

Implementasi Online Promotion Melalui Media Sosial Instagram Di Dinas Perpustakaan dan Arsip Kabupaten Ciamis

Widi Rahmawati¹, Cahyadi Supyansuri²

Kampus Politeknik LP3I Tasikmalaya

Email: widirahmawati0101@gmail.com¹, csupyansuri@yahoo.com²

Abstract. *This study aims to analyze the implementation of online promotion through Instagram social media at the Ciamis Regency Library Office and to identify the factors influencing its effectiveness in delivering information to the public. The research employed a qualitative approach with a case study design. Data were collected through in-depth interviews, observation, and documentation, and were analyzed using an interactive model consisting of data reduction, data display, and conclusion drawing. The results indicate that the use of Instagram as a digital promotional medium has enhanced the reach of information dissemination, accelerated message delivery, and encouraged interaction between the library and the community. However, the implementation has not yet been optimal due to several obstacles, including limited human resources, lack of consistency and creativity in content production, and underutilization of interactive features. In addition, the level of digital literacy among the community also affects the effectiveness of information delivery. This study concludes that the success of digital promotion is determined not only by the use of technology but also by communication strategies and social media management capabilities. Therefore, it is necessary to improve human resource capacity, develop innovative content strategies, and provide policy support to optimize digital promotion within the library environment.*

Keywords: *Digital promotion, Social media, Instagram, Library, Public communication.*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis implementasi online promotion melalui media sosial Instagram di Dinas Perpustakaan Kabupaten Ciamis serta mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi efektivitasnya dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus. Data diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi, kemudian dianalisis menggunakan model interaktif yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan Instagram sebagai media promosi digital mampu meningkatkan jangkauan informasi, mempercepat penyampaian pesan, serta mendorong interaksi antara perpustakaan dan masyarakat. Namun, implementasinya belum optimal karena masih terdapat kendala seperti keterbatasan sumber daya manusia, kurangnya konsistensi dan kreativitas konten, serta belum maksimalnya pemanfaatan fitur interaktif. Selain itu, tingkat literasi digital masyarakat juga memengaruhi efektivitas penyampaian informasi. Penelitian ini menyimpulkan bahwa keberhasilan promosi digital tidak hanya ditentukan oleh penggunaan teknologi, tetapi juga oleh strategi komunikasi dan kemampuan pengelolaan media sosial. Oleh karena itu, diperlukan peningkatan kapasitas sumber daya manusia, pengembangan strategi konten yang inovatif, serta dukungan kebijakan dalam mendorong optimalisasi promosi digital di lingkungan perpustakaan.

Kata Kunci: Promosi digital, Media sosial, Instagram, Perpustakaan, Komunikasi publik

Received Feb 12, 2026; Revised March 22, 2026; Accepted June 30, 2026

* Widi Rahmawati: Email: widirahmawati0101@gmail.com

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi (Information and Communication Technology/ICT) telah memberikan dampak signifikan dalam berbagai bidang kehidupan, termasuk dalam aspek komunikasi dan promosi. Transformasi digital mendorong perubahan pola interaksi masyarakat dari konvensional menuju berbasis teknologi yang lebih cepat, efisien, dan luas jangkauannya. Cholik (2021) menjelaskan bahwa perkembangan ICT telah mempercepat arus informasi serta meningkatkan efektivitas komunikasi di berbagai sektor, baik pendidikan, ekonomi, maupun pemerintahan. Sejalan dengan itu, Rahmanita et al. (2023) menegaskan bahwa pemanfaatan media sosial sebagai bagian dari teknologi digital mampu menjadi sarana komunikasi yang interaktif, fleksibel, serta mudah diakses oleh masyarakat luas. Hal ini menunjukkan bahwa media digital, khususnya media sosial, memiliki peran penting dalam mendukung aktivitas komunikasi modern, termasuk dalam kegiatan promosi.

Pemanfaatan media digital sebagai sarana promosi semakin berkembang seiring dengan meningkatnya penggunaan platform berbasis visual. Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai media promosi yang efektif dalam memperkenalkan produk, layanan, maupun potensi suatu lembaga atau wilayah. Nurosyid et al. (2022) menyatakan bahwa penggunaan media visual seperti video profil terbukti mampu meningkatkan daya tarik promosi karena dapat menyampaikan informasi secara lebih menarik, komunikatif, dan mudah dipahami oleh audiens. Dengan demikian, media digital memiliki potensi besar sebagai sarana promosi yang mampu menjangkau masyarakat secara luas serta meningkatkan ketertarikan terhadap informasi yang disampaikan.

Dalam konteks pelayanan publik, pemanfaatan teknologi digital juga menjadi bagian dari inovasi dalam meningkatkan kualitas layanan kepada masyarakat. Digitalisasi tidak hanya berfungsi sebagai alat bantu administratif, tetapi juga sebagai strategi dalam meningkatkan transparansi, efektivitas, serta kemudahan akses informasi. Oktavia dan Frinaldi (2024) menjelaskan bahwa penerapan inovasi digital dalam pelayanan publik mampu menciptakan budaya kerja yang lebih adaptif dan responsif terhadap kebutuhan masyarakat. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan media digital, termasuk media sosial, dapat menjadi bagian dari strategi komunikasi publik yang mendukung peningkatan kualitas layanan serta citra lembaga.

Salah satu platform media sosial yang banyak dimanfaatkan dalam kegiatan promosi digital adalah Instagram. Platform ini memiliki keunggulan dalam penyajian konten visual yang menarik serta fitur interaktif yang mendukung komunikasi dua arah. Aprianti et al. (2025) mengungkapkan bahwa penerapan viral marketing melalui Instagram terbukti efektif dalam meningkatkan jangkauan promosi serta keterlibatan audiens, khususnya dalam sektor pariwisata. Selain itu, Nugroho et al. (2022) menyatakan bahwa Instagram dapat dimanfaatkan sebagai media promosi yang mampu meningkatkan visibilitas dan daya tarik suatu usaha melalui konten yang kreatif dan konsisten. Hal ini menunjukkan bahwa Instagram memiliki peran strategis sebagai media promosi digital yang efektif dalam membangun komunikasi dengan masyarakat.

Meskipun demikian, implementasi promosi digital melalui media sosial tidak selalu berjalan optimal. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa kendala dalam pemanfaatan media sosial sering kali berkaitan dengan kurangnya strategi komunikasi yang tepat, rendahnya kreativitas dalam penyusunan konten, serta minimnya interaksi dengan audiens. Khairani et al. (2025) menyatakan bahwa media sosial memiliki pengaruh signifikan dalam meningkatkan penjualan dan jangkauan promosi, namun efektivitasnya sangat ditentukan oleh kemampuan pengelola dalam mengoptimalkan konten yang sesuai dengan kebutuhan pasar digital. Selain itu, Hanapi (2025) menjelaskan bahwa optimalisasi konten Instagram melalui perencanaan yang terarah, pemanfaatan fitur, serta konsistensi unggahan dapat meningkatkan engagement

sekaligus membangun brand awareness. Hal ini menunjukkan bahwa keberhasilan promosi digital tidak hanya bergantung pada penggunaan media, tetapi juga pada strategi pengelolaan konten yang tepat.

Dalam konteks lembaga perpustakaan, pemanfaatan media sosial menjadi semakin penting sebagai sarana komunikasi publik yang mampu menjangkau masyarakat secara luas. Perpustakaan dituntut untuk mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi agar tetap relevan dalam memenuhi kebutuhan informasi masyarakat. Wahyudi dan Asriani (2026) menjelaskan bahwa strategi komunikasi yang dilakukan oleh pustakawan, khususnya dalam layanan berbasis digital, memiliki peran penting dalam meningkatkan mutu layanan perpustakaan. Melalui pendekatan komunikasi yang efektif, pemanfaatan media digital dapat mendorong peningkatan partisipasi serta keterlibatan masyarakat terhadap layanan yang disediakan.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat diketahui bahwa meskipun media sosial, khususnya Instagram, memiliki potensi besar sebagai media promosi digital, implementasinya di lembaga publik masih menghadapi berbagai tantangan, terutama dalam hal strategi komunikasi, pengelolaan konten, serta tingkat interaksi dengan audiens. Selain itu, kajian yang secara khusus membahas implementasi online promotion melalui Instagram pada lembaga perpustakaan daerah masih relatif terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis implementasi online promotion melalui media sosial Instagram di Dinas Perpustakaan Kabupaten Ciamis, serta mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi efektivitasnya dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus yang bertujuan untuk memahami secara mendalam implementasi online promotion melalui media sosial Instagram pada Dinas Perpustakaan Kabupaten Ciamis. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini berupaya mengkaji fenomena sosial secara alamiah dan kontekstual, khususnya terkait praktik komunikasi digital dalam lembaga publik. Menurut Sugiyono (2013), metode penelitian kualitatif digunakan untuk meneliti kondisi objek yang bersifat natural, di mana peneliti berperan sebagai instrumen kunci serta hasil penelitian lebih menekankan makna daripada generalisasi. Oleh karena itu, pendekatan ini dinilai tepat karena mampu menggali secara mendalam pengalaman, persepsi, dan strategi yang diterapkan oleh pengelola media sosial dalam melakukan promosi digital.

Desain studi kasus digunakan karena penelitian ini berfokus pada satu objek tertentu, yaitu Dinas Perpustakaan Kabupaten Ciamis, sehingga memungkinkan peneliti untuk memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif dan mendalam terkait fenomena yang diteliti. Sugiyono (2013) menyatakan bahwa studi kasus merupakan strategi penelitian yang digunakan untuk memahami suatu kasus secara mendalam dalam konteks kehidupan nyata. Penggunaan desain ini didasarkan pada pertimbangan bahwa implementasi promosi melalui Instagram memiliki karakteristik yang spesifik dan dipengaruhi oleh kondisi internal maupun eksternal lembaga, sehingga memerlukan pendekatan yang mampu menggali data secara detail dan kontekstual.

Subjek penelitian meliputi pengelola media sosial (admin Instagram), pustakawan, serta pihak terkait lainnya yang terlibat dalam pengelolaan konten dan penyebaran informasi. Pemilihan informan dilakukan dengan teknik purposive sampling, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu. Menurut Sugiyono (2013), purposive sampling

digunakan untuk memilih informan yang dianggap paling mengetahui dan memahami permasalahan yang diteliti. Teknik ini dipilih karena informan yang terlibat merupakan pihak yang secara langsung berperan dalam aktivitas promosi digital, sehingga data yang diperoleh lebih relevan dan mendalam.

Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara mendalam dan observasi langsung terhadap aktivitas pengelolaan akun Instagram. Wawancara dilakukan untuk menggali informasi terkait strategi konten, kendala yang dihadapi, serta tingkat interaksi dengan audiens. Sementara itu, observasi dilakukan untuk melihat secara langsung praktik pengelolaan media sosial, termasuk jenis konten, frekuensi unggahan, serta respons pengguna. Data sekunder diperoleh melalui dokumentasi berupa arsip unggahan Instagram, laporan kegiatan, serta dokumen resmi lainnya. Menurut Sugiyono (2013), kombinasi berbagai sumber data bertujuan untuk memperkuat validitas dan memperkaya informasi yang diperoleh dalam penelitian.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara semi-terstruktur, observasi, dan studi dokumentasi. Wawancara semi-terstruktur dipilih karena memberikan fleksibilitas kepada peneliti dalam menggali informasi secara lebih mendalam, namun tetap memiliki pedoman agar pembahasan tidak menyimpang dari fokus penelitian. Observasi digunakan untuk memperoleh gambaran nyata mengenai aktivitas yang terjadi di lapangan, sedangkan dokumentasi digunakan untuk melengkapi data melalui sumber tertulis. Menurut Sugiyono (2013), penggunaan berbagai teknik pengumpulan data dalam penelitian kualitatif bertujuan untuk memperoleh data yang lebih komprehensif dan akurat.

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan model interaktif Miles dan Huberman yang meliputi tiga tahapan, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Reduksi data dilakukan dengan memilah dan menyederhanakan data yang relevan dengan fokus penelitian. Selanjutnya, data disajikan dalam bentuk narasi deskriptif agar mudah dipahami, kemudian dilakukan penarikan kesimpulan berdasarkan temuan yang diperoleh. Penggunaan model ini dipilih karena mampu memberikan alur analisis yang sistematis dan berkelanjutan dalam penelitian kualitatif.

Untuk menjaga keabsahan data, penelitian ini menggunakan teknik triangulasi, yang meliputi triangulasi sumber, metode, dan waktu. Menurut Sugiyono (2013), triangulasi digunakan untuk menguji kredibilitas data dengan cara memanfaatkan berbagai sumber dan teknik pengumpulan data. Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan informasi dari berbagai informan, triangulasi metode dilakukan melalui kombinasi wawancara, observasi, dan dokumentasi, sedangkan triangulasi waktu dilakukan dengan pengambilan data pada waktu yang berbeda. Penggunaan triangulasi ini bertujuan untuk memastikan bahwa data yang diperoleh memiliki tingkat keakuratan dan kepercayaan yang tinggi.

Dengan rancangan metodologi ini, penelitian diharapkan mampu memberikan gambaran yang komprehensif mengenai implementasi online promotion melalui Instagram, serta mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi efektivitasnya dalam meningkatkan penyampaian informasi dan keterlibatan masyarakat terhadap layanan perpustakaan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL

Penerapan online promotion melalui media sosial Instagram di Dinas Perpustakaan Kabupaten Ciamis menunjukkan perkembangan yang cukup signifikan dalam meningkatkan penyebaran informasi kepada masyarakat. Penggunaan Instagram sebagai media promosi dinilai mampu memperluas jangkauan informasi secara lebih cepat dan efektif dibandingkan metode konvensional. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Romadhona dan Putri (2025) yang menunjukkan bahwa strategi promosi melalui Instagram mampu meningkatkan brand

awareness secara signifikan melalui penyajian konten yang menarik dan konsisten. Dalam konteks perpustakaan, pemanfaatan media sosial juga terbukti efektif dalam meningkatkan pemanfaatan layanan informasi oleh masyarakat. Hal ini didukung oleh penelitian Sari dan Salma (2024) yang menyatakan bahwa media sosial berperan penting sebagai sarana promosi jasa informasi perpustakaan serta mampu meningkatkan keterlibatan pengguna layanan.

Lebih lanjut, efektivitas promosi digital melalui Instagram sangat dipengaruhi oleh strategi pengelolaan konten yang diterapkan. Konten yang disajikan secara menarik, informatif, dan sesuai dengan kebutuhan audiens terbukti mampu meningkatkan tingkat keterlibatan (engagement) pengguna. Hasil penelitian Wilhelmina dan Mistriani (2025) menunjukkan bahwa strategi promosi berbasis media sosial yang dikemas secara kreatif dan interaktif mampu menarik perhatian generasi milenial serta meningkatkan ketertarikan terhadap suatu layanan atau destinasi. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas konten menjadi faktor kunci dalam menentukan keberhasilan promosi digital melalui Instagram.

Peran media sosial dalam mendukung komunikasi organisasi juga menjadi faktor penting dalam implementasi promosi digital. Romadhona et al. (2022) menyatakan bahwa media sosial memiliki peran strategis dalam mendukung manajemen hubungan masyarakat, khususnya dalam menyampaikan informasi secara efektif kepada publik. Namun demikian, keberhasilan implementasi tersebut sangat dipengaruhi oleh kapasitas sumber daya manusia yang mengelola media sosial. Hatta dan Aulia (2026) menjelaskan bahwa pengembangan kapasitas sumber daya manusia, khususnya dalam hal keterampilan digital dan kreativitas, menjadi faktor penting dalam mendukung keberhasilan pengelolaan media berbasis teknologi.

Dari sisi manfaat, penggunaan Instagram sebagai media promosi memberikan dampak positif terhadap peningkatan visibilitas layanan perpustakaan. Informasi yang disampaikan menjadi lebih mudah diakses oleh masyarakat luas, sehingga dapat meningkatkan minat kunjung dan partisipasi dalam berbagai kegiatan perpustakaan. Dalam konteks ini, Bangsawan (2024) menjelaskan bahwa di era media sosial, minat baca dan literasi masyarakat sangat dipengaruhi oleh cara penyampaian informasi yang menarik dan berbasis digital. Dengan demikian, penggunaan Instagram dapat menjadi sarana strategis dalam meningkatkan literasi masyarakat melalui pendekatan yang lebih modern dan adaptif.

Namun demikian, implementasi online promotion melalui Instagram masih menghadapi berbagai kendala. Beberapa di antaranya adalah kurangnya konsistensi dalam pengelolaan konten, keterbatasan ide kreatif, serta belum optimalnya pemanfaatan fitur interaktif yang tersedia. Penelitian oleh Santoso et al. (2017) menunjukkan bahwa kualitas konten dan intensitas interaksi sangat berpengaruh terhadap tingkat engagement pengguna di media sosial. Hal ini menunjukkan bahwa tanpa strategi yang tepat, penggunaan media sosial tidak akan memberikan hasil yang optimal.

Selain itu, keterbatasan dalam pengelolaan strategi promosi digital juga menjadi faktor penghambat dalam mencapai hasil yang optimal. Perwita et al. (2025) menjelaskan bahwa optimalisasi pengelolaan promosi melalui media sosial memerlukan perencanaan yang matang, pengelolaan konten yang terarah, serta kemampuan dalam menyesuaikan strategi komunikasi dengan karakteristik audiens. Tanpa adanya pengelolaan yang sistematis, penggunaan media sosial tidak akan mampu memberikan dampak yang signifikan dalam meningkatkan efektivitas promosi.

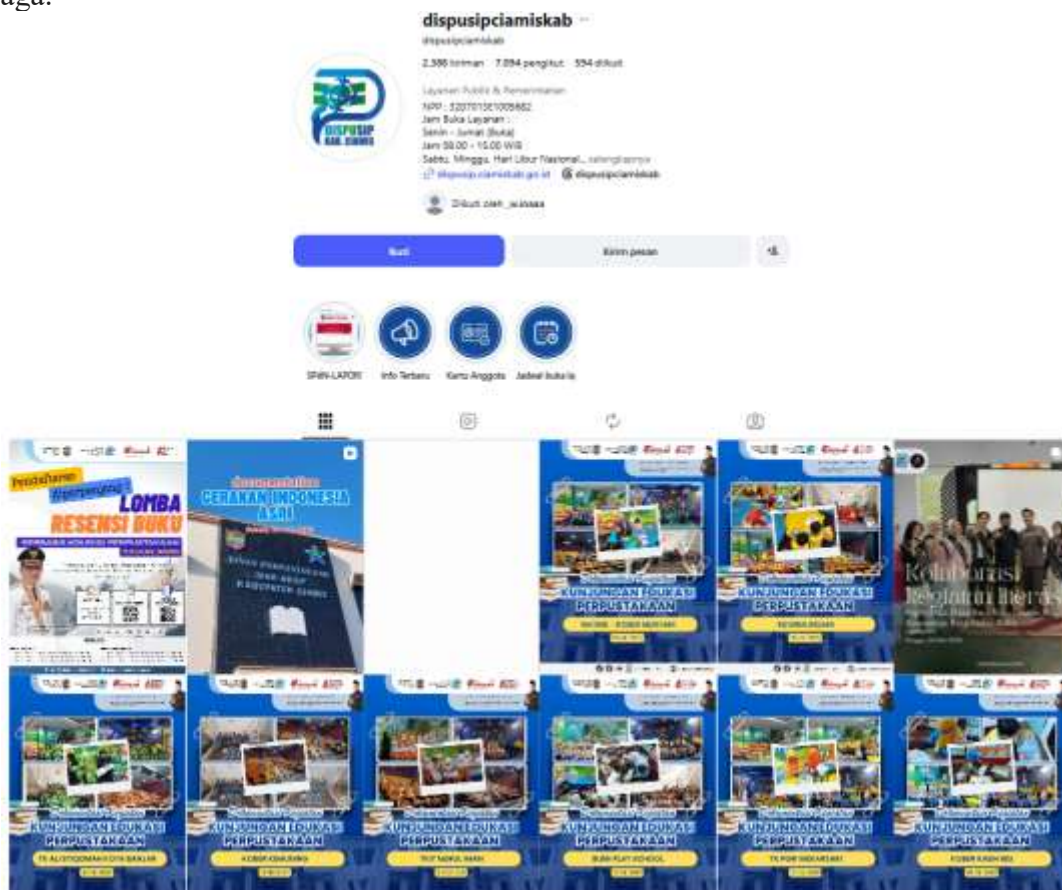
Secara keseluruhan, keberhasilan implementasi promosi digital melalui Instagram sangat dipengaruhi oleh penerapan strategi pemasaran yang tepat. Fadila dan Ilmiyah (2025) menyatakan bahwa manajemen pemasaran yang baik, khususnya di era digital, mampu

meningkatkan daya tarik serta keterlibatan audiens terhadap layanan atau produk yang ditawarkan. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan media sosial sebagai sarana promosi harus didukung oleh strategi yang terencana dan berbasis kebutuhan pengguna agar dapat memberikan hasil yang optimal.

Analisis Online Promotion Instagram Dinas Perpustakaan Kabupaten Ciamis

Strategi promosi digital yang dilakukan oleh Dinas Perpustakaan Kabupaten Ciamis memanfaatkan Instagram sebagai media utama dalam penyebaran informasi publik. Instagram digunakan untuk menyampaikan informasi mengenai layanan perpustakaan, kegiatan literasi, promosi program, dokumentasi kegiatan, serta edukasi kepada masyarakat.

Akun Instagram perpustakaan menampilkan identitas lembaga secara jelas melalui foto profil, bio akun, alamat instansi, serta informasi kontak yang dapat dihubungi masyarakat. Penyajian profil yang informatif tersebut memudahkan masyarakat dalam mengenali akun resmi perpustakaan serta meningkatkan kepercayaan publik terhadap informasi yang disampaikan. Selain itu, penggunaan nama akun yang sederhana dan mudah diingat juga membantu masyarakat dalam menemukan akun Instagram perpustakaan. Konsistensi tampilan visual, penggunaan logo instansi, serta desain konten yang seragam turut memperkuat identitas digital lembaga.



Gambar 1. Profil Akun Instagram Dinas Perpustakaan Kabupaten Ciamis
Sumber: Dokumentasi Penelitian (2026)

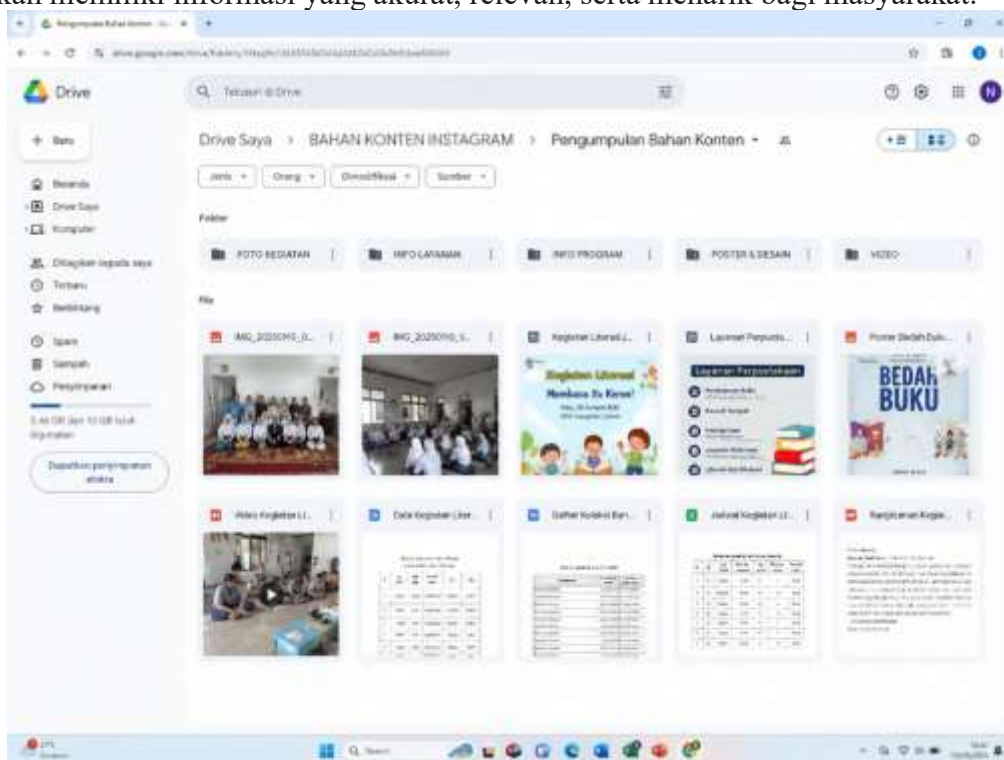
Selain memperhatikan identitas akun, pengelola media sosial juga melakukan perencanaan konten sebelum proses publikasi dilakukan. Perencanaan tersebut meliputi penentuan tema konten, tujuan informasi, jadwal unggahan, serta target audiens yang ingin

dijangkau. Dengan adanya perencanaan yang terarah, konten yang dipublikasikan menjadi lebih sistematis dan sesuai dengan kebutuhan informasi masyarakat.

No.	Tanggal Publikasi	Tema Konten	Target Audiens	Format Konten	Judul/Pesan Utama	Bahan Informasi/Pendukung	Status
1	1 April 2026	Layanan Perpustakaan	Pelajar & Mahasiswa	Single Image	Cara Mudah Daftar Anggota	Alur pendaftaran, Foto ruang layanan	Selesai
2	2 April 2026	Kegiatan Literasi	Umum (Mixat Baca)	Video Reels	Kesmaan Bedah Buku Pekan Ini	Video dokumentasi acara, Testimoni	Draft
3	3 April 2026	Edukasi	Anak-anak & Orang Tua	Carousel	Tips Menalar Budaya Baca di Rumah	Data statistik literasi, Ilustrasi menarik	Pending
4	4 April 2026	Promosi Program	Masyarakat Ciamis	Poster Digital	Lomba Menulis Cerpen 2026	Juknis Lomba, Pamflet Promosi	Review
5	5 April 2026	Tren/Interaksi	Milenial & Gen Z	Story/Post	"Lagi Baca Buku Apa Hari Ini?"	Templata Interaktif, Grafik tren	Ida

Gambar 2. Perencanaan Konten Instagram
 Sumber: Dokumentasi Penelitian (2026)

Tahap selanjutnya dalam pengelolaan promosi digital yaitu pengumpulan bahan informasi konten. Pengelola media sosial mengumpulkan berbagai bahan pendukung seperti foto kegiatan, video dokumentasi, poster layanan, dan informasi program perpustakaan yang akan digunakan dalam proses pembuatan konten digital. Kegiatan ini bertujuan agar konten yang dihasilkan memiliki informasi yang akurat, relevan, serta menarik bagi masyarakat.



Gambar 3. Pengumpulan Bahan Informasi Konten
 Sumber: Dokumentasi Penelitian (2026)

Pemanfaatan Fitur Instagram dalam Promosi Digital

Dalam pelaksanaan promosi digital, Dinas Perpustakaan Kabupaten Ciamis memanfaatkan berbagai fitur Instagram untuk meningkatkan efektivitas penyampaian informasi kepada masyarakat.

Fitur Instagram Stories digunakan untuk membagikan informasi kegiatan harian, pengumuman layanan, dokumentasi acara, serta promosi program perpustakaan secara real-time. Penggunaan fitur ini dinilai efektif karena informasi dapat langsung diterima oleh pengikut akun Instagram perpustakaan.

Selain itu, fitur feed digunakan untuk mengunggah informasi yang bersifat permanen seperti poster kegiatan, layanan perpustakaan, ucapan hari besar nasional, serta dokumentasi program literasi. Sedangkan fitur reels dimanfaatkan untuk menyampaikan konten video singkat yang lebih menarik dan interaktif.



Gambar 4. Pemanfaatan Fitur Instagram Stories dan Feed
Sumber: Dokumentasi Penelitian (2026)

Strategi Konten Instagram Dinas Perpustakaan Kabupaten Ciamis

Strategi komunikasi digital yang diterapkan difokuskan pada penyampaian konten visual yang informatif, edukatif, dan menarik agar mampu meningkatkan perhatian masyarakat terhadap layanan perpustakaan.

1. Kreativitas Konten

Konten yang diunggah dikemas menggunakan desain visual yang menarik dengan kombinasi warna, gambar, serta informasi yang mudah dipahami masyarakat. Penyampaian informasi secara visual dinilai lebih efektif dalam menarik perhatian pengguna media sosial.

2. Konsistensi Unggahan

Dinas Perpustakaan Kabupaten Ciamis berupaya melakukan unggahan konten secara rutin agar informasi yang disampaikan tetap tersampaikan kepada masyarakat. Konsistensi unggahan menjadi salah satu faktor penting dalam menjaga visibilitas akun Instagram perpustakaan.

3. Pemanfaatan Fitur Interaktif

Selain menggunakan feed dan stories, pengelola akun juga memanfaatkan fitur komentar, pesan langsung (direct message), dan live Instagram untuk meningkatkan interaksi dengan masyarakat.

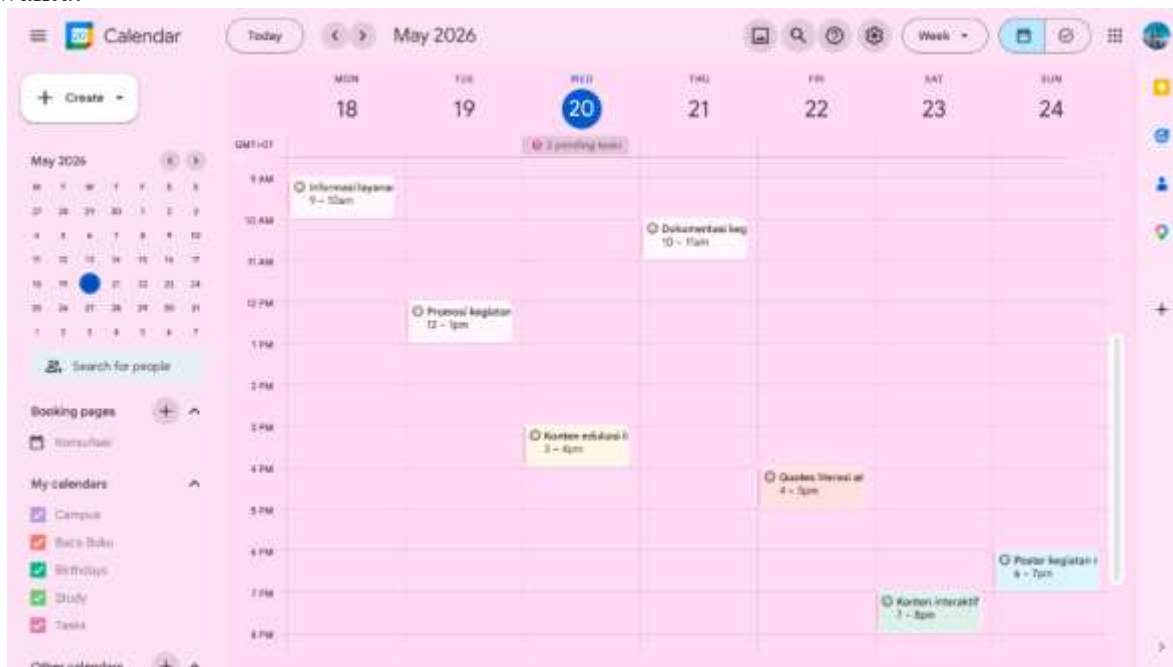
4. Penggunaan Hashtag

Penggunaan hashtag dilakukan untuk memperluas jangkauan informasi serta mempermudah masyarakat dalam menemukan konten perpustakaan melalui fitur pencarian Instagram.



Gambar 5. Konten Promosi Digital Instagram Perpustakaan
Sumber: Dokumentasi Penelitian (2026)

Setelah konten selesai dibuat, tahap berikutnya yaitu publikasi konten secara terjadwal. Pengelola media sosial melakukan penjadwalan unggahan berdasarkan kalender konten yang telah disusun sebelumnya agar informasi dapat dipublikasikan secara konsisten dan tepat waktu.



Gambar 6. Jadwal Upload Konten Instagram
Sumber: Dokumentasi Penelitian (2026)

Hasil Wawancara

1. Pengelola Akun Instagram

a. Pemanfaatan Instagram sebagai Media Promosi

Berdasarkan hasil wawancara dengan pengelola akun Instagram Dinas Perpustakaan Kabupaten Ciamis, diketahui bahwa Instagram digunakan sebagai media utama dalam penyebaran informasi kegiatan dan layanan perpustakaan.

Berikut petikan wawancara informan:

“Instagram digunakan untuk menyampaikan informasi kegiatan perpustakaan karena lebih cepat menjangkau masyarakat, terutama kalangan pelajar dan mahasiswa.”
(Informan, 2026)

b. Kendala dalam Pengelolaan Konten

Berdasarkan hasil wawancara, kendala utama dalam pengelolaan media sosial adalah keterbatasan sumber daya manusia serta kurangnya waktu dalam pembuatan konten.

“Kendala yang paling dirasakan yaitu keterbatasan SDM dan kadang kesulitan membuat konten yang menarik secara konsisten.”(Informan, 2026)

2. Informan Masyarakat/Pengguna

a. Tanggapan terhadap Akun Instagram Perpustakaan

Sebagian masyarakat menyatakan bahwa Instagram perpustakaan membantu mereka memperoleh informasi mengenai kegiatan dan layanan perpustakaan secara lebih cepat dan mudah.

b. Kualitas Konten yang Disampaikan

Masyarakat menilai bahwa konten yang diunggah sudah cukup informatif dan menarik, terutama dalam penyampaian informasi kegiatan literasi dan layanan perpustakaan. Namun

demikian, beberapa responden menyampaikan bahwa frekuensi unggahan konten masih perlu ditingkatkan agar informasi lebih rutin diterima masyarakat.

c. Peran Instagram dalam Penyebaran Informasi

Masyarakat menyampaikan bahwa Instagram menjadi media yang efektif dalam memperoleh informasi perpustakaan karena mudah diakses dan mampu menyampaikan informasi secara cepat.

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa penggunaan Instagram sebagai media online promotion mampu membantu perpustakaan dalam meningkatkan komunikasi publik serta memperluas jangkauan informasi kepada masyarakat. Melalui pemanfaatan berbagai fitur yang tersedia, seperti feed, stories, reels, dan hashtag, informasi mengenai layanan, program, serta kegiatan perpustakaan dapat disampaikan secara lebih cepat, menarik, dan mudah diakses oleh masyarakat. Selain itu, penggunaan Instagram juga memungkinkan terjadinya komunikasi dua arah antara pihak perpustakaan dan masyarakat melalui fitur komentar maupun pesan langsung (direct message), sehingga interaksi yang terjalin menjadi lebih aktif dan responsif. Tidak hanya berfungsi sebagai media penyebaran informasi, Instagram juga berperan dalam membangun citra positif perpustakaan sebagai lembaga publik yang adaptif terhadap perkembangan teknologi digital. Konten visual yang menarik dan informatif mampu meningkatkan perhatian masyarakat terhadap layanan perpustakaan serta mendorong partisipasi dalam berbagai kegiatan literasi yang diselenggarakan. Dengan demikian, penggunaan Instagram sebagai media online promotion tidak hanya meningkatkan efektivitas komunikasi publik, tetapi juga mendukung upaya perpustakaan dalam membangun kedekatan dan keterlibatan masyarakat secara berkelanjutan.

KESIMPULAN

Penerapan *online promotion* melalui media sosial Instagram di Dinas Perpustakaan Kabupaten Ciamis terbukti mampu meningkatkan efektivitas penyebaran informasi serta memperluas jangkauan komunikasi kepada masyarakat. Transformasi dari metode promosi konvensional ke platform digital memberikan kemudahan dalam penyampaian informasi secara cepat, interaktif, dan real-time, serta meningkatkan visibilitas layanan perpustakaan. Namun demikian, manfaat tersebut belum sepenuhnya optimal karena masih dipengaruhi oleh berbagai kendala, seperti keterbatasan sumber daya manusia, kurangnya konsistensi dan kreativitas dalam pengelolaan konten, serta belum optimalnya pemanfaatan fitur media sosial. Selain itu, tingkat literasi digital masyarakat yang beragam juga menjadi faktor yang memengaruhi efektivitas penyampaian informasi. Oleh karena itu, peningkatan efektivitas promosi digital perlu didukung oleh penguatan kapasitas sumber daya manusia, pengembangan strategi konten yang lebih inovatif, serta optimalisasi penggunaan fitur media sosial.

Ke depan, penelitian selanjutnya disarankan untuk mengkaji efektivitas berbagai platform media sosial lainnya dalam mendukung promosi layanan perpustakaan, sehingga dapat diperoleh perbandingan strategi yang lebih komprehensif. Selain itu, penelitian juga dapat menggunakan pendekatan kuantitatif untuk mengukur tingkat *engagement*, jangkauan audiens, serta dampak promosi terhadap peningkatan kunjungan layanan. Pengembangan model strategi komunikasi digital yang terintegrasi, termasuk pemanfaatan teknologi analitik media sosial, juga menjadi arah penting dalam penelitian selanjutnya. Dengan demikian, hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi akademik sekaligus menjadi rekomendasi praktis bagi pengelola perpustakaan dalam mengoptimalkan promosi digital di era transformasi teknologi.

REFERENSI

- aprianti, F. N., & Administrasi, Nanda Ravenska, Saekul Anwar, H. A. P. (2025). *Efektivitas Penerapan Viral Marketing Melalui Instagram Dalam Promosi Tic (Tourist Information Center) Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kota Bandung*. 05(03), 372–383.
- Bangsawan, M. I. P. R. (2024). *Masa Depan Literasi: Minat Baca Di Era Media Sosial*. Pustaka Adhikara Mediatama.
- Cholik, C. A. (2021). *Perkembangan Teknologi Informasi Komunikasi / Ict Dalam Berbagai Bidang*. 2(2), 39–46.
- Fadila, S., & Ilmiyah, P. K. (2025). *Peserta Didik Baru Di Era Digitaldi Smp Mubaiyinul Ulum (Mekar Sari , Kec . Sui Raya , Kab . Kubu*. 1(3), 82–95.
- Hatta, M., & Aulia, T. (2026). *Strategi Pengembangan Kapasitas Sumber Daya Manusia Dalam Pengelolaan Bumdes Berbasis Ekonomi Kreatif*. 11(2), 486–497.
- Khairani, N., Adiva, C. T., Fernandes, R., Hutabarat, M., & Gustini, T. (2025). *Pengaruh Media Sosial Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Umkm Di Era Digital*. 5, 4583–4591.
- Nugroho, T. A., Azzahra, F. C., & Yukka, M. (2022). *Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Promosi Social Commerce Usaha Bro . Do*. 5(1), 136–149.
- Nurosyid, F., Imanuel, M., Patria, A. A., Annas, A., Hiban, I., Sari, L. K., Alvin, M., Nur, F., Rizky, R., Yusa, P., Kusumaningrum, R. N., & Safira, S. B. (2022). *Pembuatan Video Profil Sebagai Media Promosi Potensi Desa Jeruk*. 1(3), 215–219.
- Oktavia, Y., & Frinaldi, A. (N.D.). *Aplikasi Isumbarmambaco : Inovasi Budaya Kerja Dalam Pelayanan Publik Berbasis Digital Di Dinas Kearsipan Dan Perpustakaan Provinsi Sumatra Barat*. 5(4), 5874–5885.
- Oleh, D., Daud, R., Nim, H., & Konsentrasi, B. (2025). *Strategi Optimalisasi Konten Instagram Untuk Meningkatkan Engagement Dalam Membangun Brand Awareness Pada Pt Citi Asia Internasional Tugas Akhir Magang*.
- Perwita, A. I., Nurfaizal, Y., Namira, D. P., & Melani, R. I. (2025). *Jurnal Communio : Jurnal Jurusan Ilmu Komunikasi Optimalisasi Pengelolaan Promosi Melalui Media Sosial Dalam Rangka Mewujudkan Desa Wisata Sikapat Optimization Of Promotion Management Through Social Media In Order To Realize Sikapat Tourism Village*. 14(2), 236–249.
- Rahmanita, A. D., Panuju, R., Komunikasi, M. I., Komunikasi, F. I., Komunikasi, F. I., & Pemasaran, K. (2023). *Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Di Penerbit Media Ilmu Sidoarjo . Marketing Communication In Increasing Sales In Media Ilmu Publishers Of*. 05(1), 61–67.
- Romadhona, A., & Putri, F. F. (2025). *Infokrian Untuk Meningkatkan Brand Awareness*. 6(1), 30–43.
- Romadhona, A., Rifqi, A., Pendidikan, M., Pendidikan, F. I., & Surabaya, U. N. (N.D.). *Peran Media Sosial Dalam Mendukung Implementasi*.
- Santoso, A. P., Baihaqi, I., & Persada, S. F. (2017). *Pengaruh Konten Post Instagram Terhadap Online Engagement : Studi Kasus Pada Lima Merek Pakaian Wanita*. 6(1).
- Shinta Nofita Sari*, Nurul Salma, R. T. (2024). *Peran Media Sosial Sebagai Promosi Pemanfaatan Jasa Informasi Di Perpustakaan Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang Berinteraksi Secara Bebas , Berbagi Informasi , Dan Berdiskusi . Konten Yang Tersedia Di Media*. 10(2), 235–248.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. (Prof.Dr. Sugiyono (Ed.)). Alfabeta,Cv.
- Wahyudi, P. A. (2026). *Strategi Komunikasi Pustakawan Dalam Meningkatkan Mutu Layanan*

JIAN : Jurnal Ilmu Administrasi Negara

Vol. 23, No. 01 Juni 2026

e-ISSN: 2986-7444; p-ISSN: 2085-1804, Hal 297-309

Perpustakaan Digital. 13(1), 161–171.

Wilhelmina, N., & Mistriani, N. (N.D.). *Transformasi Digital Pariwisata : Efektivitas Media Sosial Strategi Promosi Menarik Generasi Milenial Ke Grand Maerakaca Semarang. 46–60.*