

BAB I

PENDAHULUAN

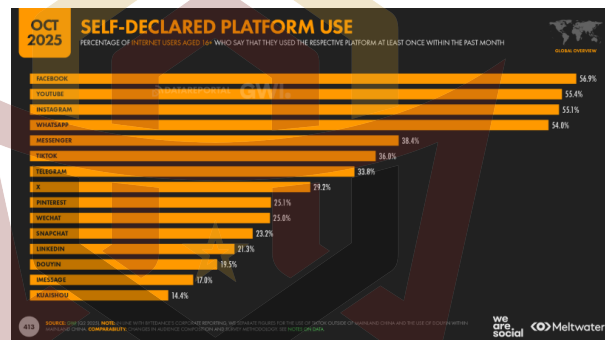
1.1. Latar Belakang

Seiring dengan perkembangan zaman, karakteristik pemanfaatan perpustakaan mengalami perubahan yang cukup signifikan dibandingkan masa sebelumnya. Perubahan tersebut berlangsung sejalan dengan dinamika sosial yang berkembang di masyarakat, khususnya sejak hadirnya internet dan media sosial yang memengaruhi cara individu dalam mencari, mengakses, serta memanfaatkan informasi (Yenianti, 2019).

Perkembangan tersebut juga diperkuat oleh meningkatnya penggunaan media sosial sebagai wadah interaksi dan kolaborasi digital. Media sosial memfasilitasi pertukaran informasi melalui foto, video, teks, dan berbagai bentuk konten lain yang memungkinkan pengguna terhubung tanpa batas ruang dan waktu (Qadir, 2016). Laporan *We Are Social* (2025) menunjukkan bahwa tingkat penggunaan media sosial secara global masih berada pada kategori tinggi. Berdasarkan data *self-declared platform use* per Oktober 2025, Facebook menempati posisi teratas dengan persentase penggunaan sebesar 56,9%, diikuti oleh YouTube sebesar 55,4%, Instagram sebesar 55,1%, dan WhatsApp sebesar 54,0%. Tingginya persentase penggunaan Instagram mengindikasikan bahwa platform ini memiliki basis pengguna yang luas dan aktif, sehingga berpotensi menjadi media komunikasi yang efektif dalam penyebaran informasi dan promosi.

Seiring dengan perkembangan zaman, karakteristik pemanfaatan perpustakaan mengalami perubahan yang cukup signifikan dibandingkan masa sebelumnya. Perubahan tersebut berlangsung sejalan dengan dinamika sosial yang berkembang di masyarakat, khususnya sejak hadirnya internet dan media sosial yang memengaruhi cara individu dalam mencari, mengakses, serta memanfaatkan informasi.

Tingginya jumlah pengguna aktif Instagram menjadikannya sebagai media sosial yang potensial dan strategis untuk kegiatan promosi, termasuk dalam konteks promosi layanan dan informasi perpustakaan. Karakteristik Instagram yang menekankan pada konten visual, tingkat interaksi pengguna, serta kemudahan dalam penyebaran informasi mendukung efektivitas penyampaian pesan promosi kepada audiens yang luas, khususnya generasi muda. Dalam konteks Indonesia, kondisi ini semakin relevan seiring dengan tingginya tingkat penggunaan Instagram di kalangan masyarakat serta meningkatnya pemanfaatan media sosial oleh lembaga informasi, termasuk perpustakaan, sebagai sarana komunikasi dan promosi layanan.

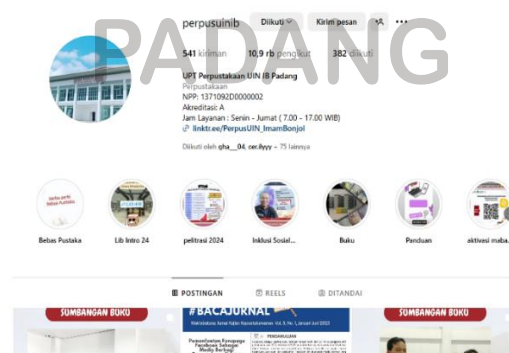


Gambar 1.1 Data Statistik Media Sosial

Sejalan dengan hal tersebut besarnya penggunaan media sosial khususnya Instagram menjadi alasan penting bagi perpustakaan untuk memanfaatkannya sebagai sarana promosi. Promosi melalui media sosial memungkinkan penyampaian informasi mengenai layanan, koleksi, dan kegiatan perpustakaan secara lebih cepat, menarik, dan mudah diakses (Maretno, 2021). Pemanfaatan platform digital ini menjadi semakin relevan mengingat perpustakaan masih menghadapi tantangan berupa rendahnya minat kunjungan yang salah satunya disebabkan oleh persepsi masyarakat bahwa perpustakaan hanya menyediakan koleksi yang bersifat monoton. Oleh karena itu diperlukan strategi promosi yang kreatif dan inovatif melalui media sosial guna membangun citra positif perpustakaan serta mengubah persepsi publik terhadap fungsi dan perannya di era digital.

Sejalan dengan kebutuhan tersebut salah satu perpustakaan yang telah memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi adalah UPT Perpustakaan Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang. Perpustakaan ini secara konsisten menggunakan berbagai platform digital, khususnya Instagram, untuk menyebarkan informasi terkait layanan, koleksi, dan kegiatan perpustakaan. Pemanfaatan media sosial tersebut menjadi dasar pertimbangan peneliti dalam memilih Perpustakaan UIN Imam Bonjol Padang sebagai lokasi penelitian, karena memungkinkan dilakukan pengamatan secara langsung terhadap strategi promosi yang diterapkan secara berkelanjutan dalam aktivitas sehari-hari.

Berdasarkan pengamatan awal yang dilakukan pada 15 Juni 2025 terhadap akun Instagram resmi @perpusuinib, diketahui bahwa akun tersebut telah memiliki lebih dari 10.900 pengikut dengan total 541 unggahan. Namun demikian, interaksi pengguna melalui kolom komentar dan bentuk keterlibatan aktif lainnya belum terlihat secara merata pada setiap unggahan. Akun Instagram perpustakaan ini mulai aktif digunakan sebagai media penyebaran informasi sejak unggahan perdana pada 6 Februari 2021, yang menandai awal pemanfaatan Instagram sebagai sarana promosi dan komunikasi perpustakaan kepada pemustaka.



Gambar 1.2 Akun Instagram @perpusuinib

Kondisi tersebut menunjukkan bahwa meskipun Instagram telah dimanfaatkan secara aktif sebagai media promosi, efektivitasnya dalam mendorong keterlibatan pemustaka masih perlu dikaji lebih lanjut. Padahal,

Instagram memiliki potensi besar sebagai media promosi karena memungkinkan penyebaran informasi kegiatan, layanan, serta inovasi perpustakaan secara cepat dan luas, sekaligus membuka ruang interaksi dua arah antara perpustakaan dan pemustaka melalui fitur komentar, pesan langsung, dan berbagi konten.

Penelitian mengenai penggunaan media sosial sebagai sarana promosi perpustakaan pada umumnya masih berfokus pada pemanfaatan media sosial secara umum dan bersifat deskriptif. Selain itu, penelitian terdahulu lebih banyak menggunakan pendekatan kualitatif serta teori bauran promosi, sehingga belum secara spesifik mengukur tingkat efektivitas promosi melalui Instagram berdasarkan tahapan dalam model AISAS (*Attention, Interest, Search, Action, Share*). Dengan demikian, penelitian mengenai efektivitas promosi perpustakaan melalui Instagram berdasarkan model AISAS masih relatif terbatas, khususnya pada perpustakaan perguruan tinggi Islam. Oleh karena itu, penelitian ini berfokus pada pengukuran efektivitas penggunaan Instagram @perpusuinib sebagai sarana promosi perpustakaan berdasarkan tahapan *attention, interest, search, action, dan share* dalam model AISAS

Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti tertarik untuk meneliti lebih lanjut efektivitas penggunaan media sosial Instagram sebagai sarana promosi perpustakaan. Oleh karena itu, peneliti mengangkat judul skripsi “Efektivitas Penggunaan Media Sosial Instagram @Perpusuinib sebagai Sarana Promosi Berdasarkan Model AISAS”.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini bagaimana efektivitas penggunaan media sosial Instagram @perpusuinib sebagai sarana promosi perpustakaan berdasarkan model AISAS?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini yakni untuk mengetahui efektivitas penggunaan media sosial Instagram @perpusuinib sebagai sarana promosi perpustakaan berdasarkan model AISAS.

1.4. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini memberikan kontribusi signifikan terhadap pengembangan ilmu perpustakaan dan informasi, khususnya dalam konteks pemanfaatan teknologi komunikasi digital sebagai sarana promosi perpustakaan.

b. Manfaat Praktis

1) Bagi Peneliti

Memberikan pengalaman langsung dalam melakukan penelitian lapangan mengenai media sosial dan promosi perpustakaan dan menambah wawasan juga pemahaman peneliti mengenai praktik pengelolaan promosi digital dalam konteks perpustakaan perguruan tinggi.

2) Bagi UPT Perpustakaan UIN Imam Bonjol

Harapnya penelitian ini dapat menjadikan tambahan referensi bagi UPT Perpustakaan UIN Imam Bonjol dan dapat memberikan kontribusi sebagai tambahan referensi ilmiah khususnya dalam bidang pemanfaatan teknologi informasi.

3) Bagi Pengguna

Dengan mempertimbangkan perkembangan yang terjadi di lingkungan sekitar serta upaya untuk meningkatkan efektivitas promosi perpustakaan, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat praktis dan menjadi acuan bagi pustakawan dalam merancang inovasi untuk memperkenalkan perpustakaan serta meningkatkan kualitas

layanan kepada pengguna. Selain itu hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menginspirasi studi lanjutan yang relevan dengan tema serupa.



UIN IMAM BONJOL
PADANG