

## **Pemanfaatan Facebook sebagai Media Promosi di Kantor Perpustakaan dan Arsip Daerah Kabupaten Semarang**

**Hardian Anjar Budiyo, Endang Fatmawati**

*Program Studi Ilmu Perpustakaan, Fakultas Ilmu Budaya, Universitas  
Diponegoro Semarang*

### **Abstrak**

*Penelitian ini bertujuan mengetahui pemanfaatan Facebook sebagai media promosi Kantor Perpustakaan dan Arsip Daerah Kabupaten Semarang. Nama akun Facebook tersebut adalah Buletin Pustaka. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, observasi langsung, studi literatur, dan dokumentasi. Pemilihan informan dilakukan dengan teknik purposive sampling berdasarkan kriteria-kriteria yang telah ditetapkan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan Facebook sebagai media promosi di Kantor Perpustakaan dan Arsip Daerah Kabupaten Semarang cukup efektif. Hal ini bisa dilihat dari banyaknya respon positif dari pemustaka atau teman Facebook terhadap keberadaan Facebook Buletin Pustaka dan informasi-informasi yang ada di dalamnya. Keberadaan Facebook telah memberikan kemudahan akses informasi bagi pemustaka atau teman Facebook. Selain itu, Facebook juga bermanfaat bagi pemustaka atau teman Facebook untuk berinteraksi atau berkomunikasi dengan pemustaka, begitupun sebaliknya. Hendaknya Facebook Buletin Pustaka dapat dijadikan media resmi Kantor Perpustakaan dan Arsip Daerah Kabupaten Semarang karena bermanfaat dalam menunjang kegiatan promosi di instansi tersebut. Meskipun cukup efektif, pemanfaatan Facebook sebagai media promosi perlu ditingkatkan lagi. Salah satu caranya dengan memanfaatkan berbagai menu Facebook yang tersedia. Masih banyak menu Facebook yang belum dimanfaatkan untuk kegiatan promosi. Admin harus lebih sering memperbarui informasi-informasi tentang Kantor Perpustakaan dan Arsip Daerah Kabupaten Semarang. Misalnya, layanan, kegiatan,*

*koleksi, dan terbitan yang dimiliki. Selain itu, admin dapat mengubah bentuk akun Facebook Buletin Pustaka menjadi sebuah grup atau pages Facebook sehingga komunikasi yang terjadi tidak hanya antara admin (pustakawan) dengan pemustaka atau teman Facebook, tetapi juga antar pemustaka. Penelitian ini dapat dilakukan dengan metode lain, seperti studi komparatif atau studi korelatif. Penelitian ini bisa juga dikaji dari aspek lain, misalnya komunikasi.*

**Kata kunci:** *Facebook, Promosi, Perpustakaan dan Arsip Daerah Kabupaten Semarang.*

### **Abstract**

*This research aims to find out the utilization of Facebook as a promotional media Office of Library and Archives Semarang Regency. Facebook account name is Buletin Pustaka. This research uses a qualitative approach with case study method. Collecting data is done by interviews, direct observation, literature studies, and documentation. The selection of informants was done by using purposive sampling based on criteria established. The results showed that utilization of Facebook as a promotional media Office of Library and Archives Semarang Regency quite effective. This can be seen from the many positive responses from users or Facebook friends against the existence of Facebook Buletin Pustaka and the information contained within it. The existence of Facebook has given easy access to information for users or Facebook friends. In addition, Facebook is also beneficial for users or Facebook friends to interact or communicate with librarian, as well otherwise. Facebook Buletin Pustaka can be used as the official media Office of Library and Archives Semarang Regency as beneficial in supporting promotional activities in the institution. Although quite effective, the utilization of Facebook as a media promotion needs to be increased again. One of them uses a variety of menus Facebook available. Still many menu Facebook that have not been utilized for promotional activities. Admin should be more frequently update the information about the Office of Library and Archives Semarang Regency. For example, services, activities, collections, and publications owned. In addition, admin can change the account up to a group or Facebook pages so that communication occurs not only between admin (librarians) with users or Facebook friends, but also between users. This research can be done with other methods, such as comparative studies or correlative studies. This research can also be studied from other aspects, such as communication.*

**Keywords:** *Facebook, Promotional, Office of Library and Archives Semarang Regency.*

## Pendahuluan

Teknologi informasi dan komunikasi telah berkembang secara pesat. Banyak media yang memberikan kemudahan untuk berkomunikasi dan bertukar informasi, salah satunya *internet*. *Internet* memberikan kemudahan dalam berkomunikasi dan bertukar informasi. Penyebaran informasi menjadi lebih mudah dan cepat melalui *internet*.

Kemunculan *internet* telah mendorong terciptanya *web 2.0*. *Web 2.0* merupakan teknologi *web* yang menyatukan teknologi-teknologi yang dimiliki dalam membangun *web*. Kemudahan interaksi antara *user* dengan sistem merupakan tujuan dibangunnya teknologi *web 2.0*.

Teknologi *web 2.0* telah banyak dimanfaatkan oleh berbagai pihak, salah satunya perpustakaan. Melalui penggabungan antara konsep *web 2.0* dengan perpustakaan, maka munculah istilah *library 2.0*. Salah satu ciri dari *library 2.0* adalah terjadinya relasi interaktif, multiarah, dan partisipatif antara pemustaka dengan pustakawan. *Library 2.0* mensyaratkan adanya pustakawan gaul, mampu berinteraksi serta berkomunikasi dengan pemustaka dan pihak lain yang berkaitan dengan perpustakaan. Pustakawan juga harus gaul dalam hal pemanfaatan teknologi. Pustakawan harus aktif menjadi bagian dari jemaah situs jejaring sosial, seperti *Facebook*. Melalui *Facebook*, pustakawan dapat berkomunikasi dan berbagi informasi dengan pemustaka.

Kehadiran dan perkembangan teknologi informasi harus disikapi bijak oleh instansi atau organisasi yang bergerak di bidang informasi, seperti perpustakaan. Perpustakaan harus peka terhadap perkembangan teknologi informasi agar tidak tertinggal zaman. Perpustakaan harus jeli dalam melihat dan memanfaatkan peluang yang ada.

Maraknya penggunaan *Facebook* di dunia, khususnya di Indonesia telah menginspirasi salah seorang staf Kantor Perpustakaan dan Arsip Daerah Kabupaten Semarang untuk memanfaatkannya sebagai media promosi perpustakaan. Nama akun *Facebook* tersebut adalah Buletin Pustaka. Melalui pemanfaatan *Facebook*, diharapkan dapat memberikan akses informasi bagi pemustaka untuk mengetahui informasi tentang Perpustakaan dan Arsip Daerah Kabupaten Semarang.

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan, penulis tertarik untuk melakukan penelitian guna mengetahui pemanfaatan *Facebook* sebagai media promosi Kantor Perpustakaan dan Arsip Daerah Kabupaten Semarang. Untuk itulah, penulis mengambil judul "Pemanfaatan *Facebook* sebagai Media Promosi: Studi Kasus di Kantor Perpustakaan dan Arsip Daerah Kabupaten Semarang".

## **Web 2.0 dan Library 2.0**

“*Web* adalah suatu ruang informasi di mana sumber daya yang berguna diidentifikasi oleh pengenalan global yang disebut *Uniform Resource Identifier (URI)*” (Nugroho, 2011). Pada awal kemunculannya, *web* dikembangkan untuk pengaksesan informasi dan memiliki sifat yang sedikit interaktif. Generasi awal dari *web* ini dikenal dengan nama *web 1.0*. Sifat utama *web 1.0* adalah *read*, yaitu pengguna hanya sebagai pembaca (seperti membaca koran dalam *internet*). Keterbatasan *web 1.0* mengharuskan pengguna *internet* untuk mengunjungi *website* tersebut dan melihat satu per satu konten di dalamnya. Selain itu, aliran informasi dalam *web 1.0* hanya bersifat satu arah. Pengguna *internet* hanya bisa membaca tanpa bisa berkomentar atas konten dalam suatu *website*. Banyaknya kelemahan dan kekurangan dari *web 1.0* menjadi inspirasi muncul dan berkembangnya generasi ke-dua *web* yang dikenal dengan istilah *web 2.0*.

Perkembangan *web 2.0* ditandai dengan kemunculan layanan *internet* yang mengarah kepada perkembangan komunitas berbasis *web* yang lebih interaktif dan saling bekerja sama (Fatmawati, 2010: 4). Istilah *web 2.0* pertama kali dicetuskan oleh O’Reilly Media pada tahun 2003, dan dipopulerkan pada konferensi *web 2.0* pertama pada tahun 2004, kemudian dikenalkan oleh Michael E. Casey dalam *blog*nya yang bernama “*library crunch*”.

Sifat *web 2.0* adalah *read-write*. Selain membaca isi dari sebuah *web*, pengguna juga dapat menuliskan atau menambahkan isi dalam *web* tersebut. Pengguna dapat memiliki data pada situs *web 2.0* dan mengontrol data tersebut. *Web 2.0* memungkinkan pengguna *internet* dapat melihat konten suatu *website* tanpa harus berkunjung ke alamat situs yang bersangkutan.

Secara umum, *web 2.0* lebih canggih dan lebih banyak menawarkan berbagai fasilitas baru yang belum dimiliki oleh generasi sebelumnya. Jika *web 1.0* dikenal dengan paradigma situs *web*, surat elektronik (*email*), mesin pencari, dan penjelajahan *internet* (*surfing*), maka *web 2.0* merupakan *web* dengan sentuhan aspek interaksi yang lebih manusiawi. *Web 2.0* memfasilitasi manusia untuk lebih banyak melakukan percakapan, membangun jejaring, dan memberi ruang personal dan individual (Abram dalam Zuntriana).

Beberapa bentuk aplikatif *web 2.0* dapat dijumpai pada situs-situs seperti *wiki*, *blog*, jejaring sosial (*Facebook*, *Twitter*, *MySpace*, *Friendster*), *photo/music/file sharing* (*Flickr*, *YouTube*), *streaming*

*media*, dan kehidupan virtual, seperti *second life*. Berbagai situs tersebut mewakili semua kelebihan *web 2.0* yang interaktif, kolaboratif, dinamis, melibatkan banyak partisipan, dan multi arah (Zuntriana).

Saat ini, teknologi *web 2.0* telah banyak dimanfaatkan oleh berbagai pihak, salah satunya perpustakaan. Penerapan *web 2.0* di dalam perpustakaan tersebut dikenal dengan istilah *library 2.0*. "*Library 2.0* adalah aplikasi teknologi berbasis *web* yang interaktif, kolaboratif serta multimedia dalam koleksi dan layanan perpustakaan berbasis *web*" (Mannes, 2008). *Library 2.0* merupakan konsep baru yang menjelaskan bahwa pemustaka bukan hanya konsumen informasi, tapi juga mempunyai peran dalam memberikan, menyebarkan, dan memodifikasi informasi (Anjanappa, *et.al.* dalam Zuntriana). Pemustaka juga dapat berpartisipasi dalam pengusulan akuisisi bahan pustaka kepada perpustakaan. Semua jasa perpustakaan dikembangkan dengan meminta masukan dari pemakai (Sudarsono, 2008).

Perubahan-perubahan yang dibawa oleh *library 2.0* harus diimbangi dengan transformasi dalam diri pustakawan, yaitu peningkatan kapasitas, kompetensi, kecerdasan, dan perbaikan sikap. Pustakawan 2.0 harus memiliki kemauan untuk berbagi, bersahabat, gaul, mahir menulis, dan aktif dalam berbagai jejaring sosial, salah satunya *Facebook* (Irkham, 2009).

Menurut Abram dalam Zuntriana, ada prasyarat-prasyarat untuk menjadi seorang pustakawan 2.0, yaitu: 1) memahami berbagai manfaat yang ditawarkan oleh *web 2.0*; 2) mau mempelajari alat dan perangkat utama *web 2.0* dan *library 2.0*; 3) mampu memadukan format koleksi digital dan tercetak; 4) mampu mengakses informasi dalam berbagai format; 5) mampu menggunakan informasi nontekstual, seperti gambar, suara, citra bergerak; 6) menggunakan dan mengembangkan jejaring sosial (*Facebook, Twitter, MySpace, Friendster*, dan lainnya) untuk memperoleh manfaat maksimal; 7) mampu berkomunikasi dengan orang lain melalui beragam teknologi, seperti telepon, *Skype, IM, SMS, texting, email*, referensi virtual, dan sebagainya.

## **Promosi Perpustakaan**

Aktivitas promosi tidak terlepas dari aktivitas pemasaran (*marketing*), karena promosi merupakan salah satu unsur dalam pemasaran. Menurut Kotler *et.al.* (1999: 10), "*marketing is a social and managerial process by which individuals and groups obtain what they need and want through creating and exchanging products and value*

*with others*". Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial di mana melalui proses ini, individu dan kelompok berusaha memenuhi kebutuhan hidup dan menukarkan produk serta nilai dengan individu atau kelompok lainnya.

Pemasaran merupakan suatu interaksi yang berusaha menciptakan hubungan pertukaran (Swastha, 1984: 11). Tujuan pemasaran adalah memberi kemungkinan, memudahkan dan mendorong adanya pertukaran.

Ada beberapa unsur atau elemen penting dalam pemasaran. Unsur atau elemen tersebut dikenal dengan bauran pemasaran (*marketing mix*) yang terdiri atas: 1) produk (*product*), yaitu barang atau jasa yang dapat ditawarkan untuk memuaskan kebutuhan konsumen; 2) harga (*price*), yaitu biaya yang harus dibayar konsumen untuk mendapatkan suatu produk; 3) tempat (*place*) atau lokasi berlangsungnya proses produksi dan penyaluran barang dan jasa kepada konsumen; 4) promosi (*promotion*), yaitu kegiatan mengkomunikasikan produk atau jasa dan manfaatnya bagi konsumen serta membujuk mereka untuk membelinya (Kotler, *et.al.*, 1999: 110). Dari penjelasan tersebut, dapat disimpulkan bahwa promosi merupakan salah satu bagian penting dalam proses pemasaran.

Ada berbagai definisi tentang promosi, salah satunya adalah menurut Swastha (1984: 237) yang mendefinisikan promosi sebagai arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran. Sementara itu, Qalyubi, dkk. (2003) berpendapat bahwa promosi merupakan usaha untuk memajukan dan meningkatkan popularitas barang yang akan dijual. Promosi adalah usaha untuk membujuk calon pembeli agar menerima produk, pelayanan, atau ide yang dipromosikan.

Ada beberapa unsur atau elemen penting dalam promosi yang disebut dengan bauran promosi (*promotion mix*). Bauran promosi adalah perpaduan khusus antara periklanan (*advertising*), penjualan personal (*personal selling*), promosi penjualan (*sales promotion*), hubungan masyarakat (*public relation*) dan pemasaran langsung (*direct marketing*) yang digunakan perusahaan untuk meraih tujuan iklan dan pemasarannya (Kotler dan Armstrong, 2001: 112).

Dalam perpustakaan, kegiatan promosi sangatlah penting untuk memperkenalkan produk atau jasa yang dimiliki sehingga dapat diketahui dan dimanfaatkan oleh pemustaka. Menurut Sutarno (2008), "promosi perpustakaan adalah suatu kegiatan memasyarakatkan dan

mensosialisasikan perpustakaan melalui media elektronik langsung atau tidak langsung, tatap muka agar orang tahu dan tertarik ke perpustakaan.” Promosi perpustakaan merupakan forum pertukaran informasi antara perpustakaan dengan pemustaka tentang produk atau jasa yang disediakan perpustakaan. Hasil dari promosi perpustakaan adalah tumbuhnya kesadaran dan adanya tindakan untuk memanfaatkan layanan perpustakaan (Qalyubi, dkk., 2003: 260).

Menurut Murtiningsih (2011: 6-7), promosi perpustakaan bertujuan untuk: 1) mengenalkan kepada masyarakat tentang kegiatan, fasilitas, tujuan, dan fungsi perpustakaan; 2) mendorong masyarakat untuk berkunjung dan memanfaatkan perpustakaan; 3) meningkatkan layanan perpustakaan; 4) meningkatkan minat baca masyarakat (*reading interest*) menjadi budaya membaca (*reading habit*) dan mendidik belajar sepanjang masa (*long life education*).

Agar promosi perpustakaan berjalan lancar dan mencapai tujuan yang diharapkan, maka perlu adanya strategi. Ada beberapa strategi dalam promosi perpustakaan, antara lain menetapkan tujuan promosi, menentukan sasaran promosi (dalam hal ini adalah pemustaka), merancang pesan yang akan disampaikan, memilih media yang sesuai dengan dana yang dimiliki dan dapat menjangkau sasaran promosi, melakukan evaluasi kegiatan promosi yang telah dilakukan (Murtiningsih 2011: 9-11).

Promosi perpustakaan dapat dilakukan dengan berbagai cara, seperti pameran perpustakaan, pembagian brosur kepada pemustaka, penempelan poster, pemajangan bahan pustaka di meja atau lemari display, melakukan bimbingan pemakai bagi pemustaka, membuat pembatas buku, mengadakan seminar tentang perpustakaan, perpustakaan keliling, dan promosi di *internet* melalui *web*, *blog*, dan jejaring sosial seperti *Facebook* (Murtiningsih, 2011: 13-24).

## Metode Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif. “Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian secara holistik atau utuh menggunakan deskripsi kata-kata dan bahasa pada suatu konteks khusus yang alamiah dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah” (Moleong, 2007: 6). Penelitian kualitatif bertujuan memahami situasi sosial, peristiwa, peran, interaksi, dan kelompok (Patilima, 2011: 61). Hal tersebut sesuai dengan penelitian ini yang berusaha memperoleh

gambaran secara jelas dan utuh mengenai pemanfaatan *Facebook* sebagai media promosi Kantor Perpustakaan dan Arsip Daerah Kabupaten Semarang.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus, yaitu kajian mendalam tentang peristiwa, lingkungan, dan situasi tertentu yang memungkinkan memahami suatu hal (Sulistyo-Basuki, 2006: 113). Studi kasus merupakan tipe pendekatan dalam penelitian yang penelaahannya kepada suatu kasus dilakukan secara intensif, mendalam, mendetail, dan komprehensif. Studi kasus sangat cocok digunakan untuk menjawab pertanyaan suatu penelitian berkenaan dengan “bagaimana?” atau “mengapa?” Yin (1996: 1). Hal ini sesuai dengan permasalahan dalam penelitian ini yang berusaha mencari tahu tentang “Bagaimana pemanfaatan *Facebook* sebagai media promosi Kantor Perpustakaan dan Arsip Daerah Kabupaten Semarang?” Untuk itulah, penelitian ini menggunakan metode studi kasus.

Mooney dalam Mudjiyanto (2009: 161) mengemukakan bahwa studi kasus dapat dibedakan menjadi tiga jenis model berdasarkan pengkajiannya, yaitu eksploratif (menelaah fenomena yang diteliti), deskriptif (menggambarkan fenomena yang diteliti), eksplanatif (menjelaskan sebab-akibat fenomena yang diteliti). Dalam penelitian ini, model studi kasus yang digunakan adalah deskriptif, yang menerangkan pemanfaatan *Facebook* sebagai media promosi Kantor Perpustakaan dan Arsip Daerah Kabupaten Semarang.

Variabel yang digunakan adalah variabel bebas (*independent variable*) dan variabel terikat (*dependent variable*). Variabel bebas dalam penelitian ini adalah pemanfaatan *Facebook* yang didasarkan pada indikator: 1) pemanfaatan *Facebook* sebagai media promosi; 2) kemudahan akses informasi; 3) interaksi antara pustakawan dengan pemustaka. Sementara itu, variabel terikat dalam penelitian ini adalah *Facebook* Buletin Pustaka.

Informan dalam penelitian ini berjumlah 5 orang, yaitu admin admin *Facebook* Buletin Pustaka, Kepala Kepala Kantor Perpustakaan dan Arsip Daerah Kabupaten Semarang, dan tiga teman *Facebook* Buletin Pustaka. Pemilihan informan dilakukan dengan teknik *purposive sampling*, yaitu cara penentuan sampel (informan) yang ditetapkan secara sengaja atas dasar kriteria atau pertimbangan tertentu. Dalam penelitian ini, pemilihan informan didasarkan pada kriteria sebagai berikut: 1) mempunyai pengetahuan tentang pemanfaatan akun *Facebook* Buletin Pustaka; 2) mempunyai hubungan dengan akun *Facebook* Buletin Pustaka; 3) pengguna aktif *Facebook*; 4) mempunyai



pengetahuan tentang perpustakaan, khususnya promosi perpustakaan.

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara secara langsung (tatap muka) maupun *chatting* dan berkirim pesan melalui jejaring sosial *Facebook*, observasi langsung terhadap kegiatan promosi melalui *Facebook* Buletin Pustaka, studi literatur untuk memperoleh landasan teori yang sesuai guna memperkuat analisis data, dan dokumentasi melalui pengumpulan berbagai dokumen yang dimiliki Kantor Perpustakaan dan Arsip Daerah Kabupaten Semarang.

Dalam penelitian ini, analisis data dilakukan melalui lima tahap, yaitu:

1. **Transkrip Hasil Wawancara**  
Seluruh data hasil wawancara dituangkan dalam bentuk tulisan tanpa mengubah susunan kata atau kalimat dan bahasa yang disampaikan informan.
2. **Reduksi Data**  
Reduksi data merupakan bentuk analisis yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu, dan mengorganisasi data dengan cara sedemikian rupa sehingga kesimpulan akhir dapat diambil (Agusta, 2003: 10).
3. **Triangulasi**  
Merupakan proses cek dan recek antara suatu sumber data dengan sumber data lainnya.
4. **Penyajian Data**  
Penyajian data adalah kegiatan ketika sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan (Agusta, 2003: 10). Bentuk penyajian data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teks naratif.
5. **Penarikan Kesimpulan**  
Penarikan kesimpulan dilakukan dengan memperhatikan hasil penelitian yang telah disajikan dalam bentuk narasi. Penarikan kesimpulan merupakan tahap akhir dari kegiatan analisis data.

## **Hasil dan Pembahasan**

### *Pemanfaatan Facebook sebagai Media Promosi*

Pemanfaatan *Facebook* sebagai media promosi merupakan ide pribadi salah seorang staf perpustakaan (admin) yang ingin mempromosikan Buletin Pustaka sebagai terbitan Kantor Perpustakaan dan Arsip Daerah Kabupaten Semarang. Dia ingin agar masyarakat

mengetahui keberadaan Buletin Pustaka sehingga banyak orang yang berpartisipasi untuk menulis di Buletin Pustaka. Seiring berjalannya waktu, pemanfaatan *Facebook* tidak hanya sebagai media promosi Buletin Pustaka, namun juga promosi Kantor Perpustakaan dan Arsip Daerah Kabupaten Semarang. Berbagai informasi terbaru tentang Kantor Perpustakaan dan Arsip Daerah Kabupaten Semarang dipromosikan melalui jejaring sosial tersebut.

Berbagai respon positif muncul terhadap pemanfaatan *Facebook* Buletin Pustaka. Tidak hanya dari masyarakat selaku pemustaka, tapi juga Kepala Kantor Perpustakaan dan Arsip Daerah Kabupaten Semarang. Beliau mendukung sepenuhnya pemanfaatan *Facebook* Buletin Pustaka selama masih dalam batas wajar dan tidak lepas kontrol. Beliau melihat banyak sisi positif yang didapatkan dari pemanfaatan *Facebook* Buletin Pustaka.

Pemanfaatan *Facebook* Buletin Pustaka memberikan dampak positif bagi perkembangan Buletin Pustaka maupun Kantor Perpustakaan dan Arsip Daerah Kabupaten Semarang. Promosi yang dilakukan melalui *Facebook* Buletin Pustaka dirasa cukup efektif. Tingginya antusias dan partisipasi masyarakat untuk menulis merupakan salah bukti nyata keberhasilan promosi tersebut.

Informasi-informasi yang disampaikan melalui *Facebook* Buletin Pustaka tidak hanya ditampilkan dalam bentuk tulisan, melainkan juga dengan gambar *Facebook* atau ilustrasi. Hal tersebut dilakukan agar orang-orang tertarik dan percaya terhadap informasi yang disampaikan.

Minimnya SDM yang terlibat langsung dalam pemanfaatan *Facebook* sebagai media promosi merupakan kendala yang dihadapi selama ini. Seluruh aktivitas promosi melalui *Facebook* diserahkan sepenuhnya kepada admin.

### *Kemudahan Akses Informasi*

*Facebook* Buletin Pustaka telah memberikan kemudahan akses informasi bagi pemustaka atau teman *Facebook*. Mereka dapat mengetahui perkembangan Kantor Perpustakaan dan Arsip Daerah Kabupaten Semarang melalui *Facebook* Buletin Pustaka. Banyak informasi yang mereka dapatkan dari *Facebook* Buletin Pustaka, antara lain informasi kegiatan, layanan, buku-buku terbaru, dan prestasi Kantor Perpustakaan dan Arsip Daerah Kabupaten Semarang.

### *Interaksi antara Pustakawan dengan Pemustaka*

Pada dasarnya, *Facebook* merupakan situs jejaring sosial yang dapat menghubungkan para penggunanya satu sama lain. Dari hubungan tersebut, mereka dapat saling berinteraksi atau berkomunikasi satu sama lain. Begitu pula *Facebook* Buletin Pustaka yang dapat menghubungkan pustakawan dengan para pemustaka pemustaka (teman *Facebook* Buletin Pustaka) maupun sebaliknya. Tidak jarang di antara mereka saling berkomunikasi untuk sekedar berbagi informasi maupun berdiskusi.

### *Perkembangan Facebook Buletin Pustaka*

Para pemustaka atau teman *Facebook* berharap agar informasi di dalam *Facebook* Buletin Pustaka senantiasa diperbarui. Mereka berharap agar pemanfaatan *Facebook* Buletin Pustaka lebih kreatif, inovatif dan selalu *update*. Selain itu, mereka juga berharap agar informasi yang disampaikan lebih variatif, khususnya informasi tentang kegiatan, koleksi, terbitan, serta karya-karya lain dari Kantor Perpustakaan dan Arsip Daerah Kabupaten Semarang.

## **Simpulan**

Pemanfaatan *Facebook* Buletin Pustaka sebagai media promosi di Kantor Perpustakaan dan Arsip Daerah Kabupaten Semarang cukup efektif. Hal ini bisa dilihat dari banyaknya respon positif dari pemustaka atau teman *Facebook* terhadap keberadaan *Facebook* Buletin Pustaka dan informasi-informasi yang ada di dalamnya.

Melalui informasi yang dibagikan (*shared*) di *Facebook* Buletin Pustaka, pemustaka atau teman *Facebook* dapat mengetahui perkembangan terkini tentang Kantor Perpustakaan dan Arsip Daerah Kabupaten Semarang serta dunia perpustakaan. Mereka dapat mengetahui kegiatan-kegiatan yang telah dan atau akan diselenggarakan oleh Kantor Perpustakaan dan Arsip Daerah Kabupaten Semarang. Mereka juga dapat mengikuti perkembangan Buletin Pustaka melalui informasi yang dibagikan melalui *Facebook* Buletin Pustaka.

Keberadaan *Facebook* Buletin Pustaka telah memberikan kemudahan akses informasi bagi pemustaka atau teman *Facebook*. Banyak pula di antara mereka yang memanfaatkan *Facebook* Buletin Pustaka sebagai media interaksi atau komunikasi dengan pustakawan. Banyak hal yang dapat mereka tanyakan atau diskusikan dengan pustakawan.

Pemanfaatan tidak lepas dari permasalahan atau kendala. Beberapa kendalapun pernah dihadapi oleh admin *Facebook* Buletin Pustaka selaku pihak yang secara langsung terlibat dalam kegiatan promosi melalui *Facebook* Buletin Pustaka. Minimnya sumber daya manusia yang bersedia terlibat langsung dalam kegiatan promosi melalui *Facebook* Buletin Pustaka adalah salah satu kendala yang selama ini dihadapi.

Sebagai seorang *single fighter*, admin telah berusaha semaksimal mungkin dalam mengelola *Facebook* Buletin Pustaka. Sebenarnya, *password* dan *email Facebook* Buletin Pustaka telah diberitahukan ke beberapa pihak dari intern Kantor Perpustakaan dan Arsip Daerah Kabupaten Semarang. Hal tersebut sengaja dilakukan agar mereka dapat berpartisipasi langsung dalam kegiatan promosi melalui *Facebook* Buletin Pustaka. Namun, hingga saat ini harapan tersebut belum bisa terwujud. Mereka lebih senang menyerahkan sepenuhnya pengelolaan *Facebook* Buletin Pustaka kepada admin.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agusta, Ivanovich. 2003. "Teknik Pengumpulan dan Analisis Data Kualitatif". <<http://ivanagusta.files.wordpress.com/2009/04/ivan-pengumpulan-analisis-data-kualitatif.pdf>> [10 Mei 2012].
- Fatmawati, Endang. 2010. "Learning Commons dalam Perpspektif Perpustakaan 2.0". *IQRA' Jurnal Perpustakaan dan Informasi Perpustakaan IAIN Sumatera Utara*. Vol. 04 (1), 51-57. (Mei 2010).
- Irkham, Agus M. 2009. "Library 2.0: Generasi Kedua". <<http://indonesiabuku.com/?p=1069/>> [15 April 2012].
- Kotler, Philip, *et.al.* 1999. *Principles of Marketing: Second European Edition*. New Jersey: Prentice Hall Europe.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2001. *Prinsip-prinsip Pemasaran* (diterjemahkan oleh Damos Sihombing). Edisi 8. Jilid 2. Jakarta: Erlangga.
- Mannes, Jack M. 2008. "Teori Library 2.0: Web 2.0 dan Dampaknya terhadap Perpustakaan". *Visi Pustaka*. Vol. 10 (2) (Agustus 2008). <<http://www.pnri.go.id/MajalahOnlineAdd.aspx?id=87>> [3 Mei 2012].
- Moleong, Lexy J. 2007. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mudjiyanto, Bambang. 2009. "Studi Kasus Merupakan Salah Satu Pendekatan Kualitatif". *Jurnal Studi Komunikasi dan Media*. Vol. 13 (2), 155-168.

- Murtiningsih, Tri Wahyu Hari. 2011. "Promosi Perpustakaan". Makalah disampaikan pada Perkuliahan Pemasaran dan Promosi, Jurusan Ilmu Perpustakaan, Universitas Diponegoro.
- Nugroho, Nunus Dwi. 2011. "Pengertian *Web* 1.0, 2.0, dan 3.0". <<http://nunusdwinugroho.wordpress.com/2011/05/29/pengertian-web-1-0-2-0-dan-3-0/>> [11 April 2012].
- Patilima, Hamid. 2009. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Qalyubi, Shihabuddin, dkk. 2003. *Dasar-dasar Ilmu Perpustakaan dan Informasi*. Yogyakarta: Jurusan Ilmu Perpustakaan dan Informasi Fakultas Adab IAIN Sunan Kalijaga.
- Sudarsono, Blasius. 2008. "Perpustakaan Dua Titik Nol : Pengantar Pada Konsep *Library* 2.0 ". *Visi Pustaka*. Vol. 10 (2). (Agustus 2008). <<http://www.pnri.go.id/MajalahOnlineAdd.aspx?id=84> > [3 Mei 2012].
- Sulistyo-Basuki. 2006. *Metode Penelitian*. Jakarta: Wedatama Widya Sasra dan Fakultas Ilmu Pengetahuan Budaya Universitas Indonesia.
- Sutarno, N. S. 2008. *Kamus Perpustakaan dan Informasi*. Jakarta: Jala.
- Swastha, Basu. 1984. *Azas-azas Marketing*. Yogyakarta: Liberty.
- Yin, Robert K. 1996. *Studi Kasus: Desain dan Metode* (diterjemahkan oleh M. Djauzi Mudzakir). Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Zuntriana, Ari. "Peran Pustakawan di Era *Library* 2.0". <[http://www.pnri.go.id/iFileDownload.aspx?ID=Attachment\MajalahOnline\Ari\\_Zuntriana\\_PeranPustakawan.pdf](http://www.pnri.go.id/iFileDownload.aspx?ID=Attachment\MajalahOnline\Ari_Zuntriana_PeranPustakawan.pdf)> [3 Mei 2012].