duta perpustakaan yang dipilih antar kelas tidak aktif dalam mempromosikan perpustakaan padahal sudah diingatkan tetapi banyak dari mereka yang mengabaikan tugas mereka sebagai duta perpustakaan” (wawancara dengan Kepala Perpustakaan SMA Negeri 1 Salatiga, tanggal 10 Mei 2023, pukul 10.37 wib).

Dari hasil observasi dan wawancara diatas, diketahui bahwa kendala yang dihadapi oleh Perpustakaan SMA Negeri 1 Salatiga adalah kurangnya pengetahuan teknologi sumber daya manusia, biaya promosi yang sangat kurang dan terbatas serta duta perpustakaan kurang bertanggung jawab dalam memenuhi tugasnya.

2. Pembahasan

Pembahasan dari hasil observasi, dokumentasi dan wawancara yang fokus pada strategi promosi yang dilakukan Perpustakaan SMA Negeri 1 Salatiga dalam penelitian ini yaitu, promosi yang dilakukan masih kurang efektif dan optimal disebabkan oleh :

- a) Kurangnya sumber daya manusia yang paham tentang penggunaan aplikasi Instagram.

Sumber daya manusia yang memiliki kemampuan menggunakan aplikasi Instagram sebagai media promosi dan memberikan ide-ide baru sangat diperlukan untuk mendukung pembuatan konten promosi yang menarik.

- b) Anggaran biaya yang mencukupi sangat penting untuk menjaga kelangsungan perpustakaan.

Anggaran yang cukup juga dibutuhkan untuk menyediakan pelatihan atau pengembangan tenaga kerja. Tenaga kerja yang terampil dan terlatih, perpustakaan dapat memberikan layanan yang baik dan memadai kepada pengunjung. Anggaran biaya juga sangat diperlukan untuk kegiatan dan program perpustakaan seperti lomba poster, lomba cerpen dll. Dengan adanya anggaran biaya yang mencukupi, perpustakaan dapat memberikan layanan dan fasilitas yang lebih baik dan meningkatkan kualitas dan relevansi koleksi buku dan program yang ditawarkan. Hal ini juga dapat meningkatkan minat baca masyarakat dan meningkatkan keberlangsungan perpustakaan sebagai institusi yang penting dalam pendidikan dan pengetahuan.

- c) Ketersediaan ruangan

Perpustakaan perlu menyediakan ruangan yang memadai dengan suasana yang kondusif agar pemustaka dapat melakukan studi kelompok atau belajar secara mandiri.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian diatas dapat disimpulkan, Perpustakaan SMA Negeri 1 Salatiga memiliki strategi promosi menggunakan media sosial Instagram. Penggunaan Instagram sebagai sarana promosi dipilih karena hampir seluruh warga sekolah menggunakan aplikasi tersebut. Promosi dilakukan melalui pembuatan konten-konten menarik seperti kegiatan lomba. Penggunaan Instagram sebagai media promosi memberikan fleksibilitas bagi siswa dalam memperoleh informasi tentang kegiatan, koleksi, dan layanan perpustakaan. Namun, dalam pelaksanaan promosi perpustakaan, terdapat beberapa permasalahan yang dihadapi. Kendala yang muncul antara lain adalah kurangnya aktivitas pengelola perpustakaan dalam menghasilkan ide promosi, keterbatasan biaya promosi, kurangnya pemahaman staf perpustakaan dalam penggunaan media sosial Instagram, dan kurangnya keterlibatan duta perpustakaan dalam mempromosikan perpustakaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Dian, K., Puspita, D., Suhartika, P., & Ginting, R. T. (2022). Strategi Promosi Perpustakaan Di Masa Pandemi Covid-19 Menggunakan Media Sosial. *Jurnal Ilmiah Perpustakaan Dan Informasi (JIPUS)*, 2(1), 29–33.
- Hanum, A. N. L. (2021). Strategi promosi perpustakaan: Film animasi sebagai media edukasi bagi pemustaka. *Informatio: Journal of Library and Information Science*, 1(2), 121. <https://doi.org/10.24198/inf.v1i2.31077>
- Harahap, W. R. (2021). PENERAPAN STRATEGI PROMOSI PERPUSTAKAAN. *JUPI (Jurnal Ilmu Perpustakaan Dan Informasi)*, 6(1), 103–116. issn: 2528-021X
- Inderiyeni. "Strategi Promosi Perpustakaan" www.dispusip.pekanbaru.go.id/ . Diakses pada Kamis 22 Juni 2023. <https://dispusip.pekanbaru.go.id/strategi-promosi-perpustakaan/>.
- Karyawati, Rini. 2023. "Strategi Promosi melalui Instagram di Perpustakaan SMA Negeri 1 Salatiga". Hasil Wawancara Pribadi: 10 Mei 2023, Universitas Kristen Satya Wacana
- Nugrahani Farida. (2014). Metode Penelitian Kualitatif dalam Penelitian Pendidikan Bahasa. In 信 阳 师 范 学 院 (Vol. 1, Issue 1). <http://e-journal.usd.ac.id/index.php/LLT%0Ahttp://jurnal.untan.ac.id/index.php/jpdpb/article/viewFile/11345/10753%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.04.758%0Awww.iosrjournals.org>
- Oktavia, N. (2020). Model Promosi Perpustakaan pada Dinas Kearsipan dan Perpustakaan Provinsi Sumatera Barat. *Libria*, 12(1), 89–104. <https://jurnal.ar-raniry.ac.id/index.php/libria/article/view/7687>
- Putranto, M. T. D., & Husna, J. (2020). Jurnal Ilmu Perpustakaan. *Jurnal Ilmu Perpustakaan*, 4(3), 93–103.

- Raco, J. (2018). *Metode penelitian kualitatif: jenis, karakteristik dan keunggulannya*. <https://doi.org/10.31219/osf.io/mfzuj>
- Riski, M. A. (2021). Strategi promosi perpustakaan khusus: studi pada Perpustakaan Museum Sonobudoyo Yogyakarta. *Al-Kuttab: Jurnal Kajian Perpustakaan, Informasi Dan Kearsipan*, 3(2), 23–31. <https://doi.org/10.24952/ktb.v3i2.4149>
- Rusmawati, D. (2017). Strategi Promosi Perpustakaan Di Balai Layanan Perpustakaan Badan Perpustakaan Dan Arsip Daerah DIY(GRHATAMA PUSTAKA). *Jurnal Hanata Widya*, 6(7), 37–46.
- Setyo, S., Komariah, N., & Kurniasih, N. (2014). Strategi Promosi Perpustakaan Sekretariat Jenderal Dewan Perwakilan Daerah Republik Indonesia. *Jurnal Kajian Informasi Dan Perpustakaan*, 2(1), 1. <https://doi.org/10.24198/jkip.v2i1.11616>
- Sukarno, L. G. (2017). Promosi Perpustakaan melalui Media Sosial di Perpustakaan SMA Negeri 2 Metro. *Perpustakaan Nasional Republik Indonesia*, 24(4), 59–64.
- Wahyudi, S. (2015). Strategi Promosi Perpustakaan Umum Kota Makassar Skripsi.
- Zuhri, M. A. M., & Christiani, L. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Library Based Community (Studi Kasus Komunitas Perpustakaan Jalanan Solo @Koperjas). *Jurnal Ilmu Perpustakaan*, 7(2), 21–30. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jip/article/view/22899>