



## MEDIA PROMOSI PERPUSTAKAAN PERGURUAN TINGGI DI ERA MILENIAL DAN REVOLUSI INDUSTRI 4.0

Rahmat Iqbal<sup>1\*</sup>, Irva Yunita<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Pustakawan Universitas Teknokrat Indonesia

<sup>2</sup>Fakultas Adab, UIN Raden Intan Lampung, Indonesia

---

### Article History:

Received: July 8<sup>th</sup>, 2020

Revised: August 7<sup>th</sup>, 2020

Accepted: December 3<sup>rd</sup>, 2020

Published: December 31<sup>st</sup>, 2020

---

**Keywords:** Digital Media, Library, Promotion Media.

---

**\*Correspondence Address:**  
[perpus@teknokrat.ac.id](mailto:perpus@teknokrat.ac.id)

**Abstract:** The era of the industrial revolution 4.0 has begun, libraries are required to provide creativity in delivering information, both information about the availability of new collections or information on library services. This information can use various models of digital promotional media as a means of delivering creative library information such as using websites, social media, and other internet media. In this study using qualitative methods are reviewed through the library research method (Library Research), in strengthening this research the author uses observation and interviews as data collection tools. This study discusses the promotion model used by college libraries, namely using digital media, such as WhatsApp, Facebook, Instagram, and Twitter. These four models are used by college libraries in delivering information to the campus community and aim to increase the interest in visiting and reading by students and lecturers in the library. This information can be in the form of delivery of delayed information, the latest collections in the library, library service information, information on university achievements, and book reviews.

---

## PENDAHULUAN

Pada saat ini perpustakaan memasuki era teknologi informasi atau era digitalisasi, hampir setiap masyarakat melakukan pencarian informasi tidak terlepas dari penggunaan google atau media sosial sebagai alat pencarian informasi, berbagi informasi ataupun berintraksi. Karena informasi telah menjadi kebutuhan primer dikalangan masyarakat. Setiap aspek kehidupan pada saat ini selalu dihubungi dengan ketersediaan informasi dan teknologi informasinya.

Hal ini menunjukkan bahwa teknologi informasi telah mendapatkan tempat yang penting dalam kehidupan masyarakat. Kenyataan ini menunjukkan bahwa banyak tiap orang dalam melakukan pencarian informasi menggunakan teknologi informasi, baik menggunakan media google, media sosial ataupun perpustakaan digital.

Memasuki era zaman revolusi industry 4.0 perpustakaan dituntut memberikan kekreatifan dalam penyampaian informasi, baik informasi mengenai tersedianya koleksi

baru ataupun informasi layanan perpustakaan. Informasi tersebut dapat menggunakan media promosi digital sebagai alat penyampaian informasi kreatif perpustakaan seperti website, media social dan media internet lainnya. Ellya dalam Indika mengatakan penggunaan media sosial bisa berefek positif bagi pencitraan obyek.<sup>1</sup>

Hasil penelitian dari UNESCO menyimpulkan bahwa 4 dari 10 orang Indonesia aktif di media sosial seperti Facebook yang memiliki 3,3 juta pengguna, kemudian WhatsApp dengan jumlah 2,9 juta pengguna dan lain lain<sup>2</sup>. Pengguna media digital di Indonesia paling banyak berada pada rentang usia 18-34 tahun. Pengguna pria lebih mendominasi, di mana pada rentang usia 18-24 tahun, jumlahnya mencapai 18 persen, lebih unggul dari pengguna wanita dengan persentase 15 persen.

Promosi merupakan sebuah mekanisme dari sebuah komunikasi persuasif pemasaran dengan memanfaatkan teknik-teknik hubungan dengan masyarakat. Promosi perpustakaan merupakan forum petukaran informasi antara organisasi perpustakaan dan pemakai (pemustaka) dengan tujuan utama yaitu menyampaikan informasi tentang koleksi atau jasa yang disediakan oleh organisasi perpustakaan, sekaligus membujuk pemustaka perpustakaan untuk bereaksi terhadap koleksi atau jasa dari suatu organisasi kepada pemustaka agar koleksi tersebut dikenal oleh masyarakat universitas<sup>3</sup>. Untuk melakukan promosi perpustakaan dibutuhkan model yang sesuai dengan kemajuan zaman, agar promosi tersebut berjalan sesuai dengan harapan yang ingin dicapai.

Perpustakaan perguruan tinggi merupakan sebuah sarana prasarana yang disediakan oleh universitas untuk membantu seluruh civitas akademika dalam meningkatkan keilmuan dan pengetahuan dalam sektor pendidikan. Perpustakaan perguruan tinggi dalam menarik minat kunjung mahasiswa dan dosen ke perpustakaan, perpustakaan menyediakan beberapa fasilitas yang menunjang diantaranya, komputer internet, wifi, koleksi penunjang perkuliahan, ruang baca, AC dan BI Corner. Akan tetapi meningkatnya jumlah kunjung di setiap perpustakaan baik perpustakaan perguruan tinggi

---

<sup>1</sup> Indika, Deru R. Jovita, Cindy. Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen. *Jurnal Bisnis Terapan*, Vol 01 No 01. 2017. ISSN 2580-4928. Bandung: Unniversitas Padjajaran. <http://journal.ubaya.ac.id/index.php/JIBT/article/download/296/192>.

<sup>2</sup>Diani Hutabarat. "Angka Penggunaan Media Sosial Orang Indonesia Tinggi, Potensi Konflik juga Amat Besar". [https://kominfo.go.id/content/detail/14136/angka-penggunaan-media-sosial-orang-indonesia-tinggi-potensi-konflik-juga-amat-besar/0/sorotan\\_media](https://kominfo.go.id/content/detail/14136/angka-penggunaan-media-sosial-orang-indonesia-tinggi-potensi-konflik-juga-amat-besar/0/sorotan_media). diakses tanggal 08 April 2019, pukul 15:00 WIB.

<sup>3</sup>Hartono "Manajemen Perpustakaan Sekolah(menuju perpustakaan modern dan profesional)". Yogyakarta: Ar-Ruzz media. 2016. hlm 209

ataupun perpustakaan daerah tak terlepas dari peran promosi yang diberikan oleh masing-masing perpustakaan. Adapun sasaran promosi perpustakaan perguruan tinggi adalah seluruh civitas akademika khususnya mahasiswa dan dosen.

## **LANDASAN TEORI**

### **Pengertian Promosi Perpustakaan**

Promosi adalah salah satu jalan yang dapat perpustakaan gunakan guna berkomunikasi kepada masyarakat umum secara luas, lain kata promosi merupakan alat guna memberi pengaruh, ketertarikan, minat dan informasi tentang suatu perpustakaan termasuk di dalamnya visi misi, tujuan, layanan perpustakaan. Promosi perpustakaan merupakan semua kegiatan perpustakaan guna meningkatkan pemanfaatan produk dan layanan perpustakaan oleh pemustaka atau pengguna secara potensial dan aktual. Tujuan dari meningkatkan pemanfaatan produk dan layanan ini tergantung kepada visi, misi, dan tujuan dari jenis perpustakaan itu sendiri. Di sisi lain suatu bentuk dan teknik promosi sebuah perpustakaan tergantung pula pada jenis perpustakaan tersebut.<sup>4</sup> Semua bentuk dari promosi memiliki tujuan yaitu memberikan kontribusi atau membantu perpustakaan dalam mewujudkan tercapainya tujuan sebuah perpustakaan diantaranya adanya peningkatan pemberdayaan perpustakaan sehingga perpustakaan tersebut menjadi suatu lembaga pendidikan yang berfungsi untuk penelian, rekreasi edukatif, pendidikan dan pelestarian informasi.

### **Macam-macam Media Promosi Perpustakaan**

Pemilihan sebuah media yang tepat memiliki peran penting dalam melakukan sebuah promosi. Promosi perpustakaan yang melakukan pertama-tama dapat dilakukan sebuah analisis ketepatan promosi, sehingga promosi yang dilakukan dapat berjalan secara efektif dan efisien. Kedua yaitu penentuan media, media tersebut merupakan media yang dapat berintraksi secara langsung atau tidak langsung dengan pemustaka atau pengguna. Pemilihan media merupakan sebuah strategi yang dilakukan perpustakaan dalam menentukan besar dan kecilnya biaya yang dikeluarkan. Pada perpustakaan perguruan tinggi dalam melakukan promosi, strategi dan media menjadi factor utama dalam tersampainya informasi yang disampaikan langsung tersampaikan ke pembaca yaitu civitas

---

<sup>4</sup>Sujatna " *Promosi Perpustakaan*", Tangerang; mahara publishing; 2010, hlm 13-14

akademika. Dalam melakukan promosi sudah seharusnya kita mengikuti perkembangan teknologi terutama pada promosi perpustakaan, supaya paradigma perpustakaan sebagai wadah kumuh dan ketinggalan zaman segera menghilang. Santoso juga berpendapat dalam upaya peningkatan pemberdayaan perpustakaan, seharusnya melakukan meningkatkan berbagai fasilitas dan sumberdaya lainnya sebagai *item* pendukung kebutuhan *user*.<sup>5</sup> Perpustakaan perguruan tinggi dalam melakukan promosi dapat menggunakan beberapa teknologi milenial yaitu whatsapp, instagram, youtube, twitter dan facebook, Media ini dapat disebut dengan media digital.

### **Teknik Promosi Perpustakaan**

Kata teknik asalnya dari Bahasa Yunani “*teknicos*” yang artinya suatu keterampilan berkomunikasi merupakan suatu proses menyampaikan *message*/ pesan oleh seseorang untuk orang lain guna memberi informasi atau untuk mengubah pendapat dan perilaku<sup>6</sup>. Dalam melakukan teknik promosi perpustakaan perguruan tinggi dapat menggunakan beberapa cara yaitu cara iklan maknanya perpustakaan memberikan informasi akan hal-hal yang baru di perpustakaan diantaranya informasi mengenai suasana yang nyaman, ruang baca yang kondusif, fasilitas yang mendukung untuk belajar ataupun koleksi-koleksi terbaru. Adapun program layanan yang kreatif dapat menjadi teknik dalam menarik daya kunjung masyarakat perguruan tinggi untuk ke perpustakaan. Selain itu pustakawan juga dapat mengemas seluruh program yang telah direncanakan dengan menyelenggarakan sebuah even, seperti pemilihan duta perpustakaan, sahabat perpustakaan, duta buku, ataupun bedah buku. Atau menyelenggarakan even bertepatan dengan hari besar perpustakaan, seperti hari kunjung perpustakaan, hari buku sedunia, hari pustakawan, dan gerakan nasional Indonesia membaca.

### **Kelebihan & Kekurangan Promosi Perpustakaan Dengan Menggunakan Media Digital**

#### 1. Kelebihan :

---

<sup>5</sup> Santoso, Hari. 2007. Promosi Sebagai Media Pemberdayaan Perpustakaan Sekolah. Jurnal Perpustakaan Sekolah, Vol 1 No 1. ISSN 1978-9548. Malang: Perpustakaan Universitas Negeri Malang.  
[http://scholar.google.co.id/scholar\\_url?url=http://103.216.87.80/index.php/iipk/article/download/331/267&hl=id&sa=X&ei=i4rxX7awCvmB6rQP5IO92A0&scisig=AAGBfm1WkAWBYQATKrvNMslWVFEwOuGSQ&nossl=1&oi=scholar](http://scholar.google.co.id/scholar_url?url=http://103.216.87.80/index.php/iipk/article/download/331/267&hl=id&sa=X&ei=i4rxX7awCvmB6rQP5IO92A0&scisig=AAGBfm1WkAWBYQATKrvNMslWVFEwOuGSQ&nossl=1&oi=scholar).

<sup>6</sup>*Ibid*, hlm 73

- ) Dengan menggunakan media digital dapat memudahkan pemustaka dalam mendapatkan informasi buku-buku edisi yang terbaru / koleksi terbaru di perpustakaan.
  - ) Pustakawan lebih mudah dalam memberikan informasi even atau program perpustakaan.
  - ) Perpustakaan jauh lebih dikenal dengan kalangan masyarakat universitas.
  - ) Akan lebih cepat dalam penyebaran suatu informasi tentang perpustakaan.
  - ) Perpustakaan dapat melakukan penghematan dalam anggaran promosi.
  - ) Bersifat fleksibel.
  - ) Memiliki jaringan yang luas bagi pemustaka.
2. Kekurangan :
- ) Menimbulkan kekecewaan bagi pemustaka atas adanya produk atau jasa yang tidak sesuai dengan apa yang ditampilkan pada penawaran yang ada.

## **METODOLOGI PENELITIAN**

Penulisan ini menggunakan metode kualitatif yang ditinjau melalui metode penelitian kepustakaan (*Library Reserch*), maknanya metode penelitian kepustakaan merupakan penelitian yang dilakukan dengan memakai *literature*/ kepustakaan seperti bersumber dari buku, catatan, serta laporan hasil penelitian terdahulu<sup>7</sup>.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Perubahan perpustakaan pada awalnya bersifat konvensional maksudnya masih menggunakan sistem manual atau sistem lama menjadi perpustakaan digital atau lebih dikenalnya dengan *digital library* yang maknanya merupakan sebuah revolusi dari sebuah pengembangan teknologi informasi yang bertujuan untuk memberi kemudahan kepada masyarakat khususnya civitas akademika dalam melakukan akses informasi digital tanpa harus terpaku pada lokasi perpustakaan.

Perubahan yang terjadi tidak hanya pada revolusinya perpustakaan konvensional ke digital akan tetapi perubahan juga terjadi pada sistem promosi perpustakaan yang pada

---

<sup>7</sup>Mamang, Sangadji Etta “ *Metodologi Penelitian: Pendekatan Praktis dalam Penelitian*”. Yogyakarta: Andi. 2010. Hal 28.

awalnya masih menggunakan kertas sebagai media promosi, saat ini telah berevolusi menggunakan media-media digital yang hampir tidak menggunakan kertas.

Dalam hasil wawancara yang dilakukan penulis kepada 25 responden terdiri dari 20 mahasiswa dan 5 dosen menggunakan random sampling dalam penggunaan media digital. Mendapatkan informasi bahwasanya mahasiswa dan dosen dalam menggunakan media digital guna berinteraksi kesesama dan melakukan penyebaran informasi menggunakan media digital seperti Whatsapp, Facebook Instagram, Twitter, dan youtube.

Perubahan teknologi informasi kini sangat dirasakan oleh setiap masyarakat, terutama masyarakat yang tumbuh pada zaman milenial saat ini. Perubahan yang terjadi pasti memiliki pengaruh dalam pola kehidupan baik kehidupan segi social, pekerjaan, pendidikan dan informasi. pada saat ini masyarakat milenial dapat melakukan interaksi melalui media digital, permasalahan klasik mengenai waktu dan tempat yang menjadi faktor utama dalam terciptanya masalah komunikasi tidak menjadi permasalahan lagi dizaman saat ini, dunia pekerjaan pada dasarnya harus memikirkan ruang dan lokasi untuk kantor pekerjaan, saat ini kantor bisa menggunakan website sebagai kantor digital, dan tidak ada kata informasi basi atau lama karena dengan kemajuan teknologi kita dapat mengupdate informasi, baik informasi non ilmiah ataupun ilmiah.

Permasalahan keuangan menjadi permasalahan klasik di dunia perpustakaan, terutama perpustakaan perguruan tinggi, besarnya dana yang dikeluarkan dalam mendanai promosi perpustakaan terkadang menjadi duri dalam berkembangnya perpustakaan dalam penyampaian informasi ke masyarakat kampus. Hadirnya media digital di zaman saat ini menandakan perubahan atau revolusi perpustakaan sudah seharusnya terjadi. Dalam kacamata ekonomi perpustakaan dalam melakukan promosi ke mahasiswa hampir menghabiskan dana kurang lebih seratus ribu diperuntukkan untuk melakukan pencetakan, penempelan ataupun pembuatan. Akan tetapi, dengan beralihnya sistem promosi menggunakan digital, maka perpustakaan dapat melakukan penghematan hampir setengah harga dari promosi menggunakan kertas.

Merujuk pada kegemaran masyarakat milenial saat dalam menggunakan media digital dalam melakukan interaksi dan komunikasi, perpustakaan dituntut untuk bisa ikut dalam melakukan perubahan sesuai dengan perkembangan zaman dan teknologi sesuai dengan yang disampaikan oleh Sekretaris Jenderal Kementerian Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi (Kemenristekdikti) Ainun Na'im mengatakan bahwa perpustakaan

harus bertransformasi mengikuti perkembangan teknologi agar dapat menjawab kebutuhan masyarakat<sup>8</sup>.

Menurut laporan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII). Pada tahun 2017 jumlah masyarakat Indonesia dalam mengakses media digital sudah mencapai 143juta, Berdasarkan wilayah geografisnya, masyarakat Jawa paling banyak yakni 57,70 persen. Selanjutnya Sumatera 19,09 persen, Kalimantan 7,97 persen, Sulawesi 6,73 persen, Bali-Nusa 5,63 persen, dan Maluku-Papua 2,49 persen. berikut ini berdasarkan usia. Usia 19 hingga 34 tahun Sebanyak 49,52 persen, usia 35 hingga 54 tahun sebanyak 29,55 persen, usia 13 hingga 18 tahun menempati posisi ketiga dengan porsi 16,68 persen. Terakhir, orang tua di atas 54 tahun hanya 4,24 persen yang memanfaatkan internet. Pada tahun 2018 ini total pengguna internet di kawasan Asia Tenggara ada sebanyak 350 juta. Dan dari angka tersebut, 150 juta di antaranya ternyata dari Indonesia, yang disebut sebagai negara dengan jumlah pengguna internet paling banyak di Asia Tenggara.

Menurut lembaga riset pasar e-Marketer Pada 2017, eMarketer memperkirakan *netter* Indonesia bakal mencapai 112 juta orang, mengalahkan Jepang di peringkat ke-5 yang pertumbuhan jumlah pengguna internetnya lebih lambat. Pada 2018, diperkirakan sebanyak 3,6 miliar manusia di bumi bakal mengakses internet setidaknya sekali tiap satu bulan.

	2013	2014	2015	2016	2017	2018
1. China*	620.7	643.6	669.8	700.1	736.2	777.0
2. US**	246.0	252.9	259.3	264.9	269.7	274.1
3. India	167.2	215.6	252.3	283.8	313.8	346.3
4. Brazil	99.2	107.7	113.7	119.8	123.3	125.9
5. Japan	100.0	102.1	103.6	104.5	105.0	105.4
6. Indonesia	72.8	83.7	93.4	102.8	112.6	123.0
7. Russia	77.5	82.9	87.3	91.4	94.3	96.6
8. Germany	59.5	61.6	62.2	62.5	62.7	62.7
9. Mexico	53.1	59.4	65.1	70.7	75.7	80.4
10. Nigeria	51.8	57.7	63.2	69.1	76.2	84.3
11. UK**	48.8	50.1	51.3	52.4	53.4	54.3
12. France	48.8	49.7	50.5	51.2	51.9	52.5
13. Philippines	42.3	48.0	53.7	59.1	64.5	69.3

14. Turkey	36.6	41.0	44.7	47.7	50.7	53.5
15. Vietnam	36.6	40.5	44.4	48.2	52.1	55.8
16. South Korea	40.1	40.4	40.6	40.7	40.9	41.0
17. Egypt	34.1	36.0	38.3	40.9	43.9	47.4
18. Italy	34.5	35.8	36.2	37.2	37.5	37.7
19. Spain	30.5	31.6	32.3	33.0	33.5	33.9
20. Canada	27.7	28.3	28.8	29.4	29.9	30.4
21. Argentina	25.0	27.1	29.0	29.8	30.5	31.1
22. Colombia	24.2	26.5	28.6	29.4	30.5	31.3
23. Thailand	22.7	24.3	26.0	27.6	29.1	30.6
24. Poland	22.6	22.9	23.3	23.7	24.0	24.3
25. South Africa	20.1	22.7	25.0	27.2	29.2	30.9
<b>Worldwide***</b>	<b>2,692.9</b>	<b>2,892.7</b>	<b>3,072.6</b>	<b>3,246.3</b>	<b>3,419.9</b>	<b>3,600.2</b>

Note: Individuals of any age who use the internet from any location via any device at least once per month; \*excludes Hong Kong; \*\*forecast from Aug 2014; \*\*\*includes countries not listed  
Source: eMarketer, Nov 2014

Berdasarkan data rilis laporan statistik per Januari 2019 seputar kehidupan online dari Hootsuite. Hootsuite adalah perusahaan platform media sosial dari Kanada.

<sup>8</sup><https://ristekdikti.go.id/kabar/hadapi-revolusi-industri-4-0-perpustakaan-dituntut-bertransformasi-2/>: Hadapi Revolusi Industri 4.0, Perpustakaan Dituntut Bertransformasi. Diakses tanggal 13 Oktober 2018, pukul 12:30 WIB.



## Whatsapp

Whatsapp merupakan salah satu media digital yang favorit dikalangan masyarakat milenial saat ini, dalam sejarahnya media social ini tercipta pada tahun 2009 yang diciptakan oleh Brian Acton dan Jan Koum. Pada media ini terdapat beberapa fitur yang dapat membantu masyarakat dalam melakukan interaksi antar sesama atau kelompok yaitu fitur mengirim pesan tulis dan suara, mengirim foto atau gambar, melakukan panggilan, mengirim video, mengirim berkas-berkas atau dokumen pekerjaan atau kantor, berbagi lokasi menggunakan GPS, mengirim kontak no telphon dan video call.

Kelengkapan pada fitur whatsapp ini menjadi alasan utama perpustakaan perguruan tinggi untuk menjadikannya sebagai media digital promosi perpustakaan kepada masyarakat perguruan tinggi baik itu dosen ataupun mahasiswa. Dalam melakukan promosi, perpustakaan cukup melakukan gabung ke grup program study, fakultas ataupun dosen dan perpustakaan menggunakan fitur mengirim gambar atau foto yang berisikan informasi terbaru perpustakaan, baik berisikan informasi buku terbaru diperpustakaan, keterlambatan mahasiswa atau dosen dalam pemulangan buku, mengirim resensi buku,



mengirimkan kegiatan-kegiatan layanan di perpustakaan, fasilitas-fasilitas yang terbaru dipergustakaan ataupun informasi lainnya.

### **Facebook**

Peran facebook tidak jauh berbeda dengan whatsapp, yaitu sebagai media sosial yang sangat difavoritkan oleh masyarakat milenial, peran facebook bermacam-macam ada beberapa masyarakat menggunakan sebagai lahan dagangan atau berjualan, lahan promosi, ada juga sebagai media komunikasi satu arah ataupun menjadi media penyampaian informasi.

Facebook dilengkapi dengan berbagai fitur diantaranya pengirim pesan di dinding facebook, mengirim pesan ke sesame teman, mengirim gambar atau foto, watch langsung, grup dan banyak fitur lainnya. Media social facebook hadir pada tahun 2004 diciptakan oleh Mark Zuckerberg.

Menimbang banyaknya masyarakat perguruan tinggi menggunakan media digital ini sebagai media interaksi dan penyebaran informasi, hal tersebut yang membuat perpustakaan perguruan tinggi tidak mau ketinggalan dalam memanfaatkan media digital ini untuk menyampaikan informasi mengenai promosi perpustakaan ataupun informasi mengenai universitas.

### **Instagram**

Peran instagram atau IG tidak jauh beda dengan whatsapp ataupun facebook, yaitu sebagai media sosial yang sangat difavoritkan oleh masyarakat milenial, peran instagram bermacam-macam ada beberapa masyarakat menggunakan sebagai lahan dagangan atau berjualan, promosi, melakukan siaran langsung, ada juga sebagai media komunikasi satu arah ataupun menjadi media penyampaian informasi.

Instagram dilengkapi dengan berbagai fitur diantaranya pengirim pesan di dinding facebook, mengirim pesan ke sesame teman, mengirim gambar atau foto, siaran langsung, Media social instagram hadir pada tahun 2010 diciptakan oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger.

Dalam pemanfaatan instagram tidak jauh berbeda dengan whatsapp atau facebook. Media digital ini perpustakaan gunakan untuk melakukan promosi kepada seluruh masyarakat milenial khususnya masyarakat perguruan tinggi yaitu mahasiswa, dosen ataupun staf. Dengan menyampaikan beberapa informasi promosi perpustakaan

diharapkan terjadi interaksi (*take and give*) antara masyarakat universitas dengan pustakawan. Informasi yang perpustakaan sampaikan tidak berbeda dengan informasi yang disampaikan melalui media digital lainnya, seperti informasi ketersediaan koleksi terbaru, memberikan resensi buku bertujuan supaya mahasiswa ataupun dosen tertarik untuk membaca buku tersebut dan meminjamnya dan memberikan informasi terkini mengenai akan perguruan tinggi, ataupun mempromosikan layanan yang kreatif atau agenda-agenda di perpustakaan, seperti bedah buku, seminar penulisan ataupun workshop.

Contohnya seperti yang dilakukan oleh Universitas Brawijaya, Universitas tersebut menggunakan media digital Instagram sebagai media promosi ruang baca, informasi tersebut dapat diakses di jurnal LIPI dengan judul “Penerapan Media Sosial Instagram Sebagai Promosi Ruang Baca Vokasi Universitas Brawijaya.

## **Twitter**

Twitter adalah media digital bersifat sosial dan mikroblog daring yang memungkinkan penggunanya untuk mengirim dan membaca pesan berbasis teks hingga 280 karakter yang dikenal dengan sebutan kicauan.

Twitter dilengkapi dengan berbagai fitur diantaranya pengirim pesan di dinding twitter, mengirim pesan ke sesama teman, mengirim gambar atau foto, informasi jumlah pengikut atau yang diikuti. Media social twitter hadir pada tahun 2006 diciptakan oleh Jack Dorsey, Noah Glass, Biz Stone, Evan Williams di San Francisco, California, Amerika.

Media digital twitter dalam pemanfaatan tidak jauh berbeda dengan media digital lainnya seperti facebook, instagram, youtube dll, media digital dapat digunakan perpustakaan untuk melakukan promosi kepada seluruh masyarakat milenial khususnya masyarakat perguruan tinggi yaitu mahasiswa, dosen ataupun staf. Dengan menyampaikan beberapa informasi promosi perpustakaan diharapkan terjadi interaksi (*take and give*) antara masyarakat universitas dengan pustakawan. Informasi yang perpustakaan sampaikan tidak berbeda dengan informasi yang disampaikan melalui media digital lainnya, melakukan promosi mengenai kenyamanan dengan melampirkan foto atau gambar, atau juga bisa menginformasikan mengenai agenda atau even yang sedang berlangsung di perpustakaan dengan membuat hastag, seperti #marikeperpustakaan, #seminarpenulisandiperpustakaan, #bedahbukudiperpustakaan ataupun #iniperpustakaanku.

## KESIMPULAN

Hadirnya media digital dilingkungan perguruan tinggi menunjukkan bahwasanya perpustakaan perguruan tinggi telah siap dalam menghadapi kemajuan zaman dan siap untuk mengoptimalkan kemajuan teknologi informasi di zaman milenial. Media digital memiliki peran aktif dan pengaruh yang sangat besar dalam meningkatkan daya kunjung masyarakat terutama pada zaman teknologi informasi saat ini. Keberhasilan sebuah perpustakaan bukan dilihat dari luas dan megahnya gedung perpustakaan, tetapi dilihat dari jumlah kunjung dan jumlah konsumsi masyarakat terhadap perpustakaan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Diani Hutabarat, 2018. “Angka Penggunaan Media Sosial Orang Indonesia Tinggi, Potensi Konflik juga Amat Besar” [https://kominfo.go.id/content/detail/14136/angka-penggunaan-media-sosial-orang-indonesia-tinggi-potensi-konflik-juga-amat-besar/0/sorotan\\_media](https://kominfo.go.id/content/detail/14136/angka-penggunaan-media-sosial-orang-indonesia-tinggi-potensi-konflik-juga-amat-besar/0/sorotan_media). Diakses tanggal 08 April 2019, pukul 15:00 WIB.
- Hartono. 2016. “Manajemen Perpustakaan Sekolah (menuju perpustakaan modern dan professional)”. Yogyakarta: Ar-Ruzz media. hlm 209.
- Indika, Deru R. Jovita, Cindy. 2017. Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen. Jurnal Bisnis Terapan, Vol 01 No 01. ISSN 2580-4928. Bandung: Unniversitas Padjajaran. <http://journal.ubaya.ac.id/index.php/JIBT/article/download/296/192>
- Kementerian Riset dan Perguruan Tinggi. <https://ristekdikti.go.id/kabar/hadapi-revolusi-industri-4-0-perpustakaan-dituntut-bertransformasi-2/>: Hadapi Revolusi Industri 4.0, Perpustakaan Dituntut Bertransformasi. Diakses tanggal 13 Oktober 2018, pukul 12:30 WIB.
- Martian, M. <https://shareilmu-komputer.blogspot.com/2013/03/sejarah-website-dan-teknologi-terbaru.html>: Diakses tanggal 31 Januari 2019, pukul 16:30 WIB.
- Sujatna, 2010 “Promosi Perpustakaan”, Tangerang, Mahara Publiching.
- Santoso, Hari. 2007. Promosi Sebagai Media Pemberdayaan Perpustakaan Sekolah. Jurnal Perpustakaan Sekolah, Vol 1 No 1. ISSN 1978-9548. Malang: Perpustakaan Universitas Negeri Malang. [http://scholar.google.co.id/scholar\\_url?url=http://103.216.87.80/index.php/iipk/article/download/331/267&hl=id&sa=X&ei=i4rxX7awCvmB6rQP5IO92A0&scisig=AAGBfm1WkAWBYQATKrvNMsLWVFUEwOuGSQ&nossl=1&oi=scholar](http://scholar.google.co.id/scholar_url?url=http://103.216.87.80/index.php/iipk/article/download/331/267&hl=id&sa=X&ei=i4rxX7awCvmB6rQP5IO92A0&scisig=AAGBfm1WkAWBYQATKrvNMsLWVFUEwOuGSQ&nossl=1&oi=scholar).