

Analisis SWOT pada Strategi Penguatan Citra Perpustakaan Medayu Agung

Arreza Qoriatul Jannah Al Habsy Bil Faqih¹, Ishfa Wahyu Nur Fahima², Sasmita
Kusumaningtyas³, Aisy Naa'ila Khairunnisa⁴, Callista Safira Ananta⁵
Universitas Negeri Surabaya^{1,2,3,4,5}

arreza.23330@mhs.unesa.ac.id¹, ishfa.23153@mhs.unesa.ac.id²,
sasmita.23141@mhs.unesa.ac.id³, aisy.23334@mhs.unesa.ac.id⁴,
callista.23312@mhs.unesa.ac.id⁵

Artikel diserahkan pada: 10-11-2025; direvisi pada: 20-11-2025; diterima pada: 5-12-2025

ABSTRAK: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penguatan citra Perpustakaan Medayu Agung melalui Program Studi Independen Mahasiswa pada era digital. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif melalui wawancara mendalam dan studi dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perpustakaan berhasil membangun citra sebagai ruang literasi yang dinamis dan inklusif. Berdasarkan analisis SWOT, kekuatan perpustakaan berada pada kreativitas konten dan identitas sejarah, kelemahannya berada pada konsistensi publikasi serta keterbatasan sumber daya manusia. Peluang muncul meningkatnya minat literasi digital generasi muda, sementara ancaman berada pada rendahnya minat baca dan persaingan platform digital lain. Strategi yang diterapkan meliputi rebranding visual, penyesuaian gaya bahasa komunikasi, interaksi publik melalui Instagram, dan penyelenggaraan program diskusi “Ruang Kata”. Implementasi strategi tersebut meningkatkan brand awareness dan reputasi perpustakaan sebagai pusat literasi yang adaptif. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan bagi lembaga literasi lain dalam mengembangkan strategi citra yang relevan.

Kata Kunci: Penguatan Citra, Perpustakaan, Strategi Komunikasi, Media Sosial, Studi Independen, Literasi Digital.

PENDAHULUAN

Perpustakaan di era digital saat ini tidak hanya berfungsi sebagai tempat penyimpanan buku dan penyebaran buku, melainkan juga menjadi pusat literasi, edukasi dan interaksi sosial. Banyak masyarakat yang masih mengidentifikasikan citra

perpustakaan yang kaku, sunyi, dan sekedar gudang buku. Transformasi ini menuntut perpustakaan untuk memperkuat image agar tetap relevan ditengah masyarakat yang semakin terhubung dengan teknologi. Dalam konteks ini, penguatan citra bukan sekedar aktivitas komunikasi, melainkan

strategi untuk mempertahankan kepercayaan masyarakat dan meningkatkan keterlibatan mereka terhadap layanan perpustakaan. Menurut (Jefkins, 2003), citra (image) adalah kesan yang terbentuk dalam pikiran publik berdasarkan pengetahuan dan keyakinan terhadap suatu organisasi. Citra tersebut dapat dibentuk dengan sengaja melalui serangkaian usaha yang terencana. Menurutnya, citra dapat dikategorikan menjadi beberapa bentuk, seperti *mirror image* (citra cermin), *current image* (citra kini), *wish image* (citra yang diinginkan), dan *corporate image* (citra perusahaan/lembaga). Teori ini menjadi relevan untuk menganalisis upaya pembentukan citra Perpustakaan Medayu Agung melalui program Studi Independen mahasiswa, khususnya dalam *dimensi personality, stereotype, appearance, dan reputation*.

Dalam hal ini, program yang disebutkan meliputi pengelolaan

media sosial, promosi kegiatan literasi, hingga pelaksanaan kegiatan Ruang Kata yang merupakan forum diskusi yang membahas isu literasi dan budaya baca. Melalui program-program tersebut, mahasiswa berperan sebagai bagian dari tim komunikasi yang membantu perpustakaan memperluas jangkauan audiens dan memperkuat citranya sebagai pusat kegiatan literasi masyarakat. Beberapa penelitian terdahulu telah mengkaji strategi public relations dalam meningkatkan citra Perusahaan (Amanda, 2020) menggunakan analisis Image Frank Jefkins dan menemukan bahwa strategi komunikasi yang terencana melalui publikasi, kegiatan sosial, dan identitas korporasi berhasil memperkuat persepsi publik terhadap perusahaan. Hasil ini sejalan dengan temuan Deasy Crisnatalin (Crisnatalin, 2013) dalam artikelnya "Strategi Eksternal Public Relations dalam Membangun Citra

Perusahaan”, yang menegaskan bahwa citra positif terbentuk melalui konsistensi komunikasi eksternal dan keterbukaan informasi kepada publik. Kedua penelitian tersebut menyoroti pentingnya komunikasi strategis dalam pembentukan citra perusahaan, tetapi masih berfokus pada konteks perusahaan komersial. Namun, belum ada penelitian yang secara khusus mengaplikasikan teori Jefkins untuk menganalisis pembentukan citra perpustakaan melalui program Studi Independen mahasiswa.

Penelitian ini berusaha mengisi celah tersebut dengan menggunakan teori dan konsep penguatan citra pada lembaga non profit berbasis literasi Masyarakat. Tidak seperti Perusahaan yang berorientasi pada profit, perpustakaan menghadapi tantangan citra yang berbeda. Di perpustakaan, yang lebih penting adalah bagaimana membangun kedekatan dengan masyarakat dan

meyakinkan mereka bahwa perpustakaan punya nilai sosial dan edukasi yang layak didukung. Melalui kajian tentang penguatan citra Perpustakaan Medayu Agung dalam pelaksanaan Studi Independen, penelitian ini bertujuan untuk memperluas penerapan teori image building Frank Jefkins pada konteks lembaga literasi, serta memberikan kontribusi nyata bagi pengembangan strategi komunikasi yang efektif di bidang pendidikan dan sosial.

Berdasarkan perbedaan tersebut, penelitian ini menjawab pertanyaan "Bagaimana Program Studi Independen Mahasiswa memperkuat citra Perpustakaan Medayu Agung berdasarkan dimensi-dimensi citra menurut Frank Jefkins?" Penelitian ini penting untuk menjawab karena memberikan perspektif teoritis dalam menganalisis upaya pembentukan citra perpustakaan melalui program yang melibatkan

mahasiswa, serta menjadi model bagi perpustakaan lain dalam mengoptimalkan peran mahasiswa untuk rebranding institusi. Secara umum, hal ini akan menguraikan faktor-faktor yang memengaruhi penguatan citra perpustakaan, bentuk strategi komunikasi yang digunakan, serta persepsi publik terhadap efektivitasnya.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan studi kasus. Data dikumpulkan melalui observasi partisipan, wawancara mendalam, dan analisis konten media sosial terhadap program marketing, pengelolaan media sosial, dan program "Ruang Kata". Hasil penelitian diharapkan dapat menunjukkan bagaimana program ini berhasil membentuk citra baru Perpustakaan Medayu Agung sebagai ruang publik yang kreatif, inklusif, dan relevan bagi generasi muda melalui empat dimensi citra Jefkins.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk mengetahui bagaimana Program Studi Independen Mahasiswa berperan aktif dalam memperkuat citra Perpustakaan Medayu Agung. Menurut kusumastuti & khoiron (2019), penelitian kualitatif bertujuan untuk memahami motif atau kejadian yang mendasari perilaku manusia dan berkaitan dengan penilaian subjektif dari sikap, pendapat, dan perilaku. Dalam konteks ini, peneliti berperan aktif dalam mengamati, mewawancarai, dan menafsirkan bagaimana komunikasi dan partisipasi mahasiswa yang melakukan Studi Independen dapat membentuk persepsi publik terhadap perpustakaan.

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode analisis SWOT yang diperkenalkan oleh Albert S. Humphrey (1960). SWOT merupakan singkatan dari *strengths*, *weaknesses*, *opportunities*, dan

threats. Konsep SWOT biasanya digunakan untuk mengamati sekaligus mengevaluasi kondisi internal dan eksternal suatu lembaga atau perusahaan (Oktavera, 2023). Dalam penelitian ini, metode SWOT digunakan sebagai kerangka analitis untuk mengevaluasi perkembangan citra perpustakaan serta menentukan strategi dan membantu perpustakaan untuk mencapai tujuannya dalam perbaikan citra (Coman & Ronen, 2009). Melalui identifikasi faktor internal (*strengths* dan *weaknesses*) serta faktor eksternal (*opportunities* dan *threats*), analisis ini membantu menemukan strategi komunikasi yang paling efektif dalam penguatan citra perpustakaan.

Sebagai landasan teoritis, penelitian ini menggunakan Teori Citra (*Image Theory*) yang dikemukakan oleh Frank Jefkins (2003). Citra merupakan kesan yang terbentuk di benak publik terhadap

suatu lembaga, yang mencerminkan nilai, kebijakan, dan perilaku lembaga tersebut. Jefkins mengklasifikasikan citra ke dalam enam bentuk, diantaranya *Mirror Image*, *Current Image*, *Wish Image*, *Corporate Image*, *Multiple Image*, dan *Performance Image* (Jefkins, 2003). Dalam konteks penguatan citra pada Perpustakaan Medayu Agung, teori ini digunakan untuk menelaah bagaimana kegiatan Program Studi Independen dapat mempengaruhi persepsi publik terhadap perpustakaan. Penggunaan teori ini juga didukung oleh penelitian Amanda M. Ikom yang menunjukkan bahwa penerapan strategi komunikasi yang konsisten dan berbasis hubungan publik mampu meningkatkan citra positif lembaga (Amanda, 2020). Dengan demikian, teori Jefkins relevan dalam memahami proses penguatan citra dalam lembaga non-komersial seperti perpustakaan.

Sumber data penelitian diperoleh melalui wawancara mendalam dan studi dokumentasi. Wawancara dilakukan melalui media *online* dengan menggali narasi, pengalaman, serta persepsi informan secara alami. Studi dokumentasi seperti unggahan media sosial perpustakaan berfungsi untuk memperkuat hasil wawancara serta memberikan bukti objektif tentang strategi penguatan citra yang telah dilaksanakan.

Analisis data dilakukan dengan memilah data yang relevan terhadap fokus penelitian, seperti strategi komunikasi, persepsi publik, serta kontribusi program mahasiswa. Data yang telah dipilah kemudian disajikan dalam bentuk narasi deskriptif, matriks SWOT, dan hubungan antar kategori. Selanjutnya, dilakukan analisis SWOT menurut konsep Albert S. Humphrey (1960). Analisis ini membantu menganalisis

perpustakaan secara internal dan eksternal, dengan empat kategori utama:

- Kekuatan (Strengths) seperti reputasi lembaga, fasilitas literasi, dan partisipasi mahasiswa.
- Kelemahan (Weaknesses) seperti keterbatasan promosi digital dan jumlah pustakawan. Peluang (Opportunities) seperti kolaborasi dengan komunitas dan tren digitalisasi perpustakaan.
- Ancaman (Threats) seperti menurunnya minat baca fisik dan persaingan dengan platform digital.

Hasil analisis kemudian dikaitkan dengan Teori Citra (*Image Theory*) dari Frank Jefkins (2003) untuk menafsirkan bagaimana persepsi publik terbentuk dari komunikasi, kegiatan, dan kinerja lembaga. Dengan cara ini, data tidak

hanya dipaparkan secara deskriptif, tetapi juga dianalisis secara konseptual dan strategis untuk menjawab rumusan masalah penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Menurut Jefkins. Citra merupakan sebuah sudut pandang pertama yang terbentuk pada publik terhadap suatu lembaga. Hal tersebut memunculkan sebuah nilai sebuah lembaga itu sendiri. Menurutnya, citra dapat dikelompokkan menjadi beberapa bagian, seperti *mirror image* (citra cermin), *current image* (citra kini), *wish image* (citra yang diinginkan), dan *corporate image* (citra perusahaan/lembaga). Menurut konsep Albert Humphrey, analisis SWOT merupakan sebuah cara dalam membantu secara internal dan eksternal. Selain itu juga dapat menjadi sebuah cara dalam mengamati dan mengevaluasi sebuah lembaga itu sendiri. Dengan itu pada lembaga Perpustakaan

Medayu Agung membahas mengenai upaya dalam pembentukan citra Perpustakaan Medayu Agung dengan metode SWOT. Dengan program-program dari studi independent yang dijalankan pada Perpustakaan Medayu Agung seperti pengelolaan media sosial, promosi kegiatan literasi, dan program diskusi “Ruang Kata” untuk bagaimana sebuah citra tersebut ada dalam lembaga serta bagaimana menganalisis hal tersebut dengan unsur-unsur SWOT. Dengan hal tersebut berikut beberapa point-point pembahasan mengenai analisis citra Perpustakaan Medayu Agung.

1. Gambaran Citra Perpustakaan Medayu Agung

Citra merupakan dasar yang penting dalam membangun perspektif atau sudut pandang seseorang mengenai suatu hal. Begitu pula bagaimana perspektif publik dalam suatu instansi, lembaga, bahkan suatu perpustakaan itu sendiri. Menurut

Frank Jefkins (2003) dalam Public Relations, citra (image) adalah persepsi yang terbentuk di benak publik terhadap suatu lembaga berdasarkan pengalaman, komunikasi, dan representasi visual yang diterima. Citra yang positif akan menjadi sebuah aset strategis dalam memperkuat reputasi, membangun loyalitas, serta meningkatkan daya tarik lembaga di mata masyarakat. Pada Perpustakaan Medayu Agung sebagai suatu lembaga literasi berupaya dalam mengembangkan citra kepada publik yang komunikatif, modern, dan program yang menarik untuk kalangan luas. Dengan komponen tersebut menjadikan citra Perpustakaan Medayu Agung tidak hanya sebuah perpustakaan yang memiliki koleksi-koleksi lama namun juga menonjolkan citra yang diminati publik sekarang ini. Dengan berbagai strategi komunikasi, terutama pada ranah digital seperti

media sosial di instagram, perpustakaan ini berusaha menampilkan identitas visual yang mulai konsisten, pelayanan yang ramah, serta program literasi yang menarik bagi berbagai kalangan usia. Dengan adanya beberapa program tersebut juga menjadikan publik lebih tau mengenai koleksi di Perpustakaan Medayu Agung. Berdasarkan hasil wawancara melalui kuesioner Google Form, responden menilai bahwa citra Perpustakaan Medayu Agung menunjukkan perkembangan positif baik dari segi visual branding, pelayanan, maupun cara berkomunikasi dengan publik. Selain itu dengan adanya citra tersebut menjadikan program atau konten tersebut mulai sejalan dengan visi misi pada Perpustakaan Medayu Agung itu sendiri. Pada konten atau program tersebut juga menunjukkan bagaimana berkembangnya sebuah media sehingga dapat menggaik target

publik untuk mengetahui lebih dalam mengenai Perpustakaan Medayu Agung. Dengan visual elemen yang ditonjolkan menjadikan sebuah citra terbentuk dan menjadikan sebuah daya tarik pada Perpustakaan Medayu Agung.

- **Analisis SWOT dalam branding Perpustakaan Medayu Agung**

Metode SWOT yang berarti Strengths, Weakness, Opportunities, dan Threats merupakan sebuah metode yang mana tujuannya ialah sebagai dasar dalam membantu menyusun strategi dengan menekankan peluang untuk dapat memanfaatkan peluang pada Perpustakaan Medayu Agung. Selain itu juga untuk mengurangi sebuah kelemahan agar tidak memperbesar ancaman. Pada Perpustakaan Medayu Agung terdapat beberapa komponen yang dapat di kelompok-kelompokkan berdasarkan metode SWOT berdasarkan wawancara

melalui gform. Dengan adanya metode SWOT juga bertujuan agar lembaga literasi Perpustakaan Medayu Agung dapat memiliki branding yang menarik dan melampaui target audiens. Selain itu juga dapat menjadi sebuah dasar tentang bagaimana sebuah lembaga literasi dapat konsisten dalam pelayanan meskipun sebuah media digital terus berkembang dengan berjalannya waktu. Komponen-komponen SWOT tersebut mencakup sebagai berikut.

Strengths

Strengths merupakan sebuah kekuatan yang memiliki element positif. Hal tersebut merupakan elemen positif yang memperkuat citra perpustakaan, seperti konten media sosial yang menarik dan pelayanan ramah. Dengan adanya program atau konten pada setiap minggunya menjadikan sebuah element positif terhadap lembaga Perpustakaan Medayu Agung. Hal

tersebut juga menjadikan sebuah citra kepada publik terhadap Perpustakaan Medayu Agung. Dengan visual yang menarik dan konsistensi pada suatu program yang dilaksanakan atau konten yang diupload menjadikan sebuah aspek strengths didalamnya. Selain itu dengan adanya pelayanan yang baik juga menjadi nilai tambahan dalam bagaimana hal tersebut menjadi salah satu aspek pada kekuatan yang tercipta dalam Perpustakaan Medayu Agung itu sendiri. Dengan adanya citra yang positif pula menjadikan publik menilai bahwasannya Perpustakaan Medayu Agung merupakan lembaga literasi yang mampu memunculkan nilai-nilai positif didalamnya. Dengan adanya branding pula yang konsisten menjadikan publik tertarik dengan Perpustakaan Medayu Agung.

Weakness

Weakness merupakan hambatan yang terjadi pada

internal. Pada hambatan tersebut juga terjadi pada Perpustakaan Medayu Agung. Contohnya seperti dalam salah satu program diskusi terdapat missskomunikasi saat acara berlangsung. Hal tersebut menjadikan sebuah hambatan karena dengan adanya missskomunikasi dapat merubah rangkaian program yang semulanya tertata secara rapi. Selain itu dengan adanya missskomunikasi menjadikan sebuah program berjalan secara tidak maksimal. Dengan adanya hal tersebut berakhir dengan peroforma yang kurang maksimal dalam menjalankan programnya. Selain itu juga terdapat missskomunikasi ketika mengunggah konten. Dengan beberapa konten yang diupload tidak sesuai dengan deadlinennya menjadikan konten yang sesudahnya mengalami kemunduran jadwal untuk diupload. Hal tersebut menjadikan tatanan yang semula tertata harus

dijadwalkan kembali agar menjadi sebuah konten yang maksimal. Selain itu juga perlu meingkatkan dalam menyampaikan nilai-nilai karakter identitas agar dapat konsisten dan tidak membingungkan publik dalam identitas Perpustakaan Medayu Agung.

Opportunities

Opportunities merupakan sebuah peluang yang dimanfaatkan untuk menjadi sebuah peluang dalam mendukung kemajuan atau perkembangan. Pada Perpustakaan Medayu yang memanfaatkan sosial media instagram dalam membranding, peluang tersebut memanfaatkan tren-tren terkini dalam mengelola konten. Hal tersebut bertujuan agar publik tertarik dan mengetahui bahwasannya Perpustakaan Medayu Agung dapat menyetarakan tidak hanya sebagai lembaga literasi namun juga sebagai sebuah lembaga yang

mengikuti alur zaman. Selain itu juga peluang berkolaborasi pada program juga dapat menjadikan sebuah dorongan dalam mengembangkan Perpustakaan Medayu Agung. Seperti pada program diksusi “Ruang Kata’ yang juga mengundang komunitas literasi. Dengan adanya hal tersebut menjadikan sebuah peluang Perpustakaan Medayu Agung dalam menunjukkan dirinya kepada publik dan juga komunitas literasi lainnya. Tujuannya juga dapat menjadi sebuah peluang dalam menambah jejaring kerjasama kedepannya.

Threats

Threats merupakan sebuah ancaman yang biasanya terdapat pada eksternal. Seperti minat baca publik yang kian menurun menjadikan sebuah ancaman dalam bagaimana sebuah lembaga literasi berjalan. Dengan adanya tingkat literasi publik yang rendah, program literasi jarang diminati

pada sebagian publik. Hal tersebut menjadi ancaman dan tantangan bagaimana Perpustakaan Medayu Agung dalam membranding sebuah perpustakaan agar publik tertarik. Selain itu dengan teknologi yang canggih seperti media digital yang terus berkembang pesat, pada sebuah branding harus dapat menyeimbangkan agar dapat selalu diminati dan dapat menggait publik secara luas. Sering kali dengan media sosial yang kian bertambah menjadikan sebuah media sosial instagram tidak cukup untuk menggait target audiens. Sehingga hal tersebut juga menjadi sebuah ancaman dalam membranding Perpustakaan Medayu Agung.

2. Formulasi Strategi Penguatan Citra Perpustakaan Medayu Agung

Berdasarkan hasil analisis SWOT, wawancara, dan data *insight* Instagram periode 9 Oktober sampai 7 November 2025, strategi penguatan citra

Perpustakaan Medayu Agung diformulasikan dengan memanfaatkan *Strenghts* dan *Opportunities*, Sekaligus meminimalkan *Weakness* dan *Threats* yang dihadapi oleh Perpustakaan Medayu agung. Strategi ini difokuskan pada optmalisasi komunikasi digital, interaksi publik, dan kolaborasi komunitas untuk membangun citra positif Perpustakaan Medayu Agung Surabaya.

Data *insight* menunjukkan bahwa akun resmi @perpustakaanmedayuagung memperoleh 55.057 total *views*, dengan 70,9% di antaranya berasal dari non-pengikut dan 29,1% dari pengikut aktif. Distribusi interaksi berdasarkan jenis konten menunjukkan bahwa unggahan berupa *Posts* (51,7%) dan *Reels* (37,9%) mendominasi keterlibatan audiens, sedangkan *Stories* (10,4%) berpotensi besar untuk dikembangkan sebagai media

interaktif. Dari sisi demografis, mayoritas audiens berada para rentang usia 18-24 tahun (49,9%), diikuti oleh kelompok usia 25-34 tahun (29,1%), yang mengindikasikan bahwa mayoritas pengikut perpustakaan berasal dari kalangan pelajar/mahasiswa dan pekerja muda.

Hasil analisis SWOT menunjukkan adanya beberapa faktor strategis yang memengaruhi pengelolaan media sosial perpustakaan. Kekuatan (*Strenghts*) terletak pada kreativitas dalam penyusunan konten, tingginya partisipasi mahasiswa, dan citra lembaga yang berbasis budaya. Di sisi lain, kelemahan (*Weaknesses*) muncul pada aspek konsistensi publikasi dan keterbatasan sumber daya manusia dalam mengelola media. Dari segi peluang (*Opportunities*) yaitu meningkatnya tren literasi digital dan ketertarikan generasi muda terhadap sejarah lokal yang

dapat dimanfaatkan untuk memperluas jangkauan audiens. Namun, terdaat pula ancaman (*Threats*) berupa rendahnya budaya baca di kalangan masyarakat dan persaingan dengan berbagai media literasi digital lain yang lebih populer dan interaktif.

Berdasarkan hasil tersebut, strategi komunikasi dirancang dengan mengacu pada empat dimensi citra menurut Frank Jefkins (2003), yaitu *appearance*, *personality*, *stereotype*, dan *reputation*, melalui beberapa pendekatan utama sebagai berikut.

a. Strategi Komunikasi Digital (*Appearance & Personality*)

Strategi ini berfokus pada pembaruan gaya komunikasi visual dan naratif agar mampu merepresentasikan karakter lembaga yang profesional sekaligus dekat dengan generasi muda. Upaya rebranding dilakukan melalui perubahan palet warna utama menjadi biru (2F486D) dan

krem (F3EAE0). Warna biru, yang merepresentasikan logo Perpustakaan Medayu Agung, dipadukan dengan warna krem yang menjadi ciri khas interior dan publikasi Perpustakaan. Kombinasi tersebut menghadirkan kesan vintage yang mencerminkan identitas historis perpustakaan, sekaligus memunculkan citra lembaga yang hangat, profesional, dan mudah dikenali.

Selain itu, SATERA juga menerapkan gaya *halftone retro* sebagai arah desain utama. Pemilihan gaya ini didasarkan pada tampilannya yang dinamis dan artistik yang sesuai dengan preferensi visual Gen Z. Estetika *halftone* menghadirkan kesan otentik dan individualistis, sekaligus menambahkan nuansa nostalgia yang memperkuat karakter visual Perpustakaan Medayu Agung. Pola titik-titik khasnya memberikan identitas visual yang mudah dikenali,

sehingga efektif dalam memperkuat daya tarik komunikasi digital Perpustakaan Medayu Agung.

Selanjutnya, gaya desain visual tersebut diintegrasikan dengan penggunaan bahasa yang menyesuaikan karakter komunikasi media sosial agar lebih komunikatif tanpa mengurangi nilai edukatif. Strategi ini diimplementasikan melalui produksi konten edukatif berupa Reels, Feeds, dan Stories yang dipublikasikan secara konsisten dengan narasi ringan dan visual yang selaras dengan identitas Perpustakaan.

b. Strategi Interaksi Publik dan Partisipasi Audiens (Stereotype)

Langkah ini bertujuan memperkuat keterlibatan publik sekaligus mengubah stereotip perpustakaan yang selama ini dipersepsikan pasif menjadi ruang digital yang partisipatif.

Implementasinya dilakukan melalui program interaktif seperti konten QnA dan polling di Instagram Stories, yang mendorong audiens untuk berbagi pandangan, preferensi bacaan, maupun pengalaman literasi.

Setiap interaksi direspons dengan rekomendasi buku koleksi Medayu, sehingga tercipta dialog dua arah antara perpustakaan dan pengikutnya. Pendekatan ini terbukti dapat meningkatkan engagement rate organik, yang mencerminkan keberhasilan strategi dalam membangun citra perpustakaan sebagai institusi yang inklusif, komunikatif, dan adaptif.

c. Strategi Kolaboratif dan Komunitas (*Reputation*)

Strategi ini menitikberatkan pada penguatan reputasi Perpustakaan melalui pengembangan jejaring sosial literasi. Salah satunya dengan menyelenggarakan program

“Ruang Kata”, yakni forum diskusi literasi publik yang dilaksanakan dua kali pada bulan Oktober dan November 2025 dengan topik “Kremil” dan “Meme”. Program ini merupakan pengembangan dari rencana Diskusi Film Bersama Komunitas Literasi Surabaya yang telah tercantum dalam proposal kegiatan.

“Ruang Kata” berperan sebagai ruang kolaboratif lintas komunitas untuk berdiskusi terkait isu budaya populer dan literasi digital dengan cara yang ringan dan edukatif. Melalui program ini, perpustakaan berhasil memperluas jangkauan audiens, menjangkau komunitas muda dan mahasiswa Surabaya, serta memperkuat reputasinya sebagai pusat literasi yang relevan dengan perkembangan zaman.

d. Strategi Branding Visual dan Media Promosi Fisik (*Corporate Image*) Dalam upaya memperkuat citra perpustakaan, SATERA memproduksi video profil

resmi Perpustakaan Medayu Agung yang memuat informasi mengenai sejarah pendirian, koleksi, dan nilai-nilai identitas Perpustakaan Medayu Agung. Video tersebut berperan sebagai media representasi visual yang informatif, mudah diakses oleh publik, dan mampu meningkatkan visibilitas perpustakaan di ruang digital.

Selain itu, SATERA juga mengembangkan *merchandise* resmi seperti totebag, stiker, dan gantungan kunci dengan memanfaatkan elemen desain khas Medayu sebagai bentuk promosi fisik. Produk ini bukan hanya sebagai media pemasaran, tetapi juga sarana memperkuat kesadaran merek (*Brand Awareness*) di kalangan pengunjung dan komunitas literasi.

3. Implikasi Strategi terhadap Penguatan Citra Perpustakaan Medayu Agung

Implementasi strategi komunikasi tersebut memberikan dampak signifikan terhadap penguatan citra Perpustakaan

Medayu Agung. Berdasarkan teori citra Frank Jefkins (2003), dampak implementasi strategi tersebut dapat dianalisis melalui empat dimensi utama, yaitu *appearance*, *personality*, *stereotype*, dan *reputation*.

a. Appearance

Pembaruan palet warna dan penerapan gaya *halftone retro* menghasilkan tampilan visual yang lebih konsisten, profesional, dan estetik. Tampilan baru ini menarik perhatian publik digital, yang tercermin dari peningkatan jangkauan non- pengikut sebesar 70,9%. Data tersebut menunjukkan peningkatan eksposur lembaga di luar komunitas internal Perpustakaan Medayu Agung.

b. Personality

Penyesuaian gaya bahasa yang lebih komunikatif dan inklusif menampilkan kepribadian perpustakaan yang ramah dan

adaptif terhadap perubahan. Konten edukatif yang dikemas dengan gaya Gen Z terbukti dapat menciptakan keakraban antara Perpustakaan dan audiens. Hal ini terlihat dari peningkatan interaksi di kolom komentar dan fitur *Stories*.

c. *Stereotype*

Pelaksanaan program “Ruang Kata” dengan topik yang topik ringan namun tetap menarik dan reflektif mampu mengubah persepsi publik terhadap perpustakaan. Perpustakaan yang awalnya dipandang sebagai ruang formal dan pasif kini mulai dikenal sebagai pusat diskusi publik yang terbuka terhadap isu budaya populer.

d. *Reputation*

Produksi video profil resmi dan konsistensi dalam publikasi konten berdampak positif terhadap reputasi Perpustakaan Medayu Agung. Berdasarkan hasil

wawancara dan analisis *insight* media sosial, publik mulai memandang Perpustakaan Medayu Agung sebagai institusi yang aktif, kredibel, dan inovatif dalam mengembangkan literasi digital di tingkat lokal, khususnya di kawasan Surabaya.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa penguatan citra Perpustakaan Medayu Agung melalui Program Studi Independen Mahasiswa memberikan dampak yang signifikan terhadap persepsi publik, terutama dalam konteks perpustakaan di era digital. Perpustakaan tidak lagi memiliki citra sebagai tempat penyediaan buku yang kaku dan membosankan, tetapi telah bertransformasi menjadi ruang literasi, edukasi, dan interaksi sosial yang dinamis. Dengan strategi komunikasi yang terencana melalui dimensi citra menurut Frank Jefkins, yaitu *appearance*, *personality*, *stereotype*, dan *reputation*.

Berdasarkan analisis SWOT, Perpustakaan Medayu Agung memiliki kekuatan kreativitas pada konten media sosial, interaksi, dan identitas lembaga yang berbasis sejarah budaya. Namun, terdapat kelemahan pada konsistensi publikasi konten dan keterbatasan pengelolaan sumber daya manusia. Peluang yang dimiliki berasal dari meningkatnya tren literasi digital dan minat generasi muda terhadap isu sejarah. Sementara itu, ancaman muncul dari rendahnya minat baca masyarakat serta persaingan dengan platform literasi digital yang lebih populer dan interaktif.

Strategi penguatan citra yang optimal melalui komunikasi visual dengan rebranding warna dan gaya desain halftone bernuansa vintage, penyesuaian gaya bahasa komunikasi yang lebih komunikatif dan ramah, penyelenggaraan interaksi publik melalui fitur QnA dan polling di Instagram Stories, serta penyelenggaraan program diskusi

“Ruang Kata” sebagai wadah kolaborasi lintas komunitas. Selain strategi komunikasi visual, publikasi video profil dan merchandise juga berperan penting untuk memperkuat identitas serta meningkatkan brand awareness Perpustakaan Medayu Agung. Dengan melakukan strategi tersebut menghasilkan perubahan citra yang positif, seperti perubahan tampilan visual perpustakaan menjadi lebih konsisten dan menarik, gaya komunikasinya lebih dekat dengan generasi muda, persepsi publik bergeser dari perpustakaan yang pasif menjadi ruang diskusi yang aktif dan inklusif, serta reputasi lembaga semakin kuat sebagai pusat literasi yang adaptif terhadap perkembangan zaman. Secara keseluruhan, penelitian ini menyimpulkan bahwa Program Studi Independen Mahasiswa berkontribusi nyata dalam memperkuat citra Perpustakaan Medayu Agung melalui strategi komunikasi yang terstruktur, kreatif,

dan berorientasi pada kolaborasi publik. Hasil ini diharapkan dapat menjadi penerapan penguatan citra pada perpustakaan lain, khususnya lembaga literasi non-komersial yang ingin memperluas jangkauan dan meningkatkan relevansi di era digital.

DAFTAR PUSTAKA

1. Amanda. (2020). *Strategi Public Relations Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan*.
2. Coman, A., & Ronen, B. (2009). Focused SWOT: diagnosing critical strengths and weaknesses. *International Journal of Production Research*, 47(20), 5677–5689.
<https://doi.org/10.1080/00207540802146130>
3. Crisnatalin, D. (2013). *Strategi Eksternal Public Relations dalam Membangun Citra Perusahaan*.
4. Jefkins, F. (2003). *Public Relation*.
5. kusumastuti, adhi, & khoiron, ahmad mustamil. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif*.
6. Oktavera, R. (2023). *Manajemen Kewirausahaan di Era Digital : Konsep, Strategi dan Aplikasi*.