



JPUA

Media Informasi dan Komunikasi Kepustakawanan

**Jurnal Perpustakaan Universitas Airlangga:
Media Informasi dan Komunikasi Kepustakawanan**
<https://e-journal.unair.ac.id/JPERPUS>

**THE IMPACT OF USING INSTAGRAM AS PROMOTIONAL
MEDIA TO ATTRACT GEN Z INTEREST IN THE BEKASI CITY
LIBRARY**

**DAMPAK PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
SEBAGAI MEDIA PROMOSI UNTUK MENARIK MINAT
GEN Z PADA PERPUSTAKAAN KOTA BEKASI**

Research Paper
Penelitian

Isnan Ali Imran¹ , **Fauzan Hidayatullah²** 

* ¹ Program Studi Ilmu Perpustakaan, Universitas Terbuka, Kota Jakarta, Indonesia

* ² Jurusan Pendidikan Luar Sekolah, Universitas Negeri Makassar, Kota Makassar, Indonesia

ABSTRACT

Background: This research is motivated by the increasing use of social media, particularly Instagram, as a promotional tool by various public institutions, including libraries.

Purpose: The purpose of this study is to analyze the promotional strategies implemented by the Bekasi City Archives and Library Service through Instagram, and their impact on public interest, particularly Gen-Z.

Method: The research method used was qualitative, using interviews, observation, and documentation.

Findings: The results indicate that promotional strategies through Instagram, particularly through the use of interactive content such as reels and stories, are able to attract the attention of the younger generation, particularly Gen-Z. User engagement also has a significant impact on the success of library promotion through social media. However, challenges remain in content consistency and user interaction management, which impact user perceptions and satisfaction.

Conclusion: More strategic and creative social media management, personalized content creation, and increased posting frequency and consistency are highly recommended to increase public awareness and interest in library services.

Keywords: *Library Promotion, Social Media, Instagram, Gen-Z.*

INFO ARTICLE

Received: 19 Juli 2025

Revisited: 20 Agustus 2025

Accepted: 11 September 2025

Published: 24 Oktober 2025

Correspondence:

Name: Isnan Ali Imran

Email:

043602914@ecampus.
ut.ac.id

How to cite this article:

Imran, I. A., & Hidayatullah, F. (2025). The Impact of Using Instagram as Promotional Media to Attract Gen Z Interest in the Bekasi City Library. *JPUA: Jurnal Perpustakaan Universitas Airlangga: Media Informasi Dan Komunikasi Kepustakawanan*, 15(2). Retrieved from <https://e-journal.unair.ac.id/JPERPUS/article/view/76219>



ABSTRAK

Latar Belakang: Penelitian ini dilatarbelakangi oleh meningkatnya pemanfaatan media sosial, khususnya Instagram yang digunakan sebagai sarana promosi oleh berbagai lembaga publik, termasuk perpustakaan.

Tujuan: Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis upaya strategi promosi yang dilakukan oleh Dinas Arsip dan Perpustakaan Kota Bekasi melalui media sosial Instagram, serta dampaknya terhadap minat masyarakat, khususnya Gen-Z.

Metode: Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan teknik wawancara, observasi, dan dokumentasi.

Temuan: Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi promosi melalui Instagram, terutama dengan penggunaan konten interaktif seperti *reels* dan *stories*, mampu menarik perhatian generasi muda, khususnya Gen Z. Keterlibatan pemustaka juga memberikan dampak yang cukup signifikan pada keberhasilan promosi perpustakaan melalui sosial media. Meskipun demikian, masih terdapat kendala dalam konsistensi konten dan pengelolaan interaksi dengan pengguna sehingga mempengaruhi persepsi dan kepuasan pemustaka.

Kesimpulan: Pengelolaan media sosial yang lebih strategis dan kreatif, personalisasi dalam pembuatan konten, serta peningkatan intensitas dan konsistensi unggahan sangat disarankan agar layanan perpustakaan semakin dikenal dan diminati oleh masyarakat luas.

Kata Kunci: Promosi Perpustakaan, Media Sosial, Instagram, Gen-Z

PENDAHULUAN

Perpustakaan memiliki peran yang sangat penting dalam mendukung perkembangan ilmu pengetahuan dan budaya literasi, karena perpustakaan merupakan tulang punggung institusi pendidikan dan pusat informasi yang vital bagi masyarakat. Sebagai sumber informasi terpusat, perpustakaan dibangun untuk melayani serta menawarkan berbagai sumber daya atau koleksi seperti buku, jurnal, multimedia, hingga akses digital yang dapat dimanfaatkan oleh seluruh kalangan masyarakat. Namun, di era sekarang ini, dengan berkembangnya teknologi secara pesat yang mengakibatkan perubahan perilaku pada pemustaka, khususnya masyarakat gen-z yang lebih akrab dengan teknologi digital dan media sosial, membuat perpustakaan menghadapi tantangan dalam mempertahankan relevansi dan meningkatkan pemanfaatan layanannya. Beberapa strategi penting yang dapat digunakan untuk menjawab permasalahan dari tantangan yang dihadapi ini adalah dengan melakukan promosi perpustakaan yang efektif, dalam bentuk pemasaran layanan, pemanfaatan media promosi di lokasi perpustakaan, dan yang utama yaitu dengan memanfaatkan media sosial.

Pemasaran atau yang biasa dikenal dengan istilah promosi perpustakaan, menjadi salah satu strategi yang sangat penting untuk menciptakan kesadaran pemustaka dalam memperkenalkan berbagai layanan dan fasilitas yang ditawarkan pada suatu perpustakaan, kegiatan ini juga sekaligus diharapkan mampu meningkatkan jumlah pengunjung serta pemanfaatan koleksi yang dimiliki perpustakaan ([Wulandari et al., 2020](#)). Semakin berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi, pengembangan layanan perpustakaan juga harus mampu beradaptasi dan terus ditingkatkan agar selalu relevan dengan perkembangan zaman. Karena promosi merupakan kegiatan yang diadakan agar masyarakat mengenal lebih jauh tentang perpustakaan serta manfaat yang didapatkan pada saat mengunjungi perpustakaan. Oleh sebab itu, kehadiran media sosial ini, diharapkan dapat menjadi sarana atau wadah pustakawan untuk mampu mengkomunikasikan berbagai layanan, kegiatan/aktivitas, fasilitas, dan lainnya kepada para pemustaka ([Setijawati, 2023](#)).

Media sosial adalah media daring (online) yang memfasilitasi para pemustakanya untuk berinteraksi, berkomunikasi, bertukar informasi, membangun relasi, hingga melakukan berbagai aktivitas secara virtual tanpa dibatasi ruang dan waktu secara cepat dan terbuka antar individu maupun kelompok. Sebagaimana diinformasikan melalui laman Hootsuite (We are Social) pada tahun 2024, terhitung populasi di Indonesia sebanyak 276,4 juta dengan pemustaka internet sebanyak 212,9 juta orang dan pemustaka media sosial aktif

sebanyak 167 juta orang. Secara spesifik juga, disebutkan bahwa pemustaka Instagram di Indonesia mencapai 85,3% dari jumlah populasi penduduk Indonesia ([Riyanto, 2024](#)). Dalam bukunya, [Nurtiar \(2022\)](#) menjelaskan bahwa pada era sekarang ini, sebaiknya perpustakaan memiliki media sosial agar terjalin komunikasi antara perpustakaan dengan pemustakanya, karena media sosial lebih banyak dikunjungi oleh masyarakat dibandingkan dengan website. Perpustakaan juga perlu hadir di banyak media sosial selain daripada Instagram, dengan tujuan agar perpustakaan dapat hadir dimanapun.

Generasi Z, lebih umum dengan sebutan Gen-Z adalah generasi yang tumbuh di era perkembangan teknologi yang pesat, generasi ini lahir antara tahun 1995 hingga 2010 ([Ramadhani & Khoirunisa, 2025](#)). Mereka dikenal sebagai *digital native* karena terbiasa menggunakan media sosial dan platform daring, serta memiliki kemampuan tinggi dalam beradaptasi dengan dunia digital. Teknologi yang mencakup berbagai perangkat digital seperti *smartphone*, laptop, dan tablet, sangat mempengaruhi gaya hidup Gen-Z. Mereka cenderung lebih kreatif dan inovatif dibandingkan generasi sebelumnya, seperti Milenial (lahir 1977-1994), karena hidup berdampingan dengan teknologi sejak kecil. Kemajuan teknologi ini juga membentuk karakteristik mereka, termasuk kemampuan multitasking dan ketergantungan tinggi pada perangkat digital, yang secara tidak langsung mempengaruhi kepribadian mereka ([Azzahra & Marlina, 2024](#); [Fadillah et al., 2022](#); [Muaviah et al., 2023](#); [Oustin & Habiburrahman, 2023](#)). Gaya hidup Generasi Z sangat dipengaruhi oleh teknologi, yang membuat mereka lebih fleksibel dan terampil dalam memanfaatkan perangkat digital untuk berbagai aktivitas sehari-hari.

Promosi perpustakaan dengan menggunakan media sosial memiliki kecenderungan yang besar untuk menjangkau lebih luas calon pemustaka karena sifatnya yang global (mendunia), sehingga informasi yang dilihat dan dibaca oleh orang menjadi lebih banyak tanpa perlu memakan waktu yang lama. Namun, pemustakaan media sosial ini harus dilakukan oleh pustakawan yang benar-benar kompeten dalam mengelola media sosial agar konten atau informasi yang diunggah dapat diterima dengan baik oleh pemustaka ([Maretno & Marlina \(2021\)](#)). Dengan pemustakaan media sosial, strategi promosi yang dilakukan oleh perpustakaan juga secara tepat dapat dengan cepat membangun citra positif bagi perpustakaan sebagai tempat yang inspiratif, edukatif, dan relevan. Sebagaimana yang dikatakan oleh [Sari \(2020\)](#) “tujuan utama keterlibatan media sosial perpustakaan adalah untuk memaksimalkan eksposur perpustakaan, memodernisasi citra perpustakaan dan e-reputasi, mempromosikan penawaran konten tertentu, membangun grup diskusi dan kerja kolaboratif, serta mencapai pemustaka potensial.”

Penelitian sebelumnya dengan judul “Promosi Perpustakaan melalui Media Sosial Instagram @austinpubliclibrary: Studi di Austin Public Library Texas” oleh [Sari \(2020\)](#), membahas secara rinci tentang isi akun Instagram perpustakaan seperti konten-konten yang dibuat dan diposting untuk mempromosikan perpustakaan. Penelitian selanjutnya yang dibuat oleh [Arief & Maulidya \(2023\)](#) yang berjudul “Pengaruh Promosi Perpustakaan Melalui Instagram Terhadap Pemanfaatan Layanan di Library and Knowledge Center Binus @Senayan Campus” menjelaskan tentang pengaruh akun Instagram pada pemanfaatan layanan perpustakaan oleh pemustaka yang memberikan hasil yang signifikan. Penelitian terakhir oleh [Atha’illah & Masruri \(2025\)](#) berjudul “Strategi Promosi Media Sosial dalam Menarik Minat Kunjung Pemustaka di Perpustakaan Universitas Nahdlatul Ulama Yogyakarta” yang memaparkan berbagai strategi yang dijalankan dalam mempromosikan perpustakaan, misalnya dengan menggunakan berbagai platform media sosial selain Instagram seperti tiktok, facebook, twitter, dan youtube.

Pada penelitian ini, tidak hanya membahas dampak pemanfaatan akun Instagram perpustakaan Kota Bekasi dalam mempromosikan perpustakaan terhadap tingkat partisipasi pemustaka terutama kalangan Gen-Z, tetapi juga strategi yang paling efektif dalam menarik minat Gen-Z. Maka dari itu, tujuan penelitian karya ilmiah ini adalah untuk memahami praktik terbaik, penerapan strategi yang tepat serta mengetahui hambatan yang ada dalam mempromosikan perpustakaan dengan menggunakan media sosial Instagram, sehingga diharapkan perpustakaan dapat merancang promosi yang lebih efektif dan berkelanjutan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, yang menurut [Creswell dan Poth \(dalam Sumbodo et al., 2024\)](#) pendekatan ini berfokus pada pemahaman mendalam terhadap fenomena berdasarkan sudut pandang partisipan serta konteks sosial dan budaya yang melingkupinya. Hasil analisis disajikan dalam bentuk naratif untuk memberikan gambaran yang terstruktur.

Pendekatan kualitatif dilakukan karena penulis ingin menggali makna, persepsi, serta pengalaman yang sulit diukur secara kuantitatif. Pendekatan kualitatif dalam penelitian ini berfokus pada eksplorasi mendalam terhadap pandangan dan pengalaman partisipan. Metode ini memungkinkan penulis untuk memahami kompleksitas suatu fenomena dalam konteksnya yang alami, tanpa pengaruh pengukuran statistik yang kaku.

Untuk memperoleh data, penulis melakukan wawancara dengan tiga orang pemustaka yang merupakan masyarakat gen-z, yang lahir pada tahun 2001, 2002, dan 2003. Dari ketiganya, satu berstatus sebagai mahasiswa, sementara dua lainnya merupakan pegawai swasta. Pemilihan informan ini dipertimbangkan karena mereka mewakili kelompok usia muda yang aktif menggunakan media sosial, sehingga relevan dengan fokus penelitian.

Teknik Pengumpulan Data

Observasi

Observasi dilakukan untuk melihat secara langsung perilaku, interaksi, dan kondisi yang terjadi pada akun instagram perpustakaan. Metode ini memungkinkan penulis mendapatkan data yang lebih otentik dan kontekstual melalui keterlibatan langsung dalam situasi yang diamati [Ardiansyah et al. \(2023\)](#). Observasi dilakukan selama 2 bulan, dan mulai dilakukan semenjak pertengahan bulan maret 2025 sampai dengan pertengahan bulan mei 2025.

Wawancara

Wawancara diadakan untuk menggali perspektif, pemahaman, dan pengalaman partisipan secara lebih mendalam. Jenis penentuan informan menggunakan teknik *snowball sampling* yaitu suatu metode untuk mengidentifikasi atau menentukan informan dalam sebuah jaringan atau rantai hubungan secara terus menerus [\(Zumrodin et al., 2023\)](#).

Wawancara ini bersifat semi-terstruktur, memberikan kebebasan kepada partisipan untuk menyampaikan pandangannya secara terbuka, namun tetap terarah pada fokus penelitian. Partisipan atau informan yang diwawancarai pada penelitian ini merupakan pemustaka yang termasuk masyarakat gen-z yang lahir pada tahun 2001-2003, dengan harapan agar penelitian ini mampu menjawab serta memberikan penjelasan bagaimana strategi yang efektif untuk menarik minat pemustaka kalangan gen-z dari perspektif atau sudut pandang gen-z itu sendiri.

Teknik Analisis Data

Analisis tematik

Mengidentifikasi poin-poin penting dari hasil observasi dan wawancara. Data yang sudah diidentifikasi akan dianalisis dan kemudian diolah untuk mendapatkan pola-pola tertentu seperti strategi dan pengelolaan akun instagram, interaksi dengan pemustaka dalam pemustakaan media sosial atau tingkat keberhasilan pemanfaatan media sosial dalam kegiatan promosi perpustakaan.

Reduksi Data

Menyederhanakan serta memfokuskan perhatian dari data yang sudah didapatkan, melalui informasi yang relevan dengan kebutuhan topik penelitian menjadi kategori tertentu. Tahap ini memudahkan penulis untuk mendapatkan pola, hubungan serta makna mendalam terkait penelitian, sehingga hasil penelitian menjadi lebih terarah dan mudah dipahami.

Triangulasi Data

Menguji keabsahan hasil penelitian dengan memberikan perbandingan data dari hasil observasi dan wawancara yang telah dilakukan. Hasil dari triangulasi data ini membantu memastikan konsistensi serta keakuratan informasi, sehingga kesimpulan yang dihasilkan lebih kuat dan meyakinkan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dinas Arsip dan Perpustakaan Kota Bekasi merupakan sebuah perpustakaan umum daerah yang menyediakan beberapa layanan layaknya perpustakaan pada umumnya misalnya seperti layanan anak, layanan referensi, layanan umum, layanan digital, BI Corner, ruang baca umum, ruang rapat/serbaguna, dan perpustakaan keliling. Dalam mempromosikan perpustakaan, Dinas Arsip dan Perpustakaan Kota Bekasi menggunakan media sosial seperti Instagram sebagai wadah untuk memperkenalkan dan menginformasikan berbagai fasilitas dan layanan yang tersedia pada perpustakaan Kota Bekasi.

Instagram merupakan sebuah aplikasi berbagi media yang memberikan kebebasan kepada para penggunanya untuk mengambil foto maupun video yang juga mampu menggunakan filter untuk mempercantik hasil foto ataupun video yang kemudian nantinya akan diunggah ke berbagai platform media sosial (Oktarisa, 2023). Sebagai media sosial berbasis visual, memiliki potensi besar sebagai media promosi perpustakaan. Fitur-fitur seperti *feed*, *story*, *reels*, dan *live* dapat dimanfaatkan untuk menampilkan layanan, kegiatan, maupun koleksi terbaru secara menarik dan interaktif. Pemustakaan Instagram juga memungkinkan terjadinya komunikasi dua arah antara pengelola perpustakaan dan pemustaka, sehingga dapat membangun kedekatan emosional sekaligus meningkatkan keterlibatan audiens.

Media sosial terbukti dapat meningkatkan keterlibatan, memperluas jangkauan, dan memperkuat hubungan antara perpustakaan dan pemustaka apabila media sosial dikelola secara strategis dan interaktif. Hal ini diperkuat oleh temuan Atho'illah & Masruri (2025) yang menunjukkan bahwa konsistensi pustakawan Perpustakaan UNU dalam memposting konten setiap dua hari sekali melalui media sosial berdampak pada peningkatan jumlah pengikut, penonton, serta kunjungan ke perpustakaan.

Namun, berdasarkan hasil observasi melalui akun Instagram @disarpusda.kotabekasi, penulis mendapatkan hasil bahwa strategi yang dilakukan dalam mempromosikan perpustakaan Kota Bekasi masih dapat dikatakan kurang menarik minat masyarakat untuk mengunjungi dan memanfaatkan layanan perpustakaan Kota Bekasi tersebut, terutama kalangan Gen-Z. Maka dari itu, penulis melakukan wawancara terhadap 3 informan yang ditunjukkan pada tabel 1. Para informan merupakan pemustaka dan followers akun Instagram @disarpusda.kotabekasi.

Tabel 1. Identitas Informan

No.	Informan	Tahun Kelahiran	Usia	Status
1	D. A. J	2002	23	Mahasiswa
2	M. B. F.	2001	24	Pegawai Swasta
3	L. A.	2003	22	Pegawai Swasta

HASIL

Strategi dan Pengelolaan

Perencanaan strategi serta pengelolaan yang tepat dapat mempengaruhi keberhasilan promosi perpustakaan melalui media sosial seperti Instagram, salah satunya misal dengan memposting konten yang telah dipersonalisasi. Konten yang dipersonalisasi merujuk pada jenis konten yang dirancang agar sesuai dengan preferensi, kebutuhan, atau kebiasaan spesifik dari pemustaka atau kelompok audiens tertentu. Dengan ini, informasi yang disampaikan menjadi lebih relevan, menarik, dan sesuai dengan karakteristik target yang dituju, sehingga efektivitas penyampaian pesan dapat meningkat. Namun, sebagaimana terlihat aktivitas pada akun Instagram @disarpusda.kotabekasi per Januari 2025, terhitung bahwa hanya terdapat 25 postingan dimana 12 diantaranya merupakan konten terkait hari besar nasional dan perayaan instansi daerah, dan 13 postingan lainnya berupa jadwal operasional perpustakaan serta dokumentasi acara yang telah selesai dilaksanakan oleh perpustakaan.

Menurut pandangan informan konten Instagram Perpustakaan Kota Bekasi dinilai masih kurang mampu menarik minat Gen-Z. Hal ini disebabkan oleh kurangnya informasi yang secara langsung berkaitan

dengan layanan, fasilitas, atau kegiatan perpustakaan itu sendiri. Informan menyoroti bahwa akun Instagram tersebut cenderung lebih sering mengunggah konten yang dianggap kurang relevan, seperti peringatan hari-hari besar nasional, yang tidak memiliki keterkaitan langsung dengan aktivitas atau program yang dijalankan oleh perpustakaan. Akibatnya, konten semacam ini dinilai tidak cukup memberikan nilai tambah ataupun mendorong minat Gen-Z untuk mengikuti akun secara aktif. Meskipun dari segi desain dinilai cukup baik dan tidak menjadi permasalahan utama, informan tetap menyarankan adanya peningkatan, khususnya dalam hal penataan tampilan feed halaman akun Instagram untuk menciptakan kesan yang lebih profesional dan seragam di halaman profil Instagram.

Menanggapi tantangan dalam menarik minat Gen-Z melalui konten media sosial, perpustakaan perlu menghadirkan strategi komunikasi yang lebih relevan dan berorientasi pada kebutuhan serta preferensi audiens muda. Salah satu upaya yang telah dilakukan oleh Perpustakaan Kota Bekasi dalam menghadapi tantangan tersebut adalah melalui program Duta Baca sebagai mitra kolaboratif dalam pengelolaan konten digital.

Perpustakaan Kota Bekasi memiliki program Duta Baca, dimana individu atau kelompok yang dipilih untuk menjadi figur inspiratif sekaligus agen penggerak dalam upaya menumbuhkan minat baca serta membangun budaya literasi di tengah masyarakat. Mereka menjalankan peran sebagai figur yang inspiratif dan turut aktif dalam mengkampanyekan pentingnya aktivitas membaca, acara pemilihan Duta Baca dilakukan setiap 1 tahun sekali, di mana duta baca yang terpilih akan memiliki tugas, salah satunya yaitu membantu pihak perpustakaan dalam membuat konten Instagram perpustakaan Kota Bekasi.

“Saat saya dan beberapa rekan lain menjabat sebagai duta baca perpustakaan Kota Bekasi tahun 2023, kami biasanya memberikan ide atau bahkan membuat kontennya sendiri yang kemudian hasilnya dikirimkan kepada pihak perpustakaan untuk diposting pada akun Instagram @disarpusda.kotabekasi.” (Informan 2, 16 Mei 2025)

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, program duta baca secara tidak langsung berkontribusi dalam pengelolaan akun Instagram perpustakaan Kota Bekasi, para Duta Baca seringkali dilibatkan dalam pembuatan konten promosi, ide kreatif, hingga pelaksanaan kegiatan yang kemudian dipublikasikan melalui media sosial. Kehadiran mereka menjadi penghubung antara pihak perpustakaan dengan audiens muda, sehingga membantu memperkaya variasi konten serta memperluas jangkauan pesan promosi literasi yang ingin disampaikan. Lebih lanjut, informan menyatakan bahwa pada saat informan menjabat sebagai duta baca perpustakaan Kota Bekasi, akun Instagram @disarpusda.kotabekasi cukup aktif dalam mempromosikan perpustakaan yang semuanya bertujuan untuk meningkatkan keterlibatan pemustaka media sosial, khususnya dari kalangan remaja dan mahasiswa.

Keterlibatan dan Interaksi

Media sosial seperti Instagram efektif meningkatkan interaksi dua arah antara perpustakaan dan pemustaka, memperluas jangkauan audiens, serta memudahkan komunikasi dan promosi layanan. Konten visual dan interaktif yang diposting secara rutin terbukti lebih menarik perhatian dan mendorong partisipasi pemustaka. Adanya program Duta Baca secara tidak langsung menciptakan keterlibatan antara pemustaka dan perpustakaan melalui kolaborasi yang terjalin dengan Duta Baca. Beberapa konten Instagram perpustakaan Kota Bekasi merupakan hasil kolaborasi yang dilakukan salah satunya untuk menarik perhatian Gen-Z. Konten yang dibuat masih berkaitan dengan hal-hal seputar pelayanan perpustakaan, namun dikemas sesuai dengan selera Gen-Z agar terasa lebih relevan, menarik, dan mudah diterima. Misalnya, pemustakaan format *daily vlog*, tren audio populer, desain visual yang dinamis, serta gaya bahasa yang santai dan kekinian menjadi strategi utama dalam penyampaian informasi.

Meskipun telah dilakukan berbagai upaya kreatif dalam pembuatan konten yang menyesuaikan dengan karakteristik Gen-Z, efektivitasnya dalam meningkatkan keterlibatan pemustaka masih menghadapi tantangan tersendiri. Hal ini tercermin dari data interaksi yang menunjukkan adanya penurunan, walaupun strategi konten sudah diarahkan untuk menjangkau segmen audiens yang lebih muda dan aktif di media sosial.

“Saat itu alasan saya mengikuti akun tersebut untuk mengetahui perkembangan dan informasi tentang perpustakaan Kota Bekasi, namun ternyata hingga saat sepertinya isi konten pada akun tersebut makin berkurang dan tidak seaktif tahun-tahun sebelumnya sehingga akun Instagram perpustakaan Kota Bekasi tidak tampil pada timeline akun saya.” (Informan 3, 12 Mei 2025)

Hasil wawancara dengan informan, menunjukkan bahwa akun Instagram perpustakaan Kota Bekasi sudah tidak pernah muncul lagi karena kurangnya kekonsistenan perpustakaan dalam membuat konten dan juga minimnya interaksi yang dilakukan informan terhadap akun Instagram @disarpusda.kotabekasi sehingga algoritma Instagram tidak lagi menampilkan akun tersebut pada *timeline* informan. Informan menilai bahwa frekuensi unggahan konten mengalami penurunan, terutama jika dibandingkan dengan tahun-tahun sebelumnya. Hal ini berdampak pada hilangnya interaksi yang terjadi pada akun Instagram perpustakaan Kota Bekasi dengan akun pemustaka, sehingga informan merasa tidak lagi mendapatkan informasi yang diinginkan melalui media sosial tersebut.

Tingkat interaksi pada akun Instagram perpustakaan Kota Bekasi sejak awal tahun 2025 terlihat lebih rendah dibandingkan dengan tahun-tahun sebelumnya. Kendati demikian, berdasarkan observasi penulis pada akun Instagram perpustakaan Kota Bekasi, berkurangnya kuantitas interaksi, tidak mempengaruhi kualitas interaksi dengan pemustaka dan masih dapat dikategorikan cukup baik, melihat setiap pertanyaan yang diajukan oleh pemustaka melalui kolom komentar mendapatkan respons yang cepat dan tanggapan langsung dari pihak pengelola akun perpustakaan.

Persepsi dan Tingkat Kepuasan Pemustaka

Persepsi dan tingkat kepuasan pemustaka merupakan indikator penting dalam menilai efektivitas pemustakaan media sosial sebagai sarana promosi dan komunikasi layanan perpustakaan. Melalui penilaian subjektif dari pemustaka, pihak perpustakaan dapat mengetahui sejauh mana konten yang disajikan memenuhi harapan serta kebutuhan informasi yang mereka cari. Oleh karena itu, penting untuk memahami bagaimana tanggapan, pengalaman, serta kepuasan pemustaka terhadap akun tersebut guna menjadi bahan evaluasi dan pengembangan ke depan.

Temuan hasil wawancara menunjukkan sebagian informan menilai bahwa keberadaan akun tersebut memberikan kemudahan dalam mengakses informasi terkait layanan perpustakaan. Disampaikan juga bahwa media sosial ini menjadi sarana yang cukup efektif dalam menjembatani komunikasi antara perpustakaan dengan pemustaka, terutama di era digital yang menuntut kecepatan dan keterbukaan informasi, meski demikian informan tetap menyarankan agar pihak pengelola segera meningkatkan kuantitas dan kualitas konten yang diunggah pada akun Instagram.

Pada sisi lain, informan lainnya juga menyampaikan bahwa konten yang disajikan belum sepenuhnya konsisten dan sesuai dengan kebutuhan mereka. Terdapat anggapan bahwa sebagian unggahan masih bersifat umum dan tidak terlalu berkaitan langsung dengan aktivitas perpustakaan, seperti peringatan hari besar nasional yang tidak disertai dengan konteks atau kaitan terhadap literasi atau program layanan. Hal ini membuat sebagian pemustaka merasa bahwa konten tersebut kurang memberikan manfaat yang signifikan.

“Setelah melihat kembali akun Instagram perpustakaan Kota Bekasi, isi kontennya masih belum cukup untuk mempengaruhi saya sebagai pemustaka untuk memanfaatkan pelayanan perpustakaan disana, kurangnya informasi seputar jenis koleksi menjadi salah satu alasan saya.” (Informan 1, 10 Mei 2025)

Berdasarkan wawancara dengan informan, kurangnya informasi yang spesifik dan mendalam mengenai layanan perpustakaan, seperti jenis koleksi buku atau prosedur peminjaman, menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi rendahnya minat pemustaka untuk memanfaatkan akun Instagram sebagai sumber informasi utama. Beberapa informan juga menyampaikan bahwa tampilan visual dan desain konten belum sepenuhnya konsisten dan menarik, sehingga kurang mampu membangun daya tarik visual yang kuat untuk menarik minat pemustaka terutama Gen-Z.

Meskipun secara umum persepsi pemustaka terhadap akun Instagram Perpustakaan Kota Bekasi masih tergolong positif, namun terdapat juga pandangan kritis yang mencerminkan dinamika pengelolaan konten dari waktu ke waktu. Persepsi ini muncul terutama dari mereka yang pernah terlibat langsung dalam aktivitas promosi perpustakaan, seperti para Duta Baca, yang memiliki pengalaman dalam membantu pengelolaan akun media sosial perpustakaan.

Informan memandang bahwa keberlangsungan dan kualitas konten Instagram @disarpusda.kotabekasi cukup dipengaruhi oleh sejauh mana keterlibatan aktif Duta Baca dalam mendukung proses produksi konten. Ketika informan masih menjabat sebagai Duta Baca, akun Instagram

perpustakaan dinilai cukup konsisten dalam menyajikan konten yang bervariasi. Namun setelah masa tugasnya berakhir, ia mengamati adanya penurunan dalam variasi maupun intensitas konten yang diposting.

Secara keseluruhan, persepsi berdasarkan respons pemustaka terhadap akun Instagram perpustakaan berada pada kategori cukup baik, meskipun masih terdapat ruang untuk perbaikan agar tingkat kepuasan dapat meningkat. Harapan pemustaka pada dasarnya cukup sederhana, yaitu kehadiran akun media sosial yang tidak hanya informatif, tetapi juga menghibur dan relevan dengan kebutuhan generasi muda. Dari sisi kepuasan, mayoritas informan mengaku cukup puas terhadap respon yang diberikan oleh pengelola akun ketika mereka mengajukan pertanyaan melalui kolom komentar atau pesan langsung. Tanggapan yang cepat dan ramah menjadi salah satu aspek yang diapresiasi oleh pemustaka. Meskipun demikian, mereka juga mengharapkan agar pihak perpustakaan dapat lebih aktif dalam membuat konten yang interaktif, informatif dan edukatif.

PEMBAHASAN

Dinas Arsip dan Perpustakaan Kota Bekasi adalah sebuah perpustakaan umum daerah di Kota Bekasi yang berlokasi di Jl. Rw. Tembaga IV No.3, RT.006/RW.005, Marga Jaya, Kec. Bekasi Selatan, Kota Bekasi, Jawa Barat 17141. Sama seperti perpustakaan pada umumnya, Dinas Arsip dan Perpustakaan Kota Bekasi memiliki beberapa fasilitas layanan bagi pemustakanya untuk dapat memenuhi kebutuhan pemustaka. Sebagai langkah untuk memaksimalkan pemanfaatan layanan dan fasilitas perpustakaan, tentunya perpustakaan harus melakukan promosi, salah satunya dengan pemustakaan media sosial Instagram yang terbukti memberikan pengaruh yang cukup besar dalam upaya promosi.

Dinas Arsip dan Perpustakaan Kota Bekasi merupakan salah satu perpustakaan yang memanfaatkan media sosial sebagai media promosi perpustakaan. Dinas Arsip dan Perpustakaan Kota Bekasi memiliki akun Instagram resmi dengan *username* @disarpusda.kotabekasi yang dibuat sejak Oktober, 2018, memiliki jumlah pengikut sebanyak 2.458 pengikut dan 396 mengikuti akun Instagram lainnya. Dalam akun @disarpusda.kotabekasi terdapat 642 unggahan atau postingan yang dimuat dalam laman Instagram-nya yang mencakup berbagai bentuk konten, mulai dari poster digital, dokumentasi kegiatan, hingga informasi layanan.

Strategi dan Pengelolaan

Strategi promosi perpustakaan melalui media sosial, khususnya Instagram untuk menarik minat Gen-Z, menuntut konten yang relevan, menarik, dan tentunya informatif. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara, konten yang ditampilkan pada akun @disarpusda.kotabekasi dinilai kurang bervariasi dan cenderung monoton, karena isi konten didominasi oleh unggahan terkait hari besar nasional dan dokumentasi acara. Hal ini membuat akun kurang mampu menarik perhatian Gen-Z, yang umumnya menyukai konten visual yang dinamis dan informasi yang langsung berkaitan dengan kebutuhan atau ketertarikan mereka terhadap layanan perpustakaan.

Hal ini sejalan dengan pendapat [Atha'illah & Masruri \(2025\)](#) yang menegaskan bahwa keberagaman konten dan konsistensi mengunggah postingan mampu meningkatkan jumlah pengikut, penonton, serta kunjungan perpustakaan. Dengan demikian, permasalahan utama bukan hanya pada frekuensi posting, melainkan juga kreativitas dan kesesuaian konten dengan karakteristik target audiens yakni Gen-Z.

Salah satu upaya yang telah dilakukan perpustakaan dalam menjawab tantangan ini adalah dengan melakukan kolaborasi pengelolaan akun Instagram dengan Duta Baca. Program ini tidak hanya menjadi simbol literasi, tetapi juga berperan aktif dalam mendukung pembuatan konten digital yang lebih sesuai dan unik. Kehadiran Duta Baca membantu menjembatani komunikasi antara perpustakaan dan pemustaka muda, memperbanyak variasi atau keberagaman konten, sekaligus mendorong keterlibatan audiens secara lebih aktif di media sosial.

Keterlibatan dan Interaksi

Media sosial seperti Instagram memiliki potensi yang sangat besar dalam menciptakan komunikasi dua arah antara perpustakaan dengan pemustaka, memperluas jangkauan penyebaran informasi, serta mempermudah kegiatan promosi layanan. Upaya yang dilakukan melalui program Duta Baca turut memperkuat hubungan tersebut, karena selain berperan sebagai ikon literasi, Duta Baca juga ikut terlibat dalam proses pembuatan konten untuk menarik minat Gen-Z. Konten yang mereka buat, seperti *daily vlog*,

dan pemustaka bahasa kekinian, dirancang agar lebih sesuai dengan selera pemustaka muda, serta bertujuan menciptakan pengalaman berinteraksi yang lebih personal dan menyenangkan bagi pemustaka, sekaligus meningkatkan daya tarik perpustakaan di dunia maya.

Namun demikian, efektivitas strategi ini masih menghadapi tantangan, khususnya terkait konsistensi unggahan dan algoritma media sosial. Hasil wawancara menunjukkan bahwa meskipun konten yang disajikan telah disesuaikan dengan preferensi Gen-Z, kurangnya intensitas dan konsistensi unggahan menyebabkan akun Instagram @disarpusda.kotabekasi mulai jarang atau bahkan hampir tidak pernah lagi muncul di *timeline* pengikutnya. Hal ini mengakibatkan minimnya interaksi, serta membuat beberapa pemustaka merasa tidak lagi memperoleh informasi yang mereka harapkan dari akun tersebut.

Sebagai upaya dalam meningkatkan interaksi dengan pemustaka, selain meningkatkan kuantitas postingan, pihak perpustakaan juga perlu memikirkan cara untuk menarik dan memperluas jangkauan postingan, sebagaimana dijelaskan dalam [Maretno & Marlini \(2021\)](#) bahwa pustakawan harus mampu dalam memberikan informasi yang tepat, menggunakan *tag/keyword* yang dapat memudahkan pengguna dalam menemukan konten yang diposting, memakai *hashtag* saat mengupload postingan dan aktif membalas komentar dengan pengguna. Dalam penelitian ini, hal yang sudah tercapai oleh Dinas Arsip dan Perpustakaan Kota Bekasi adalah keaktifan respons pihak pengelola akun terhadap komentar pemustaka yang menunjukkan respons yang cukup baik dalam menjaga kualitas interaksi.

Persepsi dan Tingkat Kepuasan Pemustaka

[Aryanto & Suratman, \(2021\)](#) menjelaskan pengukuran kepuasan pengguna dari 4 dimensi, salah satunya yaitu *Service of Affect*, yang didefinisikan sebagai kemampuan dan sikap pustakawan, pelayanan pustakawan guna memenuhi kebutuhan dan keinginan pemustaka untuk mendapatkan informasi. Secara umum, keberadaan akun ini dinilai mampu memberikan kemudahan untuk mengakses informasi terkait operasional dan program perpustakaan, sekaligus menjadi penghubung antara pihak perpustakaan dengan pemustaka. Namun demikian, pemustaka yang diwawancarai atau para informan menilai bahwa konsistensi dan kualitas konten masih perlu ditingkatkan, khususnya dari segi relevansi dan daya tarik visual. Sebagian konten dianggap terlalu umum dan kurang menunjukkan aktivitas serta layanan utama perpustakaan, seperti informasi koleksi buku atau prosedur peminjaman, yang menjadi kebutuhan utama sebagian besar pemustaka.

Kepuasan pemustaka juga dipengaruhi oleh keterlibatan program Duta Baca dalam pengelolaan konten. Ketika para Duta Baca aktif memberikan kontribusi, variasi dan intensitas unggahan cenderung lebih baik dibandingkan saat masa tugas mereka telah berakhir. Respon cepat dan sikap ramah pengelola akun terhadap pertanyaan pemustaka pada postingan menjadi salah satu aspek yang diapresiasi, meski pemustaka berharap adanya peningkatan dalam hal konten yang lebih interaktif, informatif, serta relevan dengan kebutuhan Gen-Z.

Hal ini menunjukkan bahwa persepsi dan tingkat kepuasan pemustaka terhadap akun Instagram perpustakaan Kota Bekasi tergolong cukup baik. Keberlanjutan dan pengelolaan akun Instagram secara strategis masih menjadi tantangan yang perlu dioptimalkan.

PENUTUP

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa media sosial Instagram berpotensi besar sebagai sarana promosi layanan perpustakaan, terutama dalam menjangkau generasi muda seperti Gen-Z. Namun, optimalisasi pemanfaatannya masih harus ditingkatkan, baik dari segi konsistensi unggahan, kualitas konten, dan personalisasi atau kesesuaian dengan preferensi audiens target. Konten yang kurang konsisten, terbatas pada topik-topik seremonial, serta minimnya personalisasi menjadi faktor yang membuat minat dan keterlibatan pemustaka menurun. Padahal, pemustaka sangat mengharapkan informasi yang lebih relevan, menarik, dan mendalam terkait layanan perpustakaan.

Program Duta Baca terbukti memberi kontribusi positif terhadap produksi konten yang lebih relevan dan menarik bagi audiens muda. Namun, keberlangsungan dan kualitas konten masih bergantung pada peran aktif individu yang terlibat dalam program tersebut. Meskipun secara umum persepsi pemustaka terhadap

akun Instagram perpustakaan cukup baik, terutama dalam hal responsivitas pengelola akun. Kedepannya, dibutuhkan pendekatan yang lebih kreatif dalam variasi konten, adaptif dalam mengikuti trend yang sedang terjadi, dan relevan dengan kebutuhan minat pemustaka khususnya Gen-Z agar media sosial benar-benar mampu menjadi sarana promosi yang efektif sekaligus membangun koneksi yang kuat antara perpustakaan dan masyarakat digital.

SARAN

Melihat hasil temuan dan pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya, terdapat beberapa saran yang dapat dipertimbangkan untuk meningkatkan efektivitas pengelolaan akun Instagram dalam upaya promosi perpustakaan Kota Bekasi agar lebih optimal: 1. Lebih aktif mengelola akun Instagram dengan rutin membuat berbagai jenis konten, diluar dari postingan biasa misalnya seperti *stories* atau *reels*, agar bisa meningkatkan jumlah kunjungan, keterlibatan, dan interaksi dari pemustaka; 2. Menggunakan *template* yang menunjukkan identitas perpustakaan Kota Bekasi pada setiap postingan supaya akun Instagram terlihat lebih rapi, seragam, dan memiliki ciri khas tersendiri; 3. Menjadikan keberhasilan program duta baca sebagai patokan untuk mengadakan kolaborasi antara perpustakaan dengan berbagai pihak, guna menambah variasi acara di perpustakaan dan membuat kontennya jadi lebih beragam.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada dosen pembimbing yang telah memberikan arahan dan bimbingan selama proses penelitian ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada ketiga informan yang telah bersedia meluangkan waktu untuk memberikan informasi dan wawasan berharga, sehingga penelitian ini dapat terselesaikan dengan baik.

KONTRIBUSI PENULIS

Penulis merupakan kontributor tunggal yang bertanggung jawab atas seluruh proses penelitian, mulai dari perumusan masalah, pengumpulan dan analisis data, hingga penyusunan naskah artikel ini.

KONFLIK KEPENTINGAN

Penulis menyatakan bahwa tidak terdapat konflik kepentingan dalam penelitian ini.

PENDANAAN

Penelitian ini tidak menerima pendanaan dari sumber manapun.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardiansyah, Risnita, & Jailani, M. S. (2023). Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian Ilmiah Pendidikan Pada Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif. *IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam*, 1, 1–9. <http://ejournal.yayasanpendidikandzurriyatulquran.id/index.php/ihsan>
- Arief, N., & Maulidya, B. S. (2023). Pengaruh Promosi Perpustakaan Melalui Instagram Terhadap Pemanfaatan Layanan di Library and Knowledge Center Binus @Senayan kampus. *Jurnal FPPTI*, 2, 11–20. <https://doi.org/10.59239/jfppti.v1i2.20>
- Aryanto, M. Z., & Suratman, B. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pemustaka di UPT Perpustakaan Universitas Negeri Surabaya. *Jurnal Pendidikan Administrasi Perkantoran (JPAP)*, 9, 401–412. <https://journal.unesa.ac.id/index.php/jpap>
- Atho'illah, A. A., & Masruri, A. (2025). Strategi Promosi Media Sosial dalam Menarik Minat Kunjung Pemustaka Di Perpustakaan Universitas Nahdlatul Ulama Yogyakarta. *UNILIB: Jurnal Perpustakaan*, 16(1), 81–89. <https://doi.org/10.20885/unilib.Vol16.iss1.art7>
- Azzahra, N. F., & Marlini. (2024). Library Promotion Through Social Media in User Engagement With Instagram Content At Jakarta Library and PDS HB Jassin @Perpusjkt. *Jurnal Ilmu Informasi Perpustakaan Dan Kearsipan*, 13(02), 225–231. <http://ejournal.unp.ac.id/index.php/iipk/index>
- Fadillah, M., Nurbalqis, A., & Agustina, L. (2022). Pengaruh Konten Digital Terhadap Generasi Z Dalam Pemanfaatan Media Sosial Dan Digital Native Di Kota Tanjungpinang. *Al YAZIDIY: Ilmu Sosial, Humaniora, Dan Pendidikan*, 4(2), 1–11.

- Maretno, S., & Marlini, M. (2021). Pemanfaatan Media Sosial sebagai Media Promosi Perpustakaan. *Baitul 'Ulum: Jurnal Ilmu Perpustakaan Dan Informasi*, 5(1), 58–71. <https://doi.org/10.30631/baitululum.v5i1.98>
- Muaviah, E., Lathifaturrahmah, Alinda Dewi, A., & Febriani, N. (2023). Generasi Z: Melangkah di Era Digital dengan Bijak dan Terencana Info Artikel Abstrak. *Journal of Social Contemplativa*, 1, 63–81. <https://idereach.com/Journal/index.php/JSC>
- Nurtiar, H. (2022). *The Secret of Library Marketing* (W. Apriani (ed.)). Asosiasi Profesi Widyaaiswara Indonesia.
- Oktarisa, C. T. (2023). Penggunaan Instagram Sebagai Media Promosi Perpustakaan Universitas Gadjah Mada. *JIMR : Journal Of International Multidisciplinary Research*, 2, 146–154.
- Oustin, T., & Habiburahman, H. (2023). Pengaruh Media Sosial dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z Pada Pembelian Sneakers (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Bandar Lampung). *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Bisnis, Kewirausahaan*, 11(1), 356–362.
- Ramadhani, O., & Khoirunisa. (2025). Generasi Z dan Teknologi : Gaya Hidup Generasi Z di Era Digital. *Jurnal Pendidikan Dan Ilmu Sosial (JUPENDIS)*, 3(1), 323–331. <https://doi.org/10.54066/jupendis.v3i1.2916>
- Riyanto, A. D. (2024, February 21). *Hootsuite (We Are Social): Indonesian Digital Report 2024*. <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-data-digital-indonesia-2024/>
- Sari, M. T. (2020). Promosi Perpustakaan melalui Media Sosial Instagram@austinpubliclibrary Studi di Austin Public Library Texas. *Jurnal Ilmu Perpustakaan*, 9, 19–33.
- Setijawati, A. (2023). *Pustakawan Bergerak, Meningkatkan Kompetensi Menjadi Pembelajar Sepanjang Hayat* (M. Hidayat, Miskadi, M. Suhardi, & R. P. Murtikusuma (eds.)). Pusat Pengembangan Pendidikan dan Penelitian Indonesia.
- Sumbodo, Y. P., Marzuki, Yudhantara, S. M., & Widiastuti. (2024). *METODE PENELITIAN Panduan Lengkap Untuk Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Campuran* (Vol. 1). PT Media Penerbit Indonesia.
- Wulandari, E. R., Rizal, E., & Lusiana, E. (2020). Strategi Promosi E-Journal Untuk Generasi-Z Di Perpustakaan Universitas Padjadjaran. *Khazanah Al-Hikmah : Jurnal Ilmu Perpustakaan, Informasi, Dan Kearsipan*, 8(1), 11–20. <https://doi.org/10.24252/kah.v8i1a1>
- Zumrodatin, M., Darim, A., & Husnur Rofiq, M. (2023). Implementation of Managerial Supervision of Madrasah Heads. *Chalim Journal of Teaching and Learning*, 3(2), 118–126. <https://pasca.jurnalikhac.ac.id/index.php/cjotl/article/view/932>

How to cite this article:

Imran, I. A., & Hidayatullah, F. (2025). The Impact of Using Instagram as Promotional Media to Attract Gen Z Interest in the Bekasi City Library. *JPUA: Jurnal Perpustakaan Universitas Airlangga: Media Informasi Dan Komunikasi Kepustakawanan*, 15(2). Retrieved from <https://e-journal.unair.ac.id/JPERPUS/article/view/76219>