

Analisis Promosi Layanan Perpustakaan Digital iSabilulungan

Afni Afifah^{1*}; Santi Santika¹

¹ Perpustakaan dan Sains Informasi, Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Pendidikan Indonesia

*Korespondensi: afniafifah@upi.edu

Abstract

This research describes the efforts to promote the iSabilulungan digital library service by the Dinas Arsip dan Perpustakaan Kabupaten Bandung. iSabilulungan is a digital library application equipped with an eReader and social media features such as chatting and sharing to facilitate interaction between users. In order to be used optimally by users, there is a need for promotion so that the iSabilulungan digital library service can be better known. The purpose of this research is to find out and explain about promotion of one of the services developed by Dinas Arsip dan Perpustakaan Kabupaten Bandung namely iSabilulungan digital library service. The research method used is qualitative with in-depth interviews and observation on websites and social media owned by the Dinas Arsip dan Perpustakaan Kabupaten Bandung service as a means of online promotion.. Based on the research that has been done, the promotion of iSabilulungan is usually carried out both online through social media Instagram, Facebook and website. As for offline, namely through various activities and events carried out by the Dinas Arsip dan Perpustakaan Kabupaten Bandung. The offline and online promotions are then analyzed based on the Philip Kotler theory of various promotion, advertising, sales promotion, publicity, personal selling and direct marketing. It is hoped that this article can be a means indirectly promotes the iSabilulungan digital library service as well as enhancing ongoing promotional activities.

Keywords: *promotion; isabilulungan; dinas arsip dan perpustakaan kabupaten bandung*

Abstrak

Penelitian ini menjelaskan mengenai upaya promosi layanan perpustakaan digital iSabilulungan oleh Dinas Arsip dan Perpustakaan Kabupaten Bandung. iSabilulungan merupakan aplikasi perpustakaan digital yang dilengkapi eReader dan fitur media sosial seperti *chatting* dan *sharing* untuk memudahinya adanya interaksi antar pemustaka. Untuk dapat dimanfaatkan oleh pemustaka secara maksimal, perlu adanya promosi sehingga layanan perpustakaan digital iSabilulungan ini dapat lebih banyak dikenal. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menjelaskan mengenai promosi salah satu layanan yang dikembangkan oleh Dinas Arsip dan Perpustakaan Kabupaten Bandung yaitu layanan perpustakaan digital iSabilulungan. Metode penelitian yang digunakan yaitu kualitatif dengan wawancara secara mendalam dan observasi pada website dan media sosial yang dimiliki Dinas Arsip dan Perpustakaan Kabupaten Bandung sebagai sarana promosi secara daring. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, promosi iSabilulungan biasa dilakukan baik secara daring melalui media sosial Instagram, Facebook hingga website. Adapun secara luring yaitu melalui berbagai kegiatan dan *event* yang dilaksanakan maupun diikuti oleh Dinas Arsip dan Perpustakaan Kabupaten Bandung seperti Festival Literasi, Bimbingan Teknis, lomba, kunjungan dari sekolah, hingga promosi yang dilakukan bersamaan dengan layanan perpustakaan keliling dan layanan SATALI (Sabilulungan Wisata Literasi). Promosi secara luring dan daring tersebut kemudian dianalisis kembali berdasarkan teori Philip Kotler tentang macam-macam promosi yang terdiri dari *advertising*, *sales promotion*, *publicity*, *personal selling* serta *direct marketing*. Diharapkan penelitian ini dapat menjadi sarana yang secara tidak langsung ikut mempromosikan layanan perpustakaan digital iSabilulungan juga meningkatkan kegiatan promosi yang sedang berlangsung.

Kata Kunci: *promosi; isabilulungan; dinas arsip dan perpustakaan kabupaten bandung*

PENDAHULUAN

Promosi merupakan suatu kegiatan yang dapat ditemui setiap harinya, contohnya saat mengunjungi suatu toko seringkali didapati papan bertuliskan potongan harga dengan *tagline* harga promo. Begitu juga ketika menyalakan televisi, saat jeda sebuah program selalu disisipi iklan sebagai bentuk promosi dari suatu produk maupun jasa. Kedua hal tersebut merupakan salah satu sarana promosi yaitu *sales promotion*. Promosi adalah mekanisme komunikatif persuasif pemasaran dengan memanfaatkan teknik-teknik hubungan masyarakat (Darmono, 2007). Promosi bersifat persuasif artinya ada suatu unsur ajakan secara halus, adapun teknik hubungan masyarakat

bermakna sesuatu yang berkaitan dengan interaksi sosial maupun publisitas suatu produk. Menurut Shihabudin (2007) Promosi merupakan forum pertukaran informasi antara organisasi dan konsumen dengan tujuan utama memberi informasi tentang produk atau jasa yang disediakan oleh organisasi, sekaligus membujuk konsumen untuk bereaksi terhadap produk atau jasa yang ditawarkan. Jadi, promosi biasanya dilakukan antar dua pihak dengan suatu maksud menginformasikan yang bertujuan untuk membentuk adanya suatu ketertarikan.

Promosi tidak hanya dilakukan pada dunia ekonomi dengan tujuan untuk mendapatkan profit saja, perpustakaan sebagai penyedia layanan informasi non-profit pun membutuhkan suatu promosi untuk dapat menarik perhatian dan minat dari pemustaka. Promosi di perpustakaan merupakan kegiatan pertukaran informasi antara pustakawan sebagai pelayan informasi dengan pemustaka sebagai pengguna perpustakaan, informasi ini dapat berupa pengenalan perpustakaan dan apa yang dimiliki perpustakaan (koleksi) serta apa yang dilayankan (layanan di perpustakaan) dengan tujuan mulai dari meningkatkan minat kunjung ke perpustakaan sampai dengan minat membaca masyarakat. Lebih lanjut dijelaskan oleh Suharso (2020) bahwa promosi merupakan salah satu cara yang efektif untuk membangun hubungan antara pustakawan dengan pemustaka melalui interaksi.

Menurut Jerome dan Andrew (2008) kegiatan promosi sedikitnya mempunyai empat tujuan yaitu; (a) menarik perhatian, (b) menciptakan kesan, (c) membangkitkan minat, dan (d) memperoleh tanggapan. Adapun menurut Stanley (1992) tujuan promosi adalah untuk mempengaruhi pengetahuan, sikap, perilaku dari penerima dan membujuk mereka untuk menerima konsep, pelayanan, ide atau barang yang dipromosikan. Perpustakaan sebagai lembaga yang bergerak dalam bidang jasa tentunya dapat mengadopsi prinsip-prinsip promosi dalam bidang kegiatannya. Pada intinya, tujuan promosi perpustakaan sebenarnya adalah untuk memperkenalkan perpustakaan, koleksi, jenis koleksi yang dimiliki, kekhususan koleksi, jenis layanan dan manfaat yang dapat diperoleh pengguna perpustakaan.

Menurut Sudariyah Nasution (2012), tujuan promosi perpustakaan adalah untuk menggairahkan minat baca serta menambah jumlah orang yang gemar membaca agar koleksi perpustakaan dapat dimanfaatkan secara maksimal. Menurut Edsall (1996), tujuan promosi perpustakaan adalah memberikan kesadaran kepada masyarakat tentang adanya pelayanan perpustakaan; mendorong masyarakat untuk menggunakan perpustakaan, mengembangkan pengertian masyarakat agar mendukung kegiatan perpustakaan dan perannya dalam masyarakat. Jadi, tujuan promosi perpustakaan dapat berarti suatu kegiatan dengan maksud menarik perhatian masyarakat/pemustaka untuk datang dan berkunjung ke perpustakaan, memanfaatkan koleksi yang ada untuk kemudian dapat memenuhi kebutuhannya akan informasi. Adapun beberapa faktor yang mempengaruhi kegiatan promosi termasuk promosi di perpustakaan adalah jangkauan pengguna, interaksi yang terjadi, berbagi informasi, menciptakan kesadaran dan analisis kebutuhan (Iryanti, 2019).

Kegiatan promosi di perpustakaan juga merupakan bagian yang tidak dapat dipisahkan bahkan diatur dalam Peraturan Daerah sebagai suatu kegiatan berkesinambungan baik untuk membangun citra maupun mengoptimalkan layanan di perpustakaan. Seiring dengan perkembangan teknologi, komunikasi dan informasi, perpustakaan tidak hanya sebuah gedung yang koleksinya dapat diakses jika pemustaka berkunjung secara langsung, namun telah berkembang dimana koleksi perpustakaan tersebut dapat diakses dengan menggunakan internet dan ponsel pintar sehingga dapat dimanfaatkan kapan dan dimana pun. Sebagaimana dijelaskan dalam Suharti (2020) bahwa perpustakaan berfungsi sebagai unit penunjang dalam hal ini pendidikan yang dapat menyediakan sumber informasi elektronik untuk memenuhi kebutuhan pemustaka secara daring.

Layanan perpustakaan merupakan salah satu kegiatan teknis yang pada pelaksanaannya perlu adanya perencanaan dalam penyelenggaraannya. Fungsi layanan perpustakaan adalah

mempertemukan pemustaka dengan bahan pustaka yang mereka minati. Hakikat pelayanan perpustakaan menurut Darmono (2007) adalah sebagai bentuk informasi yang dibutuhkan pemakai perpustakaan, baik untuk dimanfaatkan di tempat maupun untuk dibawa pulang dan digunakan di luar ruangan perpustakaan. Selain itu juga sebagai sarana penelusuran informasi yang tersedia di perpustakaan yang merujuk pada keberadaan suatu informasi. Layanan perpustakaan digital merupakan suatu layanan sebagai akibat dari berkembangnya teknologi dan informasi dimana koleksi berupa digital sehingga dapat diakses dan dimanfaatkan kapan dan dimana pun.

Dinas Arsip dan Perpustakaan Kabupaten Bandung merupakan suatu lembaga yang menyelenggarakan kegiatan di Perpustakaan Kabupaten Bandung sebagai Perpustakaan umum daerah yang menjadi tempat terhimpunnya bahan pustaka untuk kemudian diolah, diorganisasikan sampai akhirnya dapat dilayankan kepada masyarakat sebagai pemustaka untuk dapat dimaksimalkan sebaik mungkin. Layanan merupakan unsur penting di perpustakaan karena pada hakikatnya perpustakaan merupakan tempat tersedianya jasa layanan informasi. Layanan yang umumnya ada di perpustakaan adalah sirkulasi, referensi, multimedia, anak hingga *grey literature*. Seiring dengan perkembangan teknologi yang telah dijelaskan sebelumnya, kebutuhan akan koleksi layanan digital menjadi suatu keniscayaan. Oleh karenanya, penting bagi suatu perpustakaan untuk mendigitasikan koleksi atau secara khusus menyediakan koleksi digital sehingga pemustaka dapat menikmati layanan perpustakaan tanpa terhalang ruang dan waktu.

Pandemi akibat Covid-19 mengharuskan perpustakaan termasuk Dinas Arsip dan Perpustakaan Kabupaten Bandung untuk menutup layanan langsung di perpustakaan sebagai upaya mencegah penyebaran Covid-19. Dalam menjalankan fungsinya sebagai penyedia sumber informasi dengan mengaplikasikan Teknologi, Informasi dan Komunikasi (TIK), Dinas Arsip dan Perpustakaan Kabupaten Bandung telah menyediakan layanan perpustakaan digital iSabilulungan. iSabilulungan adalah aplikasi perpustakaan digital yang dipersembahkan oleh Dinas Arsip dan Perpustakaan Kabupaten Bandung yang berbasis media sosial dan juga dilengkapi dengan eReader sebagai fitur yang dapat digunakan untuk membaca koleksi digital semisal eBook. Layanan perpustakaan digital merupakan salah satu layanan yang dapat menunjang kebutuhan informasi pemustaka dengan keunggulan dapat mudah ditemui bahkan tersedia dalam genggam. Menurut Wulandari (2020), pemenuhan kebutuhan pemustaka terhadap bacaan digital di masa pandemi akan dapat menjadi alternatif untuk menjalankan salah satu fungsi perpustakaan yaitu rekreasi. Untuk secara efisien dapat dimanfaatkan tentunya perlu ada suatu upaya yang dapat memperkenalkan bahkan menarik perhatian penggunanya. Hal inilah yang kemudian disebut sebagai promosi, khususnya promosi suatu layanan.

iSabilulungan pertama kali diperkenalkan kepada masyarakat dalam kegiatan Festival Literasi pada tahun 2018. Kemudian bentuk promosi yang dilakukan setelahnya adalah melalui kegiatan yang diselenggarakan oleh Dinas Arsip dan Perpustakaan Kabupaten Bandung termasuk juga melalui lomba misalnya lomba resensi buku dimana buku yang dianjurkan bersumber dari iSabilulungan itu sendiri. Promosi iSabilulungan kemudian lebih gencar dilakukan di tengah situasi pandemi yang mengharuskan layanan langsung di perpustakaan sementara ditutup, promosi tersebut dilakukan melalui website dan media sosial yaitu Instagram dan Facebook. Karena pada dasarnya pemustaka akan menggunakan iSabilulungan jika memiliki ketertarikan, dan cara untuk menarik perhatian adalah dengan promosi. Bahan promosi yang biasa digunakan yaitu poster yang memuat informasi mengenai cara pemasangan aplikasi iSabilulungan pada perangkat digital kemudian ditambahkan juga *caption* atau keterangan berupa ajakan kepada pengguna/pembaca.

Penelitian ini kemudian akan menguraikan secara rinci tentang bagaimana upaya lebih jauh mengenai promosi layanan perpustakaan digital iSabilulungan oleh Dinas Arsip dan Perpustakaan Kabupaten Bandung baik secara langsung (*luring*) maupun dengan memanfaatkan website dan

media sosial (daring). Penelitian ini dikembangkan dengan menggunakan teori elemen bauran Philip Kotler khususnya promosi disertai dengan teori pendukung yaitu macam-macam kegiatan promosi oleh Philip Kotler yaitu *Advertising, Sales Promotion, Publicity, Personal Selling*, dan *Direct Marketing*. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis promosi layanan perpustakaan digital iSabilulungan sebagai salah satu layanan yang diunggulkan di tengah situasi pandemi karena keterbatasan akses ke perpustakaan secara langsung.

METODE PENELITIAN

Dalam penyusunan penelitian ini, metode yang digunakan adalah metode kualitatif. Menurut Denzin & Lincoln (1994) menyatakan bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang menggunakan latar alamiah dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan jalan melibatkan berbagai metode yang ada. Menurut Sulistyio-Basuki dalam Fauzan (2018), penelitian kualitatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk memperoleh gambaran seutuhnya tentang suatu hal menurut pandangan manusia yang diteliti. Subjek penelitian terdiri atas dua orang yang kemudian disebut dengan informan pertama dan informan kedua. Informan pertama merupakan orang yang merancang serta terlibat dalam peluncuran layanan iSabilulungan, karena informasi yang didapatkan dari informan pertama dianggap kurang menyeluruh wawancara kemudian dilanjutkan kepada informan kedua. Informan kedua merupakan orang yang saat ini melakukan promosi layanan perpustakaan digital iSabilulungan di Dinas Arsip dan Perpustakaan Kabupaten Bandung. Penelitian ini berlokasi di Dinas Arsip dan Perpustakaan Kabupaten Bandung yang beralamat di Jl. Raya Soreang Kilometer 17 Komplek Pemda Kabupaten Bandung.

Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara secara mendalam serta observasi pada website dan media sosial milik Dinas Arsip dan Perpustakaan Kabupaten Bandung. Wawancara adalah percakapan tanya jawab yang diarahkan untuk mencapai tujuan tertentu. Teknik wawancara dalam penelitian ini sebagaimana yang dijelaskan Sugiyono yaitu peneliti bertanya langsung kepada informan yang dipilih, yaitu pihak-pihak yang berkompeten yang dianggap mampu memberikan gambaran dan informasi yang digunakan untuk menjawab permasalahan yang ada dalam penelitian ini. Beberapa pertanyaan yang diajukan di antaranya apa itu iSabilulungan? Sejauh mana promosi yang telah digencarkan dan aspek apa saja yang dipromosikan? Yang kemudian bermuara pada inti pembahasan yaitu bagaimana upaya Dinas Arsip dan Perpustakaan Kab. Bandung dalam melakukan promosi layanan perpustakaan digital iSabilulungan.

Adapun teknik analisis data mengacu pada langkah-langkah yang dijelaskan oleh Miles dan Huberman (1992) yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Reduksi data adalah suatu cara untuk memudahkan peneliti dalam memberikan gambaran yang jelas mengenai suatu kejadian yaitu dengan cara memilih poin-poin pokok dan merangkum serta memfokuskan hal yang dianggap penting. Dalam penelitian ini, data yang dimaksud merupakan hasil wawancara dengan menggunakan instrumen yang sebelumnya telah dibuat. Wawancara dilakukan sebanyak dua kali dengan narasumber yang berbeda. Wawancara pertama menghasilkan informasi berupa ruang lingkup iSabilulungan secara universal mencakup profil dan fitur termasuk proses pengadaan koleksi dan langkah promosi yang dilakukan pertama kali. Adapun wawancara kedua menghasilkan informasi berupa kegiatan promosi yang telah dan sedang dilakukan dengan narasumber yang secara langsung melakukan promosi. Kedua informan diajukan pertanyaan yang berbeda karena terjadinya perubahan struktur organisasi dimana informan pertama bertindak sebagai perancang dan informan kedua bertindak sebagai pelaksana promosi. Data berupa hasil wawancara tersebut direduksi sehingga menghasilkan gambaran berupa *timeline* kegiatan promosi mulai dari peluncuran iSabilulungan pertama kali

sampai dengan inovasi yang telah dilakukan berkaitan dengan promosi. Penyajian data merupakan suatu kegiatan menguraikan secara detail dan mengembangkan hasil yang telah diperoleh di lapangan. Setelah didapatkan gambaran secara umum mengenai kegiatan promosi iSabilulungan oleh Dinas Arsip dan Perpustakaan Kabupaten Bandung, data kemudian disajikan dalam hasil dan pembahasan dan dibagi kedalam tiga sub meliputi layanan perpustakaan digital iSabilulungan, fitur unggulan iSabilulungan dan promosi layanan perpustakaan digital iSabilulungan. Yang terakhir, penarikan kesimpulan adalah suatu kegiatan menyajikan dan menyimpulkan hasil wawancara dan observasi yang telah dilakukan. Setelah data disajikan secara rinci, kemudian didapatkan kesimpulan berupa kegiatan promosi yang telah dilakukan oleh Dinas Arsip dan Perpustakaan Kabupaten Bandung yang terdiri atas promosi secara luring dan promosi secara daring.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan wawancara dan observasi yang telah dilakukan, hasil dan pembahasan kemudian diuraikan menjadi tiga sub, yang pertama layanan perpustakaan digital iSabilulungan yang menjelaskan mengenai perancangan termasuk didalamnya proses pengadaan koleksi serta tujuan dirancangnya layanan tersebut sebagai salah satu layanan di Dinas Arsip dan Perpustakaan Kabupaten Bandung. Fitur unggulan dalam iSabilulungan merupakan produk yang dipromosikan oleh Dinas Arsip dan Perpustakaan Kabupaten Bandung. Pada sub terakhir diuraikan analisis yang telah dilakukan dari hasil wawancara serta observasi pada website maupun aplikasi.

Layanan Perpustakaan Digital iSabilulungan

Produk merupakan elemen *marketing mix* pertama yang dicetuskan oleh Philip Kotler. Menurut Widuri (2016) elemen produk di perpustakaan adalah koleksi serta jasa layanan yang dimiliki perpustakaan yang bersangkutan. Lebih lanjut lagi produk dalam kegiatan pemasaran perpustakaan ialah produk atau jasa yang ditawarkan oleh perpustakaan yang pada dasarnya berupa informasi baik terekam maupun tercetak. Layanan perpustakaan digital iSabilulungan merupakan suatu layanan baru di Dinas Arsip dan Perpustakaan Kabupaten Bandung sebagai bentuk pengaplikasian TIK dalam pelayanan di perpustakaan. Melalui wawancara dengan informan pertama didapatkan informasi bahwa pada awalnya iSabilulungan ini dirancang dan direncanakan atas dasar permintaan dari Kepala Dinas Arsip dan Perpustakaan Kabupaten Bandung. Perencanaan tersebut dimasukkan ke dalam anggaran yang pertama dan kemudian diproses hingga pada akhirnya masuk pada anggaran Dinas Arsip dan Perpustakaan Kabupaten Bandung tahun 2018. Perpustakaan digital yang saat itu masih menjadi hal yang baru, memerlukan koordinasi yang cukup rumit terutama dalam menentukan kerja sama dengan pihak pengembang. Hingga akhirnya dipilihlah Aksaramaya dengan pertimbangan yaitu fitur dan anggaran. Salah satu hal yang menjadi pertimbangan tersebut adalah kelebihan dari Aksaramaya itu sendiri yaitu aplikasi yang telah terdaftar, koleksi yang diinput pada aplikasi harus telah memiliki ISBN digital. Adapun menurut pemaparan dari informan kedua, layanan perpustakaan digital iSabilulungan merupakan suatu alternatif di tengah pandemi akibat Covid-19 ini, karena layanan terbuka di perpustakaan tidak dapat diselenggarakan pemustaka masih dapat memanfaatkan koleksi melalui aplikasi baik melalui *mobile* maupun *desktop*.

“Yang pertama ingin ada kekhasan-lah, mungkin ingin ada kebanggaan tersendiri punya perpustakaan digital. Kemudian yang kedua karena tugas kita (perpustakaan) kan memberikan pelayanan kepada pemustaka. Nah, selama ini kan yang kita layani hanya yang konvensional berarti hanya yang datang ke perpustakaan dan

perpustakaan keliling sementara wilayah di Kabupaten Bandung itu sangat luas. Sementara posisi perpustakaan ada di Soreang dan mobil perpustakaan keliling juga terbatas, jadi tidak semuanya bisa tercover oleh pelayanan perpustakaan. Dengan adanya iSabilulungan ini diharapkan semua masyarakat yang ada di wilayah Kabupaten Bandung pemustaka bisa mengakses perpustakaan” (Informan 1)

Tujuan diciptakannya iSabilulungan adalah sebagai salah satu bentuk kekhasan dari Dinas Arsip dan Perpustakaan Kabupaten Bandung. Selain itu, karena tugas perpustakaan itu sendiri adalah memberikan pelayanan kepada pemustaka. Menyadari pelayanan yang dilaksanakan masih konvensional atau pelayanan yang dilakukan di perpustakaan secara langsung maupun perpustakaan keliling, sementara penduduk Kabupaten Bandung yang cukup banyak. Dengan adanya iSabilulungan ini diharapkan semua, khususnya masyarakat di wilayah Kabupaten Bandung di luar Soreang yang belum bisa berkunjung secara langsung ke perpustakaan dapat memanfaatkan koleksi melalui iSabilulungan. Selain itu, Perpustakaan Desa atau Perpustakaan Sekolah maupun Taman Bacaan Masyarakat dapat mensosialisasikan iSabilulungan kepada pemustakanya, sehingga setidaknya menambah variasi koleksi buku yang ada. Jadi, dibuatnya iSabilulungan ini pada dasarnya adalah sebagai bukti bahwa Dinas Arsip dan Perpustakaan Kabupaten Bandung telah memenuhi kewajiban untuk melaksanakan pelayanan perpustakaan berbasis TIK, salah satunya dalam hal pengelolaan melalui *inlislite* dan dalam pelayanan melalui iSabilulungan. Sekaligus memenuhi kewajiban untuk memfasilitasi pemustaka dengan berbagai media dalam memenuhi kebutuhan mereka terhadap informasi.

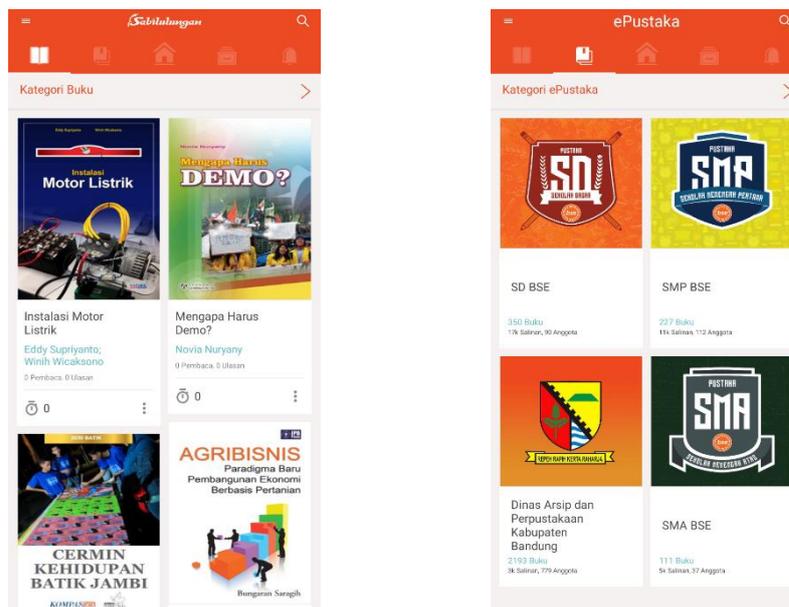
“Pertimbangan pemilihan koleksi untuk iSabilulungan ada tiga sih, life skill, pengetahuan umum dan bacaan anak-anak karena saat itu sedang gencar kegiatan ibu mendongeng. Ada sih novel-novel untuk hiburan juga” (Informan 1)

Produk merupakan salah satu dari empat elemen bauran promosi di bidang perpustakaan berdasarkan Philip Kotler. Kualitas dan jenis produk tentunya akan mempengaruhi promosi yang akan dilakukan. Dalam layanan perpustakaan digital iSabilulungan, produk yang dimaksud adalah koleksi semisal *e-Book*. Pengadaan koleksi pada iSabilulungan awalnya berfokus pada koleksi yang berhubungan dengan *life skill* dan pengetahuan umum serta bacaan anak-anak. Pada saat itu tengah gencar pula, Gerakan ibu mendongeng untuk anak. Tujuan pemilihan koleksi tersebut, pada hakikatnya untuk menyoroti keberadaan perpustakaan yang harus memberikan *impact* atau dampak bagi pemustaka, dampak tersebut dapat berupa pemustaka menjadi tahu atau memiliki pengetahuan, pemustaka menjadi terampil atau memiliki keterampilan yang pada akhirnya itu menjadi tambahan penghasilan, sehingga bisa meningkatkan taraf ekonomi di keluarganya. Selain itu juga, diharapkan pemustaka dapat tergerak dan pada akhirnya memiliki keterampilan yang kreatif dan dapat dijual sehingga dapat mengubah kehidupannya. Pada pengembangan koleksi selanjutnya, Dinas Arsip dan Perpustakaan Kabupaten Bandung mulai melihat potensi apa yang muncul di Kabupaten Bandung, sehingga koleksi seperti pertanian dan penanggulangan bencana mulai ditambahkan. Seperti itu. Pengolahan hanya ada pada pengembangan koleksi promosi ada di bidang pelayanan. Sejak pertama kali diluncurkan pada tahun 2018 sampai sekarang 2020, koleksi yang tersedia di perpustakaan digital iSabilulungan mulai beragam. Pengadaan koleksi, yang awalnya sekitar 700 judul, kemudian bertambah setiap tahun dengan penambahan jumlah yang sama. Sampai sejauh ini koleksi yang tersedia kurang lebih berjumlah 2000 judul, dan 3000 judul salinan.

Fitur Unggulan dalam iSabilulungan

iSabilulungan pertama kali diperkenalkan pada tahun 2018 melalui kegiatan festival literasi. iSabilulungan adalah aplikasi perpustakaan digital (ePustaka) yang dilengkapi *e-Reader* untuk membaca *e-Book* dan fitur sosial media, yang dimiliki oleh Dinas Arsip dan Perpustakaan Kabupaten Bandung yang bekerja sama dengan PT. Woolu Aksara Maya (Aksaramaya) sebagai pengembang aplikasi. Fitur merupakan produk lanjutan dari layanan perpustakaan digital itu sendiri. Menurut penjelasan dari informan kedua, fitur yang tersedia pada perpustakaan digital iSabilulungan yaitu buku bacaan yang beragam untuk semua jenjang usia, termasuk sebagai pengaplikasian fungsi perpustakaan seperti fungsi hiburan tersedia koleksi seperti novel maupun komik dan fungsi sumber informasi disediakan karya-karya non-fiksi.

“fitur yang ada di iSabilulungan cukup banyak dan mencakup berbagai usia, koleksinya juga beragam ada novel, komik, buku cerita” (Informan 2)



Gambar 1
Tampilan Perpustakaan Digital iSabilulungan

Selayaknya sebuah aplikasi, iSabilulungan juga dilengkapi fitur-fitur unggulan yang dapat digunakan, diantaranya yaitu: (1) Koleksi buku dengan *icon* berupa buku yang terbuka, fitur ini menampilkan ribuan koleksi buku yang pada perangkat android biasanya tersedia dalam dua kolom yang menginformasikan sampul buku, judul buku, pengarang dan data statistik pembaca serta ulasan. Selain itu, terdapat sub-fitur kategori buku yang bertujuan mempersempit koleksi berdasarkan subjek seperti agama, bisnis, budaya, cerpen, filosofi, komik, novel dan sebagainya. Untuk menampilkan data dan informasi buku secara rinci, pengguna dapat menyentuh sampul buku. Informasi tersebut merupakan deskripsi rinci berupa judul buku, penulis, ISBN, tahun terbit dan Sinopsis. Fitur ini juga merupakan salah satu tahapan sebelum buku dapat dibaca karena disediakan *icon* pinjam yang jika disentuh kemudian akan memproses pengunduhan buku dan kemudian dialihkan pada fitur rak buku.

Deskripsi informasi lainnya yaitu jumlah salinan dan besaran file, pengguna juga dapat menambahkan *rating*, menambahkan ulasan, melihat siapa saja yang pernah meminjam buku dan siapa saja yang mengantri buku. (2) ePustaka dengan *icon* berupa buku yang bertumpuk, fitur ini memungkinkan pengguna iSabilulungan untuk bergabung menjadi anggota perpustakaan digital. Tersedia sub-fitur yaitu kategori ePustaka yang dibagi menjadi 2 yaitu Pemerintahan dan Sekolah

yang dibagi lagi menjadi SD BSE, SMP BSE dan SMA BSE. Menurut data per Januari 2020, sub-fitur Dinas Arsip dan Perpustakaan Kabupaten Bandung memiliki koleksi buku sebanyak 2193 judul dengan jumlah salinan yaitu 3000 *copy* dan pengguna yang terdaftar sebanyak 779 Anggota. Sub-fitur SMA BSE memiliki koleksi buku sebanyak 111 buku dengan jumlah salinan 5000 *copy* dan pengguna terdaftar sebanyak 37 anggota. Sub-fitur SMP BSE memiliki koleksi buku sebanyak 227 judul dengan jumlah salinan yaitu 11.000 *copy* dan pengguna yang terdaftar yaitu sebanyak 112 anggota. Dan terakhir sub-fitur SD BSE memiliki koleksi buku sebanyak 350 judul dengan jumlah salinan yaitu 17.000 *copy* dan pengguna yang terdaftar sebanyak 90 anggota. (3) Fitur *feed* dengan *icon* berupa *home*, pada fitur ini pengguna iSabilulungan dapat melihat aktivitas dari pengguna lainnya seperti aktivitas pengguna yang baru saja menambahkan sebuah buku baru ataupun bergabung pada perpustakaan digital di fitur ePustaka. (4) Rak buku dengan *icon* berupa laci dari sebuah rak, fitur ini berisikan susunan rak meliputi pinjaman buku, antrian buku dan riwayat pinjaman. (5) Notifikasi dengan *icon* berupa sebuah lonceng, fitur ini terdiri dari dua macam yaitu aktivitas dan kotak masuk yang menampilkan pemberitahuan mengenai pesan pada kotak masuk serta aktivitas pengguna lain pada postingan yang dibuat. (6) Fitur penelusuran yang terbagi menjadi tiga yaitu menelusur koleksi, menelusur ePustaka dan menelusur pengguna. Cara menggunakan fitur ini yaitu dengan mengetikkan *query* baik itu judul, pengarang maupun pengguna kemudian *enter* dan hasil pencarian akan ditampilkan. Selain itu, iSabilulungan ini juga dilengkapi fitur penelusuran *advance*.

Pada penelusuran *advance* ini, pengguna dapat memfilter hasil pencarian berdasarkan kategori, terbitan dan tahun terbit. Filter kategori merupakan pilihan filter berdasarkan subjek yang diinginkan, sedangkan filter terbitan merupakan pilihan filter berdasarkan penerbit dari koleksi. (7) Profil pengguna, pada fitur ini pengguna dapat melihat status keanggotaannya, pengikut dan yang diikuti, catatan pribadi dan lain-lain. Pengguna dapat mengubah profilnya dengan cara edit profil dan melengkapi informasi mengenai dirinya seperti mengunggah foto profil dan menambahkan deskripsi. Tersedia juga *badge* atau lencana yang dapat diperoleh dengan cara menyelesaikan misi yang ada. *Badge* ini terdiri atas *newbie*, *bookworm* dan *socializer*.

Sebagaimana telah disebutkan sebelumnya, iSabilulungan ini dilengkapi dengan fitur media sosial yaitu *chatting* dan *sharing*. *Chatting* sendiri berarti obrolan, maksudnya seorang pengguna dengan pengguna lainnya dapat bertukar pesan secara pribadi. Fitur ini dimaksudkan agar pengguna dapat saling berinteraksi dan bertukar pendapat mengenai pengetahuan yang dimilikinya maupun berdiskusi mengenai buku yang telah dibaca. *Sharing* artinya berbagi, maksud dari fitur ini yaitu pengguna dapat membagikan buku yang telah dibacanya kepada pengguna lainnya pada aplikasi iSabilulungan maupun melalui aplikasi media sosial lainnya seperti WhatsApp dan Twitter. Melalui fitur ini pengguna dapat merekomendasikan buku dalam suatu *link* tautan yang secara langsung menuju buku atau koleksi yang dimaksud. Fitur media sosial lainnya yaitu menyukai postingan dan mengomentari postingan pada fitur *feed* dalam aplikasi iSabilulungan. Fitur ini menampilkan aktivitas dari pengguna yang diikuti maupun tidak diikuti, aktivitas dalam bentuk postingan tersebut dapat disukai maupun dikomentari oleh pengguna lainnya.

Analisis Promosi Layanan Perpustakaan Digital iSabilulungan

Promosi merupakan bentuk komunikasi penyampaian pesan-pesan atau informasi (Widuri, 2000). Menurut Mustafa (2016), promosi adalah mekanisme persuasif pemasaran dengan memanfaatkan teknik-teknik hubungan masyarakat. Promosi perpustakaan merupakan forum pertukaran informasi antara perpustakaan dengan pengguna dengan tujuan memberikan informasi dan layanan serta fasilitas yang tersedia di perpustakaan, sekaligus mengajak pengguna atau memanfaatkan informasi serta fasilitas dan layanan yang ada di perpustakaan. Untuk dapat lebih dikenal dan dimanfaatkan semaksimal mungkin, promosi layanan perpustakaan digital

iSabilulungan telah dilakukan diantaranya melalui media sosial dan web. Tujuan promosi ini yaitu agar masyarakat Kabupaten Bandung khususnya lebih mengenal tentang iSabilulungan dan dapat menggunakannya. Sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Edsall yaitu memberikan kesadaran kepada masyarakat tentang adanya pelayanan perpustakaan; mendorong masyarakat untuk menggunakan perpustakaan, mengembangkan pengertian masyarakat agar mendukung kegiatan perpustakaan dan perannya dalam masyarakat.

“Sosialisasi internal biasanya melalui WA Group dan jika ada rapat-rapat Dinas. Terus juga memanfaatkan acara-acara untuk mengajak pegawai lintas Dinas untuk ikut (menggunakan layanan perpustakaan digital iSabilulungan)” (Informan 1)

Bentuk promosi yang dilakukan pertama kali adalah dengan *soft launching* melalui kegiatan festival literasi, sosialisasi di lingkungan internal Dinas Arsip dan Perpustakaan Kabupaten Bandung melalui WhatsApp *Group*, selain itu juga ketika ada acara Dinas diusahakan untuk mengajak lintas Dinas, melalui status WhatsApp maupun website, serta bimbingan teknis. Kegiatan promosi kemudian terus berlanjut dalam bentuk yaitu penyampaian secara langsung pada saat layanan di perpustakaan maupun secara daring melalui web dan media sosial. Bahan promosi yang digunakan yaitu *leaflet*, *banner* dan media sosial. *Leaflet* yang dimaksud yaitu sarana publikasi singkat dalam bentuk selebaran kertas dan berukuran kecil yang menginformasikan profil, jam layanan, layanan di perpustakaan termasuk layanan perpustakaan digital iSabilulungan. *Banner* yang dimaksud dicetak dalam bentuk *portrait* dengan ukuran yang cukup besar yang menginformasi layanan perpustakaan digital iSabilulungan yang dapat dipasang dalam perangkat android pengguna. *Banner* ini ditempatkan dekat dengan meja informasi untuk lebih menjangkau dan dapat dilihat oleh pemustaka yang datang ke perpustakaan.

“Berdasarkan hasil koordinasi kemarin ke Aksaramaya awalnya hanya sedikit yang konsisten membaca. Namun setelah promosi dilakukan saat momen seperti lomba resensi buku karena buku harus dibaca melalui iSabilulungan jumlah pengguna jadi meningkat” (Informan 1)

Menurut informan pertama, promosi yang dilakukan cukup efisien terbukti dengan meningkatnya jumlah pengguna yang awalnya ketika pertama kali diluncurkan memiliki sekitar 100 pengguna setelah adanya promosi secara daring maupun luring jumlah pengguna meningkat menjadi 2000 dalam kurun waktu promosi yaitu dua tahun terakhir. Data tersebut didapatkan melalui data statistik oleh Aksara Maya selaku pengembang aplikasi. Meningkatnya angka jumlah pengguna tersebut salah satunya juga dipengaruhi oleh kegiatan promosi yang dilakukan bersamaan dengan kegiatan layanan perpustakaan keliling dan layanan SATALI (Sabilulungan Wisata Literasi) yang diselenggarakan oleh Dinas Arsip dan Perpustakaan Kabupaten Bandung. Kendala yang dihadapi terkait dengan kegiatan promosi yaitu masih banyaknya masyarakat yang belum melek teknologi dan masih banyak masyarakat yang kurang minat dalam membaca. Adapun rencana lebih lanjut yang akan dilakukan dalam rangka promosi agar lebih efisien dengan senantiasa mengingatkan dan lebih giat lagi dalam setiap kegiatan, agar masyarakat yang belum tahu menjadi tahu dan yang sudah tahu bisa menggunakan layanan iSabilulungan dengan baik dan semaksimal mungkin sehingga koleksi yang ada menjadi lebih bermanfaat.

Melalui observasi yang dilakukan pada website <https://disarpus.bangdungkab.go.id> didapatkan hasil berupa telah dilakukan upaya promosi layanan perpustakaan digital iSabilulungan.



Gambar 2
Promosi iSabilulungan pada Website
Sumber: <http://disarpus.bandungkab.go.id/arsip/e-book>

Dalam gambar tersebut, iSabilulungan dijelaskan secara rinci sehingga pemustaka yang belum mengetahui tentang iSabilulungan dapat dengan segera menangkap poin penting apa itu iSabilulungan. Selain itu, dijelaskan juga mengenai fitur-fitur unggulan yang ada dalam iSabilulungan seperti *feed* sebagai tempat untuk melihat aktivitas dari pemustaka iSabilulungan dengan informasi terbaru buku yang dipinjam serta aktivitas lainnya. Selain itu, pada promosi melalui website ini disediakan pula link yang mengarah pada *playstore* agar pengguna *android* sekaligus pemustaka yang akan mengunduh iSabilulungan menjadi lebih mudah. *Link* yang kedua berisi tautan unduhan otomatis dengan mengarahkan pada *login drive google* sehingga aplikasi iSabilulungan berbasis *desktop* dengan ekstensi *.exe* dapat dengan segera diunduh.

Menurut Yenianti (2019), tujuan penggunaan media sosial di perpustakaan diantaranya yaitu untuk mempromosikan kegiatan, layanan perpustakaan, pengadaan koleksi baru, sampai dengan mendukung tingkat literasi informasi di masyarakat. Pada media sosial Instagram dengan *username* akun yaitu @disarpus_kab.bandung promosi layanan perpustakaan digital iSabilulungan juga telah dilaksanakan. Dari observasi secara virtual didapatkan hasil berupa dari 251 postingan lebih dari 5 postingan merupakan promosi mengenai iSabilulungan.



Gambar 3

Promosi iSabilulungan pada Instagram

Sumber: <http://instagram.com/p/B9i-ZXHhwOP/?igshid=68smvakizy8v>

Gambar tersebut merupakan poster dengan tampilan iSabilulungan pada versi android dengan penjelasan pada gambar berupa persembahan dari Pemerintah Kabupaten Bandung khususnya Dinas Arsip Kabupaten Bandung. Deskripsi gambar berupa penjelasan mengenai iSabilulungan, fitur yang diunggulkan dan link tautan unduhan iSabilulungan. Selain postingan tersebut, ada pula poster berupa kampanye untuk beraktivitas di rumah saja selama pandemi Covid-19 dan tidak lupa mengajak untuk memanfaatkan iSabilulungan sebagai tempat membaca. Berdasarkan salah satu postingan melalui Instagram juga dapat dilihat bahwa sosialisasi atau promosi juga dilakukan melalui kegiatan Koordinasi Gerakan Literasi Nasional: Guru, Siswa, Keluarga dan Masyarakat Menulis dan Berliterasi Wujudkan Jabar Juara yang dilaksanakan pada 3 November 2020.

Pada laman Facebook yaitu Disarpus, promosi layanan perpustakaan digital iSabilulungan juga telah dilaksanakan yang kurang lebih isi postingannya sama dengan yang tersedia pada Instagram.



Disarpus

wargi Sabilulungan ...

Perpustakaan Daerah Kabupaten Bandung bisa diakses melalui Aplikasi Perpustakaan Digital I-Sabilulungan Aksaramaya

Gambar 4

Promosi iSabilulungan pada Facebook

Sumber:

<http://facebook.com/photo.php?fbid=1429414363927401&set=a.1338459973022841&type=3&flite=scwspnss>

Gambar tersebut merupakan sebuah poster yang mempromosikan iSabilulungan, yang menyoroti tentang upaya Dinas Arsip dan Perpustakaan Kabupaten Bandung untuk menekan penyebaran Covid-19 dengan tidak melakukan layanan terbuka namun pemustaka masih bisa menikmati koleksi berupa digital melalui iSabilulungan. Poster tersebut juga mengedukasi pengguna untuk dapat memasang iSabilulungan pada perangkat *android* yaitu melalui langkah menuju *playstore*, mengisi *query* pada kolom pencarian dan kemudian menginstal aplikasi tersebut. Dengan promosi melalui media sosial Instagram ini, perpustakaan mampu menjangkau pemustaka lebih luas. Lebih jauh Supriyatno (2019) menjelaskan media sosial dapat dimanfaatkan sebagai ajang interaktif dan partisipasi aktif pemustaka dalam pengembangan perpustakaan.

Selain itu, kegiatan promosi juga secara tidak langsung telah dilakukan melalui kegiatan wawancara yang artikel beritanya dimuat pada portal web maupun tercetak. Salah satu temuan yang didapatkan melalui observasi secara virtual yaitu berita yang berjudul “Begini Upaya Dinas Arsip Kabupaten Bandung Tingkatkan Literasi di Tengah Pandemi” yang ditulis oleh Rizky Perdana pada portal berita Pikiran Rakyat melalui tautan <http://prfmnews.pikiran-rakyat.com>. Narasumber dalam artikel tersebut yaitu Kepala Dinas Arsip dan Perpustakaan Kabupaten Bandung yang memaparkan mengenai penyediaan koleksi buku elektronik pada aplikasi iSabilulungan.

Berdasarkan observasi virtual baik melalui website maupun media sosial Instagram dan Facebook yang dimiliki oleh Dinas Arsip dan Perpustakaan Kabupaten Bandung, upaya mempromosikan layanan perpustakaan digital iSabilulungan sudah dilakukan. Bentuk promosi yang dilakukan biasanya melalui poster dengan informasi yang mengedukasi pengguna atau pemustaka untuk memasang aplikasi pada perangkat baik *android* maupun berbasis *desktop*. Informasi mengenai fitur unggulan juga telah digencarkan untuk lebih menarik pembacanya untuk memasang dan menggunakan iSabilulungan.

Berdasarkan pemaparan hasil wawancara dan observasi dalam bentuk deskriptif diketahui bahwa promosi yang dilakukan oleh Dinas Arsip dan Perpustakaan Kabupaten Bandung terhadap layanan perpustakaan digital iSabilulungan setidaknya telah dilakukan berdasarkan teori macam-

macam promosi menurut Philip Kotler. Macam-macam teori tersebut yaitu *Advertising*, *Sales Promotion*, *Publicity*, *Personal Selling*, dan *Direct Marketing*. *Advertising* adalah segala bentuk penyajian dan promosi ide, barang atau jasa secara non-personal oleh suatu sponsor yang memerlukan pembayaran (Kotler & Armstrong, 2011). *Advertising* yang telah dilakukan adalah dengan cara promosi layanan melalui koran harian yang kemudian artikel beritanya dimuat dalam portal resmi. *Sales promotion* adalah berbagai kumpulan alat-alat insentif, yang sebagian besar berjangka pendek yang dirancang untuk merangsang pembelian produk atau jasa tertentu dengan lebih cepat dan lebih besar oleh konsumen atau pedagang. Bentuk *Sales Promotion* bisa dilakukan dengan menyebarkan brosur atau membuat spanduk, adapun dalam promosi layanan perpustakaan digital iSabilulungan ini yang digunakan adalah *leaflet* yang tersedia di meja informasi termasuk juga *banner*. Menurut *American Marketing Association* yang dikutip oleh Kotler, *publicity* adalah dorongan yang sifatnya tidak perorangan terhadap permintaan produk, jasa ataupun satuan usaha dengan cara memuat berita-berita yang sifatnya komersial di dalam media yang dipublikasikan atau penyajiannya secara tepat melalui radio, televisi atau bioskop dan semuanya ini sama sekali tidak dibayar oleh sponsor. *Publicity* dalam promosi iSabilulungan dilakukan dengan memanfaatkan website dan media sosial. Menurut Kotler (2011), *personal selling* adalah interaksi langsung dengan satu calon pembeli atau lebih guna melakukan presentasi, menjawab pertanyaan dan menerima pesanan. *Personal selling* dilakukan melalui aplikasi WhatsApp yaitu pihak perorangan Dinas Arsip dan Perpustakaan Kabupaten menghubungi rekan kerja lintas Dinas untuk mempromosikan iSabilulungan.

Direct marketing adalah sistem pemasaran yang memanfaatkan berbagai media periklanan agar bisa berinteraksi langsung dengan target konsumen. Umumnya interaksi ini akan terjalin melalui email, telepon, atau menemui pelanggan secara langsung agar mampu mendapat tanggapannya (Kotler & Armstrong, 2011). Adapun *Direct marketing* dilakukan saat adanya kegiatan di perpustakaan seperti bimbingan teknis, lomba, kunjungan dari sekolah, hingga promosi yang dilakukan bersamaan dengan layanan perpustakaan keliling dan layanan SATALI (Sabilulungan Wisata Literasi). Berdasarkan observasi yang telah dilakukan target promosi layanan perpustakaan digital iSabilulungan ini terdiri dari (1) individu yaitu perorangan yang menjadi target dalam *personal selling* melalui media sosial WhatsApp, (2) kelompok yaitu beberapa orang yang melakukan kunjungan ke perpustakaan secara berkelompok, (3) masyarakat umum yaitu yang menjadi target dalam kegiatan promosi bersamaan dengan layanan perpustakaan keliling, (4) khusus, seperti pejabat tinggi di Instansi Dinas di luar Dinas Arsip Kabupaten Bandung. Selain itu, target promosi lainnya juga mencakup pengikut akun media sosial Dinas Arsip dan Perpustakaan Kabupaten Bandung baik itu Instagram dan Facebook.

SIMPULAN

Upaya Dinas Arsip dan Perpustakaan Kabupaten Bandung dalam mempromosikan layanan perpustakaan digital iSabilulungan terdiri atas dua macam yaitu secara langsung (luring) dan secara daring. Promosi yang dilakukan secara langsung biasanya dilakukan bersamaan dengan kegiatan yang sedang berlangsung di Dinas Arsip dan Perpustakaan Kabupaten Bandung seperti dalam acara festival literasi, bimbingan teknis, lomba hingga promosi yang dilakukan bersamaan dengan layanan perpustakaan keliling dan layanan SATALI (Sabilulungan Wisata Literasi). Adapun secara daring, promosi dilakukan dengan memanfaatkan kemajuan teknologi yaitu melalui website <https://disarpus.bandungkab.go.id> maupun media sosial Instagram yaitu @disarpus_kab.bandung dan laman Facebook yaitu Disarpus. Setelah dilakukan analisis, promosi baik secara luring maupun daring ini sejalan dengan teori yang dicetuskan oleh Philip Kotler tentang macam-macam promosi yang terdiri atas *advertising*, *sales promotion*, *publicity*, *personal selling* dan *direct marketing*.

Bahan promosi yang digunakan yaitu *leaflet* yang dicetak pada selebar kertas, *banner* yang disimpan di depan meja informasi agar lebih strategis dan mudah dibaca, dan poster yang dirancang dan diunggah pada media sosial sekaligus website. Upaya promosi perpustakaan digital iSabilulungan ini merupakan salah satu wujud dan pemenuhan fungsi perpustakaan dalam menyediakan informasi atau sebagai sumber referensi oleh Dinas Arsip dan Perpustakaan Kabupaten Bandung.

Kegiatan promosi merupakan kegiatan yang berkesinambungan artinya berlangsung secara terus menerus dan terstruktur agar dapat mencapai tujuan. Kegiatan promosi layanan perpustakaan digital iSabilulungan hendaknya tidak pernah berhenti sejalan dengan cita-cita perpustakaan dalam meningkatkan minat baca masyarakat. Oleh karenanya, promosi layanan ini hendaknya tidak hanya terbatas pada memperkenalkan saja tetapi berlanjut pada pengenalan fitur serta bagaimana cara menggunakannya. Jika memungkinkan, dijadikan sebagai materi khusus dalam bimbingan pemustaka oleh Dinas Arsip dan Perpustakaan Kabupaten Bandung. Promosi yang dilakukan melalui website dan media sosial telah diupayakan dengan baik, namun bisa dilanjutkan dengan promosi yang mengarah pada cara penggunaan iSabilulungan. Untuk menarik perhatian kaum muda khususnya remaja dan dewasa awal sebagai pengguna aktif media sosial Instagram, bentuk promosi yang bisa dilakukan yaitu dengan cara merekomendasikan buku bacaan setiap harinya melalui *Instagram story* maupun *feed* yang berisi informasi mengenai buku meliputi sampul, judul dan penulis, serta menambahkan tautan langsung pada aplikasi iSabilulungan untuk lebih memudahkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggito, A. & Setiawan, J. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Sukabumi: CV Jejak. <https://jejakpublisher.com/product/metode-penelitian-kualitatif/>
- Darmono. (2007). *Perpustakaan Sekolah: Pendekatan Aspek Manajemen dan Tata Kerja*. Jakarta: Grasindo. <https://onesearch.id/Record/IOS5236.slims-92426/Description>
- Dinas Arsip dan Perpustakaan Kabupaten Bandung. (2018). *iSabilulungan*. <https://isabilulungan.moco.id/> Diakses pada 1 Desember 2020.
- Faisol, M. A. & Kurniawan, A. T. (2016). Analisis Promosi Perpustakaan di Layanan Multimedia UPT Perpustakaan Universitas Islam Sultan Agung Semarang. *Jurnal Ilmu Perpustakaan*, 5(2), 241-250.
- Fauzan, & Ati, S. (2018). Analisis Pemanfaatan Aplikasi iPusnas Berbasis Android di Perpustakaan Nasional Republik Indonesia: *Jurnal Ilmu Perpustakaan*, 7(4), 11–20.
- Iryanti, Y. & Rachman, M. (2019). Promosi Perpustakaan Melalui Media Sosial Twitter di Perpustakaan Daniel S. Lev. *EduLib: Journal of Library Information Science*, 9(2), 128-143.
- Maryatun. (2020). Pemanfaatan Buku Teks Elektronik di Perpustakaan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Gadjah Mada. *Lentera Pustaka*, 6(2), 77-88.
- Putri, D. E., & Mutia, F. (2020). Literasi Media Sosial pada Perpustakaan Perguruan Tinggi Negeri. *Lentera Pustaka*, 6(2), 145-158.
- Sari, E. A. (2019). Peran Pustakawan AI (Artificial Intelligent) Sebagai Strategi Promosi Perpustakaan Perguruan Tinggi di Era Revolusi 4.0. *Bibliotika: Jurnal Kajian Perpustakaan dan Informasi*. 3(1), 64-73.
- Sudiar, N., Mafar, F. & Rosman. (2017). Model Promosi Perpustakaan Perguruan Tinggi di Pekanbaru. *Lentera Pustaka*, 3(1), 19–25.
- Suharso, P, dkk. (2020). Layanan Perpustakaan Perguruan Tinggi dalam Menghadapi Pandemi Covid-19: *Anuva: Jurnal Kajian Budaya, Perpustakaan dan Informasi*, 4(2), 271–286.
- Suharso, P & Pramesti, A. N. (2020). Promosi Perpustakaan Melalui Instagram: Studi di Perpustakaan Airlangga: *Publication Library and Information Science*, 3(2), 66-74.

- Suharti. (2020). Layanan Perpustakaan di Masa Pandemi Covid 19: *Buletin Perpustakaan*. 3(2), 53–63.
- Supriyatno, H. (2019). Strategi Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Perpustakaan: Studi Analisis Persepsi Pemustaka Tentang Efektifitas Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Layanan Perpustakaan UIN Sunan Ampel. *Indonesian Journal of Academic Librarianship*, 3(3), 33-45.
- Winoto Y. (2019). Kegiatan Promosi Perpustakaan Melalui Instagram Kaitannya dengan Perubahan Sikap Followers. *Jurnal Pustaka Budaya*, 6(2), 12-21.
- Yenianti, I. (2019). Promosi Perpustakaan Melalui Media Sosial di Perpustakaan IAIN Salatiga: *Pustabilia: Journal of Library and Information Science*, 3(2), 223-237.

