

# Analisis AIDA pada Program Kalbis Library Quiz sebagai Media Promosi Perpustakaan Kalbis Institute melalui Instagram

Dwi Julyanti, Santi Delliana\*

Institut Teknologi dan Bisnis Kalbis  
Jalan Pulomas Selatan Kav. 22, Jakarta Timur, Indonesia 13210

## Abstract

*Amid the rise of information and technology that continues to grow, libraries have considerable challenges in keeping pace to not be abandoned by their users. Kalbis Institute Library tries to promote its services through various social media, one of which is Instagram. It is one of the most used social media nowadays. The library makes many efforts for promotion, one of which is the Kalbis Library Quiz program through Instagram @kalbislibrary. The Instagram library utilizes Kalbis Library quiz program to get engagement/pengikut engagement. This study aimed to analyze the Kalbis Library quiz program as a promotional medium using the concept of AIDA (Attention, Interest, Desire, and Action). This research uses qualitative descriptive research methods with observation techniques conducted by librarians. The results of this study showed that the Kalbis Library quiz program on Instagram simply meet the AIDA element that is attention. At the beginning, the program got less attention, but with innovation, the program received not only attention but also action.*

*Keywords: instagram; social media; library promotion; AIDA promotion models*

## Abstrak

*Di tengah perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, perpustakaan memiliki tantangan yang cukup besar untuk mengimbangi agar tidak ditinggalkan oleh penggunanya. Perpustakaan Kalbis Institute mencobanya dengan cara berpromosi di berbagai media sosial. Saat ini, instagram menjadi salah satu media sosial yang paling luas jangkauannya. Banyak upaya yang dilakukan oleh perpustakaan untuk promosi, salah satunya adalah program Kalbis Library Quiz melalui akun Instagram @kalbislibrary. Perpustakaan memanfaatkan program Kalbis Library Quiz untuk mendapatkan keterlibatan pengikut (engagement). Tujuan dari penelitian ini untuk menganalisis program Kalbis Library Quiz sebagai media promosi menggunakan konsep AIDA (Attention, Interest, Desire, dan Action). Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dengan teknik observasi yang dilakukan oleh pustakawan. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa upaya promosi yang dilakukan perpustakaan Kalbis Institute dalam membuat program Kalbis Library quiz di Instagram cukup memenuhi elemen AIDA yaitu aspek attention. Saat program mulai berjalan, attention bisa dikatakan masih kurang. Namun, dengan inovasi, attention kemudian mulai diperoleh menyusul kemudian dengan action.*

*Kata Kunci: Instagram; media sosial; promosi perpustakaan; model promosi AIDA*

\*Penulis korespondensi  
anastasia.santi@kalbis.ac.id

### Sitasi

Julyanti, D., Delliana, S.  
(2021)

Analisis AIDA Pada Program  
Kalbis Library Quiz Sebagai  
Media Promosi Perpustakaan  
kalbis Institute Melalui  
Instagram. Jurnal FPPTI,  
1(1),11-17.



## Pendahuluan

Saat ini, teknologi informasi dan komunikasi berkembang dengan pesat, dan ini menjadi sebuah tantangan bagi perpustakaan. Perpustakaan harus mampu mengimbangi perkembangan teknologi serta informasi agar tidak ditinggalkan dan dapat terus dimanfaatkan oleh penggunanya. Salah satu fungsi perpustakaan adalah menyediakan sumber informasi. Namun, selain itu, perpustakaan juga memiliki fungsi rekreasi di mana perpustakaan menyediakan media atau sarana yang menarik dan menghibur. Untuk menjalankan semua fungsi perpustakaan maka diperlukan upaya promosi.

Promosi dibutuhkan untuk menunjukkan eksistensi sebuah perpustakaan. Melalui promosi, diharapkan pengguna dapat mengetahui layanan, koleksi, serta informasi lainnya. Promosi perpustakaan merupakan suatu tempat atau media yang dapat digunakan untuk mengenalkan, menginformasikan, serta memperlihatkan kepada pengguna tentang koleksi, layanan, dan fasilitas yang dimiliki oleh perpustakaan (Budiman & Ronaning, 2019). Perkembangan informasi dan teknologi dapat menjadi sebuah peluang bagi perpustakaan untuk promosi, salah satunya melalui media sosial.

Banyak media sosial yang dapat dipilih untuk promosi sebuah perpustakaan. Saat ini, Perpustakaan Kalbis Institute memiliki beberapa akun media sosial sebagai media promosi, antara lain Facebook, Twitter, Instagram, Line, dan Youtube. Kegiatan promosi melalui media sosial telah dilakukan Perpustakaan Kalbis Institute sejak tahun 2013. Saat itu, Perpustakaan Kalbis Institute menggunakan Facebook sebagai media promosi perpustakaan. Kemudian, seiring berkembangnya media sosial maka perpustakaan mengikuti dengan platform yang sedang digemari oleh mahasiswa, yaitu Instagram. Hal ini dilakukan perpustakaan Kalbis dengan pertimbangan agar promosi yang perpustakaan lakukan dapat menjangkau seluruh sivitas akademika Kalbis Institute.

Aplikasi Instagram sangat mudah digunakan dan diakses melalui telepon pintar. Sejak akun @kalbislibrary dibuat pada 2015 hingga saat ini, media sosial yang sedang tren di kalangan mahasiswa Kalbis Institute adalah Instagram. Hal ini terlihat dari jumlah pengikut yang bertambah setiap bulan.

Saat ini, Instagram sedang digandrungi di tengah masyarakat. Pengguna aktif bulanan atau *monthly active user* (MAU) Instagram di dunia menembus angka 1 miliar per Juni 2018. Perkembangan Instagram yang begitu pesat tidak lepas dari inovasi-inovasi yang diciptakan oleh Instagram, seperti *insta stories* yang hampir menyerupai *Snapchat*. Bahkan sekarang Instagram telah meluncurkan fitur IGTV di mana fitur tersebut dapat memuat video berdurasi satu jam dalam bentuk vertikal. Menurut Bohang dan Nistanto (2018), media sosial yang berisikan konten utama berupa gambar dan video memberikan kenyamanan bagi penggunanya.

Perpustakaan Kalbis Institute menjadi salah satu perpustakaan yang juga memanfaatkan aplikasi Instagram sebagai media promosi perpustakaan. Promosi yang dilakukan mencakup koleksi, layanan, fasilitas, kegiatan, dan infografis yang informatif. Namun, Perpustakaan Kalbis Institute memiliki tantangan besar untuk mendapatkan *engagement*/keterlibatan pengikut.

Menurut Nasrullah, ada beberapa karakteristik media sosial yaitu: (1) Jaringan (*Network*), dimana karakteristik ini membuat atau membentuk jaringan sebagai pen jembatan bagi pengguna dalam kehidupan nyata. Jaringan yang terbentuk antar pengguna akan menjadi komunitas yang secara sadar atau tidak akan membuat nilai-nilai di masyarakat muncul sebagai ciri masyarakat pada teori sosial, (2) Informasi (*Information*), dimana dalam penggunaan media sosial informasi dijadikan sebagai

sumber daya sebagaimana dijadikan landasan untuk berinteraksi, (3) Arsip (*Archive*), dimana informasi di dalam sebuah media sosial dapat diakses kapan pun serta disimpan. Unggahan berupa informasi dapat diakses setiap saat tanpa ada batasan waktu, dan (4) Interaksi (*Interactivity*), dimana interaksi yang terjadi melalui media sosial dengan saling memberikan reaksi berupa menyukai unggahan atau mengungkapkan sesuatu pada unggahan pengguna lain. (Nasrullah, 2015)

Dengan karakteristik tersebut, maka Perpustakaan Kalbis institute mencoba melakukan promosi melalui kegiatan *Kalbis Library Quiz*. Perpustakaan Kalbis Institute mengadakan program ini sejak 2016. Namun, upaya menyelenggarakan program *Kalbis Library Quiz* untuk mendapatkan engagement kurang mendapat respon menggembirakan. Ini terlihat dari minat pengikut yang mayoritas adalah mahasiswa kalbis Institute yang masih rendah. Maka dalam penelitian ini, penulis ingin menganalisis program *Kalbis Library Quiz* sebagai media promosi Perpustakaan Kalbis Institute melalui Instagram menggunakan teori AIDA (*Attention, Interest, Desire, dan Action*).

### **Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan atau menjelaskan sesuatu hal seperti apa adanya (Irawan, 2004). Penelitian kualitatif yaitu menggambarkan realita empirik dengan teori yang berlaku menggunakan metode studi kasus. Data diperoleh melalui wawancara dengan informan dan dokumentasi, sedangkan analisis data bersifat induktif kualitatif dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan pada makna generalisasi (Sugiyono, 2007). Menurut definisi lain, metode deskriptif adalah kajian yang mengenai suatu peristiwa, lingkungan, dan situasi tertentu yang memungkinkan untuk mengungkapkan atau memahami suatu hal (Ismail, 2021). Jadi, penelitian deskriptif merupakan sebuah kajian yang memuat peristiwa atau situasi yang terjadi. Dari beberapa penjelasan para ahli dapat disimpulkan bahwa penelitian deskriptif kualitatif merupakan metode untuk mendapatkan informasi dengan mengumpulkan serta mempelajari data berdasarkan keterangan yang sudah ada untuk menghasilkan persepsi, ide dari objek yang diteliti.

Selain itu, data juga diperoleh langsung oleh peneliti dari akun Instagram Perpustakaan Kalbis Institute. Hal ini dimungkinkan karena peneliti juga merupakan pengelola akun Instagram tersebut. Penelitian ini mengambil data dari kegiatan *Kalbis Library Quiz* yang diselenggarakan di awal-awal program, tepatnya pada 2016 hingga 2020. Observasi merupakan kegiatan pendataan secara sistematis mengenai suatu , perilaku, kejadian dan objek-objek yang dilihat dan hal-hal lainnya yang diperlukan dalam mendukung penelitian yang dilaksanakan (Sarwono, 2006).

### **Hasil dan pembahasan**

#### **Konsep AIDA (*Attention, Interest, Desire, Action*)**

Konsep AIDA merupakan konsep yang dipakai perpustakaan Kalbis Institute untuk membantu perpustakaan mencapai tujuan promosi yang efektif. Efektivitas promosi menurut Setiawan agar dapat mencapai efektifitas promosi dapat dilihat dengan konsep AIDA, yaitu: (1) *Attention* (perhatian), hal pertama yang perlu menjadi perhatian konsumen yaitu perhatian sehingga dapat menciptakan kesan, (2) *Interest* (ketertarikan), dengan adanya kesan dari sebuah promosi maka akan timbul ketertarikan untuk memilih, (3) *Desire* (keinginan), setelah timbul ketertarikan maka, akan muncul keinginan dalam benak konsumen, (4) *Action* (tindakan), dalam suatu promosi belum dikatakan berhasil jika konsumen melakukan tindakan. Berdasarkan teori tersebut, dapat dipahami bahwa suatu promosi mencapai tujuannya yaitu jika tahap konsep AIDA terpenuhi. Produk dalam hal ini adalah program *Kalbis Library Quiz*.

### Media Sosial Instagram

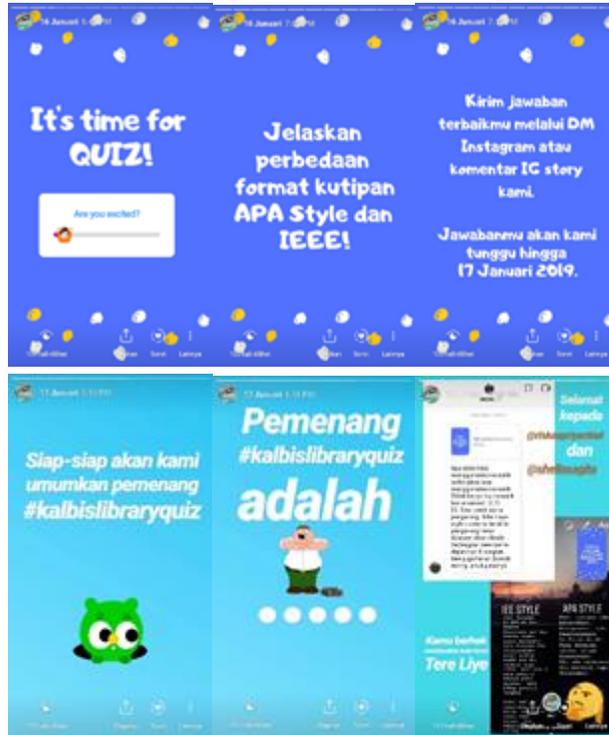
Akun Instagram Perpustakaan Kalbis bernama @kalbislibrary. Akun Instagram Perpustakaan Kalbis pertama kali dibuat pada 1 Oktober 2015. Jumlah pengikutnya merupakan yang tertinggi dibandingkan dengan akun perpustakaan di media sosial lainnya. Per 30 Juni 2021, jumlah pengikut Instagram @kalbislibrary berjumlah 1621 akun.

Instagram @kalbislibrary mengadakan kegiatan yang bernama *Kalbis Library Quiz* yang diselenggarakan melalui unggahan dengan tema yang beraneka ragam. Tujuan dari kegiatan ini salah satunya yaitu sebagai media promosi perpustakaan. Perpustakaan berharap adanya kenaikan jumlah engagement/keterlibatan. Agar terciptanya keterlibatan pengikut (*engagement*), perpustakaan berusaha menyuguhkan konten unggahan berisi promosi koleksi baru, layanan perpustakaan, fasilitas perpustakaan, dan kegiatan perpustakaan termasuk kegiatan *Kalbis Library Quiz*. Unggahan @kalbislibrary tidak hanya berupa promosi terkait koleksi, tapi juga konten informatif yang disebut dengan literasi informasi. Selain itu, perpustakaan Kalbis juga memiliki *newsletter* yang terbit setiap bulan. Perpustakaan @kalbislibrary juga mengadakan kuis yang hanya bisa diikuti oleh kalbiser (sivitas akademika Kalbis Institute). Bagi pemenang kuis perpustakaan akan memberikan hadiah berupa buku terbitan terbaru.

### Jenis kuis yang diselenggarakan perpustakaan

Perpustakaan membuat program *Kalbis Library Quiz* sejak 2016. Program *Kalbis Library Quiz* yang telah terselenggara meliputi:

1. Membuat tulisan  
Awal mula program ini diadakan, format *Kalbis Library Quiz* adalah berupa tulisan, seperti cerita dan puisi yang berkaitan dengan tema bulanan diadakannya Kalbis Library quiz. Dengan tema tersebut, civitas akademika Kalbis boleh mengikuti kegiatan tersebut dengan cara membuat tulisan dengan tema yang telah ditentukan kemudian diunggah ke akun pribadi mereka dengan menyebut @kalbislibrary dan wajib menggunakan tagar #kalbislibraryquiz. Selain memperoleh hadiah, tulisan pemenang juga akan dimuat pada *newsletter* Kalbis Library pada kolom mahasiswa.
2. TTS  
Perpustakaan Kalbis juga membuat pertanyaan dalam bentuk teka-teki silang seputar perpustakaan Kalbis dan perpustakaan secara umum. Jawaban TTS diunggah bersamaan dengan pengumuman pemenang *Kalbis Library Quiz*.
3. Kalbis Library Quiz melalui insta story  
Kalbis Library Quiz juga diselenggarakan melalui insta story. Kelebihan dalam mengunggah postingan melalui insta story adalah pemilik akun dapat melihat seberapa banyak orang yang melihat unggahan dan akun siapa saja yang sudah melihat postingan tersebut. Dengan terlihatnya jumlah akun yang melihat story, maka pengelola juga bisa mengetahui seberapa banyak orang yang minat untuk mengikuti *Kalbis Library Quiz*.
4. *Kalbis Library Quiz* dengan menggunakan Google Form  
Kegiatan *Kalbis Library Quiz* dengan Google Form dipromosikan melalui instagram @kalbislibrary sebagai unggahan dan story. Setelah para kalbiser melihat unggahan Kalbis Library tersebut, maka para kalbiser wajib menjawab pertanyaan dengan mengakses tautan Google Form yang tersedia. Pertanyaan yang diajukan berkaitan dengan perpustakaan. Pemenang akan dipilih dengan syarat yang telah ditentukan : (1) peserta/pemenang merupakan kalbiser, (2) menjawab semua pertanyaan dengan benar; (3) jika kandidat pemenang lebih dari satu, maka akan dipilih melalui sistem undi melalui aplikasi rolet.



Gambar 4. Menjawab pertanyaan dalam bentuk teka-teki silang



Gambar 5. Kalbis Library Quiz dengan Google Form dan pengumumannya

Dari keempat model program *Kalbis Library Quiz* diperoleh data dalam Tabel 1. Berdasarkan data Tabel 1 dan berdasarkan tujuan dari penelitian ini, pustakawan menganalisis program *Kalbis Library Quiz* sebagai media promosi. Pada awal pelaksanaan *Kalbis Library Quiz*, perpustakaan memberikan kuis dengan membuat tulisan sesuai tema yang ditentukan, pustakawan akan menyeleksi tulisan yang dibuat para peserta, dan memilih tulisan terbaik untuk dijadikan pemenang dan tulisan terbaik akan dimuat di *Newsletter* Kalbis Library. Namun setelah berjalan

Tabel 1. Pelaksanaan Program

Tahun	Program Kalbis Library Quiz	Jumlah Pelaksanaan kuis	Jumlah rata-rata peserta
2016 - 2017	Membuat Tulisan	8	3
2018	TTS	3	5
2019	Melalui insta story	3	5
2020	Melalui <i>google form</i>	8	20

hampir 1 tahun atau tepatnya dari 2016 akhir hingga pertengahan 2017, jumlah rata-rata peserta tidak bertambah. Dengan kata lain, unggahan kurang mendapatkan *attention* dari para pemustaka. Selanjutnya, pustakawan berinisiatif melakukan perubahan kuis format kuis yaitu TTS. Peserta dapat menjawab isian TTS melalui kolom komentar. Setelah itu, terjadi peningkatan peserta, tapi tidak signifikan. Dapat dikatakan bentuk program kuis menggunakan TTS cukup mendapatkan *attention* dan *interest*.

Kemudian pustakawan pengelola media sosial berinisiatif untuk mencari cara lain untuk meningkatkan minat para pengikut agar tujuan promosi tercapai. Perpustakaan mencoba membuat kuis dengan menggunakan fitur insta story dimana peserta dapat menjawab pertanyaan yang diajukan melalui postingan instastory. Namun, hasil dari rata-rata peserta kuis masih sama dengan kuis sebelumnya. Selanjutnya melalui wawancara dengan beberapa pemustaka, perpustakaan Kalbis memutuskan untuk mencoba membuat kuis dengan membuat pertanyaan melalui Google Form dan memberikan hadiah Kalbis Library dengan judul buku yang sedang populer di kalangan mahasiswa. Dengan upaya-upaya tersebut *Kalbis Library Quiz* mendapatkan *Attention, Interest, Desire, dan Action*.

Dari hasil pengamatan dan observasi antara lain yaitu;

- 1) *Attention* (perhatian)  
Promosi perpustakaan Kalbis melalui program *Kalbis Library Quiz attention* merupakan hal penting untuk mengambil simpati pengguna. Upaya promosi yang dilakukan perpustakaan adalah dengan mengunggah konten Promosi kuis melalui halaman beranda Instagram *@kalbislibrary* pada awalnya belum diminati oleh pemustaka. Namun, pengelola media sosial berupaya untuk mendapatkan *attention* dengan mengubah model program kuis sesuai tren dan menambah cara promosi.
- 2) *Interest* (minat)  
Setelah perpustakaan mengubah cara promosi program *Kalbis Library Quiz* dan mengubah model kuis, program kuis ini mulai mendapatkan *interest* dari para pemustaka karena jumlah pengikut yang mengikuti kuis bertambah dari sebelumnya dan juga program sudah mulai dikenal oleh pengikut.
- 3) *Desire* (keinginan)  
*Desire* (keinginan) berkaitan dengan suatu sikap suatu kelompok terhadap suatu produk/jasa yang disukainya. Dalam hal ini program *Kalbis Library* sudah mulai disukai dan pengikut sudah berkeinginan untuk ikut dalam program *Kalbis Library Quiz*. Perpustakaan kemudian terus berinovasi dengan mengembangkan promosi yang mengikuti perkembangan tren dan fitur yang ada di Instagram. Dari sini, terlihat dari jumlah peserta yang semakin bertambah.
- 4) *Action* (tindakan)  
*Action* merupakan tahap terakhir dalam proses promosi. Pada proses ini, pengikut sudah mulai memutuskan untuk menggunakan/mengikuti

program yang @kalbislibrary promosikan. Hasil wawancara dengan salah satu pengikut yang juga merupakan karyawan di Kalbis Institute menunjukkan bahwa selain teknik promosi, judul buku yang menjadi hadiah juga menjadi daya tarik tersendiri bagi peserta untuk mengikuti *Kalbis Library Quiz*.

### **Kesimpulan**

Dari pembahasan dapat disimpulkan bahwa promosi perpustakaan melalui program kegiatan *Kalbis Library Quiz* yang dilakukan perpustakaan Kalbis institute cukup memenuhi elemen AIDA, terutama *attention*. Hal ini ditunjukkan dengan keterlibatan dan animo pengikut. Meningkatnya *attention* tidak terlepas dari upaya pengelola untuk mengembangkan promosi melalui fitur baru Instagram, seperti instastory. Selain itu, hadiah buku dengan judul yang sedang populer juga menarik perhatian para pengikut. Mereka akhirnya mau terlibat dan mengikuti kuis (*action*).

### **Ucapan terima kasih**

Ucapan terima kasih terutama ditujukan kepada pemberi dana penelitian atau donatur. Ucapan terima kasih dapat juga disampaikan kepada pihak-pihak yang membantu pelaksanaan penelitian

### **Daftar Pustaka**

- Bohang, F. K., Nistanto, R. K. (2018), Pengguna Aktif Instagram Tembus 1 Miliar. Tekno Kompas. Retrieved September 30, 2021, from <https://tekno.kompas.com/read/2018/06/21/10280037/juni-2018-pengguna-aktif-instagram-tembus-1-miliar>
- Budiman, E.A., Ronaning, E. (2019). Pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi PERPUSDA Kabupaten Belitung Timur. *Jurnal Ranah Komunikasi*, 3(1), 34-44.
- Ismail, T. T. (2021). Analisis Elemen AIDA Pada Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Perpustakaan di Dinas Arsip dan Perpustakaan Kabupaten Bandung Analysis of AIDA Elements on Instagram Social Media as a Library Promotion Media in the Archives and Libraries Office of Bandung Regency. *Palimpsest: Journal of Information and Library Science*. 12(1), 37-47.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Irawan, P. (2004). *Logika dan Prosedur Penelitian: Pengantar Teori dan Panduan Praktis Penelitian Sosial bagi Mahasiswa dan Peneliti Pemula*. Jakarta: STIA-LAN Press.
- Sarwono, J. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sugiyono (2007). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.