

## IMPLEMENTASI STRATEGI PROMOSI BALAI LAYANAN PERPUSTAKAAN (BALAIYANPUS) DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA UNTUK MENARIK PENGUNJUNG PADA ERA DIGITAL

Subanrio<sup>1</sup>, Heri Prasetyo<sup>2</sup>  
[subanrio032003@gmail.com](mailto:subanrio032003@gmail.com)<sup>1</sup>  
Universitas Cokroaminoto Yogyakarta

### ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital telah mempengaruhi berbagai sektor, termasuk perpustakaan. Balai Layanan Perpustakaan (Balaiyanpus) Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) menghadapi tantangan dalam menarik pengunjung fisik karena perubahan preferensi masyarakat terhadap akses informasi secara daring. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis implementasi strategi promosi digital yang dilakukan oleh Balaiyanpus DIY untuk meningkatkan jumlah pengunjung. Penelitian menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan metode pengumpulan data berupa wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial dan platform digital lainnya cukup efektif dalam menjangkau audiens, khususnya generasi muda. Strategi promosi yang digunakan meliputi konten edukatif, kegiatan literasi virtual, serta kolaborasi dengan komunitas. Namun, keterbatasan SDM dan rendahnya literasi digital menjadi hambatan utama. Analisis SWOT menunjukkan bahwa strategi promosi digital memiliki peluang besar untuk terus dikembangkan, dengan catatan diperlukan peningkatan kualitas konten dan kompetensi pengelola. Penelitian ini memberikan kontribusi bagi perpustakaan dalam merancang strategi promosi yang relevan dengan perkembangan era digital.

**Kata Kunci:** Strategi Promosi, Perpustakaan, Digital Marketing, Media Sosial, Balaiyanpus DIY.

### ABSTRACT

*The development of digital technology has affected various sectors, including libraries. The Library Service Center (Balaiyanpus) of the Special Region of Yogyakarta (DIY) faces challenges in attracting physical visitors due to changes in public preferences for online access to information. This study aims to analyze the implementation of digital promotion strategies carried out by Balaiyanpus DIY to increase the number of visitors. The study used a qualitative descriptive approach with data collection methods in the form of interviews, observations, and documentation. The results of the study indicate that the use of social media and other digital platforms is quite effective in reaching audiences, especially the younger generation. The promotional strategies used include educational content, virtual literacy activities, and collaboration with the community. However, limited human resources and low digital literacy are the main obstacles. The SWOT analysis shows that digital promotion strategies have great potential to continue to be developed, with the note that it is necessary to improve the quality of content and manager competence. This study contributes to libraries in designing promotional strategies that are relevant to the development of the digital era.*

**Keywords:** Promotional Strategy, Library, Digital Marketing, Social Media, Balaiyanpus DIY

### PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi yang pesat telah mengubah pola akses informasi masyarakat. Di tengah dominasi era digital, perpustakaan sebagai pusat literasi dan sumber

informasi turut terdampak. Balai Layanan Perpustakaan (Balaiyanpus) Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) sebagai lembaga perpustakaan publik memiliki peran vital dalam mendistribusikan pengetahuan dan mendukung pendidikan masyarakat. Namun, tantangan muncul ketika kunjungan fisik ke perpustakaan menurun karena pergeseran preferensi masyarakat ke media digital. Berdasarkan data BPS (2022), lebih dari 77% penduduk Indonesia telah mengakses internet, menunjukkan potensi besar dalam menjangkau masyarakat secara daring. Namun, belum semua perpustakaan memanfaatkan peluang ini dengan strategi promosi digital yang efektif.

Balaiyanpus DIY telah mulai mengadopsi strategi promosi digital melalui platform seperti Instagram, Facebook, TikTok, dan situs web resmi. Upaya ini dilengkapi dengan konten edukatif, webinar, hingga kolaborasi dengan komunitas literasi. Meskipun demikian, tantangan seperti keterbatasan SDM dan literasi digital masyarakat tetap menjadi kendala. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana implementasi strategi promosi digital dilakukan oleh Balaiyanpus DIY, serta efektivitasnya dalam meningkatkan jumlah pengunjung. Dengan menggunakan pendekatan analisis SWOT, penelitian ini juga mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi perpustakaan dalam ranah pemasaran digital.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif untuk menggambarkan fenomena yang terjadi secara rinci terkait strategi promosi digital yang diimplementasikan oleh Balaiyanpus DIY. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara langsung dengan pihak manajemen perpustakaan, observasi kegiatan promosi secara daring, serta dokumentasi terhadap aktivitas digital yang telah dilakukan. Sumber data utama berasal dari data primer, yaitu wawancara dengan pengelola promosi Balaiyanpus DIY, serta data sekunder yang diperoleh dari laporan internal, statistik pengunjung, dan konten promosi media sosial perpustakaan.

Pengujian keabsahan data dilakukan dengan metode triangulasi, baik dari segi sumber maupun metode. Dalam menganalisis data, peneliti menggunakan teknik analisis interaktif Miles & Huberman yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi. Selain itu, digunakan pula analisis SWOT untuk meninjau faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi keberhasilan strategi promosi digital di Balaiyanpus DIY. Metode ini dinilai tepat untuk melihat sejauh mana perpustakaan dapat memaksimalkan potensi promosi di era digital dan mengatasi tantangan yang ada.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Balaiyanpus DIY telah menerapkan berbagai strategi promosi digital secara aktif. Media sosial menjadi platform utama dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat. Konten-konten yang dibagikan meliputi informasi layanan, kegiatan webinar, ulasan buku, hingga promosi e-book. Salah satu bentuk strategi yang berhasil menarik perhatian adalah pelaksanaan "Bedah Buku Virtual" yang disiarkan langsung di media sosial, serta kolaborasi dengan komunitas literasi lokal. Strategi ini berhasil meningkatkan interaksi dan awareness masyarakat terhadap layanan perpustakaan.

Berdasarkan hasil wawancara, pihak manajemen menyatakan bahwa media sosial seperti Instagram, website, facebook dan TikTok sangat efektif dalam menjangkau generasi muda. Jumlah pengunjung digital mengalami peningkatan signifikan sejak strategi ini diimplementasikan. Namun, terdapat kendala yang cukup signifikan, yakni keterbatasan sumber daya manusia yang memahami pemasaran digital secara profesional, serta literasi

digital masyarakat yang masih rendah, terutama dari kalangan usia lanjut.

Analisis SWOT menunjukkan bahwa kekuatan utama Balaiyanpus DIY adalah dukungan infrastruktur digital dan koleksi digital yang memadai. Namun, kelemahan seperti kurangnya pelatihan SDM dan keterbatasan anggaran promosi digital menjadi hambatan. Peluang besar terbuka melalui tren literasi digital dan dukungan pemerintah daerah terhadap program literasi. Sedangkan ancaman datang dari rendahnya minat baca masyarakat serta persaingan dari platform informasi komersial seperti YouTube atau Wikipedia yang lebih populer.

Dari hasil ini dapat disimpulkan bahwa promosi digital efektif namun memerlukan penguatan dari sisi internal, terutama dalam peningkatan kompetensi SDM dan kontinuitas program literasi digital. Penguatan strategi berbasis data dan segmentasi audiens juga perlu diterapkan agar promosi menjadi lebih tepat sasaran.

## **KESIMPULAN**

Penelitian ini menyimpulkan bahwa strategi promosi digital yang diterapkan oleh Balaiyanpus DIY telah memberikan dampak positif dalam menarik pengunjung, terutama dari kalangan generasi muda. Penggunaan media sosial dan konten interaktif menjadi sarana efektif dalam meningkatkan visibilitas dan akses terhadap layanan perpustakaan. Namun, keberhasilan strategi ini masih dibatasi oleh keterbatasan SDM dan literasi digital masyarakat. Oleh karena itu, perlu dilakukan pelatihan intensif bagi pengelola perpustakaan serta peningkatan kerja sama dengan komunitas dan institusi pendidikan agar promosi dapat berjalan secara berkelanjutan dan optimal.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- BPS (2022). Statistik Pengguna Internet Indonesia. Badan Pusat Statistik.
- Dewi, N. (2021). Peran Perpustakaan Daerah dalam Pengembangan Literasi Masyarakat. *Jurnal Ilmu Informasi dan Perpustakaan*, 13(2), 45–58.
- Indrawijaya, A. I., & Pranoto, J. (2011). *Manajemen Strategik*. Jakarta: Prenada Media.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Lubis, D. (2019). *Promosi dan Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Ranganathan, S. R. (1931). *Five Laws of Library Science*. Madras Library Association.
- Sari, D. A., & Prabowo, H. (2021). Digitalisasi Layanan Perpustakaan di Era Pandemi. *Jurnal Transformasi Perpustakaan*, 5(1), 25–33.
- Wahyuni, S., & Budiarto, M. (2020). Tren Kunjungan Perpustakaan di Era Digital. *Jurnal Pustaka Digital*, 4(2), 14–27.
- Widiastuti, R. (2020). Efektivitas Media Sosial dalam Promosi Layanan Perpustakaan. *Jurnal Komunikasi Publik*, 8(1), 67–76.
- Wijaya, A. (2024). Strategi Promosi Digital Menggunakan Model AIDA. *Jurnal Pemasaran Digital Indonesia*, 2(1), 34–42.