LIBRARIA: Jurnal Perpustakaan
Volume 12, Nomor 2, Desember 2024: 295 - 312
ISSN 2355-0341; E-ISSN 2477-5320
http://journal.iainkudus.ac.id/index.php/libraria
http://dx.doi.org/10.21043/libraria.v12i2.26806

Instagram dan Media Promosi di Perpustakaan UIN Raden Mas Said Surakarta

Triningsih
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta, Indonesia
tri_ningsih03@yahoo.co.id

Ita Rodiah
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta, Indonesia
ita.rodiah@uin-suka.ac.id

Abstract

This study discusses Instagram as a promotional medium in Perpustakaan UIN Raden Mas Said Surakarta. This promotion is a tool to introduce the facilities, services, collections and activities in the library so that they are used effectively and efficiently by users. The aim of this research is to explain the use of Instagram as a promotional medium in libraries. Qualitative methods in research are used to reveal Instagram as a promotional medium using qualitative descriptive techniques. Data collection techniques include documentation, observation and interviews, while presenting the data is by drawing conclusions. The results of this study show that Instagram is successful as a promotional medium in Perpustakaan UIN Raden Mas Said Surakarta which is upload consistency, follower bonding, library gate, quizzes and rewards, library service procedures, online learning, and documentation of library activities.

Keywords: *instagram; promotion media; library; UIN Raden Mas Said Surakarta*

Abstrak

Kajian ini membahas mengenai instagram sebagai media promosi di Perpustakaan UIN Raden Mas Said Surakarta. Promosi tersebut sebagai alat untuk memperkenalkan fasilitas, layanan, koleksi maupun kegiatan yang ada di perpustakaan agar dimanfaatkan secara efektif dan efisien oleh pemustaka. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk menganalisis pemakaian instagram sebagai media promosi di perpustakaan. Metode kualitatif dalam penelitian ini digunakan untuk mengungkapkan instagram sebagai media promosi dengan teknik deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data berupa dokumentasi, observasi, dan wawancara, sedangkan penyajian data yaitu dengan penarikan kesimpulan. Hasil kajian ini menunjukkan bahwa instagram sukses sebagai media promosi di Perpustakaan UIN Raden Mas Said Surakarta yang ditunjukkan dengan konsistensi unggahan, *follower bonding, library gate, quiz* dan *reward*, prosedur layanan perpustakaan, pembelajaran secara *online*, serta dokumentasi kegiatan perpustakaan dari tahun 2021-2024.

Kata kunci*: instagram; media promosi; perpustakaan; UIN Raden Mas Said Surakarta*

A. Pendahuluan

Promosi itu suatu kegiatan menyebarkan informasi tentang barang atau jasa dengan tujuan meningkatkan kualitas produk agar lebih baik dari sebelumnya. Promosi biasanya dilakukan melalui media cetak seperti brosur, pamflet atau spanduk yang dipasang di tempat umum. Kemajuan teknologi dan informasi dewasa ini, memungkinkan promosi dilakukan melalui berbagai jenis media baik itu cetak maupun digital. Contoh media sosial berplatform digital seperti twitter, facebook, instagram, tik tok, youtube, dan lainnya. Namun, sebelum promosi itu dilakukan penting sekiranya untuk mengetahui strategi yang digunakan, baik itu menentukan tujuan, mengidentifikasi target pasar, memilih media, ide membuat konten promosi, optimasi konten, finalisasi konten, dan evaluasi konten.

Keberadaan media sosial instagram di Perpustakaan UIN Raden Mas Said Surakarta tampil sangat meriah dibandingkan media sosial lain yang dimiliki perpustakaan tersebut, seperti facebook, tik tok, dan youtube. Hal itu ditandai dengan bertambahnya pemustaka yang berkunjung ke perpustakaan yang mengalami peningkatan dari biasanya. Sejak perpustakaan secara aktif menggunakan instagram sebagai media promosi, jumlah pengunjung online bertambah. Data statistik pengunjung online Perpustakaan UIN Raden Mas Said Surakarta menunjukkan demikian, dimana pada tahun 2021 rata-rata perbulan adalah 6.197 pengunjung, dan tahun 2022 rata-rata perbulan menjadi 6.199 pengunjung (wawancara dengan admin media sosial Perpustakaan UIN Raden Mas Said Surakarta pada 2 Februari 2024).

Kajian mengenai instagram sudah pernah ditulis oleh peneliti sebelumnya, sebutlah Sarah Wulan Dari dan Zulaikha yang mengkaji pengaruh promosi perpustakaan melalui instagram terhadap minat kunjung, dimana hasilnya adalah mahasiswa yang mempunyai akun instagram dan mengikuti akun instagram perpustakaan maka penyebaran informasi dapat dengan mudah terjangkau[1]. Zakiah et al meneliti tentang pemanfaatan instagram sebagai media promosi di perpustakaan, dimana hasilnya menunjukkan bahwa pemanfaatan aplikasi instagram cukup efektif sebagai media promosi karena menjangkau khalayak luas[2]. Mu'allifah mengkaji instagram sebagai sarana mendekatkan masyarakat pada perpustakaan, dimana hasilnya yaitu promosi melalui instagram berdampak positif bagi

[1] Sarah Wulan Dari dan Sri Rohyanti Zulaikha, "Pengaruh Promosi Perpustakaan Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Minat Kunjung Pemustaka Di Perpustakaan Universitas Mercu Buana Yogyakarta," *Al-Kuttab : Jurnal Kajian Perpustakaan, Informasi Dan Kearsipan* 5, no. 1 (7 Desember 2023): 21–30, https://doi.org/10.24952/ktb.v5i1.7004.

[2] Diana Maulida Zakiah, FR Sirait, dan Ernita Siagian, "Pemanfaatan Instagram sebagai Media Promosi Perpustakaan Universitas Sari Mutiara Indonesia," *Jurnal Teknologi, Kesehatan, & Ilmu Sosial* 5, no. 1 (2023): 39–46.

perpustakaan[3]. Oktarisa mengkaji penggunaan instagram, dimana hasilnya yaitu perlu mengkaji ulang penggunaan instagram sebagai media promosi karena aplikasi tersebut paling banyak digunakan orang-orang[4].

Lokasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah di UPT Perpustakaan UIN Raden Mas Said Surakarta. Objek yang menjadi sasaran dalam penelitian ini adalah penggunaan instagram sebagai media promosi. Sementara tempo pelaksanaannya yaitu kisaran Februari-Maret 2024.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif yaitu penelitian yang tidak menggunakan metode analisis statistik atau metode kuantifikasi lainnya.[5] Penelitian kualitatif adalah penelitian yang berkaitan dengan kualitas, nilai, dan makna.

Metode dokumentasi, observasi, dan wawancara digunakan dalam penelitian ini untuk melihat instagram sebagai media promosi dengan rentang waktu dari bulan Februari-Maret 2024. Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data yang menggabungkan dan menganilisis dokumen, baik tertulis, gambar, atau elektronik.[6] Observasi yaitu bentuk pengumpulan data yang menggunakan penginderaan dan pengamatan untuk pengumpulan data penelitian[7]. Wawancara dapat digunakan sebagai metode pengumpulan data

[3] Oktavia Lutfi Mu'alifah, "Promosi Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta Menggunakan Instagram sebagai Sarana Mendekatkan Masyarakat pada Perpustakaan," *Jurnal Ilmu Perpustakaan* 11, no. 2 (13 Juli 2023): 80–89.

[4] antika Tasti Oktarisa, "Penggunaan Instagram Sebagai Media Promosi Perpustakaan Universitas Gadjah Mada," *JIMR : Journal Of International Multidisciplinary Research* 2, no. 02 Desember (4 Desember 2023): 146–54.

[5] Lexy J. Moleong, *Metodologi penelitian kualitatif*, 38 ed. (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2018).

[6] Nana Syaodih Sukmadinata, *Metode Penelitian Pendidikan* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2015).

[7] M. Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif*, 9 ed. (Jakarta: Kencana, 2017).

apabila ingin melakukan studi pendahuluan untuk menentukan masalah yang harus diteliti. Metode ini juga dapat digunakan apabila jumlah responden kecil atau sedikit dan peneliti ingin mengetahui lebih banyak tentang karakteristik responden[8].

Analisis kualitatif digunakan untuk menganalisis data yang telah diperoleh. Analisis kualitatif yaitu cara untuk memahami makna fakta-fakta yang tampak pada proses sosial tertentu[9]. Dalam hal ini data mengenai instagram sebagai media promosi di perpustakaan. Selanjutnya, tahap terakhir yaitu penarikan kesimpulan berdasarkan data yang sudah diperoleh.

Ada dua alasan mengapa penelitian tentang instagram dan media promosi perpustakaan ini sangat penting untuk dilakukan. Pertama, mengajak pemustaka agar lebih dekat dengan perpustakaan dengan memanfaatkan fasilitas serta layanan yang telah disediakan. Kedua, instagram merupakan media sosial yang mudah digunakan secara efektif dan efisien, artinya dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja serta dapat dijangkau masyarakat luas.

Oleh sebab itu, penelitian ini fokus pada kajian mengenai penggunaan instagram sebagai media promosi Perpustakaan UIN Raden Mas Said Surakarta baik itu mengenai fasilitas, layanan, koleksi, maupun kegiatan yang ada di perpustakaan agar pemustaka memanfaatkannya secara efektif dan efisien.

[8] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Jakarta: Alfabeta, 2009).

[9] Bungin, *Penelitian Kualitatif*.

B. Pembahasan

1. Pengertian Instagram

Instagram merupakan gabungan dari kata *"instan"* dan *"telegram"*. *"Instan"* atau *"insta"* merujuk pada konsep cepat, seperti kamera polaroid yang menghasilkan foto secara langsung. Sementara itu, *"gram"* diambil dari kata *"telegram"*, yang menggambarkan metode pengiriman informasi dengan cepat. Jadi, Instagram memiliki makna sebagai platform yang memungkinkan pengunggahan foto secara cepat dan langsung[10] Instagram merupakan aplikasi media sosial di smartphone yang memungkinkan penggunanya untuk mengambil foto, merekam video, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai platform jejaring sosial[11].

2. Media Promosi Perpustakaan

Media sosial adalah bentuk komunikasi pemasaran yang memanfaatkan jaringan internet untuk menarik perhatian konsumen melalui berbagai konten, seperti gambar, tulisan, dan lainnya. Tujuannya adalah untuk meningkatkan kesadaran, citra perusahaan, serta mendorong peningkatan penjualan[12].

Media promosi adalah alat atau saluran yang digunakan untuk memperkenalkan dan mempromosikan produk atau jasa kepada masyarakat. Media ini penting untuk mendukung kegiatan promosi perpustakaan. Pemilihan media yang tepat sangat berperan dalam menentukan peluang promosi setelah biaya ditetapkan, sehingga kegiatan promosi dapat berjalan dengan efektif dan efisien[13]

[10] Sofia Miranda dan Evawani Elysa Lubis, "Pengaruh Instagram Sebagai Media Online Shopping Fashion Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau," *JOM FISIP* 4, no. 1 (2017): 1–15.

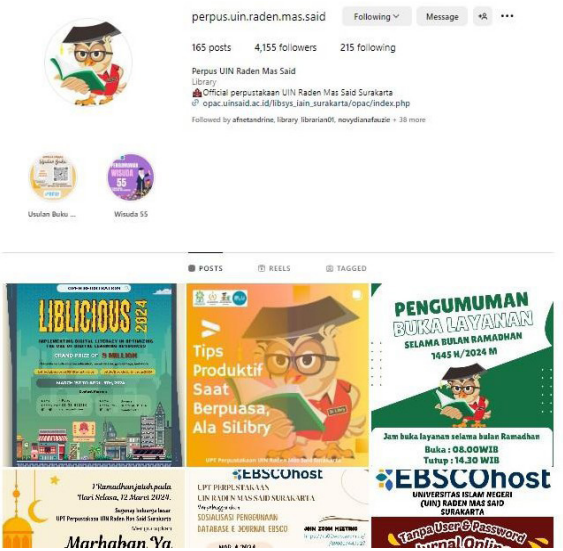
[11] Rulli Nasrullah, *Media Sosial* (Bandung: Simbiosia Rekatama Media, 2015), 11.

[12] Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Marketing Management* (New Jersey: Pearson Pretice Hall, 2016), 643.

[13] Sujatna Sujatna, *Promosi Perpustakaan* (Jakarta: Mahara Publishing, 2016).

3. Instagram dan Media Promosi Perpustakaan UIN Raden Mas Said Surakarta

Unit Pelaksana Teknis (UPT) Perpustakaan Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Mas Said Surakarta merupakan salah satu perpustakaan perguruan tinggi islam negeri di Jawa Tengah yang memperoleh akreditasi perpustakaan dengan nilai A berdasarkan sertifikat akreditasi dari Perpustakaan Nasional Republik Indonesia No.435/I/PPM.02/I.2023. Perpustakaan ini memanfaatkan instagram sebagai media promosi. Dengan lebih dari pengikut 4.160 pengguna, akun instagram perpustakaan UIN Raden Mas Said Surakarta dapat dilihat secara mobile. Nama akun instagramnya adalah @perpus. uin.raden.mas said dengan alamat di : https://www.instagram.com/ perpus.uin.raden.mas.said



Gambar 1. Halaman awal akun instagram
(sumber: dokumentasi instagram Perpustakaan UIN Raden Mas Said Surakarta, Februari 2024)

Perpustakaan UIN Raden Mas Said Surakarta aktif menggunakan instagram untuk mempromosikan fasilitas, layanan, koleksi, serta kegiatan yang ada di perpustakaan tersebut Kontennya sangat informatif serta mudah diterima oleh pemustaka di dunia maya. Saat ini (sampai tanggal 24 Maret 2024) ada sebanyak 165 unggahan. Gambar 1 menunjukkan hal tersebut.

Sebagai media promosi, instagram Perpustakaan UIN Raden Mas Said Surakarta telah berhasil melaksanakan tugasnya tersebut dengan baik. Hal itu dapat dilihat dari:

a. Konsistensi unggahan

Unggahan tersebut dapat berupa foto, reels video, instagram story, maupun instagram live. Waktu yang tepat dalam mengunggah juga salah satu faktor keberhasilan, karena pada jam tertentu pemustaka akan banyak melihat instagram perpustakaan. Serta peran dan kapasitas dari model dalam membawakan konten juga menentukan. Tabel 1 menunjukkan unggahan foto mengenai koleksi manuskrip yang tersimpan di ruang Javanes Corner Perpustakaan UIN Raden Mas Said Surakarta, tampak rektor sedang berfoto didepan manuskrip yang sedang di display dalam acara pameran di Semarang Jawa Tengah. Selanjutnya unggahan video yang menunjukkan salah satu video dalam mempromosikan perpustakaan METAL (mencetak talenta yang literat) dengan tampilan model yang selalu senyum dan memakai blangkon. Kemudian reels video mengenai perayaan Kemerdekaan Republik Indonesia.

Tabel 1.
Konsistensi Unggahan Instagram
Perpustakaan UIN Raden Mas Said Surakarta

No	Unggahan	Keterangan
1.		Unggahan foto mengenai koleksi manuskrip yang tersimpan di ruang Javanes Corner Perpustakaan UIN Raden Mas Said Surakarta. Tampak Rektor sedang berfoto didepan manuskrip yang sedang di display dalam acara pameran di Semarang Jawa Tengah
2.		Unggahan video promosi Perpustakaan METAL (mencetak talenta yang literat)
3.		Unggahan reels video pada perayaan Ke-merdekaan Republik Indonesia

(sumber: dokumentasi instagram Perpustakaan
UIN Raden Mas Said Surakarta, Februari 2024)

b. Follower Bonding

Instagram mempunyai pengikut yang lebih dikenal dengan nama followers. Bonding itu semacam ikatan emosional yang sangat kuat yang meliputi perasaan kasih sayang, kehangatan, kebahagiaan, dan rasa aman. Sedangkan yang dimaksud follower bonding disini yaitu ikatan emosional yang kuat antara perpustakaan dengan followernya. Hal itu dapat terlihat ketika pemustaka diwawancarai memberikan kesan pesan terhadap perpustakaan,

mereka sangat antusias. Follower tersebut mengetahui salah satu kegiatan perpustakaan, karena ada ikatan emosional yang kuat terhadap perpustakaan mereka dengan senang hati menceritakan pengalaman mereka ketika menggunakan perpustakaan. Rasa kebahagiaan mereka tampakkan ketika wawancara. Hal tersebut sangat menggembirakan bagi mereka karena biasanya hanya dapat disampaikan melalui dunia maya.



Gambar 2. Instagram sebagai *follower bonding*
(sumber: dokumentasi instagram Perpustakaan UIN Raden Mas Said Surakarta, Februari 2024)

c. Library Gate

Gate artinya gerbang. Dalam hal ini instagram perpustakaan berfungsi sebagai gerbang antara perpustakaan dengan pemustaka. Hal ini dapat dilihat dari peran admin instagram yang selalu siap dan gercep membalas jawaban dari pemustaka. Informasi yang pemustaka terima ketika membaca di instagram biasanya ada saja yang kurang begitu paham terhadap makna informasi yang disampaikan admin. Maka admin memberikan penjelasan kepada mereka yang bertanya. Oleh karena itu, instagram dijadikan sebagai library gate atau gerbangnya perpustakaan terhadap masyarakat luas yang ingin memanfaatkan perpustakaan dengan efektif serta efisien.

Tabel 2 menunjukkan admin yang menjawab komentar pemustaka ketika mereka belum begitu paham mengenai alur bebas pustaka yang dilaksanakan di perpustakaan serta pengumuman mengenai wisuda ke-55.

Tabel 2. Instagram sebagai Library Gate Perpustakaan UIN Raden Mas Said Surakarta

No	Unggahan	Keterangan
1.		Unggahan foto yang menunjukkan suasana bebas pustaka. Admin menjawab komentar pemustaka ketika mereka belum begitu paham mengenai alur bebas pustaka yang dilaksanakan di perpustakaan.
2.		Unggahan pengumuman wisuda 55 dimana pemustaka masih banyak yang belum paham mengenai informasi tersebut. Berbagai pertanyaan oleh pemustaka dilontarkan pada kolom komentar di instagram.

(sumber: dokumentasi instagram Perpustakaan
UIN Raden Mas Said Surakarta, Februari 2024)

d. Quiz & Reward

Instagram perpustakaan menyelenggarakan semacam quiz atau lomba pada hari-hari tertentu perpustakaan. Seperti Hari Gerakan Nasional Membaca, Hari Ibu, dan lain sebagainya. Tabel 3 menunjukkan perpustakaan menyelenggarakan lomba dalam rangka memperingati Hari Gerakan Nasional Membaca yang jatuh pada tanggal 12 November yang mana rewardnya berupa goodi bag dan lomba pada peringatan Hari Ibu yang jatuh pada tanggal 22 Desember yang mana rewardnya mendapatkan hadiah yang menarik dari perpustakaan.

Tabel 3. Quiz & Reward pada Instagram Perpustakaan UIN Raden Mas Said Surakarta

No	Unggahan	Keterangan
1.		Unggahan video mengenai lomba peringatan Hari Gerakan Membaca Nasional. Reward nya adalah goodi bag dari perpustakaan.
2.		Unggahan video mengenai lomba Peringatan Hari Ibu yaitu Baca Puisi bertemakan Ibu dan Foto bersama Ibu. Reward nya adalah mendapatkan hadiah yang menarik dari perpustakaan.

(sumber: dokumentasi instagram Perpustakaan UIN Raden Mas Said Surakarta, Februari 2024)

e. Prosedur layanan perpustakaan

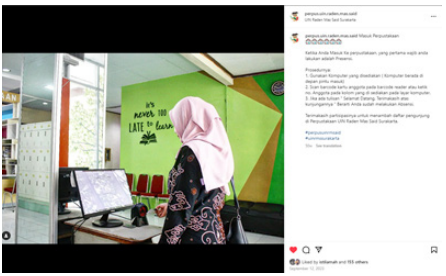
Terkadang pemustaka kurang paham dengan prosedur layanan yang ada di perpustakaan. Akibatnya mereka kebingungan saat menggunakan fasilitas yang ada. Dengan adanya unggahan mengenai prosedur layanan di instagram, diharapkan mereka dapat memanfaatkan perpustakaan dengan maksimal. Unggahan tersebut berupa foto atau bahkan video sehingga pemustaka tidak kebingungan lagi mengenai prosedur layanan. Gambar 5 menunjukkan cara mencari buku dengan menggunakan klasifikasi *DDC (Dewey Decimal Clasification)* kelas Islam dan kelas Umum.

Gambar 3 juga menunjukkan mengenai alur bebas pustaka yaitu apa saja yang harus dibawa ketika akan melakukan bebas pustaka di perpustakaan. Tabel 4 menunjukkan promosi instagram yang isinya tentang prosedur layanan yang ada di perpustakaan, antara lain mengenai prosedur masuk perpustakaan, prosedur mahasiswa akhir selesai munaqosah, serta prosedur pengambilan kartu perpustakaan dan buku panduan untuk mahasiswa baru.



Gambar 3. Instagram untuk mempromosikan prosedur layanan perpustakaan (sumber: dokumentasi instagram Perpustakaan UIN Raden Mas Said Surakarta, Februari 2024)

Tabel 4. Prosedur Layanan di instagram Perpustakaan UIN Raden Mas Said Surakarta

No	Unggahan	Keterangan
1.		Unggahan video prosedur masuk perpustakaan. Pemustaka diharuskan presensi masuk dengan cara memasukkan nomor induk mahasiswa (NIM) pada komputer yang telah disediakan.

2.		Unggahan prosedur mahasiswa akhir yang telah selesai munaqosah diharapkan untul unggah mandiri
3.		Unggahan prosedur pengambilan kartu perpustakaan dan buku panduan untuk mahasiswa baru

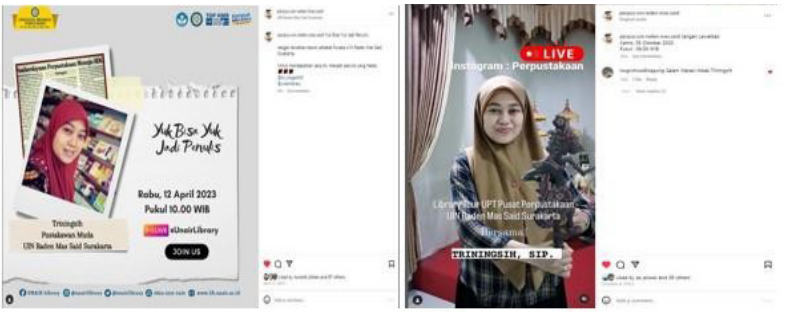
(sumber: dokumentasi instagram Perpustakaan UIN Raden Mas Said Surakarta, Februari 2024)

f. Pembelajaran secara *online*

Ruang dan waktu terkadang merupakan kendala dalam belajar. Dengan adanya pembelajaran secara online di instagram maka hal yang tadinya susah menjadi mudah. Perpustakaan UIN Raden Mas Said Surakarta menggunakan instagram sebagai saranan pembelajaran secara online, dimana masyarakat luas dapat belajar tanpa terhalang jarak dan waktu.

Gambar 4 menunjukkan promosi instagram mengenai pembelajaran secara online. Tema yang diangkat yaitu Yuk Bisa Yuk Jadi Penulis, yang merupakan kerjasama antara Perpustakaan Universitas Airlangga Jawa Timur dengan Perpustakaan UIN Raden Mas Said Surakarta Jawa Tengah. Pembelajaran secara online yang lain yang dilakukan perpustakaan yaitu library tour secara live atau secara langsung. Masyarakat luas dapat menikmati fasilitas, layanan,

serta mengerti ruangan apa saja yang ada di perpustakaan tanpa harus datang langsung secara fisik ke perpustakaan.



Gambar 4. Instagram untuk mempromosikan pembelajaran secara online (sumber: dokumentasi instagram Perpustakaan UIN Raden Mas Said Surakarta, Februari 2024)

g. Dokumentasi kegiatan perpustakaan

Instagram juga untuk mendokumentasikan berbagai kegiatan yang ada di perpustakaan. Upacara peresmian corner Pojok Pengawasan kerjasama dengan badan pengawas pemilu Republik Indonesia, peresmian Said Nursi Corner, peresmian Pojok Pak Budi, focus group discussion, dan lain sebagainya. Gambar 5 merupakan sebagian kegiatan yang terdokumentasi di instagram.



Gambar 5. Instagram untuk mendokumentasikan kegiatan perpustakaan (sumber: dokumentasi instagram Perpustakaan UIN Raden Mas Said Surakarta, Februari 2024)

Jika kita melihat komentar yang terdapat dalam unggahan instagram, hasilnya sangat baik karena pemustaka selalu merespon positif apa yang diberikan perpustakaan kepada mereka. Hal tersebut menjadi tanda bahwa instagram telah berhasil sebagai media promosi yang dilakukan oleh Perpustakaan UIN Raden Mas Said Surakarta.

Sementara dari wawancara yang penulis lakukan kepada admin pengelola instagram Perpustakaan UIN Raden Mas Said Surakarta menunjukkan hal yang tidak jauh berbeda dengan observasi dan dokumentasi yang penulis lakukan. Dari wawancara tersebut diketahui bahwa admin secara rutin menggunakan instagram sebagai media promosi perpustakaan, baik itu mengenai fasilitas, layanan, koleksi, dan kegiatan yang ada di perpustakaan. Dan unggahan instagramnya pun bervariasi sesuai fasilitas apa yang ada dalam aplikasi instagram, misalnya mengupload cerita, video, foto, serta live instagram.

C. Simpulan

Perpustakaan UIN Raden Mas Said Surakarta telah menggunakan instagram sebagai media promosi perpustakaan. Hal tersebut berdasarkan data yang ada di lapangan yaitu dengan konsistensi unggahan, *follower bonding, library gate, quiz & reward*, prosedur layanan perpustakaan, pembelajaran secara online, serta dokumentasi kegiatan perpustakaan. Hal demikian harus terus menerus dilakukan perpustakaan agar pemustaka dapat memanfaatkan perpustakaan secara maksimal guna mendukung kegiatan belajar pemustaka UIN Raden Mas Said Surakarta.

DAFTAR PUSTAKA

Bungin, M. Burhan. *Penelitian Kualitatif*. 9 ed. Jakarta: Kencana, 2017.

Dari, Sarah Wulan, dan Sri Rohyanti Zulaikha. "Pengaruh Promosi Perpustakaan Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Minat Kunjung Pemustaka Di Perpustakaan Universitas Mercu Buana Yogyakarta." *Al-Kuttab : Jurnal Kajian Perpustakaan, Informasi Dan Kearsipan* 5, no. 1 (7 Desember 2023): 21–30. https://doi.org/10.24952/ktb.v5i1.7004.

Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. *Marketing Management*. New Jersey: Pearson Pretice Hall, 2016.

Miranda, Sofia, dan Evawani Elysa Lubis. "Pengaruh Instagram Sebagai Media Online Shopping Fashion Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau." *JOM FISIP* 4, no. 1 (2017): 1–15.

Moleong, Lexy J. *Metodologi penelitian kualitatif*. 38 ed. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2018.

Mu'alifah, Oktavia Lutfi. "Promosi Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta Menggunakan Instagram sebagai Sarana Mendekatkan Masyarakat pada Perpustakaan." *Jurnal Ilmu Perpustakaan* 11, no. 2 (13 Juli 2023): 80–89.

Nasrullah, Rulli. *Media Sosial*. Bandung: Simbiosia Rekatama Media, 2015.

Oktarisa, Cantika Tasti. "Penggunaan Instagram Sebagai Media Promosi Perpustakaan Universitas Gadjah Mada." *JIMR : Journal Of International Multidisciplinary Research* 2, no. 02 Desember (4 Desember 2023): 146–54.

Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Jakarta: Alfabeta, 2009.

Sujatna, Sujatna. *Promosi Perpustakaan*. Jakarta: Mahara Publishing, 2016.

Sukmadinata, Nana Syaodih. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2015.

Zakiah, Diana Maulida, FR Sirait, dan Ernita Siagian. "Pemanfaatan Instagram sebagai Media Promosi Perpustakaan Universitas Sari Mutiara Indonesia." *Jurnal Teknologi, Kesehatan, & Ilmu Sosial* 5, no. 1 (2023): 39–46.