

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Tingkat kunjungan ke perpustakaan merupakan salah satu indikator penting dalam mengukur keberhasilan layanan literasi publik. Secara ideal, perpustakaan sebagai lembaga informasi publik seharusnya mampu menjangkau masyarakat secara luas, membangun kesadaran kolektif akan pentingnya literasi, dan mendorong partisipasi aktif dalam pemanfaatan koleksi yang tersedia. Untuk mewujudkan hal tersebut, strategi promosi yang efektif menjadi kebutuhan mendasar, bukan sekadar pelengkap, terutama di tengah masyarakat yang semakin terkoneksi secara digital. *International Federation of Library Associations and Institutions* IFLA (2024) menyatakan bahwa perpustakaan di berbagai negara semakin mengadopsi strategi promosi digital sebagai respons terhadap perubahan perilaku masyarakat yang beralih ke platform yang berani dalam mengakses informasi, dengan platform visual seperti Instagram dinilai lebih efektif menjangkau generasi muda dibandingkan media promosi konvensional karena memungkinkan penyampaian pesan secara visual, interaktif, dan *real-time*.

Potensi ini sangat relevan bagi konteks Indonesia. Berdasarkan data *We Are Social & Meltwater* (2024), pengguna aktif Instagram di Indonesia mencapai lebih dari 106 juta orang, menjadikan Indonesia sebagai pasar Instagram terbesar keempat secara global, dengan lebih dari 60% penggunaanya berada pada rentang usia 18–34 tahun kelompok usia yang juga merupakan segmen potensial pengunjung perpustakaan. Idealnya, potensi audiens sebesar ini dapat mengkonversi menjadi kesadaran (*awareness*), ketertarikan (*interest*), dan partisipasi nyata masyarakat terhadap layanan perpustakaan melalui pengelolaan konten Instagram yang terencana,

konsisten, dan interaktif. Sejumlah penelitian terdahulu turut memberikan indikasi ke arah ini: Nasrullah et al. (2022) melaporkan adanya keterkaitan antara pemanfaatan fitur-fitur Instagram secara terencana dengan peningkatan jumlah pengunjung dan anggota di perpustakaan yang mereka teliti, meskipun masih ditemukan kendala teknis dan koordinasi tim pengelola, sementara Sari et al., (2024) menegaskan bahwa media sosial berperan penting dalam membangun kesadaran, keterlibatan, dan partisipasi pengguna layanan perpustakaan. Kedua temuan ini menunjukkan adanya potensi keterkaitan antara pengelolaan Instagram yang baik dengan indikator pemanfaatan perpustakaan, meskipun bersifat kontekstual pada masing-masing lokasi penelitian dan belum tentu berlaku umum pada semua jenis perpustakaan.

Namun demikian, kondisi yang terjadi di Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kabupaten Pasaman menunjukkan gambaran yang berbeda dari kondisi ideal tersebut. Berdasarkan data internal Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kabupaten Pasaman (2024), jumlah kunjungan tahunan tercatat sebanyak 4.876 orang pada tahun 2020, menurun hingga tercatat sebanyak 1.731 pengunjung pada tahun 2021, dan juga menurun hingga tercatat sebanyak 1.399 pengunjung pada tahun 2022. Penurunan ini terjadi di tengah tersedianya koleksi yang cukup besar, yakni 14.580 judul dengan 27.945 eksemplar buku (Data Internal Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kabupaten Pasaman, 2024). Di sisi lain, upaya promosi digital melalui Instagram telah dirintis melalui akun @perpustakaanpasaman. Berdasarkan hasil observasi awal peneliti pada 2 November 2025, akun tersebut memiliki 224 unggahan dengan hanya 285 pengikut angka yang sangat rendah jika dibandingkan dengan skala layanan dan potensi masyarakat sasaran di Kabupaten Pasaman. Hasil observasi awal yang sama juga menunjukkan bahwa konten yang dipublikasikan masih didominasi oleh kegiatan dokumentasi, seperti kunjungan sekolah dan layanan perpustakaan keliling, sementara konten edukatif dan interaktif bernilai tinggi seperti reels informatif, polling, kuis literasi, atau diskusi digital masih sangat terbatas. Pengamatan awal terhadap pola interaksi pada unggahan yang ada turut mengindikasikan rendahnya

tingkat keterlibatan (*engagement*) audiens, meskipun penelitian ini belum melakukan pengukuran *engagement* secara kuantitatif dan sistematis, sehingga hal ini menjadi salah satu aspek yang akan ditelusuri lebih lanjut melalui SWOT, bukan sebagai temuan analisis yang telah diukur sejak awal.

Uraian di atas menampilkan pemandangan pada dua tingkat. Pertama, pertentangan antara potensi dan implementasi: basis pengguna Instagram nasional yang sangat besar serta tren global adopsi promosi digital oleh perpustakaan IFLA (2024); We Are Social & Meltwater (2024) berbanding jauh dengan realitas pengelolaan akun @perpustakaanpasaman yang baru memiliki 285 pengikut dan konten yang masih terbatas pada dokumentasi kegiatan. Kedua, perpaduan antara sastra dan konteks lokal: penelitian terdahulu Nasrullah et al. (2022); Sari et al. (2024) menunjukkan indikasi keterkaitan positif antara pengelolaan media sosial dan pemanfaatan indikator perpustakaan, namun belum ada kajian yang secara sistematis memetakan faktor internal (kekuatan dan kelemahan) serta eksternal (peluang dan masyarakat ancaman) yang membentuk kondisi pengelolaan Instagram pada perpustakaan kabupaten dengan tingkat literasi digital yang masih berkembang, seperti Kabupaten Pasaman. Penting untuk ditegaskan bahwa rendahnya jumlah pengikut dan terbatasnya variasi konten tidak dapat langsung disimpulkan sebagai satu-satunya penyebab menurunnya kunjungan, karena penurunan kunjungan juga dapat dipengaruhi oleh faktor lain di luar cakupan penelitian ini, seperti aksesibilitas fisik, jam layanan, atau ketersediaan program. Oleh karena itu, penelitian ini memfokuskan diri pada evaluasi kondisi pengelolaan Instagram itu sendiri, bukan pada pembuktian hubungan sebab-akibat antara Instagram dengan jumlah kunjungan.

Kesenjangan tersebut menegaskan urgensi penelitian ini. Karakteristik masyarakat Kabupaten Pasaman yang heterogen serta tingkat literasi digital yang beragam menambah kompleksitas tantangan promosi, sehingga strategi tidak dapat dirancang secara umum dan perlu didasarkan pada analisis kontekstual yang

komprehensif. Tanpa evaluasi yang sistematis dan berkelanjutan, potensi Instagram sebagai instrumen pendukung promosi literasi tidak akan dapat dimanfaatkan secara optimal. Kondisi inilah yang mendasari analisis penggunaan SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) sebagai kerangka kerja strategi untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan internal dalam pengelolaan Instagram, serta peluang dan ancaman eksternal yang mempengaruhi efektivitas strategi promosi.

Dibandingkan dengan penelitian terdahulu, penelitian ini memiliki sejumlah perbedaan yang mendasar. Penelitian terdahulu mengenai media sosial dan perpustakaan umumnya fokus pada pemanfaatan fitur media sosial secara umum, efektivitas promosi digital, atau minat muncul sebagai variabel yang diukur secara korelasional (Nasrullah et al., 2022); (Sari et al., 2024), dan belum banyak menyoroti konteks perpustakaan kabupaten dengan tingkat literasi digital masyarakat yang masih berkembang. Kebaruan penelitian ini terletak pada tiga aspek. Pertama, dari sisi pendekatan analisis, penelitian ini menggunakan kerangka SWOT untuk memetakan kondisi internal dan eksternal pengelolaan akun Instagram secara komprehensif, alih-alih hanya mengukur korelasi antara penggunaan media sosial dengan jumlah kunjungan sebagaimana pendekatan pada sebagian penelitian terdahulu. Kedua, dari sisi lokus penelitian, kajian ini mengambil setting di Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kabupaten Pasaman, sebuah perpustakaan daerah dengan karakteristik masyarakat dan tingkat literasi digital yang berbeda dari lokus penelitian terdahulu, sehingga temuannya diharapkan memperkaya literatur pada konteks perpustakaan kabupaten yang belum banyak dikaji. Ketiga, dari sisi luaran, penelitian ini diarahkan untuk menghasilkan rekomendasi strategi promosi yang bersifat strategis dan kontekstual, bukan untuk membuktikan hubungan kausal antara penggunaan Instagram dengan peningkatan jumlah kunjungan secara kuantitatif, sebuah pembuktian yang memerlukan desain penelitian dan rentang waktu yang berbeda dari penelitian ini.

Berdasarkan uraian di atas, penelitian ini berjudul **“Analisis Strategi Promosi melalui Media Sosial Instagram sebagai Upaya Meningkatkan Kunjungan di Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kabupaten Pasaman”** dilakukan untuk menganalisis secara komprehensif kondisi internal dan eksternal pengelolaan Instagram melalui kerangka SWOT, serta memberikan rekomendasi strategi promosi yang kontekstual dan diharapkan dapat mendukung upaya peningkatan kunjungan masyarakat secara berkelanjutan.

1.2 Rumusan Masalah

- 1.2.1** Bagaimana strategi promosi melalui media sosial Instagram yang diterapkan oleh Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kabupaten Pasaman?
- 1.2.2** Apa saja faktor internal dan eksternal yang memengaruhi efektivitas promosi melalui Instagram dalam meningkatkan kunjungan masyarakat berdasarkan analisis SWOT?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan, maka tujuan penelitian ini adalah:

- 1.3.1** Untuk mengetahui dan mendeskripsikan strategi promosi melalui media sosial Instagram yang diterapkan oleh Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kabupaten Pasaman.
- 1.3.2** Untuk menganalisis faktor internal dan eksternal yang memengaruhi efektivitas strategi promosi melalui Instagram dalam meningkatkan kunjungan masyarakat berdasarkan analisis SWOT.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoretis maupun praktis sebagai berikut:

1.4.1 Manfaat Teoretis

hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian ilmu perpustakaan dan informasi, khususnya terkait analisis penerapan SWOT dalam perumusan strategi promosi media sosial di perpustakaan daerah dengan tingkat literasi masyarakat digital yang masih berkembang, sebuah konteks yang relatif belum banyak dikaji dalam sastra yang ada.

1.4.2 Manfaat Praktis

1) Bagi Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kabupaten Pasaman

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi dalam pengelolaan media sosial Instagram sebagai sarana promosi. Hasil penelitian ini juga dapat menjadi dasar dalam merumuskan strategi promosi yang lebih efektif, terencana, dan berkelanjutan guna meningkatkan kunjungan masyarakat.

2) Bagi Pustakawan dan Pengelola Media Sosial

Penelitian ini dapat memberikan gambaran mengenai pentingnya perencanaan strategi promosi digital yang berbasis analisis internal dan eksternal, sehingga pengelolaan konten media sosial dapat dilakukan secara lebih sistematis dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat.

3) Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat mendorong peningkatan kualitas promosi layanan perpustakaan, sehingga masyarakat memperoleh informasi yang lebih menarik, mudah diakses, dan mampu menumbuhkan kesadaran kunjungan.