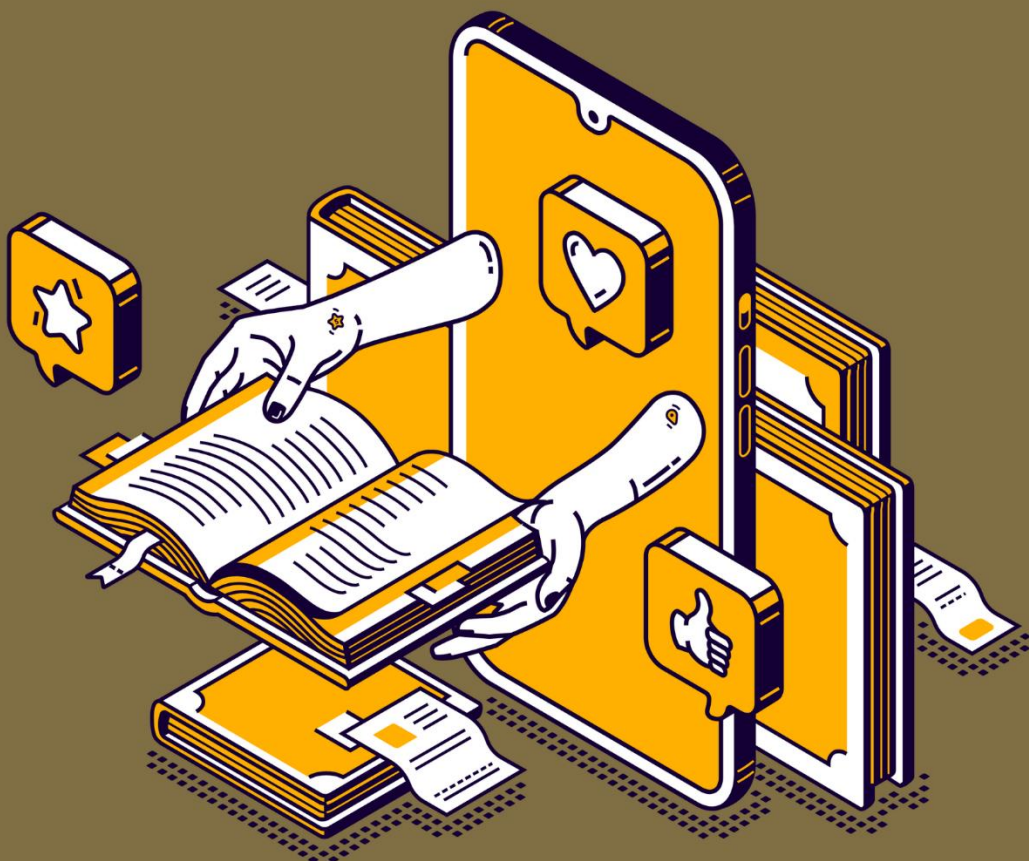


Editor: Dewi Ismu Purwaningsih, S.Pd., M.A.

penamuda
media

Pemasaran Digital Perpustakaan

Meningkatkan Visibilitas dan Aksesibilitas
di Era Teknologi



Atiqa Nur Latifa Hanum, S.Sos., M.A.

Pemasaran Digital Perpustakaan

Meningkatkan Visibilitas dan Aksesibilitas
di Era Teknologi

Atiqa Nur Latifa Hanum, S.Sos., M.A.

Editor:

Dewi Ismu Purwaningsih, S.Pd., M.A.



Pemasaran Digital Perpustakaan Meningkatkan Visibilitas dan Aksesibilitas di Era Teknologi

Copyright © PT Penamuda Media, 2024

Penulis:

Atiqa Nur Latifa Hanum, S.Sos., M.A.

ISBN:

9-786238-686810

Editor:

Dewi Ismu Purwaningsih, S.Pd., M.A.

Penyunting dan Penata Letak:

Tim PT Penamuda Media

Desain Sampul:

Tim PT Penamuda Media

Penerbit:

PT Penamuda Media

Redaksi:

Casa Sidoarum RT03 Ngentak, Sidoarum Godean Sleman Yogyakarta

Web: www.penamudamedia.com

E-mail: penamudamedia@gmail.com

Instagram: [@penamudamedia](https://www.instagram.com/penamudamedia)

WhatsApp: +6285700592256

Cetakan Pertama, Oktober 2024

x + 248 halaman; 15 x 23 cm

Hak cipta dilindungi undang-undang

Dilarang memperbanyak maupun mengedarkan buku dalam bentuk dan
dengan cara apapun tanpa izin tertulis dari penerbit maupun penulis

PRAKATA

Pemasaran digital telah menjadi bagian penting dari strategi komunikasi di berbagai sektor, termasuk perpustakaan. Dengan berkembangnya teknologi dan akses internet yang semakin meluas, perpustakaan kini dituntut untuk beradaptasi dengan perubahan zaman guna meningkatkan visibilitas dan aksesibilitas layanan mereka. Buku ini, **“Pemasaran Digital Perpustakaan: Meningkatkan Visibilitas dan Aksesibilitas di Era Teknologi”**, hadir sebagai panduan komprehensif bagi pustakawan, praktisi perpustakaan, mahasiswa, dan masyarakat umum yang ingin memahami dan memanfaatkan potensi pemasaran digital dalam konteks perpustakaan.

Tujuan utama buku ini adalah untuk memberikan pemahaman mendalam mengenai bagaimana perpustakaan dapat memanfaatkan berbagai alat dan teknik pemasaran digital, seperti media sosial, optimasi mesin pencari (SEO), dan konten digital, dalam rangka menjangkau pemustaka yang lebih luas. Perpustakaan saat ini tidak hanya bersaing dengan sesama perpustakaan, tetapi juga dengan berbagai platform digital yang menawarkan informasi dengan cepat dan mudah diakses. Oleh karena itu, penting bagi perpustakaan untuk menerapkan strategi pemasaran yang relevan agar tetap eksis dan diminati oleh pemustaka, baik yang sudah ada maupun yang potensial.

Buku ini diorganisasikan secara sistematis, dimulai dari konsep dasar pemasaran digital, hingga contoh aplikasi nyata yang dapat diterapkan di perpustakaan. Setiap bab dirancang untuk memberikan pembaca panduan langkah demi langkah dalam merancang, mengimplementasikan, dan mengevaluasi kegiatan pemasaran digital yang efektif. Tidak hanya teori, buku ini juga menawarkan studi kasus dari perpustakaan yang telah berhasil mengadopsi strategi digital dalam meningkatkan keterlibatan dan kepuasan pemustakanya.

Kami berharap buku ini dapat menjadi sumber inspirasi dan referensi yang bermanfaat bagi siapa saja yang tertarik pada dunia perpustakaan dan pemasaran digital. Dengan memahami bagaimana teknologi dapat dimanfaatkan untuk memperkuat peran perpustakaan sebagai pusat pengetahuan dan informasi, kita dapat bersama-sama membawa perpustakaan ke era yang lebih modern dan inklusif. Selamat membaca!

Pontianak, 3 Oktober 2024

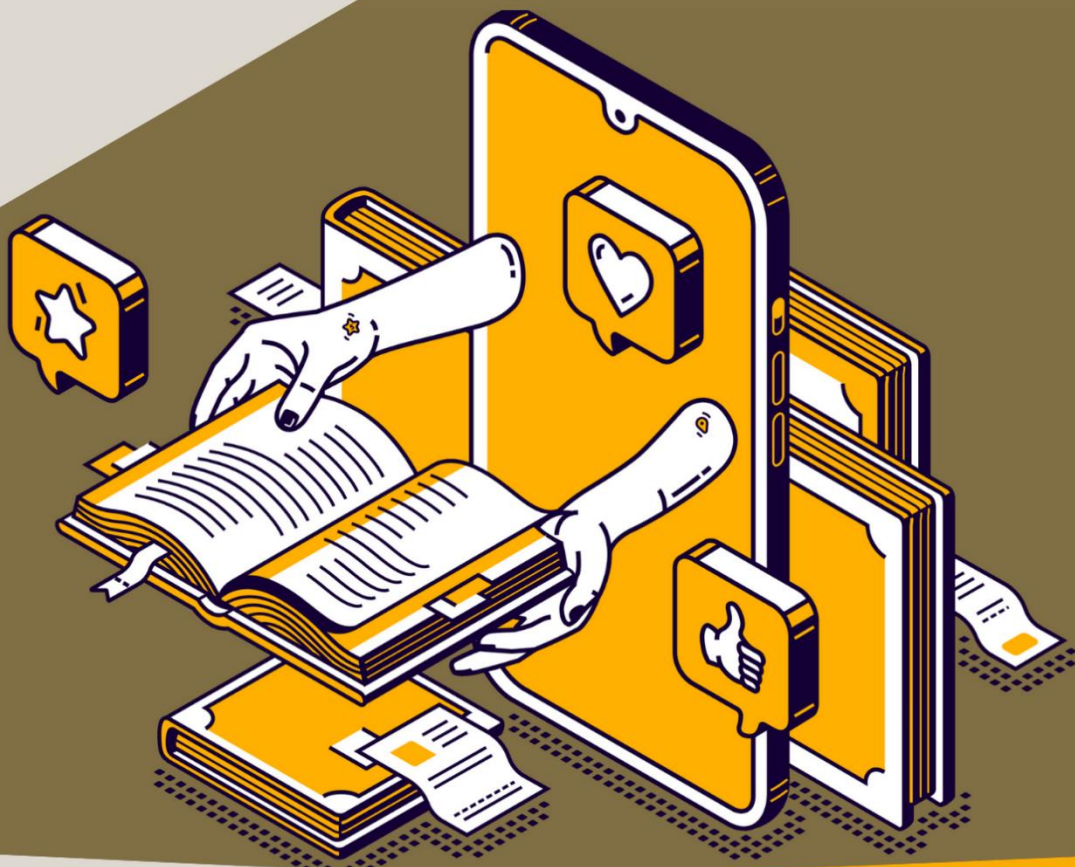
Penulis

DAFTAR ISI

PRAKATA	v
DAFTAR ISI.....	vii
Bab 1 Dasar Pemasaran Digital di Perpustakaan	1
A. Definisi dan Konsep Dasar Pemasaran Digital	2
B. Peran Teknologi dalam Transformasi Perpustakaan ..	7
C. Tantangan dan Peluang di Era Digitalisasi.....	13
D. Mengapa Pemasaran Digital Penting untuk Perpustakaan?	19
Bab 2 Perkembangan Pemasaran Perpustakaan dari Tradisional ke Digital.....	27
A. Pemasaran Perpustakaan Konvensional: Kelebihan dan Kekurangan.....	28
B. Evolusi Pemasaran dengan Kehadiran Teknologi Digital.....	34
C. Dampak Teknologi Terhadap Perubahan Perilaku Pemustaka.....	40
D. Literasi Digital dan Pengaruhnya terhadap Perpustakaan	46
E. Studi Kasus: Pemasaran Digital di Perpustakaan Global	52
Bab 3 Memahami Pemustaka Digital Perpustakaan.....	59
A. Profil Pemustaka di Era Digital.....	60
B. Kebutuhan dan Harapan Pemustaka terhadap Layanan Digital.....	67
C. Segmentasi Pasar Digital untuk Layanan Perpustakaan	74

D. Analisis Perilaku Pemustaka Melalui <i>Data Analytics</i>	81
E. Mengidentifikasi Saluran Komunikasi yang Tepat untuk Pemustaka Digital	88
Bab 4 Strategi Pemasaran Digital untuk Perpustakaan	96
A. Pemasaran Konten: Menyediakan Informasi yang Relevan dan Berkualitas.....	97
B. SEO (<i>Search Engine Optimization</i>) untuk Meningkatkan Visibilitas Perpustakaan	104
C. Penggunaan Media Sosial untuk Promosi Perpustakaan	112
D. Memilih Platform Media Sosial yang Tepat: <i>Facebook, Instagram, Tiktok</i> , dan Lainnya	126
E. Mengelola Komunitas Digital di Media Sosial.....	133
F. Studi Kasus: Keberhasilan Perpustakaan di Tiongkok dan Amerika Serikat.....	136
Bab 5 <i>Digital Branding</i> untuk Perpustakaan	138
A. Membangun Identitas Digital yang Kuat.....	139
B. Menciptakan Citra Perpustakaan di Dunia Digital...	144
C. Mengelola Reputasi Perpustakaan secara Online	150
D. Studi Kasus: <i>Digital Branding</i> yang Berhasil di Perpustakaan	156
Bab 6 Program Pemasaran Digital Berbasis Komunitas.....	162
A. Mengembangkan Komunitas Digital di Sekitar Perpustakaan	163
B. Program Duta Perpustakaan di Media Sosial.....	169
C. Menggalang Partisipasi Pemustaka melalui <i>Crowdsourcing</i>	174
D. Meningkatkan Keterlibatan Pemustaka melalui Acara dan Kegiatan Virtual	179

E. Mengukur efektivitas program pemasaran digital ..	184
Bab 7 Mengukur Keberhasilan Pemasaran Digital	
Perpustakaan.....	190
A. Indikator Kinerja Utama (<i>Key Performance Indicators/KPI</i>) untuk Pemasaran Digital	191
B. Alat dan Teknik untuk Menganalisis Data Pemasaran.....	201
DAFTAR PUSTAKA	209
GLOSARIUM	237
INDEX	245
Tentang Penulis.....	246



Bab 1

Dasar Pemasaran Digital di Perpustakaan

Di era digital saat ini, perpustakaan tidak hanya berfungsi sebagai pusat informasi fisik, tetapi juga sebagai platform digital yang dinamis. Bab ini akan membahas dasar-dasar pemasaran digital yang dapat diterapkan di perpustakaan untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan relevan. Melalui pemanfaatan media sosial, SEO, dan strategi konten digital lainnya, perpustakaan dapat meningkatkan visibilitas dan keterlibatan penggunanya. Pembaca akan diajak memahami pentingnya adaptasi teknologi dalam dunia perpustakaan, serta bagaimana pemasaran digital dapat menjadi alat strategis dalam mempromosikan layanan dan sumber daya perpustakaan dengan lebih efektif.

A. Definisi dan Konsep Dasar Pemasaran Digital

Pemasaran digital atau *digital marketing*, telah menjadi elemen penting dalam strategi pemasaran modern. Secara umum, pemasaran digital didefinisikan sebagai penggunaan saluran digital dan teknologi untuk secara efektif menjangkau dan berinteraksi dengan konsumen. Berbeda dengan pemasaran tradisional yang sering bergantung pada media cetak dan elektronik, pemasaran digital memanfaatkan berbagai platform digital, seperti media sosial, email, situs web, dan aplikasi seluler, untuk mempromosikan produk atau layanan (Man & Yang, 2021). Konsep ini tidak hanya fokus pada media digital itu sendiri, tetapi juga bagaimana

Pemasaran Digital Perpustakaan

Meningkatkan Visibilitas dan Aksesibilitas di Era Teknologi



Di era teknologi digital yang berkembang pesat, perpustakaan tidak lagi hanya berfungsi sebagai ruang fisik untuk menyimpan dan meminjamkan buku. Perpustakaan modern kini dituntut untuk lebih proaktif dalam menghadapi perubahan perilaku pengguna yang semakin mengandalkan internet dan perangkat digital untuk memenuhi kebutuhan informasi mereka. Buku "Pemasaran Digital Perpustakaan: meningkatkan visibilitas dan aksesibilitas di era teknologi" hadir untuk memberikan panduan lengkap bagi para pustakawan, pengelola informasi, dan akademisi dalam memanfaatkan teknologi digital untuk meningkatkan peran dan fungsi perpustakaan.

Dalam buku ini, pembaca akan diajak memahami berbagai strategi pemasaran digital yang efektif, mulai dari penggunaan media sosial, optimalisasi mesin pencari (SEO), hingga implementasi konten digital yang menarik untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Dengan pendekatan yang praktis dan berbasis riset terbaru, buku ini menjelaskan cara-cara meningkatkan visibilitas dan aksesibilitas perpustakaan, sehingga dapat terus relevan di tengah arus perubahan digital.

Buku ini sangat cocok bagi siapa saja yang ingin mengembangkan perpustakaan di era modern, baik di lingkungan pendidikan, instansi pemerintah, maupun komunitas, untuk memastikan perpustakaan tetap menjadi pusat pengetahuan yang diakses oleh banyak orang.



PT Penerbit Penamuda Media Godean,
Yogyakarta
085700592256
@penamuda_media
penamuda.com