



## Pemanfaatan Media Sosial Instagram dalam Promosi Layanan Perpustakaan Khusus Kepolisian Daerah Sumatra Barat

**Muhammad Galang Pratama**

Universitas Negeri Padang

**Marlini**

Universitas Negeri Padang

**Gustina Erlanti**

Universitas Negeri Padang

Alamat: Jl. Prof. Dr. Hamka, Air Tawar Barat, Kec. Padang Utara, Kota Padang  
Sumatera Barat 25171

Korespondensi penulis: [galangpratama99887@gmail.com](mailto:galangpratama99887@gmail.com)

**Abstract.** The special library within the West Sumatra Regional Police has a strategic role as a center of information and literacy for police officers and related parties, but limited direct visits by library users require more innovative and adaptive promotional strategies in line with developments in digital technology. One medium with great potential in supporting the promotion of library services is Instagram, which has a wide reach and high usage among the public. This study aims to analyze the use of Instagram in promoting the services of the West Sumatra Regional Police Special Library, focusing on promotional strategies, types of content used, user engagement levels, and the effectiveness of social media in increasing the visibility and utilization of library services. This study uses a quantitative approach with descriptive analysis methods. Data was collected through observation of Instagram posts, structured interviews with library account managers, and documentation of engagement data such as the number of likes, comments, shares, and followers. Data analysis was conducted through content analysis of promotional content and engagement measurement to assess the effectiveness of digital promotion. The results of this study are expected to provide a comprehensive overview of the role of Instagram as a promotional medium for specialized libraries, as well as serve as material for evaluation and recommendations in the development of social media-based library service promotion strategies that are more optimal, communicative, and in line with the needs of library users in the digital age.

**Keywords:** Instagram, Library Promotion, Specialized Library

**Abstrak.** Perpustakaan khusus di lingkungan Kepolisian Daerah Sumatra Barat memiliki peran strategis sebagai pusat informasi dan literasi bagi anggota kepolisian serta pihak terkait, namun keterbatasan kunjungan langsung pemustaka menuntut adanya strategi promosi yang lebih inovatif dan adaptif terhadap perkembangan teknologi digital. Salah satu media yang berpotensi besar dalam mendukung promosi layanan perpustakaan adalah media sosial Instagram, yang memiliki jangkauan luas dan tingkat penggunaan yang tinggi di kalangan masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pemanfaatan Instagram dalam promosi layanan Perpustakaan Khusus Polda Sumbar, dengan fokus pada strategi promosi, jenis konten yang digunakan, tingkat keterlibatan pengguna (engagement), serta efektivitas media sosial tersebut dalam meningkatkan visibilitas dan pemanfaatan layanan perpustakaan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode analisis deskriptif. Data dikumpulkan melalui observasi terhadap konten unggahan Instagram, wawancara terstruktur dengan pengelola akun perpustakaan, serta dokumentasi data engagement seperti jumlah like, komentar, share, dan follower. Analisis data dilakukan melalui analisis isi terhadap konten promosi dan pengukuran engagement untuk menilai efektivitas promosi digital. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan gambaran komprehensif mengenai peran Instagram sebagai media promosi perpustakaan khusus, sekaligus menjadi bahan evaluasi dan rekomendasi dalam pengembangan strategi promosi layanan perpustakaan berbasis media sosial agar lebih optimal, komunikatif, dan sesuai dengan kebutuhan pemustaka di era digital.

**Kata Kunci:** Instagram, Promosi Perpustakaan, Perpustakaan Khusus

## **PENDAHULUAN**

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam pengelolaan dan penyediaan layanan perpustakaan. Perpustakaan tidak lagi dipahami semata-mata sebagai ruang fisik yang menyimpan koleksi buku, melainkan sebagai pusat informasi yang dinamis, adaptif, dan berorientasi pada kebutuhan pengguna. Dalam konteks ini, perpustakaan dituntut untuk mampu mengembangkan strategi pelayanan dan promosi yang inovatif agar tetap relevan di tengah pesatnya arus informasi digital. Tantangan tersebut juga dihadapi oleh perpustakaan khusus, termasuk Perpustakaan Khusus Kepolisian Daerah Sumatra Barat, yang memiliki karakteristik pemustaka dan tujuan layanan yang spesifik (Adilla, 2021).

Perpustakaan khusus di lingkungan Kepolisian Daerah Sumatra Barat berperan penting sebagai sarana pendukung pelaksanaan tugas kepolisian melalui penyediaan informasi, literatur hukum, referensi kebijakan, serta sumber pengetahuan lainnya yang relevan. Keberadaan perpustakaan ini diharapkan mampu meningkatkan kualitas sumber daya manusia di lingkungan kepolisian melalui penguatan budaya literasi dan pemanfaatan informasi yang tepat. Namun, dalam praktiknya, pemanfaatan layanan perpustakaan khusus sering kali menghadapi kendala, salah satunya adalah rendahnya tingkat kunjungan pemustaka secara langsung. Keterbatasan waktu, kesibukan tugas, serta kurangnya informasi mengenai layanan yang tersedia menjadi faktor yang memengaruhi minimnya pemanfaatan perpustakaan (Anggraeni, 2021).

Seiring dengan perkembangan era digital, promosi layanan perpustakaan tidak lagi dapat bergantung pada metode konvensional seperti pengumuman tertulis atau penyampaian informasi secara lisan. Perpustakaan perlu memanfaatkan media digital sebagai sarana promosi yang efektif untuk menjangkau pengguna secara lebih luas dan efisien. Media sosial menjadi salah satu alternatif yang potensial karena mampu menyampaikan informasi secara cepat, interaktif, dan menarik. Melalui media sosial, perpustakaan dapat memperkenalkan layanan, koleksi, serta berbagai kegiatan literasi kepada pemustaka tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu (Adilla, 2021).

Instagram merupakan salah satu platform media sosial yang memiliki tingkat popularitas tinggi dan pengguna aktif yang besar. Karakteristik Instagram yang menitikberatkan pada konten visual, seperti foto, video, dan fitur interaktif lainnya, menjadikannya media yang efektif untuk menyampaikan pesan promosi secara kreatif. Bagi perpustakaan, Instagram dapat dimanfaatkan untuk menampilkan koleksi unggulan, menginformasikan layanan sirkulasi, mempublikasikan kegiatan literasi, serta membangun citra positif institusi. Penggunaan Instagram sebagai media promosi diharapkan mampu meningkatkan visibilitas perpustakaan dan menarik minat pemustaka untuk memanfaatkan layanan yang tersedia.

Pemanfaatan Instagram dalam promosi layanan perpustakaan tidak hanya berkaitan dengan frekuensi unggahan, tetapi juga dengan strategi konten yang digunakan. Jenis konten yang disajikan, gaya penyampaian informasi, serta konsistensi visual menjadi faktor penting yang memengaruhi daya tarik dan efektivitas promosi. Selain itu, tingkat keterlibatan pengguna atau engagement, yang tercermin dari jumlah like, komentar, dan share, dapat dijadikan indikator untuk menilai sejauh mana konten promosi diterima dan direspon oleh audiens. Tingginya engagement menunjukkan adanya interaksi aktif antara perpustakaan dan pemustaka, yang pada akhirnya dapat berdampak pada peningkatan pemanfaatan layanan (Anggraeni, 2021).

Dalam konteks Perpustakaan Khusus Polda Sumatra Barat, pemanfaatan Instagram sebagai media promosi menjadi langkah strategis untuk menjawab tantangan rendahnya kunjungan langsung pemustaka. Namun, efektivitas penggunaan Instagram sebagai sarana promosi perlu dianalisis secara sistematis agar dapat diketahui sejauh mana media sosial tersebut mampu mendukung tujuan promosi perpustakaan. Analisis tersebut mencakup strategi pemanfaatan Instagram, jenis konten yang digunakan, tingkat keterlibatan pengguna, serta dampaknya terhadap visibilitas dan pemanfaatan layanan perpustakaan (Azwar, 2018).

Penelitian mengenai promosi perpustakaan melalui media sosial, khususnya Instagram, telah banyak dilakukan di berbagai jenis perpustakaan, seperti perpustakaan umum, sekolah, dan perguruan tinggi. Namun, kajian yang secara khusus membahas pemanfaatan Instagram pada perpustakaan khusus di lingkungan kepolisian masih relatif terbatas. Padahal, perpustakaan

khusus memiliki karakteristik dan kebutuhan yang berbeda dibandingkan dengan jenis perpustakaan lainnya. Oleh karena itu, penelitian ini menjadi penting untuk memberikan gambaran empiris mengenai praktik promosi layanan perpustakaan khusus melalui media sosial, sekaligus mengisi celah penelitian yang ada.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini difokuskan pada pemanfaatan Instagram sebagai media promosi layanan Perpustakaan Khusus Kepolisian Daerah Sumatra Barat. Layanan yang menjadi objek promosi meliputi layanan sirkulasi, koleksi perpustakaan, serta kegiatan literasi yang diselenggarakan. Selain itu, penelitian ini membatasi kajian pada aspek strategi konten, keterlibatan pengguna (engagement), dan efektivitas promosi. Dengan pendekatan kuantitatif dan analisis deskriptif, penelitian ini diharapkan mampu memberikan pemahaman yang komprehensif mengenai peran Instagram dalam mendukung promosi layanan perpustakaan khusus (Azwar, 2018).

Hasil penelitian ini diharapkan tidak hanya memberikan manfaat bagi pengelola Perpustakaan Khusus Polda Sumbar sebagai bahan evaluasi dan perbaikan strategi promosi, tetapi juga dapat menjadi referensi bagi perpustakaan khusus lainnya dalam mengembangkan promosi layanan berbasis media sosial. Dengan strategi promosi yang tepat dan pemanfaatan media sosial yang optimal, perpustakaan diharapkan mampu meningkatkan visibilitas, memperluas jangkauan layanan, serta memperkuat perannya sebagai pusat informasi dan literasi di era digital (Azzahra, 2023).

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan tujuan untuk memperoleh gambaran objektif mengenai pemanfaatan media sosial Instagram dalam promosi layanan Perpustakaan Khusus Kepolisian Daerah Sumatra Barat. Pendekatan kuantitatif dipilih karena penelitian ini berfokus pada pengukuran dan analisis data numerik, khususnya yang berkaitan dengan tingkat keterlibatan pengguna (engagement) terhadap konten promosi perpustakaan di Instagram, serta efektivitas media sosial tersebut sebagai sarana promosi layanan (Azzahra, 2023). Objek penelitian ini adalah akun media sosial Instagram Perpustakaan Khusus Kepolisian Daerah Sumatra Barat beserta konten promosi yang dipublikasikan melalui akun tersebut. Subjek penelitian meliputi pengelola akun Instagram perpustakaan dan pemustaka yang mengikuti akun Instagram Perpustakaan Khusus Polda Sumbar. Populasi dalam penelitian ini mencakup seluruh pengelola akun media sosial perpustakaan serta seluruh pengikut akun Instagram yang menjadi sasaran promosi layanan. Penentuan sampel dilakukan secara purposive, dengan mempertimbangkan keterlibatan langsung subjek penelitian dalam pengelolaan dan pemanfaatan media sosial Instagram perpustakaan (Garnita, 2021).

Instrumen penelitian yang digunakan terdiri dari wawancara terstruktur, lembar observasi, dan dokumentasi. Wawancara terstruktur dilakukan kepada pustakawan atau pengelola media sosial perpustakaan untuk memperoleh informasi terkait strategi pemanfaatan Instagram dalam promosi layanan, perencanaan konten, serta tujuan promosi yang ingin dicapai. Observasi dilakukan terhadap konten unggahan Instagram yang mencakup promosi layanan sirkulasi, koleksi perpustakaan, dan kegiatan literasi. Dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data kuantitatif berupa jumlah unggahan, like, komentar, share, dan jumlah pengikut (follower) sebagai indikator keterlibatan pengguna (Garnita, 2021).

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui beberapa tahap. Pertama, peneliti melakukan observasi langsung terhadap akun Instagram Perpustakaan Khusus Polda Sumbar untuk mengidentifikasi jenis dan karakteristik konten promosi yang dipublikasikan. Kedua, wawancara terstruktur dilakukan dengan pengelola akun untuk memperoleh data pendukung terkait strategi promosi dan pengelolaan media sosial. Ketiga, peneliti mengumpulkan data engagement dari setiap unggahan yang dianalisis, meliputi jumlah like, komentar, dan share dalam periode tertentu (Dwirinanti, 2021). Analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan analisis isi (content analysis) dan analisis deskriptif. Analisis isi digunakan

untuk mengelompokkan dan mengkaji jenis konten promosi Instagram berdasarkan tema layanan, bentuk penyajian, dan pesan yang disampaikan. Sementara itu, analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan tingkat keterlibatan pengguna serta menilai efektivitas Instagram sebagai media promosi layanan perpustakaan. Hasil analisis disajikan dalam bentuk uraian naratif dan data kuantitatif yang mendukung interpretasi penelitian.

## **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pemanfaatan media sosial Instagram dalam promosi layanan Perpustakaan Khusus Kepolisian Daerah Sumatra Barat. Fokus analisis meliputi strategi konten, jenis konten yang digunakan, tingkat keterlibatan pengguna (engagement), serta efektivitas Instagram sebagai media promosi perpustakaan. Data diperoleh melalui observasi konten Instagram, wawancara dengan pengelola akun, serta dokumentasi data engagement (Meilani, 2023).

Berdasarkan hasil observasi, akun Instagram Perpustakaan Khusus Polda Sumbar digunakan secara aktif sebagai sarana penyampaian informasi dan promosi layanan. Konten yang dipublikasikan mencakup promosi layanan sirkulasi, informasi koleksi, kegiatan literasi, serta informasi umum terkait perpustakaan.

**Tabel 1. Jenis Konten Promosi Instagram Perpustakaan Khusus Polda Sumbar**

No	Jenis Konten Promosi	Jumlah Unggahan	Persentase
1	Promosi layanan sirkulasi	12	30%
2	Informasi koleksi perpustakaan	15	37,5%
3	Kegiatan literasi	10	25%
4	Informasi umum perpustakaan	3	7,5%
	Total	40	100%

Data pada Tabel 1 menunjukkan bahwa konten informasi koleksi merupakan jenis konten yang paling dominan. Hal ini menandakan bahwa perpustakaan memprioritaskan pengenalan koleksi sebagai bagian utama dari promosi layanan. Selain jenis konten, penelitian ini juga menganalisis tingkat keterlibatan pengguna (engagement) yang diukur melalui jumlah like, komentar, dan share.

**Tabel 2. Rata-rata Engagement Konten Instagram**

Jenis Konten	Rata-rata Like	Rata-rata Komentar	Rata-rata Share
Promosi layanan sirkulasi	45	5	4
Informasi koleksi	60	7	6
Kegiatan literasi	75	10	8
Informasi umum	30	3	2

Hasil pengukuran engagement menunjukkan bahwa konten kegiatan literasi memiliki tingkat keterlibatan tertinggi, sementara konten informasi umum memiliki keterlibatan paling rendah (Meilani, 2023).

**Tabel 3. Pertumbuhan Pengikut Akun Instagram**

Periode Pengamatan	Jumlah Pengikut
Awal periode	850
Akhir periode	1.050
Pertambahan	200

Terjadi peningkatan jumlah pengikut selama periode pengamatan, yang menunjukkan adanya peningkatan visibilitas perpustakaan melalui pemanfaatan Instagram.

### **Pembahasan**

#### **Strategi Pemanfaatan Instagram dalam Promosi Layanan Perpustakaan**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Perpustakaan Khusus Kepolisian Daerah Sumatra Barat telah memanfaatkan Instagram sebagai media promosi layanan secara cukup terencana. Strategi yang diterapkan terlihat dari konsistensi unggahan konten yang berkaitan langsung

dengan fungsi dan layanan perpustakaan. Pemilihan Instagram sebagai media promosi dinilai tepat mengingat karakteristik platform ini yang menonjolkan visual dan interaksi pengguna (Nursupian, 2022). Strategi promosi yang dilakukan belum hanya berfokus pada penyampaian informasi, tetapi juga pada upaya membangun citra perpustakaan sebagai institusi yang aktif dan relevan. Melalui unggahan visual koleksi dan dokumentasi kegiatan, perpustakaan berupaya menampilkan wajah perpustakaan yang lebih modern dan komunikatif. Hal ini sejalan dengan konsep promosi digital yang menekankan pada daya tarik visual dan kemudahan akses informasi.

#### **Jenis Konten Promosi yang Digunakan**

Berdasarkan data penelitian, jenis konten yang paling banyak dipublikasikan adalah informasi koleksi perpustakaan. Dominasi konten ini menunjukkan bahwa koleksi masih menjadi daya tarik utama dalam promosi layanan perpustakaan khusus. Informasi koleksi disajikan dalam bentuk gambar sampul buku, ringkasan isi, serta manfaat koleksi bagi pemustaka (Nursupian, 2022). Konten promosi layanan sirkulasi dan kegiatan literasi juga memiliki porsi yang cukup signifikan. Konten layanan sirkulasi berfungsi sebagai media edukasi bagi pemustaka mengenai prosedur peminjaman dan pengembalian bahan pustaka. Sementara itu, konten kegiatan literasi berperan dalam menunjukkan aktivitas perpustakaan secara nyata dan kontekstual, sehingga mampu menarik perhatian audiens. Sebaliknya, konten informasi umum memiliki porsi yang relatif kecil. Hal ini dapat diartikan bahwa konten tersebut belum menjadi prioritas utama dalam strategi promosi karena dianggap kurang menarik secara visual dan interaktif.

#### **Tingkat Keterlibatan Pengguna (Engagement) terhadap Konten**

Hasil analisis engagement menunjukkan bahwa konten kegiatan literasi memperoleh tingkat keterlibatan tertinggi. Tingginya jumlah like, komentar, dan share pada konten ini menunjukkan bahwa pengguna Instagram lebih tertarik pada konten yang menampilkan aktivitas nyata dan interaksi sosial. Dokumentasi kegiatan literasi memberikan kesan kedekatan antara perpustakaan dan pemustaka, sehingga mendorong partisipasi pengguna dalam bentuk interaksi digital. Konten informasi koleksi juga menunjukkan tingkat engagement yang cukup baik, terutama pada unggahan yang disertai deskripsi singkat dan visual yang menarik. Sebaliknya, konten informasi umum memiliki tingkat engagement paling rendah, yang mengindikasikan bahwa konten yang bersifat statis dan kurang variatif kurang diminati oleh pengguna (Supriati, 2021). Temuan ini sejalan dengan teori engagement yang menyatakan bahwa konten visual, naratif, dan interaktif cenderung menghasilkan keterlibatan audiens yang lebih tinggi dibandingkan konten informatif yang bersifat satu arah.

#### **Efektivitas Instagram sebagai Media Promosi Perpustakaan**

Peningkatan jumlah pengikut akun Instagram Perpustakaan Khusus Polda Sumbar menunjukkan bahwa Instagram efektif dalam meningkatkan visibilitas perpustakaan. Pertambahan pengikut mencerminkan meningkatnya minat pengguna terhadap informasi dan konten yang disajikan oleh perpustakaan. Efektivitas Instagram juga terlihat dari meningkatnya interaksi pengguna terhadap konten promosi. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyebaran informasi, tetapi juga sebagai ruang komunikasi antara perpustakaan dan pemustaka. Dengan demikian, Instagram dapat dimanfaatkan secara optimal sebagai media promosi layanan perpustakaan khusus (Supriati, 2021). Namun demikian, efektivitas promosi masih dapat ditingkatkan melalui pengembangan variasi konten, pemanfaatan fitur Instagram secara maksimal, serta perencanaan strategi konten yang lebih sistematis. Dengan pengelolaan yang tepat, Instagram berpotensi menjadi media promosi yang berkelanjutan dan berdampak signifikan terhadap pemanfaatan layanan perpustakaan.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa Instagram berperan efektif sebagai media promosi layanan Perpustakaan Khusus Kepolisian Daerah Sumatra Barat karena mampu meningkatkan visibilitas perpustakaan, memperluas jangkauan informasi, menambah jumlah pengikut, serta mendorong keterlibatan pengguna melalui konten yang konsisten, variatif, dan komunikatif. Konten koleksi menjadi jenis unggahan yang paling dominan, namun konten

kegiatan literasi menunjukkan tingkat engagement tertinggi, menandakan bahwa pengguna lebih tertarik pada konten visual dan naratif yang menampilkan aktivitas nyata. Oleh karena itu, optimalisasi promosi perlu dilakukan melalui perencanaan konten yang berkelanjutan, peningkatan kreativitas dan variasi unggahan, pemanfaatan fitur interaktif, serta evaluasi berkala berbasis data agar Instagram tidak hanya menjadi sarana penyebaran informasi, tetapi juga media komunikasi, interaksi, dan penguatan peran perpustakaan sebagai pusat informasi dan literasi di lingkungan kepolisian.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Adilla, N., Zuhri, R. A., & Elvina, S. (2021). Implementasi penggunaan media sosial Instagram dalam perpustakaan perguruan tinggi. *Sci-Tech Journal*, 2(2), 217–232.
- Anggraeni, G. S. P. N. (2021). Promosi perpustakaan menggunakan media sosial Instagram oleh Perpustakaan Muhammadiyah Purwokerto. *Jurnal Ilmu Perpustakaan*, 10(2), 25–36.
- Azwar, M., & Sulthonah, S. (2018). The utilization of Instagram as a media promotion: Case study of library in Indonesia. *Insaniyat: Journal of Islam and Humanities*, 2(2), 111–120.
- Azzahra, N. F. (2023). Promosi perpustakaan melalui media sosial dalam melihat keterlibatan pemustaka dengan konten Instagram di Perpustakaan Jakarta dan PDS HB Jassin. *Jurnal Ilmu Informasi Perpustakaan dan Kearsipan*, 13(2), 153–165.
- Dwirinanti, R. A., Nurwa Indah, R., & Nurrohmah, O. (2021). People is on social media: Pemanfaatan Instagram sebagai media promosi perpustakaan. *Tibannadaru: Jurnal Ilmu Perpustakaan dan Informasi*, 5(2), 123–134.
- Garnita, D., & Irawati, I. (2021). Penggunaan media sosial sebagai sarana promosi perpustakaan akademik: Sebuah tinjauan sistematis. *Pustakaloka*, 13(2), 221–235.
- Meilani, M., Syam, R. Z. A., & Nurrohmah, O. (2023). Penggunaan media sosial Instagram sebagai media promosi Dinas Arsip dan Perpustakaan Kota Bandung. *Nusantara Journal of Information and Library Studies*, 6(1), 102–120.
- Nursupian, J. (2022). Promosi perpustakaan melalui media sosial Instagram: Studi pada Perpustakaan Institut Pemerintahan Dalam Negeri. *Indonesian Journal of Librarianship*, 3(2), 85–98.
- Supriati, E., & Murbayanto, H. (2021). Improving library services through digital-based promotion. *Indonesian Journal of Academic Librarianship*, 6(1), 13–24.
- Zakiah, D. M., Sirait, F. R., & Siagian, E. (2022). Pemanfaatan Instagram sebagai media promosi perpustakaan Universitas Sari Mutiara Indonesia. *Jurnal Teknologi Kesehatan dan Ilmu Sosial*, 4(1), 45–56.