

# Persepsi Followers Instagram @disperpusip\_sidoarjo Sebagai Media Promosi Perpustakaan

Oleh:

Arief Nur Ichsan

Ainur Rochmaniah

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Bisnis, Hukum, dan Ilmu Sosial

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Juni, 2023



# Pendahuluan

- Persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Makna dari persepsi sendiri adalah memberikan stimulus terhadap indra manusia (Rakhmat, 2018). Dengan kata lain persepsi adalah penafsiran seseorang terhadap apa yang dihasilkan oleh inderanya tergantung dengan pengetahuan dan pengalaman yang dimilikinya. Oleh karena itu setiap orang belum tentu memiliki persepsi yang sama terhadap apa yang mereka lihat sesuai dengan pengetahuan dan pengalaman masing-masing. Kondisi ketika timbul persepsi adalah adanya objek, perhatian seseorang adalah langkah pertama dalam memberikan persepsi, dan alat indra manusia sebagai reseptor penerima rangsangan, yaitu saraf sensorik sebagai alat untuk meneruskan rangsangan ke otak dan dikirim dari otak melalui saraf motorik sebagai alat untuk mempertahankan respon.
- Adapun 3 unsur fungsi promosi yaitu (1) *Informing*, memberikan informasi kepada pihak konsumen atau masyarakat terkait barang atau jasa yang ditawarkan. Informasi yang digunakan dapat berupa gambar, kata-kata, ataupun hal lain yang intinya untuk menginformasikan suatu barang atau jasa. (2) *Persuading*, membujuk konsumen agar tertarik dengan barang atau jasa yang ditawarkan. (3) *Reminding*, mengingatkan barang atau jasa yang tersedia di dalam sebuah perusahaan atau institusi. (Mainanda, 2021).

# Pendahuluan

Objek penelitian ini adalah akun Instagram @disperpusip\_sidoarjo

Subjek penelitian ini adalah para followers Instagram @disperpusip\_sidoarjo

# Rumusan Masalah

- Bagaimana persepsi followers Instagram @disperpusip\_sidoarjo dalam menanggapi media tersebut sebagai media promosi?
- Apakah persepsi yang ditimbulkan oleh followers Instagram @disperpusip\_sidoarjo sudah menuju ke arah positif atau negatif dalam hal promosi perpustakaan?

# Tujuan Penelitian

Untuk menjelaskan, memahami dan mengetahui bagaimana persepsi followers Instagram @disperpusip\_sidoarjo sebagai media dalam mempromosikan perpustakaan.

# Metode

- Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Metode kualitatif digunakan untuk memperoleh data yang mendalam, yaitu data yang mengandung makna. Makna adalah data aktual dalam penelitian kualitatif, atau data yang memiliki nilai dibalik data yang terlihat. Oleh karena itu penelitian kualitatif lebih menekankan pada makna.
- Informan pada penelitian ini diambil dari para followers instagram yang aktif dalam @disperpusip\_sidoarjo. Pemilihan informan didasarkan pada karakteristik kesesuaian data yang diperlukan, yakni sejumlah 5 orang followers. Informan yang diambil adalah mereka yang aktif dalam mengakses media sosial terutama akses instagram @disperpusip\_sidoarjo setiap harinya, entah melihat konten yang dibagikan, memberikan like, memberikan komen, bahkan ikut memberikan saran dalam pembuatan konten agar terlihat lebih menarik.
- Dengan menggunakan pendekatan kualitatif diharapkan dapat menghasilkan data berupa kata-kata dan tulisan. Dengan mempertimbangkan metode yang digunakan maka teknik pengumpulan data yang akan digunakan adalah wawancara dan observasi. Wawancara diperlukan sebagai data primer dalam penelitian ini karena persepsi dibentuk oleh interpretasi informan yang akan diteliti. Observasi yang digunakan adalah observasi terus terang atau tersamar, yaitu informan sudah mengetahui bahwa peneliti sedang melakukan penelitian.

# Metode

- Peneliti menggunakan teknik analisis data dari pemikiran Miles dan Huberman, yang mana analisis data akan terus dilakukan hingga data itu sendiri jenuh. Dalam pemikiran Miles dan Huberman analisis data dilakukan dengan urutan sebagai berikut; (data *reduction*) reduksi data, (data *display*) penyajian data, dan yang terakhir adalah penarikan kesimpulan (*conclusion/verification*).
- Sedangkan validitas data yang akan digunakan adalah triangulasi sumber, teknik ini menguji kredibilitas data dengan cara melakukan cek ulang dari data yang diperoleh dari beberapa sumber.

# Hasil dan Pembahasan

- **Sensasi**

rata-rata informan menggunakan indra mata dan telinga untuk menangkap rangsangan yang ada yang berarti mereka melihat dan mendengar rangsangan yang terjadi. Ketika pertama kali melihat akun instagram @disperpusip\_sidoarjo 5 informan juga menunjukkan ketertarikan yang berbeda-beda, ada yang memperhatikan jumlah followers, konten yang dibagikan, informasi dan layanan perpustakaan, desain isi konten instagram, dan isi materi yang dibagikan.

- **Atensi**

informan mengatakan konten yang dibagikan di akun instagram @disperpusip\_sidoarjo menarik karena memuat berbagai macam kegiatan yang dilakukan oleh perpustakaan sidoarjo, serta konten yang diunggah pun *up to date*, *feed* tertata rapi dan kekinian meskipun kurang konsisten dalam pelaksanaannya. Konten yang paling menarik perhatian mayoritas informan adalah konten yang di unggah melalui fitur *reels* instagram, karena lewat fitur tersebut konten yang diunggah berupa video yang memperlihatkan berbagai kegiatan yang dilaksanakan oleh perpustakaan Sidoarjo, seperti agenda perpustakaan keliling, jadwal layanan perpustakaan, fasilitas perpustakaan, video tutorial yang mungkin diperlukan guna mempermudah masyarakat yang akan berkunjung.

# Hasil dan Pembahasan

- Interpretasi

Para informan memaparkan bahwa akun instagram @disperpusip\_sidoarjo sudah bisa menjadi sumber referensi dan tempat untuk mendapatkan informasi seputar perpustakaan sidoarjo. Lalu para informan juga mengatakan bahwa akun instagram @disperpusip\_sidoarjo sudah memenuhi tiga unsur fungsi promosi yaitu; menginformasikan, membujuk dan mengingatkan. Hal itu dibuktikan dengan lengkapnya informasi yang disajikan seperti jam pelayanan, informasi buku terbaru, tutorial peminjaman buku, tutorial penggunaan aplikasi ebook SIDIRA (*sidoarjo information digital library*), informasi tentang fasilitas yang ada, dan sebagainya. Dalam hal membujuk instagram @disperpusip\_sidoarjo selalu membuat konten setiap hari mengenai pelayanan mereka terhadap masyarakat seperti adanya dokumentasi mobil perpustakaan keliling, motor pintar, sekolah-sekolah yang melakukan kunjungan ke perpustakaan yang dimana konten tersebut dikemas dalam bentuk video agar lebih menarik. Diharapkan dengan adanya konten tersebut diharapkan lebih menarik minat followers dan masyarakat agar berkunjung ke perpustakaan. Dari segi mengingatkan akun instagram @disperpusip\_sidoarjo juga tidak lupa memberitahukan kepada followers tentang jam pelayanan yang tiba-tiba berubah, pemberitahuan tentang pelayanan ketika hari libur, peringatan hari besar, dan up to date mengenai fasilitas yang masih ada dalam perpustakaan.

# Pembahasan

Persepsi positif ditunjukkan terhadap akun instagram @disperpusip\_sidoarjo sebagai media promosi dengan sudah terpenuhinya tiga unsur fungsi promosi yakni; menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan. Konteks dari konten yang diunggah pun sudah jelas; foto maupun video yang diunggah sudah dapat menarik perhatian followers, adanya caption dalam setiap unggahan untuk mendeskripsikan foto maupun video, bahasa yang digunakan mudah untuk dipahami followers sehingga makna tersampaikan dengan benar, informasi yang disediakan akun instagram @disperpusip\_sidoarjo juga sesuai dengan kebutuhan followers yang akan mencari informasi. Tetapi masih terdapat beberapa kekurangan yakni yang pertama adalah dari segi desain yaitu feed yang kurang tertata rapi sehingga menimbulkan sensasi yang kurang menyenangkan dalam mengakses dan melihat isi konten yang ada di akun instagram @disperpusip\_sidoarjo. Yang kedua, akun instagram @disperpusip\_sidoarjo sudah memiliki ciri khas tone warna yaitu warna oranye untuk institusinya, tetapi penerapan dalam instagram sendiri masih kurang konsisten ketika mengunggah konten yang akan dibagikan, sehingga menyebabkan ketidaknyamanan terhadap sensasi yang terjadi pada followers dalam melihat profil instagram @disperpusip\_sidoarjo. Yang terakhir, akun instagram @disperpusip\_sidoarjo belum memiliki logo institusi yang membuat masyarakat selalu mengingat Perpustakaan Daerah Sidoarjo.

# Kesimpulan

Persepsi terhadap akun instagram @disperpusip\_sidoarjo sebagai media promosi perpustakaan cenderung positif. Sensasi yang ditimbulkan menunjukkan bahwa informan memiliki ketertarikan yang berbeda ketika pertama kali melihat profil instagram @disperpusip\_sidoarjo, ada yang memperhatikan jumlah followers, konten yang dibagikan di beberapa fitur instagram, pencarian informasi tentang perpustakaan, desain dalam akun instagram, dan isi materi yang disampaikan. Lebih lanjut, informan lebih memiliki ketertarikan atau atensi terhadap konten yang diunggah melalui fitur instagram yang bernama *reels*, karena melalui fitur tersebut konten yang diunggah berupa video yang sudah diedit dan menjadi lebih menarik daripada konten foto yang diunggah melalui feed yang terkesan monoton. Seluruh informan menjelaskan bahwa akun instagram @disperpusip\_sidoarjo sudah memenuhi 3 unsur fungsi promosi yaitu; (*informing*) menginformasikan, (*persuading*) membujuk, dan (*reminding*) mengingatkan. seluruh informan juga mengatakan bahwa akun instagram @disperpusip\_sidoarjo sudah bisa menjadi sumber referensi dan tempat pencarian informasi yang lengkap seputar Perpustakaan Sidoarjo.

# Daftar Pustaka

- APJII, A. P. J. I. (2022). Profil Internet Indonesia 2022. In *Apji.or.Od* (Issue June). [apji.or.id](http://apji.or.id)
- Chyntia, P., & Rahmadanita, S. (2021). Pengaruh Konten Instagram Story Dan Persepsi Manfaat Terhadap Kepercayaan Zodiak ( Studi Kasus Pengikut Instagram the Effect Instagram Story Content and Perception of Usefulness To Zodiac Beliefs ( Case Study on Instagram Followers. *MEDIALOG : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(1), 178–185.
- Effendi, M. W., Hendra, Y., & Matondang, A. (2019). Persepsi Masyarakat tentang Citra Pemerintah Kota Medan Melalui Akun Media Sosial Instagram @humas\_pemkomedan. *Perspektif*, 8(1), 20. <https://doi.org/10.31289/perspektif.v8i1.2541>
- Insanni, I., & Febriana, P. (2022). Analisis Persepsi Pada Followers Akun @coffeeinseeker Sebagai Sumber Informasi Tentang Coffee Shop. *Jurnal Spektrum Komunikasi*, 10(2), 148–159. <https://doi.org/10.37826/spektrum.v10i2.240>
- Keliwar, S., & Nurcahyo, A. (2015). Jurnal Manajemen Resort dan Leisure Vol. 12, No. 2, Oktober 2015 Motivasi Dan Persepsi Pengunjung Terhadap Obyek Wisata Desa Budaya Pampang Di Samarinda. *Jurnal Manajemen Resort*, 12(2), 10–27.
- Mainanda, R. (2021). *Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Promosi Hotel Di Kota Pekanbaru ( Studi Akun Instagram @ Mitrahotelpku )*.
- Mulyana, D. (2005). *Ilmu Komunikasi : Suatu Pengantar* (Cet. 2). PT. Remaja Rosdakarya.
- G. Garaika and W. Feriyan, “Promosi Dan Pengaruhnya Terhadap Terhadap Animo Calon Mahasiswa Baru Dalam Memilih Perguruan Tinggi Swasta,” *J. Aktual*, vol. 16, no. 1, p. 21, 2019, doi: 10.47232/aktual.v16i1.3.

- Purwa, N. D., & Suksmawati, H. (2022). Persepsi Generasi Milenial Terhadap Hari Belanja Online Nasional Pada E-Commerce Shopee. *Expose: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(1), 16. <https://doi.org/10.33021/exp.v5i1.3533>
- Rakhmat, J. (2018). *PSIKOLOGI KOMUNIKASI EDISI REVISI* (1st ed.).
- Rizaty, M. A. (2022). *Pengguna Instagram Indonesia Terbesar Keempat di Dunia*. <https://dataindonesia.id/Digital/detail/pengguna-instagram-indonesia-terbesar-keempat-di-dunia>
- Sahafaruddin, R. D. (2013). UPT . PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS TANJUNGPURA Scholar Perception of Library Tanjungpura University. *Jurnal Tesis PMIS-UNTAN-PSS-2013*, 1–12.
- Sugiyono. (2017). *METODE PENELITIAN kuantitatif, kualitatif, dan R&D* (26th ed.). Alfabeta.
- Utami, A. D., Farid, M., & Sonni, A. F. (2019). Persepsi Ibu Rumah Tangga terhadap Serial Drama Televisi Elif di SCTV (Riset Audiens di Kelurahan Caile Kabupaten Bulukumba). *Kareba: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8(1), 150–168.
- Widiastuti Niken, R., & Meiningsih, S. (2018). *Memaksimalkan Penggunaan Media Sosial Dalam Lembaga Pemerintah* (A. Syarifuddin, N. Hutahaean Oscario, D. Fajar Sejati, & H. Riswan (eds.); cetakan 1). Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik, Kementerian Komunikasi dan Informatika. <https://indonesiabaik.id/ebook/memaksimalkan-penggunaan-media-sosial-dalam-lembaga-pemerintah>
- T. P. Pangaribuan, “Pengaruh Kredibilitas Vanesha Prescilla Sebagai Celebrity Endorser Terhadap Proses Persepsi Konsumen Atas Merek Oppo,” pp. 1–125, 2021.
- N. Achidah, M. M. Warso, and L. B. Hasiolan, “Pengaruh promosi, harga dan desain terhadap keputusan pembelian sepeda motor Mio GT,” *J. Manage.*, vol. 2, no. 2, pp. 1–17, 2016.

UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
SIDOARJO



TERIMA KASIH 😊



**TERIMA KASIH 😊**