

Strategi Pengelolaan Media Sosial Instagram Perpustakaan Jakarta Dalam Membangun Branding Perpustakaan Di Era Digital = Jakarta Library Instagram Social Media Management Strategy in Building Library Branding in the Digital Era

Salsabila Fastdiecie, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920541107&lokasi=lokal>

Abstrak

Saat ini penggunaan media sosial di masyarakat dengan intensitas tergolong tinggi menjadi hambatan sekaligus peluang bagi perpustakaan dalam menjalankan fungsinya yang berorientasi kepada pengguna. Saat ini sudah banyak perpustakaan yang menggunakan media sosial sebagai sarana promosi layanan dan koleksi yang dimilikinya. Akan tetapi, masih banyak perpustakaan yang belum dapat mengelola media sosial secara efektif. Hal ini jugalah yang terjadi pada akun media sosial Instagram Perpustakaan Jakarta. Hingga akhirnya pada tahun 2022 dilakukan revitalisasi Perpustakaan Jakarta dan dilakukan re-branding perpustakaan melalui akun media sosial salah satunya instagram. Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi strategi pengelolaan media sosial instagram Perpustakaan Jakarta dalam membangun branding perpustakaan di era digital serta hambatan-hambatan yang dialami. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif studi kasus dengan pengumpulan data menggunakan wawancara dan observasi yang dilakukan selama periode waktu Oktober 2023 hingga November 2023 di Perpustakaan Jakarta. Informan ditentukan dengan teknik purposive sampling. Penelitian ini menggunakan teori The Circular Model of SOME yang dituturkan oleh Regina Luttrell yang memiliki 4 aspek yakni sharing, optimize, manage, dan engage. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dapat diperoleh kesimpulan bahwa Perpustakaan Jakarta berupaya untuk menunjukkan identitas, ciri khas maupun citra yang melekat dan berkesan di dalam benak pengguna melalui konsep yang dimilikinya yakni perpustakaan hadir sedekat itu sebagai ruang ketiga untuk masyarakat dalam belajar, berkarya, dan bertumbuh. Kemudian pemanfaatan pengelolaan instagram dalam membangun branding Perpustakaan Jakarta dilakukan melalui berbagai hal dimulai dari pembuatan konten instagram yang diunggah berupa foto, video ataupun carousel serta disesuaikan dengan konsep untuk meningkatkan insight atau kunjungan para pengguna instagram. Pesan dibuat, dikemas, dan disampaikan sedemikian rupa sehingga pengguna mengerti, menerima pesan serta berupaya memicu ketertarikan pengguna untuk berinteraksi. Perpustakaan Jakarta juga bekerjasama dan berkolaborasi dengan influencer, komunitas, tokoh, ataupun instansi tertentu.

.....The high use of social media in society is both a challenge and an opportunity for libraries to carry out their user-oriented functions. Currently, several libraries use social media as a means of promotion for their services and collections. However, there are still many libraries that cannot manage their social media effectively. This also happened to Jakarta Library's Instagram social media account, until in 2022, it was revitalized and re-branded. The aim of this research is to identify the Jakarta Library's Instagram social media management strategy and obstacles in building library branding in the digital era. This research uses a qualitative case study method. Data collected using interviews and observations from October 2023 to November 2023 at the Jakarta Library. Informants were determined using purposive sampling technique. This research uses the Regina Luttrell's Circular Model of SOME which has 4 aspects: sharing, optimizing, managing and engaging. The research concluded that the Jakarta Library seeks to show its identity,

characteristics, and image that stick and impress in the minds of users through its concept of the library exists as a third space for the community to learn, work, and grow. Then the use of Instagram management in building Jakarta Library branding is done through various things starting from creating Instagram content which is uploaded in the form of photos, videos or carousels and adapting it to the concept to increase insight or visits by Instagram users. Messages are created, packaged and delivered in such a way that users understand, receive the message and try to trigger the user's interest in interacting. The Jakarta Library also collaborates and collaborates with influencers, communities, figures or certain institutions.