

ISSN 2774-7301 (Print)
ISSN 2716-0432 (Online)

JURNAL ILMU PERPUSTAKAAN (JIPER)

Volume 5, Nomor 1 Maret 2023

ISSN 2716-0432



Diterbitkan Oleh :

Prodi D3 Perpustakaan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Muhammadiyah Mataram



JURNAL ILMU PERPUSTAKAAN (JIPER)

Volume 5, Nomor 1 Maret 2023

<https://journal.ummat.ac.id/index.php/JIPER>

Editorial Team

Editor in Chief

Ridwan, S.I.P.,M.M.

Managing Editor

Amin Saleh, S.Sos.,M.I.Kom.

Editorial Boards

Rohana, SIP.,M.IP.

Hirma Susilawati, SIIP.,M.A.

Nurul Fikri Ayu Hapsari, S.Ap.,M.A.

Yusnia, M.A.

Cut Putroe Yuliana, M.IP

Aulia Puspaning Galih, SIIP.,MS.

Inawati, S.I.P.,M.M.

Machsun Rifauddin, M.A.

Reviewer Team

Dr. Pawit Muhammad Yusuf

Prof. Dr. L. Nurdin, S.Ag.,SS.,M.A.

Dr. Abdul Karim Batubara,S.Sos.,M.A.

Dr. Ahmad Syawqi, S.Ag.,S.SIPI.,M.Pd.I.

Dr. Endang Fatmawati, M.Si.,M.A.

Imas Maesaroh, Ph.D.

Agus Rifai, Ph.D.

Abdi Mubarak Syam, M.Hum.

Muhammad Azwar

Contact:

Mobile: 082340340330

Email: jurnal.jiper86@gmail.com

Address: Jl. K. H. Ahmad Dahlan No. 1 City,
State, Kota Mataram

Table of Contents

KOMPARASI ARSIP DAN PERPUSTAKAAN

Cut Afrina, Iwin Ardyawin, Saifuddin Rasyid, Hlm. (1 - 12)

PERANAN PERPUSTAKAAN DESA BERBASIS INKLUSI SOSIAL GUNA PENINGKATAN LITERASI KOMUNIKASI MASYARAKAT DI KABUPATEN ENREKANG

Ismaya Ismaya, Syahdan Syahdan, Andi Ahmad Chabir Galib, Hlm. (13 - 32)

EVALUASI KOMPETENSI PUSTAKAWAN DI UPT PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS ISLAM RIAU

Nurlin Saputri, Hlm. (33 - 42)

PENERAPAN KNOWLEDGE SHARING DI PERPUSTAKAAN: SYTEMATIC LITERATURE REVIEW

Anita Anita, Tamara Adriani Salim, Hlm. (43 - 58)

SYSTEMATIC LITERATURE REVIEW: IMPLEMENTATION OF ORGANIZING KNOWLEDGE AT COLLEGE LIBRARY IN INDONESIA

Rikka Poerna Anggelia, Tamara Adriani Salim, Hlm. (59 - 70)

MANAJEMEN KONFLIK DALAM ORGANISASI PERPUSTAKAAN SERTA PENANGANAN KELUHAN PEMUSTAKA DALAM LAYANAN INFORMASI

Ida Susilawati, Anis Masruri, Hlm. (71 - 80)

KAJIAN PERAN PERPUSTAKAAN LEMBAGA PEMASYARAKATAN DI INDONESIA: TINJAUAN LTERATUR SISTEMATIS

Emir Khaddafi, Indira Irawati, Hlm. (81 - 96)

SMART LIBRARY: ANTARA KONTESTASI ATAU KOLABORASI DENGAN GOOGLE DALAM MENGHADAPI DIGITAL NATIVE

Silva Enlevi, Anis Masruri, Hlm. (97 - 110)

RANCANGAN SISTEM INFORMASI PEMINJAMAN DAN PENGEMBALIAN BUKU WAIT AND TAKE DI DINAS PERPUSTAKAAN DAN KEARSIPAN KABUPATEN MUSI RAWAS

Meyza Indriyani, Agung Fatwanto, Hlm. (111 - 122)

PENERAPAN ASAS-ASAS PELAYANAN PUBLIK DI PERPUSTAKAAN

Nuur Lathifah Hasanah, Anis Masruri, Hlm. (123 - 135)

PERSEPSI PEMUSTAKA TERHADAP SIKAP PUSTAKAWAN DALAM MEMBERIKAN LAYANAN DI MAN 2 KOTA BANJARMASIN

Ismayanti Yanti, Anis Masruri, Hlm. (136 - 145)

PLATFORM SPOTIFY SEBAGAI SARANA PROMOSI PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS CIPUTRA SURABAYA

Moliza Gusriani, Nuur Lathifah Hasanah, Hlm. (146 - 155)

ANALISIS MODEL RANCANG BANGUN LEMBAGA ARSIP UNIVERSITAS UIN SULTAN MAULANA HASANUDDIN BANTEN SEBAGAI UPAYA PENGELOLAAN KEARSIPAN

Verry Mardiyanto, Ursa Agniya, Hirma Susilawati, Hlm. (156 - 174)



PLATFORM SPOTIFY SEBAGAI SARANA PROMOSI PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS CIPUTRA SURABAYA

Moliza Gusriani¹, Nuur Lathifah Hasanah²
Pascasarjana, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta^{1,2}
Korespondensi: molizagusriani26@gmail.com

ABSTRAK:

Media *social* pada masa ini sangat banyak penggunaannya bahkan dari kalangan umur. Pemanfaatan media *social* sebagai media untuk promosi telah dilakukan baik kalangan sekolah, universitas bahkan perpustakaan. Perpustakaan memanfaatkan media *social* agar dapat diketahui keberadaan perpustakaan dan memberikan informasi kepada pengguna. Seperti halnya Perpustakaan Universitas Ciputra Surabaya yang memanfaatkan media *social* yang pada saat ini banyak digandrungi anak muda, salah satunya *platform Spotify*. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pemanfaatan *platform Spotify* sebagai sarana promosi perpustakaan Universitas Ciputra Surabaya. Pemanfaatan jenis *platform Spotify* dalam promosi layanan perpustakaan dapat dikatakan sebagai sarana promosi yang efektif karena *Spotify* dapat diakses di berbagai perangkat, seperti komputer, ponsel, tablet, bahkan televisi dan mobil. Penelitian ini merupakan jenis penelitian yang bersifat deskriptif dengan metode kualitatif. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini ialah wawancara kepada pustakawan Perpustakaan Universitas Ciputra Surabaya serta studi literatur yang relevan dengan penelitian ini. Melalui teknik analisis data yakni reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa promosi perpustakaan menggunakan sarana *Spotify* efektif untuk menarik perhatian pengguna dan untuk mengomunikasikan hal-hal yang ada di perpustakaan, karena *Spotify* adalah salah satu *platform* yang diminati dan populer di kalangan mahasiswa

Kata Kunci:

1. Promosi
2. Promosi Perpustakaan
3. *Spotify*

SPOTIFY PLATFORM AS A MEANS OF LIBRARY PROMOTION OF CIPUTRA UNIVERSITY SURABAYA

ABSTRACT:

Social media at this time very many users, even from the age group. The use of social media as a medium for promotion has been carried out by both schools, universities and even libraries. The library utilizes social media in order to know the whereabouts of the library and provide information to users. Like the Ciputra University Library in Surabaya, which utilizes social media which is currently loved by many young people, one of which is the Spotify platform. The purpose of this study was to determine the use of the Spotify platform as a means of promotion for the library of Universitas Ciputra Surabaya. The use of the Spotify platform in the promotion of library services can be said to be an effective promotional tool because Spotify can be accessed on various devices, such as computers, cell phones, tablets, even televisions and cars. This research is a type of research that is descriptive with qualitative methods. Data collection techniques in this study were interviews with librarians at the Ciputra University Library in Surabaya and literature studies relevant to this research. Through data analysis techniques namely data reduction, data encoding and drawing conclusions. The results of this study indicate that library promotion using Spotify is effective in attracting user attention and communicating things in the library, because Spotify is one of the most popular and popular platforms among students.

Keyword:

1. *Promotion*
2. *Library Promotion*
3. *Spotify*



Riwayat Artikel

1. Diterima : 23 Januari 2023
2. Disetujui : 20 Februari 2023
3. Dipublikasikan : 28 Maret 2023

A. PENDAHULUAN

Promosi merupakan hal penting bagi sebuah lembaga/institusi dalam melaksanakan program-programnya, tidak terkecuali lembaga perpustakaan. Dengan promosi, perpustakaan dapat mengomunikasikan kepada pengguna tentang koleksi, produk, dan layanan yang dimilikinya, termasuk pula tentang kegiatan-kegiatan yang diadakan oleh perpustakaan.

Seiring dengan perkembangan zaman dan teknologi, kegiatan promosi perpustakaan dapat dilakukan dengan berbagai cara, salah satunya adalah publikasi di media social. Berbagai fitur pada media social yang memudahkan penggunanya untuk bertukar pesan, membuat konten dan mendapatkan informasi terkini dengan mudah ke jaringan pengguna online yang luas serta dapat berfungsi sebagai alat pemasaran yang menarik dengan biaya yang bisa dikatakan murah bahkan gratis (Abiel & Maoretz Engel, 2021).

Banyaknya platform media sosial yang dapat dijadikan sarana promosi, salah satunya adalah Spotify, aplikasi penyedia musik digital, podcast, dan video. Aplikasi ini tersedia dan dapat diakses dari berbagai perangkat, seperti komputer, ponsel, tablet, bahkan televisi dan mobil (Mendio & Valiant, 2021). Penggunaan platform Spotify untuk sarana dalam memberikan informasi mengenai perpustakaan melalui *podcast*. *Podcast* merupakan file audio digital yang direkam dan dibuat untuk diunggah ke platform online yang akan dibagikan dengan orang lain. *Podcast* mempunyai kelebihan pada efisiensi waktu mengenai *multitasking* serta memiliki kriteria dengan ragam topik yang relevan, dikemas dengan santai, menggunakan host maupun pembicara yang terkenal, menghibur, akrab dan menggelitik, unik, sederhana, dan tedapat percakap didalamnya (Susilowati et al., 2020).

Perpustakaan Universitas Ciputra Surabaya telah menggunakan aplikasi *Spotify* ini sejak November 2020 lalu sebagai sarana untuk mempromosikan layanan perpustakaan dengan nama akun “*UC Library*”. *Spotify* digunakan karena dianggap memiliki *link* yang lebih mudah diakses dan lebih banyak digunakan pula oleh mahasiswa. Dengan *platform* ini, Perpustakaan Universitas Ciputra Surabaya dapat menjangkau dan menarik perhatian para penggunanya.

Berdasarkan kondisi tersebut, maka penggunaan aplikasi *Spotify* oleh Perpustakaan Universtias Ciputra Surabaya menarik untuk dikaji lebih lanjut dalam sebuah penelitian yang berjudul “Pemanfaatan *Platform Spotify* Sebagai Sarana Promosi Perpustakaan Universitas Ciputra Surabaya.” Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pemanfaatan *platform Spotify* sebagai sarana promosi dan memberikan informasi oleh perpustakaan.

B. KAJIAN TERDAHULU

Penelitian mengenai promosi perpustakaan menggunakan media sosial telah banyak dilakukan, bahkan telah digunakan oleh berbagai perpustakaan. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Nasrullah, dkk dengan judul “Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi diPerpustakaan Dinas Perpustakaan dan

Kearsipan Kabupaten Bulukumba”, bertujuan untuk mengetahui pemanfaatan media *social Instagram* serta kendala yang dihadapi oleh Perpustakaan Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kabupaten Bulukumba dalam menggunakan *instagram* sebagai sarana promosi. Hasilnya menunjukkan bahwa promosi perpustakaan dengan menggunakan media sosial seperti *instagram* dapat memberikan dampak yang positif untuk perpustakaan, seperti meningkatnya jumlah pengunjung dan anggota perpustakaan. Dengan upaya menggunakan media sosial membuat perpustakaan menjadi lebih dekat dengan pengguna untuk memberikan informasi yang terkait perpustakaan (Nasrullah et al., 2020).

Penelitian kedua yakni dilakukan oleh M. Ali Nurhasan Islamy dan Ika Laksmiwati yang berjudul “Pemanfaatan Media Sosial sebagai Sarana Promosi Layanan Perpustakaan Institut Seni Indonesia Surakarta”. Penelitian tersebut bertujuan untuk mengetahui media *social Facebook* dalam memberikan kemudahan perpustakaan untuk memperkenalkan berbagai layanan dan informasi kepada pemustaka, selain itu *Facebook* digunakan untuk mempromosikan perpustakaan melalui kegiatan yang ada. Maka, hasil dari penelitian menunjukkan bahwa ketergunaan media *social* seperti *Facebook* dapat mempermudah perpustakaan dalam memberikan informasi serta dapat dijadikan sebagai promosi layanan perpustakaan. Penyajian informasi yang disampaikan beragam, seperti hiburan, berita, informasi penting, pengumuman, dokumentasi kegiatan serta informasi perpustakaan (Islamy & Laksmiwati, 2020).

Penelitian ketiga yakni dilakukan oleh Ifinilla Yenianti, pada tahun 2019 dengan judul “Promosi Perpustakaan Melalui Media Sosial di Perpustakaan IAIN Salatiga”, bertujuan untuk melihat langsung mengenai peran perpustakaan IAIN Salatiga dalam melakukan berbagai upaya pada kegiatan promo perpustakaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi yang telah dilakukan oleh pihak Perpustakaan IAIN Salatiga sudah dilakukan dengan baik, melalui media yang digunakan seperti *Youtube* maupun *website*. Melalui promosi media *social* perpustakaan dapat mengkomunikasikan layanan, kegiatan dan kekayaan sumber referensi yang terdapat pada perpustakaan kepada pengguna (Yenianti, 2019).

Berdasarkan ketiga penelitian terdahulu tersebut, bahwa yang menjadi fokus dalam penelitian adalah pemanfaatan media *social* pada perpustakaan berdampak baik bagi keberadaan perpustakaan tersebut, mengikuti perkembangan zaman perpustakaan dapat menginformasikan kepada pengguna kapanpun dan dimanapun melalui media *social*. Sedangkan penelitian ini juga membahas tentang pemanfaatan media sosial untuk perpustakaan, tetapi yang membedakan pada penelitian ini ialah dengan penggunaan media sosial yang digunakan yakni *spotify*. Salah satu perpustakaan yang membuat konten *podcast* di *spotify* ialah Perpustakaan Universitas Ciputra Surabaya. Maka dari itu, peneliti akan membahas tentang pemanfaatan *Spotify* sebagai media promosi dan memberikan informasi mengenai perpustakaan dikemas dengan konten *podcast* yang kekinian.

C. METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan jenis penelitian yang bersifat deskriptif dengan metode kualitatif. Penelitian kualitatif ialah suatu pendekatan dalam penelitian yang berorientasi pada suatu fenomena atau gejala yang bersifat alami dan menghasilkan data deksriptif yang berupa gambaran baik kata-kata tertulis maupun lisan (Abdussamad, 2021). Lokasi penelitian ini di Perpustakaan Universitas Ciputra Surabaya. Metode pengumpulan data yang digunakan ialah dari dua sumber, melalui wawancara dan studi literatur. Studi literatur ialah berkaitan dengan kajain teoritis serta referensi yang berkaitan nilai, budaya dan norma yang relevan dengan situasi yang diteliti (Sugiyono, 2014), melalui pengumpulan sumber data yang berhubungan dengan penelitian ini, yakni dari jurnal dan buku. Peneliti melakukan wawancara dengan satu pustakawan sebagai informan yang merupakan *host podcast* pada *platform Spotify UC Library*. Wawancara dilakukan melalui *chat whatsapp* dan penelitian ini didukung dengan data sekunder yakni artikel ilmiah dan literatur yang selaras dengan pembahasan pada artikel ini. Penelitian ini melakukan analisis data dengan reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Media sosial sebagai bentuk pengembangan lebih lanjut dari Web 2.0 menawarkan cara baru bagi perpustakaan untuk terhubung, terlibat, dan berkomunikasi dengan para pemustakanya. (Harrison, Burrell, Velasquez, & Schreiner, 2017). Perpustakaan harus bisa memanfaatkannya secara optimal untuk memasarkan, menginformasikan, mempromosikan setiap layanan, kegiatan dan program perpustakaan kepada masyarakat, khususnya para pengguna perpustakaan itu sendiri. Terlebih saat ini keberadaan generasi Y (Gen Milenial) dan generasi Z (Gen Z) yang menjadi masyarakat pengguna perpustakaan perguruan tinggi sudah selalu berdampingan dengan segala jenis media *social* (Utomo, 2022).

Maka, mau tidak mau pengelola perpustakaan perguruan tinggi (universitas) harus mengubah pola komunikasi dan pemasaran perpustakaan. Pengelola perpustakaan perguruan tinggi harus bisa dan berani melakukan inovasi pola komunikasi dan pemasaran perpustakaan ini dari yang semula konvensional seperti melalui pameran, bazar, pamflet, poster, dan lainnya menjadi lebih kekinian, yakni dengan memanfaatkan beragam media sosial yang ada saat ini.

Perpustakaan Universitas Ciputra selalu berinovasi untuk pola pemasaran dan mempromosikan keberadaan perpustakaan kepada pengguna melalui media social yang sedang trend dikalangan pengguna.

Melalui hasil wawancara kepada salah satu pustakawan Perpustakaan Universitas Ciputra latar belakang perpustakaan berinovasi untuk melakukan promosi melalui media social yakni dikarenakan kondisi pandemi Covid-19 yang berlangsung lama mengakibatkan kurangnya interaksi atau kurangnya interaksi antara perpustakaan dengan pengguna, sedangkan perpustakaan itu sendiri memiliki

koleksi, layanan, dan program yang dapat dimanfaatkan oleh pengguna, sehingga diperlukan media komunikasi yang efektif untuk mengkomunikasikannya. Dalam menghadapi tantangan tersebut, Perpustakaan Universitas Ciputra Surabaya berupaya melakukan beberapa inovasi untuk tetap berkomunikasi dan berinteraksi dengan pengguna, serta menginformasikan koleksi, layanan, dan program kepada pengguna selama pembelajaran daring di mana pengguna tidak dapat mengunjungi perpustakaan secara fisik.

Terdapat berbagai *platform* media *social* yang digunakan yakni *Instagram* dan *Spotify* yang tengah digandrungi anak muda zaman sekarang, antara lain *Facebook*, *TikTok*, *Youtube*, *Instagram* dan *podcast* di *Spotify*. Namun, pada penelitian ini peneliti hanya ingin membahas tentang inovasi promosi yang dilakukan pada *platform Spotify*.

1. *Spotify* Sebagai Inovasi Promosi Perpustakaan

Hasil wawancara mengenai lahirnya inovasi untuk menggunakan *Spotify* sebagai media promosi perpustakaan kepada salah satu pustakawan Perpustakaan Universitas Ciputra Surabaya pada tanggal 1 Desember 2022:

“Podcast di Spotify, pada awalnya dimulai sekitar awal tahun 2019 sebelum pandemic melanda, di mana Perpustakaan Universitas Ciputra berkolaborasi bersama UC Fikom Radio dari Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Ciputra Surabaya, menghadirkan mini program audio podcast KATALOG (KAbar TerbAru dari Library lhO Gaesss). Di podcast ini rutin dibahas mengenai apa aja yang ada di UC Library, mulai dari koleksi, layanan, sampai event terbaru library. Pada awal penayangannya, podcast ini masuk ke dalam website: <http://ucfikom.radiowebsite.co/podcasts>.”

Jumlah pengguna *Spotify* yang semakin bertambah seperti data yang dapat dilihat bahwa sebanyak 433 juta orang pada kuartal II/2022, jumlah tersebut meingkat 18,6% dibandingkan periode tahun 2021 (*Spotify.com*, 2022). Perpustakaan Universitas Ciputra Surabaya menjadikan *Spotify* sebagai sarana untuk memberikan informasi melalui episode yang tertuang pada *podcast* yang berisikan berbagai macam konten. Hal tersebut Berdasarkan survey dan hasil diskusi bersama mahasiswa, maka ditentukan menggunakan *Spotify* karena dianggap memiliki link yang lebih mudah diakses dan lebih banyak yang menggunakan *Spotify* di gadget mereka.

Episode *podcast* dengan berbagai tema yang dibawakan langsung oleh host (pustakawan) dan *guest speaker* yang relevan dengan pembahasan pada tema konten *podcast* yang akan dibuat. *Podcast* sudah dapat dicari melalui *Spotify* dengan mencari kata kunci UC Library atau tema kontennya seperti KATALOG. Seperti yang tertera pada gambar di bawah ini:

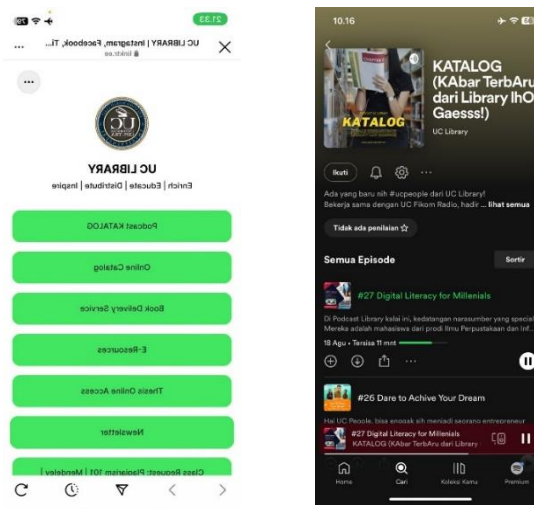


(sumber 1. Spotify “podcast uc library”)

Hal tersebut selaras dengan tujuan akhir pemasaran perpustakaan yang dikemukakan oleh Basanta dan Sanjah (2008) yang mengatakan bahwa tujuan pemasaran perpustakaan ialah untuk memberikan informasi yang tepat dan cepat kepada pengguna. Sehingga dengan adanya media *social* ini sangat membantu perpustakaan terkhusus Perpustakaan Universitas Ciputra untuk membantu mereka mengembangkan inovasi dan mengevaluasi perpustakaan yang disesuaikan dengan kebutuhan pengguna. Dengan menawarkan dunia maya yang tanpa batas, penggunaan media sosial juga dapat membangun networking perpustakaan kepada para pengguna perpustakaan maupun para stakeholder perpustakaan lainnya.

2. Promosi Podcast Kepada Pengguna

Berbagai upaya yang dilakukan Perpustakaan Universitas Ciputra Surabaya dalam mempromosikan keberadaan *podcast* ke beberapa media *social* yang mereka punya dengan promosi melalui email *blast* ke civitas akademika, melalui *user education* dan memberikan link yang tertera di *Instagram* maupun media *social* lain untuk diarahkan ke berbagai layanan dan media *social* UC library seperti pada gambar di bawah ini:



(Gambar 2. Instagram dan Spotify UC Library)

Dengan menggunakan media sosial perpustakaan dapat mempromosikan layanan perpustakaan dengan cepat dan murah. Cepat karena media sosial tidak memerlukan proses unggah informasi yang lama untuk disampaikan kepada pengguna. Murah karena media sosial tidak mengeluarkan banyak biaya untuk melakukan promosi yang menarik bagi pengguna perpustakaan.

3. Pemilihan Konten Promosi di Platform Spotify

Penentuan konten di sosial media UC Library dilalui dalam 3 tahapan, yaitu:

- a) pra-produksi
- b) produksi
- c) pasca-produksi.

Pada tahap pra-produksi ini terdapat pula beberapa kegiatan, yaitu ideasi, *content writing*, *content planning*, ide, pembuatan struktur cerita, *story board* (video), dan penentuan *timeline*. Pra Produksi ini sangat berperan besar penentuan topik konten dan selalu dilakukan diskusi antara pihak Perpustakaan dan pihak UC Fikom Radio sebagai partner dalam proses produksi *Podcast* ini.

Pembahasan isi konten dapat berupa isu-isu terkini atau topik-topik yang sedang menjadi *trend*, yang tentunya bersifat informative, inspiratif, dan menghibur. Selain itu, yang menjadi konten wajib adalah review buku atau bahasan tentang buku yang sesuai dengan topik yang dibicarakan dalam konten tersebut. Biasanya yang menjadi narasumber atau pengisi dalam konten-konten *podcast* adalah mahasiswa berprestasi dan dosen-dosen program studi serta pakar profesional.

4. Strategi Publikasi Konten *Podcast*

Inovasi promosi yang dilakukan oleh Perpustakaan Universitas Ciputra tentunya berlandaskan teori yang selaras dengan penggunaan *platform Spotify* sebagai media promosinya. Hal ini dapat dilihat dari strategi publikasi yang mereka gunakan agar terciptanya konten yang bermanfaat dan dapat menarik perhatian para pengguna. Sebagaimana yang dijelaskan oleh informan:

“Menggunakan konsep Crossing platform dalam hal publikasi, tidak hanya melalui kanal poster di media sosial Instagram, facebook, tiktok, kami juga mempromosikan konten Spotify kami melalui email blast ke mahasiswa dan dosen, website, serta dalam kegiatan user education (online dan offline). Selain itu kami juga mengajak mahasiswa berprestasi sebagai narasumber dan dosen program studi dan pakar professional, dan secara tidak langsung mereka juga mempromosikan konten kolaborasi bersama UC Library di media sosial pribadi mereka dan diharapkan berdampak pada penambahan reach pendengar podcast kami.”

Tentunya hal tersebut selaras dengan fungsi *Cross Platform*, istilah dalam teknologi informasi mengenai suatu perangkat lunak yang dapat digunakan pada beberapa sistem operasi yang berbeda. Keuntungan menggunakan teknologi lintas platform adalah efektivitas biaya untuk membangun solusi lintas platform daripada membangun aplikasi khusus untuk berbagai platform, akses mudah ke plugin yang menyediakan tautan umum untuk API yang sama, kecepatan dalam mengembangkan aplikasi di mana hanya satu basis kode yang akan dibuat untuk aplikasi. platform seluler ini (Edi Setyo et al., 2018).

5. Kendala Pemanfaatan *Platform Spotify* Sebagai Media Promosi

Terdapat kendala yang dihadapi dalam proses pemanfaatan *Platform Spotify* Sebagai Media Promosi, kendala tersebut pada pengenalan terhadap *Platform Spotify* yang mana belum banyak pustakawan mengerti cara pakai penggunaan *Platform Spotify* dan factor kendala sinyal maupun *skill public speaking*nya:

“Para pustakawan yang pada sebelumnya belum meng-instal dan belum familiar menggunakan Spotify, mau tidak mau harus meng-instal dan membiasakan diri dengan fitur-fitur yang ada di kanal Spotify. Selain itu harus mempelajari editing audio dengan Adobe Premiere, serta halaman website Anchor untuk upload konten ke Spotify. Kendala sinyal internet jarang terjadi, namun lebih banyak adaptasi dan pengembangan skill pustakawan dalam editing konten serta skill 'public speaking' karena dalam konten Podcast, gaya bahasa yang digunakan host dan narasumber seperti lebih ke ngobrol santai apa adanya dengan teman sama seperti ketika sedang nongkrong, bukan bahasa yang formal dan kaku.”

E. KESIMPULAN

Perpustakaan sebagai lembaga penyedia jasa/layanan informasi perlu mengadakan kegiatan promosi untuk mengomunikasikan produk dan layanannya kepada para pengguna. Seiring dengan perkembangan zaman dan teknologi, kegiatan promosi perpustakaan dapat dilakukan dengan berbagai cara, salah satunya adalah publikasi di media *social*. Berbagai fitur pada media *social* yang memudahkan penggunaannya untuk bertukar pesan, membuat konten dan mendapatkan informasi terkini dengan mudah ke jaringan pengguna online yang luas serta dapat berfungsi sebagai alat pemasaran yang menarik dengan biaya yang bisa dikatakan murah. Pemanfaatan *platform Spotify* menjadi sarana promosi yang tepat karena memiliki *link* yang lebih mudah diakses dan lebih banyak digunakan pula oleh mahasiswa. Dengan *platform* ini, Perpustakaan Universitas Ciputra Surabaya dapat menjangkau dan menarik perhatian para penggunaannya, meskipun terdapat kendala dalam memanfaatkan *platform* tersebut tetapi Perpustakaan Universitas Ciputra Surabaya selalu berupaya memberikan informasi yang *up to date* dengan mengundang pembicara yang menginovasi para pendengar.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, Z. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif* (P. Rapanna (ed.); cet. 1). CV. Syakir Media Press.
- Abiel, Y., & Maoretz Engel, M. (2021). Promosi Perpustakaan Melalui Media Sosial: Hubungan Antara Variasi Konten Instagram Dan Keterlibatan Pemustaka Di Instagram Perpustakaan Universitas Ciputra Surabaya. *Journal of Documentation and Information Science*, 5(2).
- Chou, & Fang. (2016). Technology adoption of podcast in language learning: Using Taiwan and China as examples. *International Journal of e-Education, e-Business, e-Management and e-Learning*, 6(1), 1–12.
- Edi Setyo, Y., Yulianto, S. J., & Kristen Satya Wacana Salatiga, U. (2018). *Implementasi Teknologi Cross Platform Dalam Pembuatan Modul Pembelian Produk Asuransi Travel Menggunakan Framework Apache Cordova. (Studi Kasus: PT. Asuransi Sinar Mas) Artikel Ilmiah Diajukan kepada Fakultas Teknologi Informasi untuk memperoleh gelar Sarj. 672015179.*
- Fadilah, E., Yudhapramesti, P., & Aristi, N. (2017). Podcast sebagai Alternatif Distribusi Konten Audio. *Jurnal Kajian Jurnalisme*, 1(1), 90–104. <https://doi.org/10.24198/kj.v1i1.10562>
- Islamy, M. A. N., & Laksmiwati, I. (2020). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana

- Promosi Layanan Perpustakaan Institut Seni Indonesia Surakarta. *Nusantara - Journal of Information and Library Studies*, 3(1), 75. <https://doi.org/10.30999/n-jils.v3i1.804>
- Liedfray, T., Waani, F. J., & Lasut, J. J. (2022). Peran Media Sosial Dalam Mempererat Interaksi Antar Keluarga Di Desa Esandom Kecamatan Tombatu Timur Kabupaten Tombatu Timur Kabupaten Minasa Tenggara. *Jurnal Ilmiah Society*, 2(1), 2.
- Mendio, D., & Valiant, V. (2021). Penyajian Konten Podcast Yang Berkualitas Pada Aplikasi Spotify (Studi Deskriptif Podcast “Plung”). *IKON Jurnal Ilmu Komunikasi*, 26(3), 247–263.
- Nasrullah, Tawakkal, & Jannah, M. (2020). PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI SARANA PROMOSI PERPUSTAKAAN DI DINAS PERPUSTAKAAN DAN KEARSIPAN KABUPATEN BULUKUMBA. *Jurnal Ilmu Perpustakaan*, 4(3), 93–103.
- Netti, S. Y. M., & Irwansyah, I. (2018). *Spotify*: Aplikasi Music Streaming untuk Generasi Milenial. *Jurnal Komunikasi*, 10(1), 1. <https://doi.org/10.24912/jk.v10i1.1102>
- Sari, A. C., Hartina, R., Awalia, R., Irianti, H., & Ainun, N. (2018). Komunikasi dan Media Sosial. *Jurnal The Messenger*, 3(2), 69.
- Septarina. (2021). Studi Fenomenologi Penggunaan Podcast Sebagai Media Sarana Informasi Pada Prokopim Kota Bandung. *Jurnal Ilmiah*, 1, 19.
- Simbolon, M. J. I., & Simbolon, B. R. (2021). Podcast Suara Puan sebagai Sarana Literasi Digital Kaum Perempuan melalui Platform *Spotify*.
- Sudarmoyo. (2020). Podcast sebagai Alternatif Media Pembelajaran Jarak Jauh. *Edudikara: Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran*, 5(2), 65–73. <http://ojs.iptpisurakarta.org/index.php/Edudikara/article/view/212>
- Sugiyono. (2014). *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D* (cet. 21). Alfabeta.
- Susilowati, R. D., Utama, S., & Faiziyah, N. (2020). Penerapan Podcast pada Aplikasi Spotify Sebagai Media Pembelajaran Matematika di Tengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Riset Pendidikan dan Inovasi Pembelajaran Matematika (JRPIPM)*, 4(1), 68. <https://doi.org/10.26740/jrpijm.v4n1.p68-78>
- Utomo, T. P. (2022). Optimalisasi Media Sosial Untuk Pemasaran Perpustakaan Perguruan Tinggi. *Buletin Perpustakaan Universitas Islam Indonesia*, 5(1), 99–133.
- Yenianti, I. (2019). Promosi Perpustakaan Melalui Media Sosial Di Perpustakaan IAIN Salatiga. *Pustabilia: Journal of Library and Information Science*, 3(2), 223–237. <https://doi.org/10.18326/pustabilia.v3i2.223-237>