

Penggunaan media sosial sebagai sarana promosi oleh Perpustakaan Nasional RI = Social media use as promotion tool by National Library of Indonesia

Eka Cahyani, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20476005&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Penggunaan media sosial semakin marak akhir-akhir ini karena tidak hanya digunakan oleh pribadi tetapi juga organisasi dengan tujuan lebih dari sekedar komunikasi. Tesis ini membahas bagaimana Perpustakaan Nasional RI mengelola dan menggunakan media sosial sebagai sarana promosi. Penelitian deskriptif ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Data diperoleh dari wawancara yang menggunakan teknik snowball sampling, observasi dan analisis dokumen. Wawancara terhadap admin akun media sosial Perpustakaan Nasional RI dan analisis dokumen peraturan untuk mengidentifikasi pengelolaan media sosial di Perpustakaan Nasional RI. Sedangkan, data yang diperoleh dari observasi terhadap posting Perpustakaan Nasional RI pada akun media sosialnya digunakan untuk menganalisis penggunaan media sosial sebagai sarana promosi oleh Perpustakaan Nasional RI. Hasil penelitian menunjukkan Perpustakaan Nasional RI menyadari pentingnya promosi melalui media sosial tetapi cenderung fokus pada target posting dalam hal perencanaan, ditemukan beberapa kendala dalam pengelolaan media sosial dan masih kurangnya evaluasi terhadap kegiatan tersebut. Perpustakaan Nasional RI menggunakan Facebook, Twitter dan YouTube untuk mempromosikan koleksi, layanan dan kegiatannya. Selain itu, media sosial dapat juga berfungsi sebagai customer service, dimana audience dapat menyampaikan pertanyaan dan keluhan untuk ditanggapi oleh Perpustakaan Nasional RI. Dengan demikian, pernyataan audience melalui media sosial dan respon audience terhadap posting Perpustakaan Nasional RI dapat dijadikan landasan untuk perbaikan dalam hal layanan dan pemenuhan kebutuhan informasi pemustaka. Oleh karena itu, Perpustakaan Nasional RI perlu menerbitkan pedoman tertulis, mengikutsertakan admin dalam pelatihan pengelolaan media sosial, menambah sumber daya manusia dan fasilitas penunjang agar penggunaan media sosial lebih optimal.

ABSTRACT

Social media use is ubiquitous recently because they are not only used by individuals but also organizations for the purpose of more than a mere communication. This thesis discusses how National Library of Indonesia manages and uses social media as promotion tool. This descriptive research uses qualitative approach and case study method. Data are obtained from interviews using snowball sampling, observation and document analysis. Interviews with administrators of National Library of Indonesia's social media and regulatory document analysis are intended to identify social media management at National Library of Indonesia. Meanwhile, data obtained from observation on National Library of Indonesia's postings on its social media accounts are used to analyze social media use as promotion tool by National Library of Indonesia. The results of this research show that National Library of Indonesia is aware of the importance of promotion via social media but tends to focus on posting target in terms of planning, there are some obstacles in managing social media and there is lack of evaluation on the activity. National Library of Indonesia uses Facebook, Twitter and YouTube to promote its collections, services and events. In addition,

social media can serve as customer service, in which library users can ask questions and express complaints to be responded by National Library of Indonesia. Thus, audiences' expression via social media and audiences' responses towards National Library of Indonesia's postings can be considered as basis for improvement in services and in fulfilling library users' information needs. Therefore, National Library of Indonesia should issue written guidelines, attend training on social media management and add more administrators as well as supporting facilities in order to use social media in a more optimal manner.