



## Penyusunan Konten Pemasaran Informasi pada Instagram Perpustakaan Amir Machmud Kementerian Dalam Negeri RI

*Preparation of Information Marketing Content on Instagram of the Amir Machmud  
Library, Ministry of Home Affairs of the Republic of Indonesia*

Muhammad Arvyn Fadhillah<sup>1</sup>, Nuning Kurniasih<sup>2</sup>, Saleha Rodiah<sup>3</sup>

[muhammad21256@mail.unpad.ac.id](mailto:muhammad21256@mail.unpad.ac.id)

Universitas Padjajaran, West Java, Indonesia

---

### Info Article

| Submitted: 27 May 2025 | Revised: 28 September 2025 | Accepted: 3 Oktober 2025

| Published: 3 Oktober 2025

**How it Cited** : Muhammad Arvyn Fadhillah, etc., "Penyusunan Konten Pemasaran Informasi pada Instagram Perpustakaan Amir Machmud Kementerian Dalam Negeri RI", *Nexus: Journal of Cross-Disciplinary Insights*, Vol. 1, No. 1, 2025, P. 66-73.

---

### ABSTRACT

A special library is an institution that focuses on a collection of reading materials and specific information resources that support the specific needs and interests of a group or field of knowledge. The Amir Machmud Library is one of the libraries affiliated with the Indonesian Ministry of Home Affairs (Kemendagri). The Amir Machmud Library has utilized Instagram as a platform to promote various activities they do. The use of Instagram in information promotion institutions has grown along with the growth of Instagram users lately. Departing from this, this study aims to find out how to compile information marketing content on the Instagram of the Amir Machmud Library, Ministry of Home Affairs of the Republic of Indonesia. This study uses a qualitative research method with an Action Research approach. The results show that a content strategy that is structured and based on an analysis of real needs can increase the effectiveness of social media as an information marketing channel. The Amir Machmud Library, through its Instagram account, has transformed into an active actor in building a more open, participatory, and inclusive digital literacy culture and public education. In the future, existing challenges can be overcome with a collaborative approach, strengthening human resource capacity, and integrating social media as an important part of institutional communication strategies.

**Keyword:** *Library; Instagram; Information Marketing*

### ABSTRAK

Perpustakaan khusus adalah institusi yang fokus pada koleksi bahan bacaan dan sumber daya informasi tertentu yang mendukung kebutuhan dan minat spesifik dari suatu kelompok atau bidang pengetahuan. Perpustakaan Amir Machmud adalah salah satu perpustakaan yang terikat dengan Kementerian Dalam Negeri (Kemendagri) Indonesia. Perpustakaan Amir Machmud telah memanfaatkan Instagram sebagai platform untuk mempromosikan berbagai kegiatan yang mereka lakukan. Penggunaan Instagram dalam lembaga promosi informasi berkembang seiring dengan pertumbuhan pengguna Instagram akhir-akhir ini. Berangkat dari hal tersebut, penelitian ini bermaksud mengetahui bagaimana penyusunan konten pemasaran informasi pada Instagram Perpustakaan Amir Machmud Kementerian Dalam Negeri RI. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan Action Research. Hasilnya, diketahui bahwa strategi konten yang disusun secara terstruktur dan berdasarkan pada analisis kebutuhan nyata, mampu meningkatkan efektivitas media sosial sebagai saluran pemasaran informasi. Perpustakaan Amir Machmud, melalui akun Instagram-nya, telah bertransformasi menjadi aktor aktif dalam membangun budaya literasi digital dan edukasi masyarakat yang lebih terbuka, partisipatif, dan inklusif. Ke depan, tantangan yang ada dapat diatasi dengan pendekatan kolaboratif, penguatan kapasitas sumber daya manusia, serta integrasi media sosial sebagai bagian penting dalam strategi komunikasi kelembagaan.

**Kata Kunci:** *Perpustakaan; Instagram; Pemasaran Informasi*

## Pendahuluan

Perpustakaan khusus adalah institusi yang berfokus pada koleksi bahan bacaan dan sumber daya informasi tertentu yang mendukung kebutuhan dan minat spesifik dari suatu kelompok atau bidang pengetahuan. Perpustakaan ini dapat didedikasikan untuk topik-topik seperti ilmu pengetahuan dan teknologi, sejarah, seni, musik, agama, hukum, kedokteran, dan lain sebagainya. Keberadaan perpustakaan khusus memungkinkan para peneliti, profesional, mahasiswa, dan masyarakat umum yang tertarik pada subjek tertentu untuk mengakses sumber daya informasi yang relevan dan mendalam di bidang tersebut.

Perpustakaan Amir Machmud adalah salah satu perpustakaan yang terikat dengan Kementerian Dalam Negeri (Kemendagri) Indonesia. Perpustakaan ini dinamai sesuai dengan nama seorang tokoh yang berjasa dalam bidang pemerintahan di Indonesia, yaitu Amir Machmud. Amir Machmud (1913–1979) adalah seorang birokrat dan pejabat pemerintah Indonesia yang memiliki kontribusi besar dalam pembangunan dan modernisasi administrasi pemerintahan di Indonesia. Dalam kaitannya dengan Kemendagri, terdapat sebuah institusi perpustakaan yang dinamakan Amir Machmud.

Instagram, sebagai salah satu platform media sosial terkemuka, telah menjadi fenomena di Indonesia. Hingga saat ini Instagram sudah memiliki 100 juta pengguna aktif setiap bulannya, dengan jumlah 40 juta foto dishare setiap harinya (Efendi, 2023). Pemanfaatan media sosial, khususnya Instagram, di lingkungan Lembaga Informasi masih relatif baru. Penggunaan Instagram dalam promosi lembaga informasi berkembang seiring dengan pertumbuhan pengguna Instagram akhir-akhir ini. Dalam evolusinya, banyak pengguna Instagram yang menciptakan citra tertentu terkait dengan siapa mereka atau apa yang mereka komunikasikan, tergantung pada konten yang mereka bagikan.

Adanya aktivitas di media sosial, terutama Instagram, memberikan dampak yang signifikan terhadap keberlangsungan kegiatan di perpustakaan. Interaksi dan keterlibatan yang ditingkatkan melalui platform ini dapat berkontribusi pada penyebaran informasi yang lebih luas dan peningkatan partisipasi masyarakat dalam program-program perpustakaan. Perpustakaan Amir Machmud telah memanfaatkan Instagram sebagai platform untuk mempromosikan berbagai kegiatan yang mereka lakukan. Melalui akun Instagram mereka, @perpus.kemendagri, perpustakaan ini berhasil menarik perhatian dengan memfokuskan konten pada kegiatan-kegiatan yang mereka selenggarakan. Dengan jumlah pengikut sebanyak 142, Instagram Perpustakaan Amir Machmud menunjukkan potensi besar dalam meningkatkan popularitas dan efektivitas pemasaran perpustakaan. Dengan adanya konten yang menarik diharapkan dapat meningkatkan jumlah pengikut serta pengguna Perpustakaan Amir Machmud.

Berdasarkan latar belakang diatas maka perumusan masalah dalam hal ini ialah Instagram sebagai sarana pemasaran informasi, diperlukan sebuah penelitian tentang “Bagaimana Penyusunan Konten Pemasaran Informasi pada Instagram Perpustakaan Amir Machmud Kementrian Dalam Negeri RI?”

### **Metode Penelitian**

Jenis penelitian adalah penelitian tindakan (action research). Penelitian tindakan merupakan bentuk investigasi yang bersifat refleksi partisipatif, kolaboratif dan spiral yang memiliki tujuan untuk melakukan perbaikan sistem, metode, kerja, proses, isi, kompetensi, dan situasi (Arikunto, Suhardjono, & Supardi, 2006). Penelitian tindakan adalah salah satu jenis riset sosial terapan yang pada hakekatnya merupakan suatu eksperimen sosial. Penelitian tindakan juga merupakan suatu inovasi untuk menghasilkan perubahan dalam prosedur kebijakan dengan dimonitor melalui metode riset sosial (Payne & Payne, 2004).

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian tindakan. Pendekatan ini dipilih karena penelitian tindakan bertujuan untuk memecahkan masalah-masalah praktis yang terjadi dalam konteks tertentu serta meningkatkan praktik melalui siklus refleksi dan tindakan. Desain penelitian ini mengacu pada model Kemmis dan McTaggart (1988) yang telah disesuaikan oleh penulis. Terdiri dari empat tahap dalam satu siklus, yaitu: diagnosa, perencanaan, tindakan, dan refleksi.

Penelitian ini akan menggali berbagai jenis data kualitatif untuk memberikan wawasan mendalam mengenai pemanfaatan Instagram oleh Perpustakaan Amir Machmud sebagai alat pemasaran informasi. Pertama-tama, wawancara akan dilakukan dengan pihak terkait, termasuk pustakawan senior Perpustakaan Amir Machmud, pustakawan, dan penanggung jawab konten sosial media yang terlibat dalam proses pemasaran. Wawancara ini diharapkan dapat memberikan perspektif langsung tentang tujuan, strategi, dan pengalaman praktis terkait pemanfaatan Instagram (Islami, 2021).

Selanjutnya, observasi akan menjadi elemen kunci untuk melacak aktivitas Perpustakaan Amir Machmud di Instagram (Syarif, 2020). Analisis konten yang diposting, frekuensi unggahan, dan interaksi pengguna akan diperhatikan untuk memahami lebih lanjut bagaimana lembaga ini berinteraksi dengan audiensnya melalui platform tersebut. Dokumentasi internal, seperti rencana pemasaran dan laporan kinerja, juga akan diakses untuk mendapatkan wawasan lebih lanjut mengenai strategi yang diusung oleh Perpustakaan Amir Machmud.

Sementara itu, analisis konten akan melibatkan pemeriksaan mendalam terhadap postingan, caption, dan interaksi di Instagram Perpustakaan Amir Machmud. Fokus akan diberikan pada aspek visual dan naratif untuk mendapatkan pemahaman yang lebih dalam mengenai jenis konten yang paling efektif dan pesan yang ingin disampaikan. Metode ini akan memberikan

pemahaman yang lebih kualitatif tentang cara lembaga ini berkomunikasi melalui medium visual.

Melalui pengumpulan data kualitatif ini, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang komprehensif mengenai pemanfaatan Instagram oleh Perpustakaan Amir Machmud, mencakup motivasi, strategi, dan dampak dari inisiatif pemasaran informasi tersebut.

### **Hasil dan pembahasan**

Pemanfaatan media sosial sebagai sarana komunikasi dan promosi informasi telah mengubah lanskap pelayanan perpustakaan, termasuk dalam konteks Perpustakaan Amir Machmud. Instagram, sebagai platform visual yang digemari oleh masyarakat digital, terutama generasi muda, menawarkan peluang besar bagi lembaga informasi untuk menjalin komunikasi dua arah dengan penggunanya. Dalam penelitian ini, penyusunan dan pelaksanaan strategi konten pemasaran informasi melalui akun Instagram @perpus.kemendagri menunjukkan dinamika yang kompleks namun sangat potensial dalam meningkatkan keterlibatan pengguna dan memperkuat citra perpustakaan di ruang publik digital.

Pada tahap awal penelitian, ditemukan adanya kesenjangan antara potensi media sosial yang besar dan implementasi konten yang masih bersifat terbatas. Sebelum pengelolaan dilakukan secara strategis, akun Instagram perpustakaan cenderung pasif, dengan unggahan yang sporadis, minim desain visual, dan tidak mengarah pada tujuan komunikasi yang jelas. Hal ini sesuai dengan temuan Nielsen (1993) yang menyatakan bahwa rendahnya kualitas interaksi pengguna disebabkan oleh kurangnya strategi dan desain komunikasi yang berorientasi pada pengalaman pengguna. Kondisi ini menghambat potensi akun tersebut sebagai media promosi dan penyebaran informasi perpustakaan secara lebih luas (Nielsen, 1993).

Setelah dilakukan analisis kebutuhan melalui wawancara dengan pengelola konten dan observasi langsung terhadap aktivitas akun, diketahui bahwa tujuan utama dari pengelolaan akun adalah untuk memperkuat branding perpustakaan di kalangan internal Kementerian Dalam Negeri dan masyarakat luas, sekaligus mendorong peningkatan partisipasi pengguna dalam layanan literasi. Hal ini mendorong penyusunan strategi konten yang tidak hanya informatif, tetapi juga komunikatif, menarik, dan selaras dengan karakter kelembagaan. Penentuan jenis konten dilakukan dengan mempertimbangkan kebutuhan informasi pengguna, tren media sosial yang relevan, serta nilai-nilai edukatif yang menjadi ciri khas perpustakaan. Kategori konten yang dirancang, seperti Rekomendasi Buku, Quotes Tokoh, Librarian Tips, hingga Penjelasan Istilah Politik, merupakan hasil integrasi antara nilai informasi dan daya tarik visual.

Penyusunan perencanaan konten disertai dengan penetapan jadwal unggahan yang konsisten, yakni dua kali seminggu pada hari Selasa dan Jumat, menyesuaikan dengan waktu aktif audiens berdasarkan insight Instagram. Hal ini mencerminkan pemahaman terhadap pentingnya algoritma platform, di mana keteraturan unggahan dan waktu posting yang tepat memengaruhi jangkauan dan engagement pengguna (Chaffey & Chadwick, 2019). Selain itu, strategi penyusunan konten juga mempertimbangkan durasi perhatian pengguna media sosial yang relatif singkat, sehingga konten disusun dalam format slide carousel, video pendek, serta infografis yang mudah dipahami dan dikonsumsi.

Dalam tahap tindakan, konten diproduksi menggunakan platform Canva yang memudahkan desain visual bahkan bagi pengguna tanpa latar belakang desain grafis. Proses produksi dilakukan secara kolaboratif antara pustakawan, mahasiswa magang, dan tim komunikasi internal. Ini menunjukkan adanya budaya kerja partisipatif yang sejalan dengan pendekatan penelitian tindakan sebagaimana dikembangkan oleh Kemmis & McTaggart, yang menekankan pada proses reflektif, partisipatif, dan berbasis solusi nyata terhadap permasalahan di lapangan. Kolaborasi ini juga memungkinkan ide-ide baru muncul secara organik dari mahasiswa yang memiliki pemahaman terhadap tren digital, sekaligus memperkuat peran perpustakaan sebagai ruang belajar yang terbuka.

Konten seperti Rekomendasi Buku, Librarian Tips, dan Penjelasan Jelajah Literasi mendapatkan respons paling positif dari pengguna, sebagaimana terlihat dari peningkatan like, komentar, dan jumlah share pada masing-masing unggahan. Respons ini menunjukkan bahwa audiens tidak hanya pasif menerima informasi, tetapi juga aktif menanggapi, berbagi, dan bahkan memberikan masukan. Ini sejalan dengan pemikiran Arnstein (1969) tentang tangga partisipasi, di mana pengguna media sosial berpotensi menjadi co-creator informasi, bukan sekadar konsumen. Interaksi ini mencerminkan terciptanya komunitas informasi di media sosial yang hidup dan dinamis (Arnstein, 1969).

Meski demikian, tantangan tetap muncul. Salah satu tantangan utama adalah menjaga konsistensi unggahan konten. Hal ini disebabkan oleh keterbatasan waktu, tenaga, dan kapasitas teknis tim yang juga memiliki tanggung jawab lain di luar pengelolaan media sosial. Disiplin dalam menjaga jadwal unggah, menyusun ide konten baru, dan memastikan kualitas desain seringkali terhambat oleh beban kerja administratif yang tinggi. Oleh karena itu, dibutuhkan struktur kerja yang lebih formal dalam pengelolaan media sosial perpustakaan, termasuk pembagian peran yang jelas, SOP produksi konten, serta pelatihan teknis rutin agar pengelolaan konten dapat dilakukan secara berkelanjutan.

Selain itu, konten yang bersifat edukatif perlu tetap dikemas dalam bentuk yang ringan, agar dapat diterima oleh pengguna media sosial tanpa kehilangan esensi pesan. Berdasarkan hasil evaluasi, konten yang terlalu panjang, kaku, atau

minim elemen visual mendapat respons lebih rendah. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial membutuhkan pendekatan komunikasi yang spesifik: padat, visual, dan relevan. Dalam hal ini, pendapat Kotler (2009) sangat relevan, di mana pemasaran yang efektif adalah yang mampu menciptakan nilai dan membangun hubungan jangka panjang dengan pengguna. Nilai ini bisa berupa pengalaman visual yang menyenangkan, informasi yang berguna, hingga respons cepat dari pengelola akun (Kotler, 2009).

Evaluasi melalui insight Instagram digunakan sebagai alat refleksi untuk melihat apa yang berhasil dan apa yang perlu ditingkatkan. Indikator yang dianalisis meliputi pertumbuhan followers, impresi, jumlah klik profil, serta tingkat interaksi (engagement). Dari data tersebut, tim dapat menyesuaikan jenis konten, waktu unggah, hingga gaya komunikasi yang digunakan. Pendekatan berbasis data ini menjadi kekuatan tersendiri dalam pengelolaan media sosial karena memungkinkan proses evaluasi dilakukan secara objektif dan terukur.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menegaskan bahwa strategi konten yang disusun secara terstruktur dan berbasis pada analisis kebutuhan nyata, mampu meningkatkan efektivitas media sosial sebagai saluran pemasaran informasi. Perpustakaan Amir Machmud, melalui akun Instagram-nya, telah bertransformasi menjadi aktor aktif dalam membangun budaya literasi digital dan edukasi publik yang lebih terbuka, partisipatif, dan inklusif. Ke depan, tantangan yang ada dapat diatasi dengan pendekatan kolaboratif, penguatan kapasitas sumber daya manusia, serta integrasi media sosial sebagai bagian penting dalam strategi komunikasi kelembagaan.

## **Penutup**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai penyusunan konten pemasaran informasi pada Instagram Perpustakaan Amir Machmud Kementerian Dalam Negeri RI, peneliti memberikan beberapa saran yang diharapkan dapat dijadikan acuan dalam pengembangan strategi pemasaran informasi digital di masa yang akan datang: Diperlukan pelatihan dan peningkatan kompetensi bagi tim pengelola media sosial, terutama dalam hal desain grafis, storytelling digital, serta analisis data media sosial. Kemampuan teknis yang baik akan menunjang proses produksi konten agar lebih efektif, efisien, dan sesuai dengan standar komunikasi visual yang baik. Pemanfaatan fitur-fitur dinamis Instagram seperti Reels, Stories, dan Polling perlu terus dikembangkan sebagai bentuk pendekatan yang lebih partisipatif dan interaktif dengan audiens. Format ini terbukti lebih menarik dan sesuai dengan karakter pengguna media sosial saat ini, terutama generasi muda yang menjadi sasaran utama.

Perpustakaan dapat terus mengembangkan variasi konten, misalnya melalui kolaborasi dengan instansi lain, pustakawan inspiratif, atau tokoh publik, untuk menghadirkan konten yang lebih menarik, aktual, dan mampu menjangkau lebih luas. Inovasi dalam menyampaikan informasi – baik secara edukatif, informatif, maupun menghibur – menjadi penting agar konten tidak monoton. Instagram dapat diarahkan sebagai pintu masuk menuju layanan digital perpustakaan yang lebih luas. Oleh karena itu, konten yang dipublikasikan sebaiknya mengarahkan pengguna untuk mengakses katalog online, e-book, jurnal, atau layanan interaktif lainnya sehingga promosi di media sosial tidak berhenti pada informasi semata, tetapi juga mendorong pemanfaatan layanan perpustakaan secara menyeluruh.

## Saran

Bagi peneliti selanjutnya yang ingin mengangkat tema serupa, disarankan untuk memperluas fokus penelitian tidak hanya pada proses penyusunan konten, tetapi juga pada efektivitas konten terhadap perubahan pola akses informasi, peningkatan literasi digital, atau pengaruhnya terhadap persepsi publik terhadap perpustakaan. Penelitian lanjutan juga dapat menggali keterlibatan pengguna secara lebih mendalam dengan menggunakan metode kuantitatif seperti survei atau analisis statistik keterlibatan (engagement rate) dari berbagai jenis konten yang dipublikasikan. Selain itu, peneliti juga bisa memperluas objek kajian ke platform media sosial lain seperti TikTok, Facebook, atau YouTube yang kini juga banyak digunakan oleh lembaga informasi.

## Daftar Pustaka

- Arikunto, Suhardjono, & Supardi. (2006). *Penelitian Tindakan Kelas*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Arnstein, S. R. (1969). A Ladder of Citizen Participation. *Journal of the American Planning Association*, 216-224.
- Chaffey, D., & Chadwick, F. E. (2019). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice*. London: Pearson.
- Efendi, E., Kustiawan, W., Candra, D., & Ridha, M. (2023). Perubahan Sosial dan Budaya Akibat Media Instagram bagi Kalangan Mahasiswa di Kota Medan. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*.
- Islami, G. P. (2021). slami, G. P. (2021). Analisis Pemanfaatan Koleksi American Corner di Perpustakaan Unand. *Literatify : Trends in Library Developments*.
- Kemendagri. (2021, Maret 18). *Membangun Literasi Perlu Dukungan Pemerintah Daerah*. Retrieved from [perpustakaan.kemendagri.go.id:2021/03/membangun-literasi-perlu-dukungan-pemerintah-daerah/](https://perpustakaan.kemendagri.go.id:2021/03/membangun-literasi-perlu-dukungan-pemerintah-daerah/)
- Kemendagri, D. (n.d.). *Sejarah Kementrian Dalam Negeri*. Retrieved from [dukcapil.kemendagri.go.id:](https://dukcapil.kemendagri.go.id:)

<https://dukcapil.kemendagri.go.id/page/read/sejarah-kementerian-dalam-negeri>

Kotler, P. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Indeks.

Nielsen, J. (1993). *Usability Engineering*. Academic Press.

Payne, G., & Payne, J. (2004). *Key concepts in social research*. London: SAGE.

Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Syarif, V. D. (2020). Peningkatan Kerjasama Perpustakaan Perguruan Tinggi Dalam Pelayanan Informasi. *Jurnal Ecodunamika*.

### Biografi



Muhammad Arvyn Fadhillah adalah mahasiswa Program Studi Ilmu Perpustakaan dan Informasi, Universitas Padjadjaran. Ia memiliki ketertarikan pada bidang pengelolaan informasi, literasi digital, serta pengembangan konten media sosial. Pengalaman profesionalnya mencakup magang sebagai Social Media Specialist di Perpustakaan Kementerian Dalam Negeri, di mana ia terlibat dalam perencanaan dan pembuatan konten Instagram, serta magang sebagai pustakawan di Perpustakaan Jakarta dengan fokus pada layanan sirkulasi, layanan anak, dan pengelolaan koleksi. Selain itu, ia aktif dalam berbagai kegiatan organisasi dan kepanitiaan, yang mengasah keterampilan kepemimpinan, komunikasi, dan manajemen acara.