

PEMANFAATAN INSTAGRAM OLEH PERPUSTAKAAN PTKIN DI JAWA TIMUR

Fiqru Mafar

Manajemen Pendidikan Islam, Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan IAIN Jember

Email: mafarfiqru@gmail.com

Abstrak

Objek penelitian ini adalah untuk melakukan investigasi terhadap pemanfaatan instagram pada Perpustakaan PTKIN di Jawa Timur. Metode dalam penelitian ini menggunakan pendekatan studi kasus melalui analisis konten terhadap postingan pada tujuh akun instagram Perpustakaan PTKIN di Jawa Timur. Analisa dilakukan dengan menganalisis kepemilikan akun, pertumbuhan akun instagram, aktivitas posting, dan pemanfaatannya pada masing-masing akun instagram Perpustakaan PTKIN di Jawa Timur. Data penelitian diambil pada hari yang sama tanggal 05 Desember 2020. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara umum, instagram telah dimanfaatkan oleh pengelola Perpustakaan PTKIN di Jawa Timur. Hal ini dapat dilihat dari kepemilikan akun oleh seluruh perpustakaan. Berdasarkan pertumbuhannya, instagram baru dimanfaatkan oleh pengelola Perpustakaan PTKIN di Jawa Timur pada tahun 2017. Rata-rata aktivitas posting masing-masing akun sebesar 130,28 post. Pemanfaatan instagram oleh Perpustakaan PTKIN lebih banyak digunakan sebagai media marketing/promosi, yaitu sebesar 560 post atau 61,40%. Sedangkan pemanfaatan instagram yang masih jarang dilakukan adalah permintaan masukan/saran kepada pemustaka, yaitu sebanyak 5 post atau 0,55% dari seluruh konten yang telah diposting. Sebagai saran, pengelola perpustakaan perlu mengoptimalkan pemanfaatan instagram untuk menjangkau masukan/saran dari pemustaka.

Kata Kunci: instagram, perpustakaan perguruan tinggi, PTKIN, Jawa Timur

Abstract

The object of this research is to investigate the use of Instagram in the PTKIN Library in East Java. This research used a case study model through content analysis of the post on the seven PTKIN Library Instagram accounts in East Java. The investigation was conducted by analyzing account ownership, growth of Instagram accounts, posting activity, and their use in each PTKIN Library Instagram account in East Java. The research data was taken on the same day, December 5, 2020. The results showed that generally Instagram used by PTKIN Library managers in East Java. It can be seen from the account ownership by the entire library. Based on its growth, Instagram was only used by the PTKIN library manager in East Java in 2017. The average posting activity for each account was 130.28 posts. The use of Instagram by the PTKIN library is mostly used as a marketing/promotion medium, amount to 560 posts or 61.40%. Meanwhile, the use of Instagram that is still rarely done is input / suggestions from users, which is five posts or 0.55% of all posted content. As a suggestion, PTKIN Library managers in East Java need to optimize the use of Instagram to capture suggestions from library users.

Keywords: *instagram, university library, PTKIN, East Java*

A. PENDAHULUAN

Dunia virtual telah menjadi bagian yang tak terpisahkan dalam kehidupan masyarakat saat ini. Berbagai kegiatan virtual, seperti belanja online, telah menjadi gaya hidup bagi masyarakat modern (Abdullah, 2017). Terlebih lagi dengan adanya pandemi Covid-19 telah 'memaksa' masyarakat untuk beradaptasi dalam proses sosial. Mereka yang pada awalnya bersosial dengan melibatkan kontak fisik, kini telah banyak berubah dan bergeser ke dunia virtual atau dunia maya (Prabowo, 2020).

Saat ini telah banyak media sosial yang telah dimanfaatkan oleh masyarakat sebagai media komunikasi mereka, salah satunya adalah instagram. Saat ini, instagram merupakan media sosial yang paling diminati oleh banyak orang (Zuhri & Christiani, 2018). Unikny, saat ini instagram lebih marak digunakan untuk branding dibandingkan dengan interaksi dengan orang lain (Rahmadanti, 2016). Keunikan ini tentunya menjadi hal menarik yang perlu dikaji lebih lanjut.

Keberadaan media sosial berupa instagram selayaknya dapat dimanfaatkan secara optimal oleh perpustakaan. Pemanfaatan tersebut dapat dijadikan sebagai bentuk eksistensi perpustakaan di dunia virtual (Saputro, 2019). Selain itu, instagram juga dapat dijadikan sebagai media untuk memasarkan jasa layanan yang diberikan kepada pemustaka.

Beberapa hasil penelitian terkait pemanfaatan instagram oleh perpustakaan pada dasarnya telah dilakukan oleh para peneliti sebelumnya. Saefullah pada tahun 2018 telah melakukan penelitian tentang media sosial sebagai wadah berbagi pengetahuan antar perpustakaan solo raya. Metode yang digunakan adalah metode kualitatif dengan pengambilan data melalui observasi dan wawancara. Salah satu hasil penelitiannya menunjukkan bahwa beberapa perpustakaan di wilayah Solo Raya telah memanfaatkan instagram sebagai salah satu media sosial perpustakaan. Beberapa perpustakaan seperti Dinas Kearsipan dan Perpustakaan Kota Surakarta, Dinas Perpustakaan dan Arsip Kabupaten Karanganyar, dan Perpustakaan Umum Daerah Boyolali merupakan beberapa

perpustakaan di daerah Solo Raya yang telah memanfaatkan instagram sebagai media sosial yang mereka gunakan (Saefullah, 2018).

Hal yang serupa dengan penelitian sebelumnya, Budiman, Arif, dan Roem juga telah melakukan penelitian terkait pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi Perpustakaan Kabupaten Belitang Timur. Melalui penelitian kualitatif yang telah dilakukan menghasilkan temuan bahwa instagram dimanfaatkan sebagai salah satu media sosial untuk perpustakaan (Budiman, Arif, & Roem, 2019).

Penelitian berikutnya adalah penelitian yang dilakukan oleh Cahyani dan Asri. Mereka melakukan penelitian tentang rancangan dan penerapan promosi ruang baca melalui instagram di Ruang Baca Fakultas Ilmu Komputer Universitas Brawijaya Malang. Metode yang digunakan adalah melalui penerapan promosi dan dilakukan melalui tiga tahapan siklus setiap minggunya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebelumnya ruang baca yang diteliti belum pernah melakukan promosi secara offline maupun online. Setelah melalui siklus promosi, seluruh siklus telah melampaui angka yang telah ditargetkan pada rancangan (Cahyani & Asri, 2018).

Penelitian-penelitian di atas menunjukkan bahwa penelitian terkait instagram sebagai media sosial perpustakaan telah beberapa kali dilakukan. Namun, penelitian tentang bagaimana kategori pemanfaatan instagram oleh perpustakaan masih sulit ditemukan. Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis melakukan penelitian tentang pemanfaatan instagram oleh Perpustakaan PTKIN di Jawa Timur. Penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana pemanfaatan instagram oleh Perpustakaan PTKIN di Jawa Timur berdasarkan kategori yang telah ditentukan. Selain itu, penulis juga menyertakan kajian tentang kepemilikan akun instagram, pertumbuhan akun instagram, dan aktivitas posting akun instagram Perpustakaan PTKIN di Jawa Timur.

B. LANDASAN TEORI

Pada awalnya, instagram merupakan aplikasi media sosial yang berfungsi untuk mengelola konten foto dan menyebarkannya kepada pengguna instagram yang lain (Jubilee Enterprise, 2012). Pada perkembangannya, instagram bertransformasi sebagai aplikasi yang khusus didesain untuk masyarakat pengguna *mobile phone* (Tim Stiletto Book & Afandi, 2019). Oleh karena itu, konten yang dikelola tidak lagi hanya terbatas foto, tapi juga dapat mengelola konten video.

Pada umumnya, instagram dapat dijadikan sebagai salah satu media promosi perpustakaan (Suratman, Sudarwanto, Wulandari, & Pahlevi, 2019). Hal ini dapat dilihat dari hasil penelitian yang menunjukkan bahwa sebanyak 80% pengguna instagram menyatakan bahwa media sosial ini memberikan pengaruh dalam pemilihan produk oleh konsumen (Nofriansyah & dkk, 2020). Peluang ini tentu saja sayang untuk dilewatkan oleh pengelola perpustakaan.

Pengelola perpustakaan, terutama Perpustakaan PTKIN di Jawa Timur dapat memanfaatkan instagram sebagai media pemasaran dan promosi mereka. Hal-hal yang dapat dipromosikan dapat berupa kegiatan perpustakaan, fasilitas, layanan, koleksi, dan hal-hal lain yang berkaitan dengan perpustakaan. Penggunaan instagram sebagai media promosi ini tentu saja diharapkan dapat menarik pemustaka untuk lebih sering untuk datang ke perpustakaan.

Penelitian terkait pemanfaatan instagram yang penulis lakukan dilakukan dengan mengelompokkan konten instagram yang ada. Santoso mengelompokkan konten yang di posting di instagram ke dalam tiga kategori, yaitu *post* produk, promosi, hiburan, dan *event* (A. P. Santoso, Baihaqi, & Persada, 2017). Kategori konten pertama adalah konten produk. Konten terkait produk merupakan konten yang telah diposting di instagram dan berkaitan dengan daftar produk, tips penggunaan produk tertentu, testimoni pengguna terhadap produk yang bersangkutan, informasi detail produk, dan lain sebagainya (A. Santoso, 2017). Konten produk ini penting dalam rangka memberikan informasi yang lengkap terkait produk yang ditawarkan kepada konsumen.

Kategori kedua adalah konten promosi. Konten ini bertujuan untuk mempromosikan produk-produk yang ditawarkan melalui instagram. Promosi tidak hanya dilakukan dengan mempromosikan produk tertentu saja. Promosi melalui instagram juga dapat dilakukan melalui pemberian potongan harga ataupun hadiah untuk pembelian produk-produk tertentu (A. Santoso, 2017).

Kategori kedua adalah kategori konten hiburan. Konten ini pada dasarnya tidak secara langsung berhubungan dengan produk yang ditawarkan. Oleh karena itu, tidak jarang konten hiburan dapat berupa postingan yang berisi kata-kata mutiara, motivasi, foto, dan lain-lain (Broenstein dalam A. Santoso, 2017).

Kategori terakhir oleh Santoso adalah konten *event*. Konten jenis ini berisi informasi terkait kegiatan pengelola akun instagram. Beberapa kegiatan seperti pameran, launching produk baru, serta kegiatan lain yang melibatkan orang banyak dan dilakukan oleh pengelola akun dapat masuk ke dalam kategori ini (A. Santoso, 2017).

Berbeda dengan Santoso, pemanfaatan konten instagram oleh pengelola perpustakaan dikategorikan oleh Chan, Lam dan Chiu ke dalam empat kategori, yaitu penyebaran informasi perpustakaan, pemasaran atau promosi, *information/knowledge sharing*, dan permintaan masukan kepada pemustaka (Chan, Lam, & Chiu, 2020). Penyebaran informasi perpustakaan dapat berisi konten yang berkaitan dengan jam buka layanan, penutupan layanan tertentu, pembukaan layanan khusus, perekrutan tenaga baru atau komunitas perpustakaan, dan lain-lain. Konten pemasaran dan promosi dapat berupa informasi tentang koleksi yang dimiliki, kegiatan perpustakaan, fasilitas dan layanan apa saja yang ada di perpustakaan, dan lain-lain. Konten *information/knowledge sharing* dapat berupa konten tentang informasi yang berasal dari luar lembaga perpustakaan, kata-kata mutiara, informasi dari lembaga lain, peringatan hari-hari tertentu (baik nasional maupun internasional), dan lain sebagainya. Sedangkan konten permintaan masukan dapat berupa posting yang berkaitan dengan survei pemustaka, permintaan masukan/saran untuk perbaikan pengelolaan perpustakaan, survei kebutuhan koleksi oleh pemustaka,

dan lain sebagainya. Pada penelitian ini, pengkategorian yang digunakan adalah pengkategorian berdasarkan Chan, Lam, dan Chiu sebagaimana yang telah dijelaskan.

C. METODE

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan studi kasus. Penelitian dilakukan dengan menganalisis akun instagram Perpustakaan PTKIN di Jawa Timur. Data PTKIN diambil dari http://diktis.kemenag.go.id/rankingptai/tbl_ptainprovinsi.php. Berdasarkan data PTKIN tersebut, penulis berasumsi bahwa setiap PTKIN yang ada memiliki perpustakaan sebagai kesatuan yang tidak terpisahkan pada lembaga perguruan tinggi.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh konten yang diunggah melalui postingan tujuh akun instagram Perpustakaan PTKIN di Jawa Timur, yaitu Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Perpustakaan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, IAIN Madura, Perpustakaan IAIN Ponorogo, Perpustakaan IAIN Tulungagung, Perpustakaan IAIN Kediri, Perpustakaan IAIN Jember. Konten yang dianalisis terhitung sejak postingan pertama dari masing-masing akun instagram sampai dengan tanggal 05 Desember 2020 (waktu pengambilan data oleh peneliti). Untuk menjaga keabsahan data, seluruh konten diambil pada waktu yang sama, yaitu pada tanggal yang telah disebutkan di atas.

Analisa data dilakukan dengan mengelompokkan konten ke dalam empat kategori yang telah dikemukakan oleh Cham, Lam dan Chiu (2020). Pengkategorian konten dikelompokkan menjadi penyebaran informasi perpustakaan, pemasaran atau promosi, *information/knowledge sharing*, dan permintaan masukan kepada pemustaka. Data yang diperoleh dikelompokkan ke dalam empat kategori tersebut ke dalam bentuk persentase.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kepemilikan akun Instagram Perpustakaan PTKIN di Jawa Timur

Data yang diperoleh melalui <http://diktis.kemenag.go.id/rankingptai/ptkin.php>, menunjukkan bahwa terdapat 7 PTKIN di wilayah Jawa Timur. Tujuh PTKIN tersebut terdiri dari dua PTKIN berstatus UIN dan 5 PTKIN berstatus IAIN. Berdasarkan data tersebut dapat diasumsikan bahwa terdapat 7 perpustakaan PTKIN di Jawa Timur.

Selanjutnya, penulis melakukan penelusuran guna memperoleh informasi terkait akun instagram Perpustakaan PTKIN di Jawa Timur. Hasil penelusuran menunjukkan bahwa seluruh Perpustakaan PTKIN di Jawa Timur telah memiliki akun instagram resmi masing-masing. Hal ini menunjukkan bahwa seluruh Perpustakaan PTKIN di Jawa Timur telah memanfaatkan instagram sebagai salah satu media sosial untuk berkomunikasi dengan masyarakat yang mereka layani.

Tabel 1. Kepemilikan Akun Instagram Perpustakaan PTKIN di Jawa Timur

Akun Instagram	Jumlah	Persentase
Ada	7	100%
Tidak ada	0	0%
Jumlah	7	100%

Sumber: Data penelusuran, 2020.

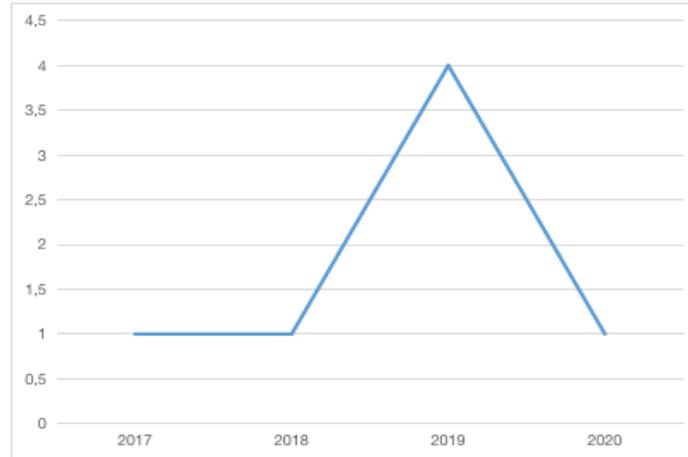
Pertumbuhan Akun Instagram Perpustakaan PTKIN di Jawa Timur

Analisis terhadap pertumbuhan akun instagram Perpustakaan PTKIN di Jawa Timur dilakukan dengan melihat tanggal *posting* pertama kali. Berdasarkan data tersebut, diperoleh informasi pertumbuhan akun instagram sebagaimana terlihat pada Gambar 1.

Berdasarkan gambar tersebut dapat dilihat bahwa akun instagram perpustakaan PTKIN di Jawa Timur pertama kali muncul pada tahun 2017 dimana terdapat 1 akun instagram yang *posting* pertama kali pada tahun tersebut. Pada tahun berikutnya, yaitu tahun 2018, terdapat 1 akun yang *posting* pertama kali pada tahun tersebut. Barulah pada tahun 2019 beberapa akun bermunculan dan melakukan *posting* utuk pertama kali, yaitu 4 akun instagram.

Sedangkan pada tahun 2020, terdapat 1 akun yang melakukan posting untuk pertama kali.

Gambar 1. Pertumbuhan Akun Instagram Perpustakaan PTKIN di Jawa Timur

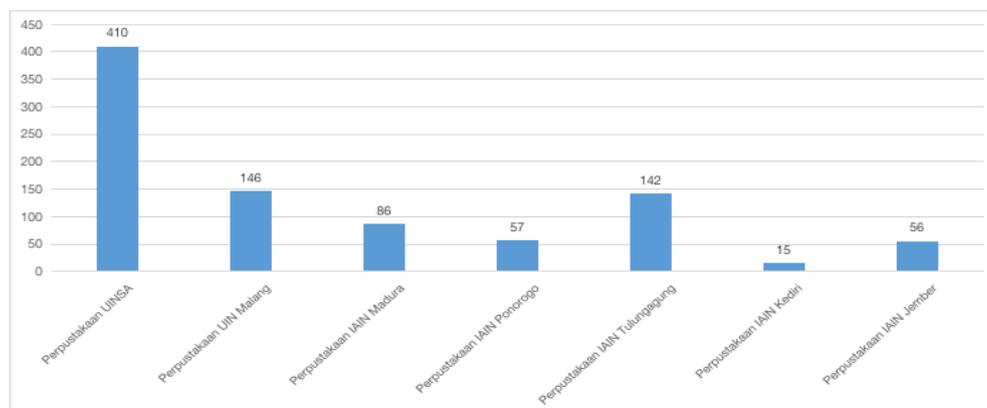


Sumber: Data penelusuran 2020.

Aktivitas Posting Akun Instagram Perpustakaan PTKIN di Jawa Timur

Analisis terhadap aktivitas *posting* masing-masing akun instagram Perpustakaan PTKIN di Jawa Timur dilakukan dengan melihat jumlah *posting* masing-masing akun. Masing-masing akun instagram memiliki jumlah *posting* yang berbeda. Beberapa di antara mereka memiliki konten yang telah diposting berjumlah ratusan, sementara beberapa yang lain hanya memiliki konten yang telah diposting berjumlah puluhan saja. Hal tersebut dapat dilihat pada data di bawah ini.

Gambar 2. Jumlah *Posting* Masing-masing Akun Instagram Perpustakaan PTKIN di Jawa Timur



Sumber: Data penelusuran 2020.

Hasil penelusuran menunjukkan bahwa jumlah total *post* untuk seluruh akun instagram Perpustakaan PTKIN di Jawa Timur berjumlah 912 *post*. Jika dilakukan rerata, maka jumlah rata-rata *post* masing-masing akun instagram adalah 130,28 *post*.

Pemanfaatan Instagram oleh Perpustakaan PTKIN di Jawa Timur

Kategori pemanfaatan instagram oleh Perpustakaan PTKIN di Jawa Timur dilakukan dengan mengelompokkan jenis konten yang telah diposting pada masing-masing akun. Selanjutnya, penulis melakukan analisis konten dengan mengelompokkan masing-masing konten ke dalam kategori berdasarkan pendapat Chan, Lam, dan Chiu, yaitu kategori penyebaran informasi perpustakaan, marketing atau promosi, *information/knowledge sharing*, dan permintaan masukan kepada pemustaka (Chan, Lam, & Chiu, 2020). Hasil penelitian terhadap pemanfaatan instagram oleh Perpustakaan PTKIN di Jawa Timur dapat dilihat pada tabel 2 berikut ini.

Tabel 2. Pemanfaatan Instagram oleh Perpustakaan PTKIN di Jawa Timur

Kategori Pemanfaatan	Jumlah	Persentase
Penyebaran informasi perpustakaan	132	14,47%
Marketing atau promosi	560	61,40%
<i>Information/knowledge sharing</i>	215	23,57%
Permintaan masukan/saran kepada pemustaka	5	0,55%
Jumlah	912	100%

Sumber: Data penelusuran, 2020.

Data pada tabel tersebut menunjukkan bahwa pemanfaatan instagram oleh Perpustakaan PTKIN di Jawa Timur lebih banyak digunakan untuk *marketing* atau promosi, yaitu 560 konten yang telah diposting, atau 61,40%. Promosi yang dilakukan berupa *posting* terkait koleksi yang dimiliki, kegiatan/*event* yang dilakukan oleh perpustakaan, ajakan untuk berkunjung ke perpustakaan, ajakan untuk mem*follow* akun media sosial perpustakaan, dan lain-lain.

Gambar 3. Contoh konten marketing/promosi yang telah diposting pada salah satu akun instagram Perpustakaan PTKIN di Jawa Timur



Sumber: Instagram @lib.iainpo, hasil penelusuran, 2020.

Selain dimanfaatkan untuk *marketing* atau promosi perpustakaan, instagram juga cukup banyak digunakan untuk *information/knowledge sharing* (215 atau 23,57%) dan penyebaran informasi perpustakaan (132 atau 14,47%). *Information/knowledge sharing* yang dilakukan melalui instagram lebih mengarah kepada penyebaran informasi yang berasal dari luar lembaga perpustakaan, informasi peringatan hari nasional, informasi terkait covid-19, dan kata-kata mutiara. Sedangkan penyebaran informasi perpustakaan berisi konten berupa informasi jam buka/tutup layanan selama pandemi covid-19 dan kebiasaan baru serta ajakan untuk bergabung sebagai petugas magang dan anggota komunitas pemustaka pada perpustakaan yang bersangkutan.

Gambar 4. Contoh konten *information/knowledge sharing* yang telah diposting pada salah satu akun instagram Perpustakaan PTKIN di Jawa Timur



Sumber: Instagram @iainmadura.lib, hasil penelusuran, 2020.

Gambar 5. Contoh konten penyebaran informasi perpustakaan yang telah diposting pada salah satu akun instagram Perpustakaan PTKIN di Jawa Timur



Sumber: Instagram @uinmaliki_library, hasil penelusuran, 2020.

Kategori pemanfaatan konten instagram yang jarang digunakan oleh Perpustakaan PTKIN di Jawa Timur adalah permintaan masukan/saran kepada pemustaka. Kategori ini dapat berupa survei kepuasan pemustaka, saran atau masukan terhadap layanan yang diberikan, ataupun survei kebutuhan informasi

pemustaka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hanya terdapat 5 konten yang telah diposting atau sebesar 0,55% dari keseluruhan jumlah konten akun instagram Perpustakaan PTKIN di Jawa Timur masuk ke dalam kategori permintaan masukan/saran kepada pemustaka. Hal tersebut menunjukkan bahwa pengelola perpustakaan perlu meningkatkan pemanfaatan instagram sebagai media komunikasi dengan pemustaka dalam rangka menjangkau informasi terkait kepuasan, kebutuhan informasi, serta usulan terhadap pelayanan yang diberikan.

Gambar 5. Contoh konten permintaan masukan/saran yang telah diposting pada salah satu akun instagram Perpustakaan PTKIN di Jawa Timur



Sumber: Instagram @iainmadura.lib, hasil penelusuran, 2020.

E. PENUTUP

Sebagai salah satu media sosial yang cukup populer di kalangan masyarakat, instagram dapat menjadi media komunikasi yang potensial antara pengelola perpustakaan dengan pemustaka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada dasarnya seluruh Perpustakaan PTKIN di Jawa Timur telah memiliki akun instagram. Dari segi pertumbuhan akun, berdasarkan tanggal pertama kali pemilik akun memposting konten, instagram baru dimanfaatkan sebagai media sosial bagi perpustakaan pada tahun 2017. Rata-rata jumlah konten yang telah diposting untuk masing-masing akun adalah 130,28 post.

Sedangkan berdasarkan pemanfaatannya, instagram lebih banyak dimanfaatkan sebagai sarana marketing/promosi perpustakaan dengan jumlah konten yang telah diposting sebanyak 560 postingan atau 61,40% dari keseluruhan postingan yang dianalisis.

Sebagai saran, mengingat instagram masih jarang dimanfaatkan untuk menjangking pendapat berupa masukan dari pemustaka, maka menurut hemat penulis, pengelola Perpustakaan PTKIN di Jawa Timur perlu meningkatkan pemanfaatan instagram sebagai media komunikasi untuk menjangking masukan/saran dari pemustaka. Melalui instagram, pengelola perpustakaan diharapkan dapat menginformasikan bahwa pemustaka dapat ikut berperan aktif dalam meningkatkan kualitas layanan yang diberikan. Peran aktif tersebut dapat dilakukan melalui pemberian masukan koleksi yang perlu diadakan, masukan terkait layanan yang perlu diperbaiki, serta saran atas layanan yang telah mereka rasakan. Dengan demikian, diharapkan pemanfaatan instagram oleh Perpustakaan PTKIN di Jawa Timur dapat lebih optimal.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, V. (2017). Sosial media sebagai pasar bagi masyarakat modern (sebuah kritik terhadap budaya populer). *Jurnal Dakwah Tabligh*, 18(1), 1-15. <https://doi.org/10.24252/jdt.v18n1dnk02>
- Budiman, Arif, E., & Roem, E. R. (2019). Pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi Perpusda Kabupaten Belitung Timur. *Jurnal Ranah Komunikasi*, 3, 34-44.
- Cahyani, N. P., & Asri, T. M. (2018). Rancangan dan penerapan promosi ruang baca melalui media sosial (instagram) di Ruang Baca Fakultas Ilmu Komputer Universitas Brawijaya Malang. *Vok@sindo: Jurnal Ilmu-Ilmu Terapan Dan Hasil Karya Nyata*, 06(02), 64-77. <https://vokasindo.ub.ac.id/index.php/vokasindo/article/view/97>
- Chan, T. T. W., Lam, A. H. C., & Chiu, D. K. W. (2020). From facebook to instagram: Exploring user engagement in an academic library. *Journal of Academic Librarianship*, 46(6), 102229. <https://doi.org/10.1016/j.acalib.2020.102229>

- Jubilee Enterprise. (2012). *Instagram untuk fotografi digital dan bisnis kreatif*. Elex Media Komputindo.
- Nofriansyah, D., & dkk. (2020). *Bisnis online: Strategi dan peluang usaha*. Yayasan Kita Menulis.
- Prabowo, T. T. (2020). Covid-19 dan reorientasi ruang sosial. In *Memperebutkan ruang publik virtual: Literasi, hoax, dan perdamaian* (pp. 6-9). Zahir Publishing.
- Ramadhanti, T. R. (2016). *Fenomena pemanfaatan instagram sebagai media personal branding*. Universitas Diponegoro.
- Saefullah, R. S. (2018). Media sosial wadah untuk berbagai pengetahuan antar perpustakaan solo raya. *Pustakaloka*, 10(2), 182. <https://doi.org/10.21154/pustakaloka.v10i2.1361>
- Santoso, A. (2017). *Pengaruh konten post instagram terhadap online engagement: Studi kasus pada lima merek pakaian wanita*. Institut Teknologi Sepuluh Nopember. <http://repository.its.ac.id/2450/7/2813100040-Undergraduate-Theses.pdf>
- Santoso, A. P., Baihaqi, I., & Persada, S. F. (2017). Pengaruh konten post instagram terhadap online engagement: Studi kasus pada lima merek pakaian wanita. *Jurnal Sains Dan Seni ITS*, 6(1), 50-54. <https://media.neliti.com/media/publications/134833-ID-pengaruh-konten-post-instagram-terhadap.pdf>
- Saputro, T. Y. A. (2019). *Pemanfaatan instagram oleh Perpustakaan Institut Teknologi dan Bisnis Kalbis*. UIN Syarif Hidayatullah.
- Suratman, B., Sudarwanto, T., Wulandari, S. S., & Pahlevi, T. (2019). *Kiat sukses pemasaran online bagi petani*. Zifatama Jawa.
- Tim Stiletto Book, & Afandi, R. (2019). *How to win instagram*. Stiletto Book.
- Zuhri, M. A. M., & Christiani, L. (2018). Pemanfaatan media sosial instagram sebagai media promosi library based community (studi kasus Komunitas Perpustakaan Jalanan Solo @Koperjas). *Jurnal Ilmu Perpustakaan*, 7(2), 21-30. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jip/article/viewFile/22899/20924>.