

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perpustakaan Adinegoro merupakan salah satu perpustakaan umum Kota Sawahlunto yang memiliki peran penting dalam penyediaan informasi bagi masyarakat. Perpustakaan ini berdiri sejak tahun 2007 dan memiliki koleksi yang cukup beragam, mulai dari buku fiksi, nonfiksi, hingga referensi akademik dengan jumlah koleksi lebih dari 10.000 judul. Perpustakaan ini berada di pusat Kota Sawahlunto, tepatnya di Jl. A. Yani No. 327, Kelurahan Pasar, Kecamatan Lembah Segar. Letak yang strategis menjadikan perpustakaan ini mudah diakses oleh masyarakat dari berbagai kalangan. Selain lokasi yang strategis, Perpustakaan Adinegoro juga didukung oleh fasilitas yang cukup lengkap, seperti koleksi yang terus diperbarui, layanan sirkulasi yang baik, ruang baca yang nyaman, berbagai program literasi dan kegiatan inklusi sosial, serta fasilitas jaringan internet atau wifi yang lancar.

Perpustakaan Adinegoro menggunakan media sosial Instagram dengan akun @perpustakaanumumsawahlunto sebagai sarana promosi sejak tahun 2020, tepatnya pada 18 Juni 2020, dengan satu orang pengelola akun. Hingga saat ini, akun tersebut memiliki 315 pengikut dengan total 278 unggahan yang terdiri dari foto dan video (*reels*) berdasarkan observasi *online* pada tanggal 24 Mei 2026. Namun, tingkat interaksi pengguna terhadap konten yang diunggah masih tergolong rendah. Hal ini terlihat dari rata-rata jumlah *like* yang hanya mencapai sekitar 10 *likes* pada setiap unggahan serta minimnya komentar dan *share* dari pengikut akun Instagram. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa keterlibatan audiens (*engagement*) terhadap konten promosi perpustakaan masih belum optimal. Selain itu, aktivitas unggahan *stories* juga terpantau jarang dilakukan sehingga intensitas komunikasi dan interaksi langsung dengan pengguna belum berjalan secara maksimal.

Di sisi lain, penggunaan fitur *reels* menunjukkan respons yang relatif lebih baik dibandingkan unggahan biasa. Beberapa konten *reels* memperoleh rata-

rata lebih dari 100 *views*, yang menunjukkan adanya potensi penggunaan fitur video singkat sebagai media promosi perpustakaan yang lebih efektif dalam menarik perhatian audiens. Konten yang dibagikan meliputi kegiatan inklusi sosial, promosi layanan, informasi lomba literasi, serta koleksi baru. Banyaknya jumlah unggahan menunjukkan bahwa pengelola akun cukup rajin dan konsisten melakukan promosi melalui Instagram. Hal ini menjadi salah satu alasan peneliti tertarik untuk meneliti akun Instagram Perpustakaan Adinegoro, karena secara kuantitas aktivitas promosi sudah cukup tinggi, namun secara kualitas dan dampaknya terhadap minat kunjung masih perlu dikaji lebih lanjut.

Instagram sebagai media promosi sejalan dengan perkembangan pola komunikasi masyarakat saat ini. Instagram merupakan salah satu media sosial yang paling banyak digunakan oleh berbagai kalangan, terutama generasi muda. Karakter Instagram yang menonjolkan visual, video singkat, serta fitur interaktif seperti *reels*, *story*, dan *live* sangat potensial dimanfaatkan sebagai media promosi. Selain itu, jangkauan Instagram yang luas serta dan sering digunakan sebagai media promosi menjadikannya platform yang relevan bagi perpustakaan untuk memperkenalkan layanan dan kegiatannya kepada masyarakat. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa Instagram efektif digunakan sebagai media promosi perpustakaan karena mampu menjangkau pengguna secara luas dan meningkatkan kesadaran terhadap layanan perpustakaan (Meilani et al., 2023).

Meskipun demikian, pemanfaatan Instagram oleh Perpustakaan Adinegoro belum menunjukkan hasil yang maksimal. Berdasarkan hasil wawancara awal dengan pengunjung sekaligus pengikut Instagram, ditemukan sejumlah fenomena spesifik yang menjadi titik lemah promosi. Pertama, tampilan profil akun kurang menarik dan informatif, sehingga gagal menciptakan kesan pertama yang memikat. Kedua, konten penting seperti peraturan peminjaman buku hampir tidak pernah dijadikan sorotan atau dikemas secara kreatif, padahal informasi tersebut vital bagi calon

pengunjung. Ketiga, postingan dinilai kurang menarik karena tidak melalui proses *editing* yang memadai serta tidak menggunakan template khusus yang konsisten, sehingga terkesan asal dan tidak profesional. Keempat, terdapat ketidakserasian antara warna yang digunakan dalam postingan dengan warna identitas perpustakaan yang melemahkan branding. Akibatnya, secara keseluruhan umpan balik dari audiens menyebutkan bahwa konten terkesan seperti di Facebook dan kurang sesuai dengan karakter visual platform Instagram yang dinamis dan estetis (Zakiah et al., 2023).

Namun, potensi tersebut belum sepenuhnya sejalan dengan kondisi di lapangan. Meskipun berada di pusat kota dan memiliki fasilitas yang memadai, minat kunjung masyarakat ke Perpustakaan Adinegoro masih tergolong rendah. Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan antara potensi yang dimiliki perpustakaan dengan tingkat pemanfaatannya oleh masyarakat. Salah satu faktor yang diduga memengaruhi kondisi tersebut adalah strategi promosi yang belum berjalan secara optimal, terutama dalam memanfaatkan media digital. Jadwal unggahan konten yang dilaksanakan seminggu sekali, yang mana penanggung jawab pada kegiatan promosi hanyalah satu orang pustakawan saja.

Berdasarkan kondisi dan fenomena tersebut, Perpustakaan Adinegoro memiliki potensi besar dari segi lokasi, fasilitas, dan koleksi, namun belum diimbangi dengan tingkat kunjungan yang tinggi. Jumlah pengunjung pada tahun 2025 sebanyak 233.320. Selain itu jumlah peminjaman koleksi sebanyak 523 koleksi yang dipinjam oleh anggota perpustakaan pada tahun 2025. Adapun tujuan promosi yang dilakukan adalah untuk memperkenalkan semua jenis koleksi, layanan dan juga kegiatan dengan sasarannya masyarakat luas. Jenis konten atau kegiatan promosi berupa promosi kegiatan yang dilaksanakan, bimtek, kegiatan inklusi dan lomba yang diadakan yang mana jumlah peserta yang ikut hanyalah sebanyak 20 orang saja.

Instagram sebagai media sosial yang paling aktif digunakan oleh perpustakaan ini memiliki peluang besar sebagai sarana promosi yang efektif. Untuk mengetahui sejauh mana strategi promosi yang telah dilakukan serta kelemahan dan peluang perbaikannya.

Penelitian terdahulu umumnya membahas pemanfaatan media sosial, khususnya Instagram, sebagai sarana promosi perpustakaan untuk menyebarkan informasi, memperkenalkan layanan, dan meningkatkan interaksi dengan pengguna. Namun, penelitian tersebut lebih berfokus pada penggunaan media sosial secara umum dan belum mengkaji secara mendalam tentang strategi promosi berdasarkan tahapan pemasaran digital yang terstruktur. Selain itu, penelitian sebelumnya belum banyak menjelaskan bagaimana promosi melalui Instagram mampu membangun kesadaran audiens (*reach*), mendorong interaksi (*act*), menghasilkan tindakan nyata seperti kunjungan atau pemanfaatan layanan (*convert*), serta menciptakan hubungan jangka panjang dengan pengguna (*engage*). Oleh karena itu, penelitian ini berupaya mengisi kesenjangan tersebut dengan strategi promosi Instagram Perpustakaan Adinegoro menggunakan *RACE Framework* yang mencakup tahapan *Reach*, *Act*, *Convert*, dan *Engage* secara komprehensif. Karena *RACE Framework* ini dapat memberikan strategi yang baik dalam kegiatan promosi yang berdampak pada bertambahnya anggota perpustakaan dan juga peminjaman koleksi perpustakaan.

Berdasarkan identifikasi fenomena dan permasalahan, maka penelitian ini berjudul “**Strategi Promosi Perpustakaan Adinegoro di Instagram Melalui Pendekatan *Race Framework***” yang diharapkan dapat memberikan rekomendasi dan dapat ditindaklanjuti untuk mengoptimalkan peran Instagram dalam melakukan promosi.

1.2 Rumusan Masalah

Permasalahan yang dirumuskan dalam penelitian ini adalah Bagaimana penerapan strategi promosi Perpustakaan Adinegoro di Instagram melalui pendekatan *RACE Framework* (*Reach, Act, Convert, dan Engage*).

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka tujuan penelitian ini adalah Untuk mengevaluasi penerapan strategi promosi Perpustakaan Adinegoro di Instagram melalui pendekatan *RACE Framework* (*Reach, Act, Convert, dan Engage*).

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian diharapkan memiliki manfaat teoritis dan praktis, seperti:

1. Manfaat Teoritis
 - a. Memberikan kontribusi dalam pengembangan kajian ilmu perpustakaan dan informasi, khususnya terkait strategi promosi perpustakaan berbasis media sosial.
 - b. Memperkaya penerapan *RACE Framework* dalam konteks perpustakaan, yang selama ini lebih banyak digunakan dalam kajian pemasaran *digital* komersial.
 - c. Menjadi referensi akademik bagi penelitian selanjutnya yang mengkaji evaluasi strategi promosi perpustakaan melalui Instagram atau media sosial lainnya.
2. Manfaat praktik
 - a. Bagi Perpustakaan: hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan evaluasi dan dasar perumusan strategi promosi Instagram yang lebih terarah, efektif, dan sesuai dengan karakteristik pustaka. Selain itu, penelitian ini dapat dijadikan acuan dalam mengelola promosi media sosial secara strategis
 - b. Bagi Pustakawan: dapat menjadi acuan dalam merancang dan mengelola konten media sosial berbasis strategi komunikasi yang

tepat, dengan mempertimbangkan jangkauan, tindakan, mengubah dan melibatkan pengguna. Selain itu, penelitian ini dapat menjadi pedoman dalam meningkatkan kualitas konten, konsistensi unggahan, pemanfaatan fitur Instagram, serta interaksi dengan *audiens*

