

3. Peran Media Sosial Sebagai Salah Satu Promosi Perpustakaan

Promosi perpustakaan pada dasarnya merupakan forum pertukaran informasi antara organisasi dan konsumen dengan tujuan utama memberikan informasi tentang produk atau jasa yang disediakan oleh perpustakaan sekaligus membujuk siswa dan guru untuk berekreasi terhadap produk atau jasa yang ditawarkan. Hasil dari promosi adalah tumbuhnya kesadaran sampai tindakan untuk memanfaatkannya.

a. Ciri-Ciri Media Sosial

Berikut adalah ciri-ciri media sosial menurut Lucky :

- 1) Pesan yang di sampaikan tidak hanya untuk satu orang saja namun bisa keberbagai banyak orang contohnya pesan melalui SMS ataupun internet
- 2) Pesan yang di sampaikan bebas, tanpa harus melalui suatu *Gatekeeper*
- 3) Pesan yang di sampaikan cenderung lebih cepat di banding media lainnya
- 4) Penerima pesan yang menentukan waktu interaksi

b. Beberapa Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Perpustakaan

Berikut adalah media sosial menurut Lucky yang bisa digunakan sebagai media promosi :

- 1) FACEBOOK. Facebook telah menjadi situs sosial networking terbesar saat ini, ada begitu banyak manfaat facebook yang bisa kita gunakan. Salah satunya adalah sebagai tempat promosi, bisa menjadi media promosi yang sangat efektif.
- 2) TWITTER. Twitter juga bisa memberikan pengaruh dalam promosi perpustakaan seperti halnya facebook.
- 3) YOUTUBE. Ada beberapa film yang dibuat dengan *setting* perpustakaan yang bisa disampaikan melalui media sosial ini. Berikut contoh judul film pendek yang menggunakan setting Perpustakaan SMA Negeri 2 Metro dan sudah di upload ke youtube: Film Terlempar Ke Masa

Lalu

<https://www.youtube.com/watch?v=3t7pW0E1qtE> (Meraih Penghargaan Juara II, Kompetisi Lomba Film Pendek di Teknokrat tahun 2013), Film Dunia Bisa di Edit <https://www.youtube.com/watch?v=j40XroGMGsY> (Meraih Penghargaan Juara III, Kompetisi Lomba Film Pendek di Teknokrat tahun 2014) Film Biasa Bisa Bisu <https://www.youtube.com/watch?v=15QLgnhhs3I>

c. Manfaat Media Sosial Bagi Perpustakaan

Berikut adalah manfaat media sosial menurut Lucky :

- 1) Berbagi informasi kegiatan perpustakaan yang bisa dilihat oleh pemustaka.
- 2) Menarik minat penulis atau penerbit untuk bisa bekerjasama.
- 3) Menjadi ajang sarana promosi perpustakaan secara efektif dan efisien

Karena medsos merupakan bagian dari sistem relasi, koneksi dan komunikasi, maka kita harus menyikapinya dalam kaitannya dengan fungsi-fungsi yang terkandung dalam teori relasi, koneksi dan komunikasi masyarakat. Berikut ini sikap menurut Tim Pusat Humas Kementerian Perdagangan RI (2014:35) yang harus kita kembangkan terkait dengan peran, manfaat dan fungsi medsos:

1. Sarana belajar, mendengarkan, dan menyampaikan. Berbagai aplikasi medsos dapat dimanfaatkan untuk belajar melalui beragam informasi, data dan isu yang termuat di dalamnya. Pada aspek lain, medsos juga menjadi sarana untuk menyampaikan berbagai informasi kepada pihak lain. Konten-konten di dalam medsos berasal dari berbagai belahan dunia dengan beragam latar belakang (33)budaya, sosial, ekonomi, keyakinan, tradisi dan

- tendensi. Oleh karena itu, benar jika dalam arti positif, medsos adalah sebuah ensiklopedi global yang tumbuh dengan cepat. Dalam konteks ini, pengguna medsos perlu sekali membekali diri dengan kekritisannya, pisau analisa yang tajam, perenungan yang mendalam, kebijaksanaan dalam penggunaan dan emosi yang terkontrol.
2. Sarana dokumentasi, administrasi dan integrasi. Berbagai aplikasi medsos pada dasarnya merupakan gudang dan dokumentasi berbagai konten, dari yang berupa profil, informasi, reportase kejadian, rekaman peristiwa, sampai pada hasil-hasil riset kajian. Dalam konteks ini, organisasi, lembaga dan perorangan dapat memanfaatkannya dengan cara membentuk kebijakan penggunaan medsos dan pelatihannya bagi segenap karyawan, dalam rangka memaksimalkan fungsi medsos sesuai dengan target-target yang telah dicanangkan. Beberapa hal yang bisa dilakukan dengan medsos, antara lain membuat blog organisasi, mengintegrasikan berbagai lini di perusahaan, menyebarkan konten yang relevan sesuai target di masyarakat, atau memanfaatkan medsos sesuai kepentingan, visi, misi, tujuan, efisiensi dan efektifitas operasional organisasi. (34)
 3. Sarana perencanaan, strategi dan manajemen. Akan diarahkan dan dibawa ke mana medsos, merupakan domain dari penggunanya. Oleh sebab itu, medsos di tangan para pakar manajemen dan marketing dapat menjadi senjata yang dahsyat untuk melancarkan perencanaan dan strateginya. Misalnya saja untuk melakukan promosi, menggaet pelanggan setia, menghimpun loyalitas customer, menjajaki market, mendidik publik, sampai menghimpun respons masyarakat.
 4. Sarana kontrol, evaluasi dan pengukuran. Medsos berfaedah untuk melakukan kontrol organisasi dan juga mengevaluasi berbagai perencanaan dan strategi yang telah dilakukan. Ingat, respons publik dan pasar menjadi alat ukur, kalibrasi dan parameter untuk evaluasi. Sejauh mana masyarakat memahami suatu isu atau persoalan, bagaimana prosedur-prosedur ditaati atau dilanggar publik, dan seperti apa keinginan dari masyarakat, akan bisa dilihat langsung melalui medsos. Pergerakan keinginan, ekspektasi, tendensi, opsi dan posisi pemahaman publik akan dapat terekam dengan baik di dalam medsos. Oleh sebab itu, medsos juga dapat digunakan sebagai sarana preventif yang ampuh dalam memblok atau memengaruhi pemahaman publik.
- d. Kelebihan media sosial dibandingkan media konvensional
- Berikut adalah kelebihan media sosial dibanding media konvensional menurut Tim Pusat Humas Kementerian Perdagangan RI (2014:31-34), yaitu :
- 1). Cepat, ringkas, padat dan sederhana. Kalau kita lihat, setiap produksi media konvensional membutuhkan keterampilan khusus, standar yang baku dan kemampuan marketing yang unggul. Sebaliknya, medsos begitu mudah digunakan (user friendly), bahkan pengguna tanpa basis pengetahuan Teknologi Informasi (TI) pun dapat menggunakannya. Yang diperlukan hanya komputer, tablet, smartphone, ditambah koneksi internet.
 - 2) Menciptakan hubungan lebih intens. Media-media konvensional hanya melakukan komunikasi satu arah. Untuk mengatasi keterbatasan itu, media konvensional mencoba

membangun hubungan dengan model interaksi atau koneksi secara live melalui telepon, sms atau Twitter. Sedangkan medsos memberikan kesempatan yang lebih luas kepada user untuk berinteraksi dengan mitra, pelanggan, dan relasi, serta membangun hubungan timbal balik secara langsung dengan mereka.

- 3) Jangkauan luas dan global. Media-media konvensional memiliki daya jangkau secara global, tetapi untuk menjangkau itu perlu biaya besar dan membutuhkan waktu lebih lama. Sedangkan melalui medsos, siapa pun bisa mengkomunikasikan informasi secara cepat tanpa hambatan geografis. Pengguna medsos juga diberi peluang yang besar untuk mendesain konten, sesuai dengan target dan keinginan ke lebih banyak pengguna.
- 4) Kendali dan terukur. Dalam medsos dengan sistem tracking yang tersedia, pengguna dapat mengendalikan dan mengukur efektivitas informasi yang diberikan melalui respons balik serta reaksi yang muncul. Sedangkan pada media-media konvensional, masih membutuhkan waktu yang lama.

e. Hal-hal yang bisa dipromosikan melalui Media Sosial

Banyak media promosi yang dapat digunakan dari mulai yang umum hingga unik atau baru, misalnya menggunakan media atau jejaring sosial. Media sosial atau situs jejaring sosial seperti Facebook, Twitter, dan lainnya hingga kini dimanfaatkan sebagai media promosi, yang ternyata cukup efektif dalam memperoleh calon konsumen baru. Menurut Sirly (2014) ada beberapa bidang yang dapat menggunakan media sosial untuk memperkenalkan produk/jasa/brand mereka di perpustakaan, antara lain:

- 1) Mempromosikan keberadaan perpustakaan. Saat ini, meskipun dunia sudah memasuki abad informasi, masih ada sebagian masyarakat kita yang belum mengetahui lokasi perpustakaan umum yang ada di kabupaten/kota masing-masing. Jika lokasi saja belum tahu, bagaimana mungkin masyarakat akan memiliki selera untuk mengunjungi perpustakaan. Perpustakaan tidak boleh menutup mata terhadap fakta ini. Untuk itu kehadiran dunia perpustakaan di sosial media merupakan suatu keharusan. Sehingga perpustakaan tidak seperti katak dalam tempurung. Melalui sosial media kehadiran perpustakaan akan bisa dirasakan manfaatnya oleh masyarakat. Mengingat, dunia maya saat ini merupakan referensi utama masyarakat dalam mencari informasi.

Contoh:

<https://www.youtube.com/watch?v=F8Q1VkZoVWw> Perpustakaan Petra,
<https://www.youtube.com/watch?v=FEgH3UbjffA> Perpustakaan Universitas Indonesia.

- 2) Mempromosikan koleksi perpustakaan. Selama ini masih ada buku-buku bagus yang tersimpan dalam rak-rak perpustakaan yang belum menemukan pembacanya. Sebaliknya, betapa banyak pembaca yang sampai saat ini belum menemukan buku yang dirindukannya. Koleksi yang tersimpan di rak-rak perpustakaan tentu tak cukup jika hanya dipromosikan melalui papan pengumuman di ruang perpustakaan. Buku-buku ini perlu dipromosikan dalam ruang pengumuman yang lebih besar yaitu melalui sosial media. Sehingga setiap buku akan menemukan pembacanya dan setiap pembaca akan menemukan bukunya.
- Contoh:

<https://www.youtube.com/watch?v=UA7bXWt3xl8> Layanan dan Fasilitas Perpustakaan Universitas Indonesia.

- 3) Mewujudkan layanan prima kepada masyarakat. Kualitas layanan birokrasi kepada masyarakat sampai saat ini masih memprihatinkan. Masyarakat masih kesulitan untuk memperoleh informasi secara cepat, tepat, dan akurat dari birokrasi meskipun saat ini cukup banyak instansi pemerintah yang memiliki website berdomain "go.id". Website milik instansi pemerintah rata-rata jarang diupdate. Sehingga fungsi utama website untuk melayani masyarakat menjadi hilang tak berbekas. Yang tertinggal hanya fungsi untuk "bergaya, menjaga kepatutan, dan sekedar menggugurkan kewajiban" biar dikira sudah melek teknologi informasi. Sosial media merupakan sarana yang tepat untuk memberikan layanan informasi yang cepat, tepat, dan aktual kepada masyarakat. Perpustakaan yang melaksanakan tugas birokrasi di bidang budidaya membaca dituntut untuk selalu memberikan informasi kepada masyarakat melalui sosial media.

Contoh:

<https://www.youtube.com/watch?v=E7Hu19mAfzU> Perpustakaan Petra Surabaya,

- 4) Memberikan pendidikan kepada masyarakat. Sosial media merupakan sarana bagi perpustakaan untuk memberikan pendidikan literasi kepada masyarakat. Kegiatan-kegiatan maupun informasi-informasi yang bernuansa literasi dapat ditayangkan di sosial media. Seketika itu juga informasi yang ditayangkan ini bisa diakses oleh ribuan orang baik melalui komputer, laptop maupun telepon seluler yang saat ini jumlah penggunaannya telah melebihi jumlah penduduk Indonesia. Contoh:

<https://www.youtube.com/watch?v=QmK-I5OU98> *User education* Petra, <https://www.youtube.com/watch?v=Nss69MGTAzA> Perpustakaan Universitas Indonesia.

f. Jenis media sosial yang ada berdasarkan ciri-ciri penggunaannya.

Andreas M Kaplan dan Michael Haenlein dalam Tim Pusat Humas Kementerian Perdagangan RI (2014:26-27), membuat klasifikasi untuk berbagai jenis media sosial yang ada berdasarkan ciri-ciri penggunaannya. Menurut mereka, pada dasarnya medsos dapat dibagi menjadi enam jenis, yaitu:

- 1) Pertama, proyek kolaborasi website, di mana user-nya diizinkan untuk dapat mengubah, menambah, atau pun mem buang konten-konten yang termuat di websitetersebut, seperti Wikipedia.
- 2) Kedua, blog dan microblog, di mana usermendapat kebebasan dalam mengungkapkan suatu hal di blog itu, seperti perasaan, pengalaman, pernyataan, sampai kritikan terhadap suatu hal, seperti Twitter.
- 3) Ketiga, konten atau isi, di mana para userdi websiteini saling membagikan konten-konten multimedia, seperti e-book, video, foto, gambar, dan lain-lain seperti Youtube.
- 4) Keempat, situs jejaring sosial, di mana user memperoleh izin untuk terkoneksi dengan cara membuat informasi yang bersifat pribadi, kelompok atau sosial sehingga dapat terhubung atau diakses oleh orang lain, seperti misalnya Facebook.
- 5) Kelima, virtual game world, di mana pengguna melalui aplikasi 3D dapat muncul dalam wujud avatar-avatars sesuai keinginan dan kemudian berinteraksi dengan orang lain yang mengambil wujud avatar juga layaknya di dunia nyata, seperti online game
- 6) Keenam, virtual social world, merupakan aplikasi berwujud dunia virtual yang memberi

kesempatan pada penggunaanya berada dan hidup di dunia virtual untuk berinteraksi dengan yang lain. Virtual social world ini tidak jauh berbeda dengan virtual game world, namun lebih bebas terkait dengan berbagai aspek kehidupan, seperti *Second Life*.

PENUTUP

Dalam menciptakan persepsi di pikiran konsumen mengenai suatu produk/jasa/brand, dibutuhkan pemikiran yang matang akan media promosi apakah yang cocok dan efektif, agar persepsi dan image yang ingin disampaikan dapat melekat kuat dibandingkan produk/jasa/ brand lainnya yang sejenis.

Banyak media promosi yang dapat digunakan dari mulai yang umum hingga unik atau baru, misalnya menggunakan media atau jejaring sosial. Media sosial atau situs jejaring sosial seperti Facebook, Twitter, dan lainnya hingga kini dimanfaatkan sebagai media promosi, yang ternyata cukup efektif dalam memperoleh calon konsumen baru.

Merebaknya situs media sosial yang muncul menguntungkan banyak orang dari berbagai belahan dunia untuk berinteraksi dengan mudah dan dengan ongkos yang murah ketimbang memakai telepon. Dampak positif yang lain dari adanya situs jejaring sosial adalah percepatan penyebaran informasi.

Demikian pula perkembangan teknologi informasi di perpustakaan, dan dengan memanfaatkan media sosial berbasis web atau jejaring sosial, bukan untuk melarang pemustaka berkunjung ke perpustakaan, melainkan bermaksud memberi kemudahan akses kepada pemustaka dalam mendapat informasi mengenai keterlambatan peminjaman koleksi, perpanjangan kol peminjaman koleksi, jumlah denda, pemesanan buku, kritik saran dan lain-lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Agus Setiawan, *Strategi Promosi Perpustakaan Di Lingkungan Perguruan Tinggi*, dalam <http://agustiawan.lib.isi.ac.id/?p=170> diakses pada tanggal 6 Agustus 2017.
- Achmad Mardiansya, dalam <https://achmadjournal.com/2006/02/10/apa-ya-ng-dimaksud-dengan-best-practices/> diakses pada tanggal 7 Agustus 2017.
- Budi Santoso, *Pemasaran Dan Promosi Perpustakaan*, dalam <https://kangbudhi.wordpress.com/2007/10/18/pemasaran-dan-promosi-perpustakaan/> diakses pada tanggal 7 Agustus 2017.
- Dian Ekatama, *Peran Pustakawan Dalam Promosi Perpustakaan Untuk Meningkatkan Minat Baca*, dalam http://gpmb.perpusnas.go.id/index.php?module=artikel_kepustakaan&id=3 diakses pada tanggal 7 Agustus 2017.
- Lucky Giyan Sukarno, *Promosi Perpustakaan dari Sudut Pandang Pustakawan; Best Practice*, dalam <http://perpus.sman2metro.sch.id/berita-promosi-perpustakaan-dari-sudut-pandang-pustakawan-best-practice.html> diakses pada tanggal 8 Agustus 2017.
- Sirly, *Manfaat Media Sosial di Perpustakaan*, dalam <https://sirly96.wordpress.com/2014/12/13/manfaat-media-sosial-di-perpustakaan/> diakses pada tanggal 8 Agustus 2017.
- Tim Pusat Humas Kementerian Perdagangan RI *"panduan optimalisasi media sosial untuk kemendag RI"* jakarta: Pusat Humas Kementerian Perdagangan RI 2014
- Untung Sutikno, dalam untungsutikno.blogspot.com/2010/05/pengertian-ruang-lingkup-dan-ciri-ciri.html diakses pada tanggal 8 Agustus 2017.