

## **Penggunaan Instagram untuk Branding: Studi Kasus di Dua Perpustakaan Perguruan Tinggi PTNBH = Instagram Usage for Branding: Case Study in Two State Universities with Legal Entity Status (PTNBH) Academic Libraries**

Moethia Anggraeni, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920549236&lokasi=lokal>

---

### **Abstrak**

Perpustakaan perguruan tinggi memiliki target audience anak muda yang saat ini menjadi mahasiswa perguruan tinggi dengan kisaran usia 18-34 tahun. Mereka adalah pengguna media sosial Instagram tertinggi yang membuat perpustakaan perguruan tinggi perlu berkegiatan dan melakukan promosi di media sosial Instagram. Saat ini memang sudah ada kesadaran untuk perpustakaan perguruan tinggi dalam memanfaatkan Instagram untuk mempromosikan perpustakaan mereka. Namun, media sosial ini hanya dijadikan media untuk publikasi informasi saja tanpa memperhatikan branding yang ingin ditampilkan oleh perpustakaan perguruan tinggi tersebut. Maka dari itu, penelitian ini akan mengidentifikasi dan menganalisis strategi konten digital Instagram @ui\_library dan @perpustakaan\_ugm serta implementasinya dalam memperkuat branding Perpustakaan UI dan Perpustakaan UGM. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan metode pengambilan data berupa analisis konten Instagram Perpustakaan UI dan Perpustakaan UGM serta wawancara pengambil keputusan dan pengelola media sosial. Hasil dari penelitian ini adalah Perpustakaan UI dan Perpustakaan UGM telah menjalankan branding sesuai dengan brand identity mereka, yaitu visi, misi dan tujuan organisasi. Sejalan dengan brand identity dan brand personality yang ditampilkan oleh Perpustakaan UI dan Perpustakaan UGM di Instagram, brand image yang ditangkap oleh pengguna dan disampaikan pada bagian komentar lebih banyak terkait akses pada Perpustakaan UI dan pemanfaatan ruang serta layanan di Perpustakaan UGM.

.....University libraries have a target audience of young people who are currently university students with an age range of 18-34 years. They are the highest users of Instagram which makes university libraries need to promote their libraries on Instagram. Currently, there is awareness for university libraries to use Instagram to promote their libraries. However, this social media is only used as a medium for publishing information without paying attention to the branding that the university library wants to display. Therefore, this research will identify and analyze the digital content strategy of Instagram @ui\_library and @perpustakaan\_ugm and its implementation in strengthening the branding of the UI Library and UGM Library. This research uses qualitative methods with data collection methods in the form of Instagram content analysis of the UI Library and UGM Library as well as interviews with decision makers and social media managers. The results of this research are that the UI Library and UGM Library have carried out branding in accordance with their brand identity, namely the vision, mission and goals of the organization. In line with the brand identity and brand personality diform UI Library and UGM Library on Instagram, the brand image captured by users and conveyed in the comments section is more related to access to the UI Library and the use of space and services at the UGM Library.