

PEMANFAATAN TIKTOK SEBAGAI SARANA PROMOSI DI PERPUSTAKAAN BANK INDONESIA SUMUT

1Anggun Setiawati 2Anang Anas Azhar 3 Rina Devianty

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

ARTICLE INFO

Article history:

Received Januari, 2025

Revised Januari, 2025

Accepted Januari, 2025

Available Januari, 2025

e-mail: anggun.ratih6644@gmail.com



This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.

Copyright © 2023 by Author. Published by Universitas Pendidikan Ganessa.

ABSTRAK

Penelitian ini membahas terkait pemanfaatan *TikTok* sebagai sarana promosi di perpustakaan Bank Indonesia Sumut. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pemanfaatan *TikTok* sebagai sarana promosi di perpustakaan Bank Indonesia Sumut. Metode ini menggunakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Sedangkan teknik pengumpulan data adalah survey, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan transkrip data hasil wawancara, reduksi data dan analisis data untuk menarik kesimpulan. Teknik pengujian keabsahan data menggunakan teknik triangulasi yakni, triangulasi data, teori, dan metode. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perpustakaan telah memanfaatkan *TikTok* sebagai sarana promosi dengan baik. Konten yang di promosikan berupa informasi dengan kegiatan terkait perpustakaan Bank Indonesia Sumut. Kendala yang dihadapi perpustakaan Bank Indonesia Sumut dalam pemanfaatan *TikTok* sebagai sarana

promosi adalah terkait kurangnya SDM di bidang desain konten grafis dan *reels video* untuk mengoptimalkan kegiatan promosi perpustakaan serta ketidak konsistenan jadwal untuk memposting ke *TikTok*.

Kata Kunci: TikTok, Promosi, Promosi Perpustakaan

ABSTRACT

This research discusses the use of *TikTok* as a means of promotion in the North Sumatera Bank Indonesia Library. The aim of this research is to examine the use of *TikTok* as a means of promotion in Bank Indonesia Library North Sumatera, this method uses descriptive research with a qualitative approach, while the data collection technique is a survey, interviews, and documentation. The data analysis technique uses transcripts, data from interviews, data reduction and data analysis to draw conclusions. Namely, triangulation of theoretical and method data. The result of this research shows that libraries are taking advantage of *TikTok* as a good promotional tool. Content promoted in the form of information with activities related to the Bank Indonesia Sumut library in using *TikTok* as a promotional tool are related to the lack of human resources in the field of graphic content design and video reels to optimize library promotional activities as well as inconsistent schedule for posting to *TikTok*.

Keywords: TikTok, Promotion, Library Promotion

A. PENDAHULUAN

Perpustakaan berperan penting dalam pengajaran dan edukasi masyarakat, terutama dalam hal literasi dan pengetahuan. Perpustakaan dapat menyelenggarakan program dan kegiatan yang mendukung literasi membaca, penulisan, dan keterampilan informasi. Mereka dapat menyediakan ruang belajar, koleksi literatur akademik, dan

sumber daya pembelajaran lainnya untuk membantu individu memperoleh pengetahuan dan meningkatkan keterampilan mereka.

Banyak perpustakaan modern juga menyediakan fasilitas akses internet bagi pengunjung mereka. Hal ini penting karena tidak semua individu memiliki akses internet di rumah atau perangkat yang dibutuhkan untuk memanfaatkannya. Melalui akses internet di perpustakaan, masyarakat dapat mencari informasi, menyelesaikan tugas, mengakses sumber daya online, dan mengembangkan keterampilan digital.

Perpustakaan yang berperan dalam mendukung pengembangan komunitas dan kegiatan budaya. Mereka dapat mengadakan acara seperti seminar, pameran buku, lokakarya, dan pertunjukan seni. Ini memungkinkan individu untuk terlibat secara aktif dalam komunitas, memperluas pengetahuan mereka, dan menciptakan hubungan sosial yang positif.

Penggunaan Tiktok dapat menjembatani kesenjangan antara sumber daya perpustakaan tradisional dan generasi digital native. Tiktok ini mendorong pembuat konten untuk menjadi ringkas dan inovatif. Hal ini sejalan dengan tujuan perpustakaan Bank Indonesia Sumut untuk menjadikan topik keuangan dan ekonomi yang kompleks dengan cara yang mudah untuk dicerna. Dengan konten yang tepat, video Tiktok dapat menjadi viral, sehingga meningkatkan visibilitas perpustakaan dan sumber dayanya secara signifikan.

Memanfaatkan tantangan yang sedang trend, menggunakan musik yang populer dan menggunakan konten orisinal terkait sumber daya, acara, dan fitur perpustakaan. Tentunya berkolarasi dengan influencer Tiktok local yang dapat memperkenalkan perpustakaan kepada pengikutnya.

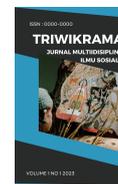
Dengan meluncurkan serangkaian video Tiktok yang memberikan literasi keuangan, wawasan tentang tren ekonomi, atau sorotan dari koleksinya. Sehingga konten buatan pengguna dimana pengikut dapat berbagi pengalaman, buku favorit, atau wawasan yang mereka peroleh dari perpustakaan.

Menurut laporan We Are Social, aplikasi video pendek ini memiliki 1,09 miliar pengguna di seluruh dunia per April 2023. Tercatat, pengguna TikTok di seluruh dunia bertambah 12,6% dibandingkan pada tahun sebelumnya (*year-on-year/yoy*). Jika dibandingkan kuartal sebelumnya, aplikasi besutan Bytedance ini naik 3,9% (*quarter-to-quarter/qtq*) (Landaburu 2016)

B. TINJAUAN PUSTAKA

Penelitian terdahulu berguna untuk mengetahui bagaimana metode dan hasil pemikiran-pemikiran terdahulu yang dilakukan. Penelitian terdahulu kegunaannya sebagai tolak ukur peneliti untuk menulis dan menganalisis suatu penelitian dengan tujuan untuk mengetahui langkah peneliti salah atau benar, kemudian membuat ringkasannya. Berikut merupakan penelitian terdahulu yang terkait dengan tema peneliti kaji.

Pertama, sebuah jurnal dari Rizkia Ami Jesia (2021), "Upaya Menjaga Eksistensi Perpustakaan SMA Negeri 1 Boja Di Kalang Perpustakaan Generasi Z Melalui Pemanfaatan Media Sosial". Menemukan adanya pemanfaatan media sosial untuk dalam pemanfaatan media sosial Tiktok oleh perpustakaan SMA negeri 1 boja yang dilakukan dari proses inisiasi, penyusunan prosedur dan evaluasi respon dari pemustaka. Yang dilakukan berdasarkan keputusan bersama antara pengurus perpustakaan SMA negeri 1 boja dan kepala sekolah SMA negeri 1 boja untuk mendekatkan diri pada pemustaka. Dengan menggunakan metode penelitian convenience sampling. Dan teknik analisis peneliti menggunakan matriks analisis (reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan) (Jesia and Christiani 2021).



Kedua, sebuah jurnal yang ditulis oleh Nasrullah, dkk (2022), “Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Perpustakaan di Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kabupaten Bulukumbia”. Tujuannya adalah untuk mempelajari tentang penggunaan media sosial Instagram dan kendala yang dihadapi oleh Kecamatan Bengkulu Barat merusak perpustakaan penyimpanan dalam menggunakan Instagram sebagai alat promosi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa promosi melalui media sosial seperti Instagram dapat berdampak positif pada perpustakaan, misalnya, meningkatkan jumlah pengunjung dan keanggotaan perpustakaan. Upaya untuk mendekati pengguna dengan memberikan informasi terkait perpustakaan menggunakan media sosial (Nasrullah, 2022).

Ketiga, sebuah jurnal yang ditulis oleh Nafa Nurlailati Hafilah (2019), “Pengaruh Promosi Perpustakaan Melalui Instagram Terhadap Pemanfaatan Koleksi Buku Di Perpustakaan (Studi Deskriptif Kuantitatif pada Siswa SMPN 15 Bandung)”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwasannya pemanfaatan media sosial Instagram untuk mempromosikan koleksi buku di perpustakaan sekolah dalam kategori kuat dengan teknik pengambilan sample random sampling dengan 85 responden yang analisis data menggunakan uji regresi (Hafilah, 2019).

Keempat, sebuah artikel dalam bentuk jurnal oleh Dina Mokgadi Mashiyane dengan judul “Libraries Breaking Barriers Through Tiktok: Enhancing Acces and Visibility (2022), dengan hasil penelitian ini ditemukan pada penggunaan TikTok di kalangan pelajar manajemen di kota Pune menunjukkan bahwa sebagian besar pelajar untuk meningkatkan kesadaran akan kemampuan Pendidikan dan penggunaan platform. TikTok digunakan untuk memperkuat hubungan antara perpustakaan dan departemen akademik. Dimana perpustakaan harus merancang starategi inovatif untuk mendorong siswa menggunakan sumber daya perpustakaan untuk tujuan akademis dan rekreasi. Tujuan kegiatan ini adalah memasarkan layanan, fasilitas, dan ruang mereka. Dengan meningkatkan sumber daya perpustakaan seiring bertambahnya usia, yang merekomendasikan bacaan favorit selama jam Pelajaran (Mashiyane 2022).

Kelima, sebuah artikel yang ditulis oleh admin undip yang berjudul “PustagTok: Membangun Citra Positif Pustakawan dan Perpustakaan yang Relevan dalam Dunia Digital melalui Media Sosial Tiktok”. Hasil artikel ini membahas tentang konsep PusTagTok, yaitu penggunaan BookTok dan TikTok sebagai media promosj koleksi perpustakaan di perguruan tinggi. PusTagTok dapat membantu perpustakaan untuk meningkatkan literasi digital, membangun citra positif dan menjangkau audience yang lebih luas. Artikel ini menganalisis program #BookTalkChallange, #LibrartyTour, #AskALibrary, #ReadingTips, #LiteracyCamp, #LibraryTrivia, #BookRecommendations, #Storytime dengan tujuan dari pustakawan mampu merancang citra yang kuat dan relevan yang tehubung dengan dunia digital antara perpustakaan dan masyarakat, serta memupuk minat dalam literasi dan membaca (UPI 2023).

Berdasarkan penelitian relevan tesebut, peneliti lebih memfokuskan penelitian pada Pemanfaatan TikTok sebaga sarana promosi di Perpustakaan Bank Indonesia Sumut hanya saja metode penelitian yang sama namun, studi kasusnya berbeda. Pembahasan dalam penelitian ini juga akan lebih mendalam dan fokus pada bagaimana memanfaatkan TikTok sebagai sara promosi di perpustakaan Bank Indonesia Sumut dengan menggunakan teori unsur-unsur promosi perpustakaan di media sosial.

C. METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, peneliti menerapkan metode deksriptif kualitatif. Penelitian deskriptif merupakan jenis penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan suatu keadaan atau fenomena yang sedang berlangsung. Oleh karena itu, penelitian ini

memerlukan analisis yang lebih mendalam, metode deskriptif kualitatif menjadi pilihan yang paling sesuai untuk digunakan. Penelitian ini dilakukan selama kurang lebih 2 bulan yakni bulan Desember sampai dengan Februari 2024. Wawancara kepada informan dilakukan dari tanggal 20 Desember 2024 sampai 27 Desember 2024 di Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Sumatera Utara, Jl. Balai Kota No.4 Medan. Wawancara ini dilakukan pada 2 orang informan yang berbeda-beda profesi, latar belakang Pendidikan dan pekerjaannya. Peneliti menggunakan Teknik purposive sampling yaitu sampel dipilih berdasarkan pertimbangan yang diambil berdasarkan tujuan penelitian. Informan adalah orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latarbelakang.

Jenis penelitian ini menggunakan metode penelitian deksriptif dan metodologi survei. Penelitian deskriptif merupakan menggambarkan suatu hasil penelitian, bahwa penggambaran ini tidak digunakan untuk menyusun kesimpulan penelitian secara umum. Penelitian diartikan sebagai kegiatan pengumpulan, analisis dan juga penyajian data yang dilakukan secara sistematis dan objektif dalam memecahkan persoalan.

Peneliti menggunakan metode kualitatif untuk memenuhi data-data yang dibutuhkan, untuk menjalankan metode penelitian kualitatif maka penulis juga melakukan wawancara serta observasi untuk memenuhi kebutuhan yang ingin penulis teliti. Sebagai bagian akhir dari penelitian ini, peneliti akan menarik kesimpulan berdasarkan analisis data penelitian. Penelitian kualitatif menurut Sugiono adalah cara ilmiah untuk menemukan data yang valid dengan memiliki tujuan yang dapat ditemukan, dibuktikan dan dikembangkan oleh pengetahuan tersendiri kemudian pada gilirannya dapat digunakan untuk memahami, memecahkan, serta menghindari masalah-masalah yang dapat terjadi dalam bidang pendidikan (Sugiyono, 2011:6).

Penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang tidak dapat dicapai atau diperoleh dengan menggunakan prosedur statistik atau cara-cara lain dari kuantifikasi atau pengukuran. Penelitian kualitatif secara umum dapat digunakan untuk penelitian tentang kehidupan masyarakat, sejarah tingkah laku fungsionalisasi organisasi, aktivitas sosial dan lain-lain. Salah satu alasan menggunakan pendekatan kualitatif adalah pengalaman para peneliti di mana metode ini dapat digunakan untuk menemukan dan memahami apa yang tersembunyi di balik fenomena yang kadang kala merupakan sesuatu yang sulit untuk dipahami secara memuaskan (Rahmat 2009).

Subjek yang diteliti dalam penelitian kualitatif adalah informan yang digunakan sebagai narasumber bahkan konsultan untuk menggali informasi yang diminta oleh peneliti. Kriteria yang perlu dipertimbangkan mengatakan bahwa informan yang dipilih harus memiliki pemahaman dan menguasai yang mendalam tentang budaya atau keadaan yang dipelajari untuk memberikan data kepada peneliti, mereka yang tergolong masih berkecimbung pada kegiatan yang diteliti, dan memiliki waktu untuk dimintai informasi (Sapitri 2018). Dalam penelitian ini peneliti mengambil 2 informan, yaitu pustakawan Bank Indonesia Sumut, dan relawan divisi literasi dan Sumut yang menjadi admin dari akun Tiktok tersebut dan relawan perpustakaan divisi humas bagian pengolahan pelayanan dan pengadaan di perpustakaan Bank Indonesia.

Wawancara ini dilakukan dengan pustakawan perpustakaan pengolahan perpustakaan dan staff pengadaan perpustakaan. Peneliti dalam penelitian ini memilih dalam wawancara beberapa orang di Perpustakaan Bank Indonesia Sumut. Informan penelitian ini diantaranya

1. Husna A. Ashoba (Pustakawan BI Sumut)
2. Mutiara Ananda Tongku (Relawan Perpustakaan BI Sumut divisi literasi dan minat baca)

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pemanfaatan media sosial TikTok sebagai sarana promosi perpustakaan Bank Indonesia Sumut

Media promosi melalui TikTok. Aspek terutama dari proses periklanan adalah sebuah konten, yang mencakup informasi yang terkandung dalam materi promosi seperti video reels. Nama akun TikTok perpustakaan Bank Indonesia yaitu @perpustakaanbisumut. Menurut informan Ibu Husna, konten-konten yang dipromosikan oleh perpustakaan di akun adalah kegiatan pocabi (pojok baca perpustakaan Bank Indonesia Sumut) mendongeng membaca dan bercerita), buku rekomendasi bacaan ringan, kegiatan *lets read together* anak BI Medan, sosialisasi, kegiatan KKSU (karya kreatif Sumatera Utara), bedah buku, pocabi goes to school, workshop kolase, library tour, stock opname, sosialisasi CBP, DiGifestvl, dan lainnya.

Pada informan pertama yaitu Husna A. Ashoba menjelaskan bahwa “kegiatan yang di posting itu seperti kegiatan *lets read together* anak BI Medan, sosialisasi, kegiatan KKSU (karya kreatif Sumatera Utara), bedah buku, pocabi goes to school, workshop kolase, library tour, stock opname, sosialisasi CBP, medan DiGifestvl, dan lainnya”

Pengguna dapat menggunakan berbagai fitur pada aplikasi TikTok untuk membuat postingan yang menarik bagi pengikutnya. Semakin menarik postingan, semakin banyak pula yang suka dan mengikuti akun Tiktok tersebut. Dengan memanfaatkan fitur yang ada pada TikTok seperti dengan menggunakan musik kekinian yang sesuai dengan tema, filter yang menarik dan menghibur. Demikian pula perpustakaan Bank Indonesia Sumut memanfaatkan TikTok dengan memaksimalkan kemampuan yang tersedia, seperti fitur video.

Pengguna dapat memanfaatkan berbagai bentuk konten, dengan memanfaatkan fitur pada foto maupun video pada aplikasi TikTok yang membuat postingan yang lebih menarik. Pengguna dapat mengakses berbagai format konten pada aplikasi TikTok, seperti yang dilakukan oleh perpustakaan Bank Indonesia Sumut dengan memanfaatkan efek video. Sebagai tambahan, kreator dapat memasuki perpustakaan musik lengkap Tiktok. Seperti “ketika Tiktok memposting reels video pastinya memanfaatkan fitur tambahannya seperti efek video special effect seperti efek *shaking and shivering* pada video dengan *electronic music*, 3D stickes, dan story Tiktok tapi yang satu ini jarang” penjelasan dari seorang Relawan Perpustakaan BI Sumut divisi literasi dan minat baca.

Pertama adalah Fitur hastag (#) dan aroba (@). Pengguna dapat memanfaatkan berbagai bentuk konten, dengan memanfaatkan fitur pada foto maupun video pada aplikasi TikTok yang membuat postingan terlihat lebih menarik. Pemaparan dari pustakwan perpustakaan Bank Indonesia Sumut sebagai berikut “Pengguna dapat mengakses berbagai format konten di Tiktok, seperti yang dilakukan perpustakaan BI Sumut. Ketika kami mengenalkan akun Tiktok perpustakaan BI Sumut, atau setiap mengadakan event, kegiatan dan perlombaan gitu kami posting di Tiktok selalu menggunakan hastag (#), agar mudah ditemukan oleh para TikTokers dalam kolom pencariannya di media sosial dan juga aroba (@)kami pake untuk mention ke akun Tiktok mereka yang sedang join kegiatan bersama kami. Untuk setiap peserta di minta untuk follow akun Tiktok @perpustakaanbisumut, terus mention dan tag akun Tiktok kita”.

Kedua adalah tujuan Promosi Perpustakaan. Untuk “menarik minat masyarakat untuk senang berliterasi dan minat literasi masyarakat akan pengetahuan mereka, dengan mengadakan kegiatan baca buku, rekomendasi buku, memberi literasi dan pengetahuan, informasi update” Cara informasi tersebar luas adalah “pengunjung yang datang ke lokasi perpustakaan memberi tahu dan menceritakan kembali ke teman-teman agar informasi tentang keberadaan perpustakaan semakin luas, karena tidak bisa hanya dilakukan cuma satu orang, masyarakat yang di kota Medan, wilayah Sumatera Utara berjumlah ribuan. Mungkin bisa jadi mereka yang belum tahu adanya perpustakaan Bank Indonesia Sumut karena diantara satu, mereka tidak mencari tahu, kedua, informasi itu kadang tidak tidak selalu tersebar. Karena menurut mereka kesadaran tentang literasi itu masih dianggap tidak terlalu tidak penting” penjelasan dari kak Husna.

Ketiga adalah fitur yang sering digunakan. Penggabungan antara foto dan video dilakukan saat postingan di akun perpustakaan BI Sumut. Juga fitur video reels yang disematkan menjadi highlight di feed postingan. “Memang kalo di Tiktok yang dipakai itu video reels sudah dengan

effectnya kemudian, disematkan menjadi feed yang akan muncul di situs atau platform akun mereka, tapi untuk fitur tambahannya seperti insta story, dan live video TikTok yang satu ini jarang kami gunakan, penjelasan Mutiara selaku relawan divisi literasi dan minat baca.

Waktu pemanfaatan TikTok oleh perpustakaan Bank Indonesia Sumut. TikTok merupakan salah satu media sosial yang dipakai oleh perpustakaan Bank Indonesia Sumut, perpustakaan pertama kali memanfaatkan TikTok pada tanggal 17 Juni 2022. Menurut Mutiara Ananda Tongku update postingan video reel mengenai perpustakaan di posting di TikTok antara sore atau malam hari ketika ada acara yang dilakukan atau informasi yang disampaikan ke pengunjung perpustakaan Bank Indonesia Sumut. *“kalo dilihat dari awal postingan di akun TikTok ini, pada tanggal 17 Juni 2022, nah untuk jadwal berapa kali dalam seminggu itu harus ada postingan ke TikTok, untuk jadwal up video reels antara waktu sore dan malam hari. Kita mau posting itu ketika ada kegiatan, lomba yang dilakukan atau update informasi yang disampaikan, hari-hari besar dan ke pengunjung perpustakaan Bank Indonesia Sumut”*

Keunggulan TikTok dengan media lainnya. Menurut Mutiara Ananda Tongku perpustakaan Bank Indonesia Sumut memilih TikTok menjadi sarana media promosi disebabkan menurutnya mempunyai beberapa keunggulan yaitu *“kemampuan yang merekomendasikan video berdasarkan minat pengguna yang nantinya membantu menciptakan pengalaman yang dipersonalisasi untuk setiap pengguna, menemukan video baru yang belum pernah ditemukan sebelumnya. Fokus TikTok video yang berdurasi pendek, biasanya sampai berdurasi 10 menit. Disinilah yang memudahkan pengguna untuk mengonsumsi konten dengan cepat dan mudah, tanpa harus menelusuri teks, gambar yang panjang. Juga banyak disediakan fitur yang unik seperti duet dan challenge yang membuat pengguna dengan pustakawan satu dengan yang lainnya muncul interaksi. Kayak seperti, pertunjukan bakat virtual dan sekarang TikTok juga memiliki keamanan dan keselamatan tambahan yang membedakan dari platform lain”*.

Kak Husna menjelaskan terkait kendala dalam mempromosikan perpustakaan melalui TikTok adalah *“sumber daya manusia nya karena target kita yang tinggi tentunya harus punya SDM yang tinggi. Saya hanya seorang pustakawan di sini bertugas, tapi saya bisa buat perpustakaan ini menjadi perpustakaan terbaik se-kota Medan. Perpustakaan terbaik se-provinsi, perpustakaan terbaik sekantor perwakilan bank seluruh Indonesia, juga mendapat apresiasi. Saya yang menguasai semua bidang, nggak mungkin. Saya butuh orang lain. Jadi ada berbagai aspek yang mengikutinya. Jadi hal dalam promosi nggak mungkin perpustakaan itu nomor satu kalo promosinya nggak bagus”. Tapi kenapa ada orang-orang masih ada yang tidak mengetahui perpustakaan Bank Indonesia ini? Ya, karena memang, setelah menjadi nomor satu bukan berarti perpustakaan ini stagnan di situ aja. Itu harus justru lebih tinggi lagi targetnya, lebih harus mempertahankan lagi.*

DISKUSI

Dalam menentukan lokasi dan informasi pustakawan dan relawan perpustakaan Bank Indonesia Sumut kerap menggunakan media sosial Instagram, TikTok, dan Website yang sejalan dengan penelitian untuk menggunakan TikTok (Gani & Adam, 2024).

Keberadaan media sosial bukan menjadi pesaing melainkan menjadi sarana untuk promosi yang memudahkan para pustakawan untuk berkomunikasi dengan para pengguna. Perpustakaan harus memanfaatkan media sosial berupa Facebook, Twitter, Youtube, Instagram, dan lain sebagainya sebagai media promosi untuk mengkomunikasikan layanan-layanan, kegiatan-kegiatan, dan kekayaan sumber referensi yang dimilikinya kepada para pengguna (Fatmawati, 2021).

TikTok menggunakan algoritma yang memperhitungkan riwayat tontonan, suka, dan berbagi setiap pengguna untuk menentukan jenis konten apa yang mungkin dinikmati. Hal ini membantu menciptakan pengalaman yang personalisasi untuk setiap pengguna, memungkinkan mereka menemukan video baru yang mungkin pernah mereka temukan sebelumnya. Keunggulan TikTok dalam mencapai target *audiens* dapat diuraikan melalui beberapa aspek kunci TikTok menjadi platform yang efektif dalam mencapai audiens (Lia, 2024).

TikTok menawarkan pengalaman pengguna yang unik melalui format video pendeknya, Algoritma TikTok yang cerdas merupakan salah satu kekuatan utamanya, TikTok menawarkan fitur kolaborasi dan tantangan (*challenges*), dan Kolaborasi dengan kreator konten (*influencers*). Konsep perpustakaan Bank Indonesia dibuat dengan konsep *TikTokable*. *TikTokable* merupakan istilah umum

yang digunakan untuk menggambarkan sesuatu yang cocok atau menarik untuk diunggah di platform media sosial TikTok (Hulu, 2023).

Aplikasi TikTok memiliki beragam fitur menarik yang memungkinkan pengguna untuk merekam video langsung di aplikasi, mengunggah video yang sudah ada dari kamera pribadi, menambahkan musik dari perpustakaan musik TikTok, menyimpan video sebagai draf untuk melanjutkan penyuntingan, filter beauty, fitur live, dan fitur Q&A. TikTok juga menyediakan fitur-fitur baru seperti TikTok series, fitur live streaming yang menunjukkan pengguna untuk melakukan siaran langsung dengan berbagai fitur menarik seperti Q&A, live events, gifts, moderator, dan keyword filters (Iii, 2020). TikTok saat ini tidak hanya menjadi platform media sosial yang dapat kreativitas dalam membuat video pendek namun TikTok juga bisa digunakan untuk mempromosikan produk atau brand. Pada layanan TikTok *market insights* yang mempermudah kreator dalam mengenali target pemasaran yang dituju (Njonge, 2023).

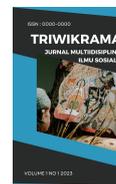
Akan lebih baik lagi apabila promosi perpustakaan sosial media ini juga melibatkan mahasiswa atau komunitas desain untuk mengasah skill dengan proyek real. Sehingga promosi ini akan tetap konsisten memberikan informasi dengan hasil yang menarik dan akan terus menjadi topik dan fyp di akun media sosial pengguna.

E. KESIMPULAN

1. Perpustakaan Bank Indonesia Sumut telah memanfaatkan media sosial TikTok sebagai sarana promosi. Konsep perpustakaan dibuat dengan konsep TikTokable. TikTok merupakan salah satu media sosial yang digunakan oleh perpustakaan Bank Indonesia Sumut sebagai sarana promosi, selain itu ada Facebook, WhatsApp, Instagram, Twitter, Youtube, Web, dan lainnya. Tujuan promosi melalui TikTok agar informasinya lebih luas tersebar terutama generasi millennial yang melek pada teknologi hingga tersebar pada masyarakat pada umumnya, bukan hanya mahasiswa GenBi saja namun masyarakat luar juga. Fitur foto dan video seperti *caption, edit video, caption, hastag, tambahan musik, parody meme, maps, duet, arropa, pengisi suara, filter dan efek, timer, beauty*, efek suara dan komentar serta mencantumkan ke media sosial lainnya semua digunakan. Video reels adalah fitur yang sering digunakan oleh perpustakaan Bank Indonesia Sumut, yang memungkinkan pengguna untuk memposting hingga 35 video dan foto secara bersamaan dalam durasi maksimal waktu 10 menit disertakan musik. Berdasarkan tanggapan dari followers terlihat mereka menyukai dan memberi tanggapan berupa berkomentar bahwasannya pemanfaatan media sosial TikTok sebagai media promosi perpustakaan sudah cukup dan menarik.
2. Berdasarkan dari hasil yang diperoleh, kendala yang dihadapi oleh Perpustakaan Bank Indonesia dalam pemanfaatan TikTok sebagai sarana promosi perpustakaan adalah masalah SDM (Sumber Daya Manusia) yang ahli dibidang desain grafis konten, yang menjadi daya tarik untuk *followers*. Karena desain visual dan video reels merupakan salah satu daya pikat dan minat yang mampu menarik perhatian *followes TikTok*.

SARAN

1. Agar lebih fyp di akun TikTok pengguna maka perpustakaan Bank Indonesia Sumut lebih konsisten dalam mengatur jadwal untuk memposting tentang update-an perpustakaan, baik itu informasi seputar koleksi, motivasi, pengetahuan umum, kegiatan perpustakaan dan lainnya. Baik *instastory* maupun postingan di *feed TikTok*. Jadi terlihat lebih efektif akun TikTok.
2. Untuk menambahkan SDM serta berkolaborasi dengan yang ahli dibidang desain grafis dan video reels, dimana itu sangat dibutuhkan dalam mengelola promosi perpustakaan melalui media sosial khususnya TikTok.
3. Agar tetap berjalan sesuai dengan visi dan misi, maka Pustakawan Bank Indonesia baiknya melakukan pelatihan secara intensif terkait pembuatan konten video, pengeditan dan pengupload video reels nya.



DAFTAR PUSTAKA

- Alfa, B. (2018). Pertunjukan Tari Laut Ombun Di Desa Teluk Meranti Kecamatan Teluk Meranti Kabupaten Pelalawan Provinsi Riau. *Universitas Islam Riau*.
- Almas, I., & Krismayani, I. (2019). Kaji Tindak Penggunaan Meme Dalam Kegiatan Promosi Koleksi Ebook Di Perpustakaan Sma Negeri 3 Semarang. *Jurnal Ilmu Perpustakaan*, 6(3), 441-450.
- Aziz, E. A. (2024). Peraturan Kepala Perpustakaan Nasional Nomor 2 Tahun 2024 tentang Standar Nasional Perpustakaan Umum. *Perpustakaan Nasional Republik Indonesia*, 1-65.
- Binalay, A. (2016). Manfaat Promosi Perpustakaan Pada Mahasiswa Fispol Dalam Meningkatkan Jumlah Pemustaka Di Upt Perpustakaan Universitas Sam Ratulangi. *Acta Diurna*, 5(3).
- Christie, E. A., Wibowo, K. A., & Fuady, I. (2024). # BOOKTOKINDONESIA : ANALISIS KONTEN KOMUNITAS. 16(1), 109-122.
- Cuesta-valiño, P., Gutiérrez-rodríguez, P., & Durán-álamo, P. (2022). Why Do People Return to Video Platforms? Millennials and Centennials on TikTok. *Media and Communication*, 10(1), 198-207. <https://doi.org/10.17645/mac.v10i1.4737>
- Fadhli, R., Ibrahim, C., Igiriza, M., & Ilmi, B. (2023). How Libraries in Indonesia Use TikTok: A Content Analysis of Library Accounts on the Platform. *Investigacion Bibliotecologica*, 37(96), 27-44. <https://doi.org/10.22201/IIBI.24488321XE.2023.96.58764>
- Fatmawati. (2021). *Pentingnya Promosi Perpustakaan dalam Mengoptimalkan Pemanfaatan Perpustakaan Pada Masa Pandemi Covid 19*. Babelprov.Go.Id.
- Gani, R., & Adam, A. (2024). Pengaruh Media Sosial Terhadap Rendahnya Minat Baca Siswa Man 1 Ternate. *Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran (JPP)*, 6, 1-11. <https://journalpedia.com/1/index.php/jpp/article/view/3126%0Ahttps://journalpedia.com/1/index.php/jpp/article/download/3126/3167>
- Hulu, I. (2023). Analisis Konten Media Sosial Tiktok @rijalsystem Dalam Pembentukan Karakter. *Buku Ensiklopedia Teori Komunikasi*, 1-128.