

BAB I

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang Masalah

Perpustakaan Kementerian Kelautan dan Perikanan Republik Indonesia atau dikenal dengan *Archipelago Indonesia Marine Library* adalah perpustakaan pusat di Kementerian Kelautan dan Perikanan Republik Indonesia yang memiliki koleksi khusus mengenai kelautan dan perikanan dan memiliki tugas penting sebagai pemberi layanan perpustakaan kepada pemustaka eksternal dan pemustaka internal. *Archipelago* berasal dari kata 'Archive' dan 'Archipelago' yang bermakna tempat yang paling lengkap untuk menyimpan seluruh pustaka seputar kelautan dan perikanan di Indonesia yang merupakan salah satu negara kepulauan terbesar di dunia. *Archipelago* ini merupakan Perpustakaan Pembina dari 54 unit perpustakaan di lingkup Kementerian Kelautan dan Perikanan RI. Perpustakaan ini berdiri sejak tahun 2006. Telah berganti lokasi beberapa kali, saat ini *Archipelago* bertempat di Kementerian Kelautan dan Perikanan Gedung Mina Bahari IV tepatnya di Jl. Batu III No.1, RT.6/RW.1, Gambir, Kecamatan Gambir, Kota Jakarta Pusat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta.

Perpustakaan Kementerian Kelautan dan Perikanan ini didirikan dengan misi tertentu yang memiliki tujuan memenuhi berbagai kebutuhan informasi di lingkungannya, baik pelayanan maupun pengelolaan informasi bahan pustaka yang dijalankan untuk memberikan dukungan dalam mengembangkan dan meningkatkan tugas dan fungsi lembaga yang bersangkutan serta sumber daya manusianya. Sebagai dasar dalam berjalannya kinerja Perpustakaan Khusus dalam Kementerian dan untuk memberikan arah dalam pelaksanaan tugas unit Perpustakaan Khusus di lingkungan Kementerian secara profesional serta memberikan pelayanan informasi secara maksimal, telah ditetapkan Peraturan Menteri yaitu Permen KP No. 8 Tahun 2014 tentang Pedoman Penyelenggaraan Perpustakaan Khusus di Lingkungan Kementerian Kelautan Dan Perikanan. Berkaitan dengan tugas dan fungsi dari *Archipelago Indonesia Marine Library*, telah dijelaskan pada pasal 6 ayat (1) dan (2) pada Peraturan Menteri tersebut.

Koleksi yang tersedia di *Archivelago* sebagian besar merupakan koleksi terkait kelautan dan perikanan, diantaranya adalah konservasi pesisir dan pulau-pulau kecil, perikanan budidaya, perikanan tangkap, serta sumber daya kelautan dan perikanan. Jenis koleksi terdiri dari buku teks, jurnal, statistik, dan ensiklopedia, baik yang tercetak maupun digital. Selain itu, terdapat koleksi-koleksi lain mengenai subjek hukum, ekonomi, sosial-budaya dan subjek populer. Tidak hanya itu, perpustakaan ini juga memiliki koleksi populer dan koleksi anak yang mendukung visi, misi, dan program prioritas dari Kementerian Kelautan dan Perikanan. Berdasarkan data perpustakaan, jumlah keseluruhan koleksi adalah 7.845 judul dengan 11.651 eksemplar, terdiri dari koleksi *local content* yaitu publikasi yang diterbitkan oleh unit kerja atau pegawai KKP dan *non-local content* yang merupakan koleksi umum.

Termasuk dalam perpustakaan khusus, sasaran dari perpustakaan ini terbagi menjadi 2, internal dan eksternal. Sasaran internal yang dimaksud adalah seluruh komponen baik pimpinan, pegawai, pelajar maupun mahasiswa yang berada di bawah kementerian. Sasaran eksternal dari perpustakaan yaitu kementerian lain dan lembaga negara, lembaga atau organisasi non pemerintah, masyarakat kelautan dan perikanan, akademisi atau perguruan tinggi, serta masyarakat umum.

Terdapat berbagai fasilitas yang dapat dimanfaatkan untuk mendukung berjalannya tugas dan fungsi perpustakaan serta memberikan kenyamanan kepada pemustaka dalam penggunaan perpustakaan. Sarana dan prasarana yang tersedia di *Archivelago Indonesia Marine Library* antara lain adalah ruang baca yang dilengkapi akses area kafe, ruang diskusi/audio visual, *Wi-Fi* dan stopkontak yang terbuka untuk umum bagi yang ingin menggunakannya. Tidak hanya itu, perpustakaan juga menyediakan tempat penitipan tas/barang atau bisa disebut loker untuk menyimpan barang bawaan pemustaka selama pemustaka memasuki rak sirkulasi dan katalog *online* perpustakaan yang dapat dimanfaatkan untuk mencari koleksi yang tersedia di perpustakaan. Ruangan perpustakaan dirancang dengan berbagai hal yang menggambarkan tentang kelautan dan perikanan yang dominan berwarna biru dan segar untuk dilihat. Tata letak dibuat nyaman agar pemustaka tidak merasa bosan selama berada di area perpustakaan.

Layanan informasi yang diberikan oleh *Archivelago Indonesia Marine Library* kepada para pemustaka, seperti layanan referensi, layanan sirkulasi, layanan audio visual, layanan OPAC, dan layanan anak. Berbagai layanan tersebut diberikan secara *online* maupun *offline*. Layanan *offline* dapat diperoleh dengan berkunjung langsung di perpustakaan yang berada di Kementerian Kelautan dan Perikanan lantai 2 Gedung Mina Bahari (GMB) II. Selanjutnya layanan *online* dapat diakses melalui berbagai media sosial milik perpustakaan dan melalui email. Salah satu program unggulan *Archivelago Indonesia Marine Library* adalah penyediaan katalog *online*. Katalog tersebut berisi informasi mengenai buku tercetak dan buku digital yang dapat diakses menggunakan member ID.

Archivelago yang menyediakan berbagai koleksi, pelayanan, dan sarana prasarana ini perlu untuk dikenal oleh banyak pihak agar segala fasilitasnya dapat bermanfaat bagi banyak orang dan juga dapat memenuhi tugas dan fungsi perpustakaan sebagai penyedia informasi. Untuk mengenalkan diri kepada khalayak yang menjadi sasarannya, *Archivelago* melakukan promosi melalui *website*, *Facebook*, *Twitter*, dan *Instagram*. Hingga saat ini, promosi masih aktif dilakukan melalui 4 media tersebut, namun promosi yang dilakukan *Archivelago* ini lebih mendapatkan banyak perhatian melalui media *Instagram*. Akun *Instagram* resmi milik Perpustakaan Kementerian Kelautan dan Perikanan dengan nama @perpuskkp ini telah memiliki pengikut sebanyak 2.962 pengikut dengan jumlah unggahan sebanyak 718 unggahan berupa foto dan video. Akun *Instagram* tersebut dapat dikatakan sebagai akun aktif karena perpustakaan terus memperbarui informasi melalui *Instagram* setiap harinya, bahkan perpustakaan juga memanfaatkan fitur *Instagram story* yang dapat dilihat selama 24 jam. Kegiatan promosi oleh *Archivelago* ini mengunggah berbagai kegiatan yang dilaksanakannya, memperkenalkan koleksi-koleksinya, layanan yang disediakan, dan berbagai fasilitas yang dapat digunakan oleh pemustaka. Terdapat juga beberapa unggahan yang berkaitan dengan informasi kelautan dan perikanan Indonesia. Selain itu, perpustakaan juga mengunggah berbagai tutorial, seperti cara menuju *Archivelago*, cara mendaftar menjadi anggota, cara mengakses koleksi digital, dan banyak lainnya. Unggahan *Instagram* didesain dengan *template* dan

nuansa yang sama untuk menarik perhatian pemustaka, sehingga pemustaka dapat mengetahui *Archivelago* hingga muncul minat berkunjung ke *Archivelago* secara langsung.

Berdasarkan Permen KP No. 8 Tahun 2014 tentang Pedoman Penyelenggaraan Perpustakaan Khusus di Lingkungan Kementerian Kelautan Dan Perikanan pasal 20 menyatakan bahwa promosi perpustakaan merupakan upaya untuk memberitahukan atau menawarkan produk atau jasa perpustakaan dengan tujuan menarik calon pemustaka untuk datang ke perpustakaan atau menggunakan jasa perpustakaan. Promosi adalah proses komunikasi yang dilakukan untuk menginformasikan hal-hal istimewa pada suatu produk atau jasa, mempersuasi seseorang untuk melakukan pembelian, dan memberitahukan mengenai keberadaan produk atau jasa tersebut (Yolanda dan Wijanarko 2018). Produk yang dimaksud adalah segala koleksi milik perpustakaan. Promosi dilakukan untuk mengenalkan produk atau jasa yang dimilikinya kepada pemustaka. Dampak dari tidak adanya kegiatan promosi perpustakaan memungkinkan kurangnya pemanfaatan dari koleksi dan layanan perpustakaan.

Promosi dapat dilakukan melalui berbagai cara, mulai dari promosi secara langsung dengan pemustaka atau melalui media yang tersedia. Seiring perkembangan zaman, semakin banyak promosi yang dilakukan melalui media di internet. Menurut laporan *We Are Social*, pada Januari 2023 penduduk Indonesia yang menggunakan internet mencapai 212,9 juta atau sekitar 77% dari jumlah populasi Indonesia. Jumlah tersebut 3,85% lebih tinggi jika dibandingkan dengan Januari 2022 yang menunjukkan pengguna internet di Indonesia yaitu sebanyak 205 juta jiwa (DataIndonesia.id 2023a). Dari 212,9 juta penduduk Indonesia yang menggunakan internet, sebanyak 167 juta orang tercatat aktif menggunakan media sosial pada Januari 2023 atau setara dengan 60,4% dari populasi Indonesia (DataIndonesia.id 2023b). Selanjutnya berdasarkan data pada Januari 2023, pengguna *Instagram* Indonesia tercatat sebanyak 89,15 juta jiwa yang menjadikan Indonesia berada pada posisi keempat pengguna *Instagram* terbanyak di dunia (DataIndonesia.id 2023c).

Data tersebut menunjukkan bahwa banyak peluang untuk melakukan promosi melalui media *Instagram*, termasuk juga promosi perpustakaan. Salah satunya adalah *Archivelago Indonesia Marine Library* yang mempromosikan perpustakaan melalui media *Instagram* dengan nama @perpuskkp. *Archivelago* secara konsisten dan aktif melakukan promosi melalui *Instagram* dengan menampilkan teks informasi, gambar, serta video dengan frekuensi 3x selama satu minggu. Diantara media promosi *Archivelago* lainnya, pengguna *Instagram* menunjukkan tanggapan yang baik dilihat dari jumlah pengikut sebanyak 2.962 pengguna, lebih dari 100 dalam jumlah *likes* pada setiap unggahan, dan respon pemustaka pada kolom komentar (data dapat dilihat pada lampiran). Perpustakaan ini juga sangat memperhatikan interaksi dengan pemustaka melalui media *Instagram* baik melalui kolom komentar maupun fitur *direct message* (DM). Berdasarkan pernyataan yang telah diuraikan, terdapat ketertarikan untuk mengetahui strategi promosi perpustakaan melalui media *Instagram* yang dilakukan Perpustakaan Kementerian Kelautan dan Perikanan RI, dengan judul “Strategi Promosi Perpustakaan Kementerian Kelautan dan Perikanan Republik Indonesia melalui Media *Instagram* @perpuskkp”

Terdapat penelitian terdahulu yang meneliti mengenai promosi perpustakaan melalui media *Instagram*. Penelitian Faisal dan Rohmiyati (2017) yang membahas mengenai kegiatan promosi Perpustakaan Provinsi Jawa Tengah melalui *Instagram* dilihat dari unsur bauran promosi. Hasil penelitiannya yaitu Perpustakaan Provinsi Jawa Tengah telah memenuhi semua unsur bauran promosi. Periklanan dilakukan untuk menyampaikan berbagai informasi dan menjaga citra perpustakaan, hubungan masyarakat dijalankan melalui penyampaian berita terbaru mengenai kegiatan perpustakaan, promosi penjualan dilaksanakan melalui pemberian insentif bagi pengikut akun *Instagram* perpustakaan, penjualan personal dilakukan dengan menjaga hubungan yang baik dengan masyarakat terutama *followers Instagram*, dan pemasaran langsung dilaksanakan melalui pemberian respon pemustaka melalui akun *Instagram*. Selanjutnya penelitian Hariyah dan Triyanto (2018) mengenai promosi perpustakaan melalui media sosial *Facebook*, *Twitter*, dan *Instagram* menggunakan metode observasi partisipan. Promosi yang dilakukan

melalui media sosial yaitu mempromosikan layanan dan kegiatan perpustakaan, seperti pameran yang diikuti, promosi koleksi, serta informasi lainnya terkait perpustakaan. Promosi melalui media sosial yang dilaksanakan, terutama dalam mendukung pelaksanaan 2 (dua) pameran menunjukkan peningkatan jumlah kunjungan ke *stand* perpustakaan daripada pameran sebelumnya. Penelitian-penelitian tersebut memiliki kaitan dengan penelitian ini yaitu meneliti mengenai promosi perpustakaan melalui *Instagram*, sehingga dapat dijadikan sebagai dasar penelitian. Terdapat celah yang belum diteliti dalam penelitian tersebut yaitu mengenai strategi promosi, sehingga pembaruan penelitian ini dari penelitian tersebut yaitu meneliti strategi promosi perpustakaan melalui media *Instagram*.

Terdapat juga penelitian Nur Fatimah (2019) yang mendeskripsikan promosi *Pustakalana Children's Library* melalui *Instagram* dilihat dari aspek *the anchor*, *the offer*, *the visual curator*, dan *chemical x*. Hasil penelitiannya yaitu strategi promosi *Pustakalana Children's Library* pada *Instagram* melalui pelaksanaan aspek *the anchor* dengan dimilikinya tujuan, sasaran, dan *username Instagram* dengan deskripsi profil sesuai *branding*, pelaksanaan aspek *the visual curator* yaitu memiliki strategi sendiri dalam membuat konten dan kurator visual, pelaksanaan aspek *the offer* yaitu melakukan promosi terhadap akun *Instagram* melalui *Instagram* sendiri maupun media lain, serta aspek *chemical x* atau faktor lain yang berkaitan dengan alasan pemustaka mengikuti *Instagram Pustakalana* yaitu untuk mengetahui informasi pembelajaran perilaku *operant conditioning* yang diterapkan *Pustakalana*. Penelitian tersebut juga meneliti mengenai strategi promosi perpustakaan melalui media *Instagram*, sehingga penelitian tersebut menjadi dasar bagi peneliti untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan kondisi terbaru. Hal tersebut menjadi alasan untuk mengetahui strategi promosi Perpustakaan Kementerian Kelautan dan Perikanan melalui media *Instagram @perpuskkp*, sehingga strategi perpustakaan dalam melakukan kegiatan promosi melalui media *Instagram* dapat diketahui.

Berdasarkan beberapa penelitian terdahulu yang telah dilakukan sebelumnya, penelitian ini menjadi pembaruan dari penelitian sebelumnya dengan sudut pandang

teori yang berbeda. Selain itu, penelitian ini dilakukan dengan lokasi, subjek dan objek penelitian yang berbeda dengan penelitian sebelumnya.

1.2.Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan di atas, masalah yang dapat dirumuskan yaitu: “Bagaimana strategi promosi Perpustakaan Kementerian Kelautan dan Perikanan RI melalui media *Instagram* @perpuskkp?”

1.3.Fokus Penelitian

1. Bagaimana tahap identifikasi pelanggan sasaran yang dilakukan Perpustakaan Kementerian Kelautan dan Perikanan RI untuk melakukan promosi melalui *Instagram*?
2. Bagaimana proses penentuan tujuan komunikasi yang dilakukan untuk promosi Perpustakaan Kementerian Kelautan dan Perikanan RI melalui *Instagram*?
3. Bagaimana proses perancangan penyampaian informasi yang dilakukan untuk promosi Perpustakaan Kementerian Kelautan dan Perikanan RI melalui *Instagram*?
4. Bagaimana proses pemilihan saluran komunikasi yang dilakukan untuk promosi Perpustakaan Kementerian Kelautan dan Perikanan RI melalui *Instagram*?

1.4.Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui tahap identifikasi pelanggan sasaran yang dilakukan Perpustakaan Kementerian Kelautan dan Perikanan RI untuk melakukan promosi melalui *Instagram*.
2. Untuk mengetahui proses penentuan tujuan komunikasi yang dilakukan untuk promosi Perpustakaan Kementerian Kelautan dan Perikanan RI melalui *Instagram*.

3. Untuk mengetahui proses perancangan penyampaian informasi yang dilakukan untuk promosi Perpustakaan Kementerian Kelautan dan Perikanan RI melalui *Instagram*.
4. Untuk mengetahui proses pemilihan saluran komunikasi yang dilakukan untuk promosi Perpustakaan Kementerian Kelautan dan Perikanan RI melalui *Instagram*.

1.5. Manfaat Penelitian

1.5.1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperluas wawasan dalam perkembangan Ilmu Informasi dan Perpustakaan, khususnya dalam kajian *marketing* informasi pada perpustakaan.

1.5.2. Manfaat Praktis

1. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi dalam strategi promosi perpustakaan melalui media *Instagram* bagi pihak pustakawan.
2. Sebagai bahan evaluasi untuk meningkatkan pengelolaan akun *Instagram* sebagai media promosi.
3. Penelitian ini diharapkan menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya.