



PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM PADA PERPUSTAKAAN PERGURUAN TINGGI

UTILIZATION OF INSTAGRAM SOCIAL MEDIA IN HIGH COLLEGE LIBRARY

Oleh:

Putut Suharso

Ayu Muntiah

Program Studi Ilmu Perpustakaan

Fakultas Ilmu Budaya

Universitas Diponegoro

putut.suharso@live.undip.ac.id

doi.org/10.17509/edulib.v10i1.20984

Abstract

This article aims to find out the use of Instagram social media in higher education libraries in Indonesia. This study uses literature study and documentation by observing directly on the object of study, namely the Instagram account of the college library. There are three college library accounts that were observed by the author, namely the University of Indonesia Library, Gajah Mada University Library, and Bandung Institute of Technology Library. Through this account the author takes data about the frequency of use, the type of content published, and user responses to the Instagram content. Based on these data a SWOT analysis is also carried out to see the effective level of library social media use and utilization. The results of this study were found by the Gajah Mada University Library to be the most active library in terms of number of submissions compared to the other two libraries. The frequency of posting to the Gajah Mada University Library is 16 to 17 submissions a month. Meanwhile, the library with the most user enthusiasm is in the UI Library, this can be seen from users who ask lots of questions and give likes to posts. Utilization of Instagram by the library is used to post content about activities / events, greetings, and information related to the library to general knowledge that is useful for readers.

Keywords: *instagram, social media, college library*

Article Info

Naskah Diterima :

2019-11-11

Naskah Direvisi:

2020-4-25

Naskah Disetujui:

2020-5-11

Abstrak

Artikel ini bertujuan untuk mengetahui pemanfaatan media sosial Instagram pada perpustakaan perguruan tinggi di Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode studi pustaka dan dokumentasi dengan mengamati langsung pada objek kajian yaitu akun Instagram perpustakaan perguruan tinggi. Terdapat tiga akun perpustakaan perguruan tinggi yang diamati oleh penulis, yaitu Perpustakaan Universitas Indonesia, Perpustakaan Universitas Gajah Mada, dan Perpustakaan Institut Teknologi Bandung. Melalui akun tersebut penulis mengambil data mengenai frekuensi penggunaan, jenis konten yang dipublikasikan, dan respon pengguna pada konten Instagram tersebut. Berdasarkan data tersebut pula dilakukan analisis SWOT guna melihat tingkat efektif dari penggunaan dan pemanfaatan media sosial perpustakaan. Hasil dari penelitian ini diperoleh Perpustakaan Universitas Gajah Mada menjadi perpustakaan paling aktif dari

segi jumlah kiriman dibanding dua perpustakaan lainnya. Frekuensi posting Perpustakaan Universitas Gajah Mada adalah 16 hingga 17 kiriman dalam sebulan. Sedangkan, perpustakaan dengan antusiasme pengguna terbanyak ada pada Perpustakaan UI, hal ini dapat dilihat dari pengguna yang banyak bertanya dan memberikan likes pada kiriman. Pemanfaatan instagram oleh perpustakaan digunakan untuk memposting konten mengenai kegiatan/event, ucapan hari besar, serta informasi terkait perpustakaan hingga pengetahuan umum yang berguna bagi pembaca.

Kata Kunci : instagram, media sosial, perpustakaan perguruan tinggi

A. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi kini dapat terbilang sangat pesat. Salah satu bentuk konkretnya dapat kita lihat dari banyaknya produsen ponsel pintar yang selalu mengeluarkan produk dengan berbagai versinya setiap tahun. Animo masyarakat terkait hal ini pun selalu tinggi. Masyarakat kini kian berbondong-bondong mengikuti tren teknologi. Tingginya minat masyarakat dengan segala hal yang berbau teknologi lambat laun telah mengubah perilaku dan kebiasaan mereka.

Masyarakat kini telah terdorong dalam era digital, yang mana pada era ini segala perilaku, aktivitas, dan interaksi manusia lebih banyak dilakukan dalam bentuk digital ([Jurriëns & Tapsell, 2017](#)). Selain menjamurnya perangkat pintar, terus berkembangnya jaringan internet juga merupakan faktor pendukung era digital. Berdasarkan riset yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) sekitar 143 juta orang Indonesia telah terhubung dengan jaringan internet sepanjang 2017. Sebanyak 49,52 persen pengguna berusia 19 hingga 34 tahun ([Bohang, 2019](#)). Penggunaan internet kini telah menjadi kebiasaan terlebih pada kalangan masyarakat muda.

Masyarakat cenderung menggunakan internet dalam segala hal, terutama dalam berkomunikasi dan mencari informasi. Situs media sosial merupakan tempat yang sering

digunakan oleh masyarakat dalam melakukan dua hal tersebut. Hal ini terjadi karena media sosial menyediakan paket lengkap kepada penggunanya untuk berkomunikasi dan mencari informasi. Pengguna dapat membuat dan mengakses konten berupa teks, gambar, video, audio, peta lokasi, dan lain sebagainya dengan bebas dan mudah.

Salah satu media sosial yang kini kian banyak digunakan oleh masyarakat generasi muda adalah Instagram ([Matthews, 2014](#); [Duncan, 2016](#)). Instagram termasuk dalam media sosial yang berfokus pada konten berupa gambar dan video. Kebiasaan masyarakat era digital yang lebih menyukai hal ringkas dan berbentuk visual ini, kemudian juga membuat Instagram kian disukai banyak kalangan muda ([Mardina, 2017](#); [Duncan, 2016](#)).

Perpustakaan perguruan tinggi sebagai institusi yang memiliki banyak pelanggan dari kalangan muda pun kini mulai terbawa arus untuk selalu mengikuti tren pada pelanggannya. Banyak perpustakaan perguruan tinggi yang kini membuat akun media sosial, termasuk pula Instagram ([Mulatiningsih & Johnson, 2014](#)). Media sosial bagaikan pasar yang menjadi tempat perpustakaan untuk bertemu dengan para pelanggannya. Setelah bergabung dengan media sosial ini diharapkan perpustakaan dapat selalu terhubung dengan pelanggannya dimana-saja dan

kapan saja, serta dapat memudahkan pengguna dalam mengetahui informasi terkait perpustakaan seperti koleksi, layanan, dan kegiatan. Baiknya perpustakaan juga dapat memberikan informasi-informasi yang dapat meningkatkan pengetahuan penggunanya.

Namun pada kenyataannya, perpustakaan terutama perpustakaan perguruan tinggi masih belum dapat memanfaatkan media sosial ini dengan baik dan efektif. Perpustakaan masih hanya sekedar mengikuti tren arus dan tidak konsisten untuk terus mengisi konten akun media sosial tersebut dengan aktif. Sehingga kemudian tujuan awal untuk tetap terhubung dengan pengguna pun tidak terwujud dengan baik.

Penggunaan media sosial pada perpustakaan perguruan tinggi masih belum dilakukan secara maksimal. Padahal hal ini dapat menjadi peluang besar guna mengakrabkan lembaga perpustakaan dengan pengguna melalui bacaan digital ([Suharso, 2019](#)). Perpustakaan dapat meningkatkan citra juga membantu meningkatkan literasi serta pengetahuan mahasiswa. Apalagi dengan penggunaan media sosial Instagram yang sering dan banyak digunakan kalangan mahasiswa. Dengan aktif di media sosial kesan perpustakaan pun dapat berubah menjadi kekinian dan tidak melulu kuno.

Penelitian yang akan dibahas ini secara spesifik mengkaji tiga perpustakaan perguruan tinggi dalam pemanfaatan media sosial Instagram. Saat ini tren dalam memberikan layanan melalui aplikasi (Instagram) oleh suatu lembaga sudah menjadi kebutuhan yang bisa dimanfaatkan oleh masyarakat.

B. TINJAUAN PUSTAKA

Maraknya penggunaan media sosial menjadikan perpustakaan mau tidak mau ikut tergabung dalam tren tersebut. Penelitian mengenai media sosial pada perpustakaan telah banyak dilakukan diantaranya penelitian yang dilakukan oleh [Damayanti \(2016\)](#) dengan judul Pemanfaatan Twitter sebagai Media Information Sharing di Perpustakaan. Penelitian tersebut menelaah pemanfaatan Twitter di perpustakaan wilayah kota Surabaya dan *information sharing* yang terjadi antara perpustakaan dengan pengguna pada akun Twitter perpustakaan. Hasil penelitian tersebut yaitu gambaran pemanfaatan Twitter oleh perpustakaan dalam perencanaan, kegiatan, strategi, pelaksanaan dan evaluasi. Selain itu ditemukan pula bahwa Twitter dapat menjadi media *information sharing* yang tepat karena informasi dapat tersebar menggunakan fitur *retweet*. Namun, yang disayangkan adalah informasi yang sebar oleh perpustakaan baru sekedar informasi mengenai internal lembaga perpustakaan.

Penelitian yang dilakukan [Akbar, Martutik, & Safii \(2018\)](#) dengan judul Konten Akun Media Sosial Twitter Perpustakaan Universitas Perguruan Tinggi di Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsi konten akun media sosial Twitter yang dimiliki Perpustakaan Universitas Indonesia dan Perpustakaan Universitas Airlangga, data yang diambil berupa konten yang mengandung layanan perpustakaan, konten berbentuk berita, dan sebagainya. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa konten berupa informasi, *event* (kegiatan perpustakaan), bimbingan pemakai, humas, dan tulisan bergambar lebih

dominan diminati oleh pengguna, hal ini dikarenakan terlihat dari jumlah *reply*, *retweet*, dan *like* yang lebih banyak dari konten ajakan, layanan referensi, sirkulasi, dan tulisan.

Penelitian yang dilakukan [Istiana \(2017\)](#) dengan judul Penggunaan Media Sosial oleh Perpustakaan. penelitian tersebut bertujuan untuk mengetahui frekuensi penggunaan Facebook oleh perpustakaan dan bagaimana penggunaan Facebook oleh perpustakaan. Peneliti mengkaji tiga perpustakaan di lingkungan Universitas Gajah Mada (UGM) yaitu Perpustakaan Fakultas Geografi, Perpustakaan Fakultas ISIPOL, dan Perpustakaan Fakultas Pertanian. Hasil kajian menunjukkan bahwa Perpustakaan Fakultas ISIPOL memiliki frekuensi yang paling sering, yakni setiap hari. Perpustakaan juga menggunakan Facebook untuk mempromosikan kegiatan atau layanan perpustakaan, mengunggah foto/gambar kegiatan perpustakaan, mengembangkan jasa layanan sirkulasi, dan menginformasikan kegiatan internal perpustakaan.

Dari ketiga penelitian tersebut sangat terlihat bahwa pemanfaatan media sosial dapat sangat berpengaruh guna mendekatkan diri dengan pengguna. Banyak peluang yang dapat digunakan apabila perpustakaan memanfaatkan media sosial dengan efektif. Kefektifan pemanfaatan media sosial ini dapat kita lihat dari frekuensi pengiriman konten, jenis konten yang diunggah, serta respon pengguna terhadap konten tersebut.

C. METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif ([Pendit, 2003](#); [Suwendra, 2018](#)). Kajian ini didasarkan

pada studi dokumentasi pada akun media sosial ([Zelkr, 2017](#)) dan pengamatan pada tiga laman Instagram perpustakaan perguruan tinggi di Indonesia, yaitu Instagram Perpustakaan UI (Universitas Indonesia), Instagram Perpustakaan UGM (Universitas Gajah Mada), dan Instagram Perpustakaan ITB (Institut Teknologi Bandung). Data yang diambil pada akun Instagram perpustakaan dibatasi dari tahun 2017 hingga Oktober 2019.

Pengumpulan data dilakukan dengan melihat langsung pada akun Instagram perpustakaan. Data yang diambil diantaranya yaitu frekuensi penggunaan Instagram, konten Instagram, dan respon pengguna dalam konten Instagram. Data tersebut kemudian dianalisis dengan menggunakan analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunities, dan Threats*).

D. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Munculnya media sosial berakar pada awal berkembangnya web 2.0, web berevolusi dari yang statis menjadi dinamis sehingga memungkinkan setiap orang menggunakannya, tidak lagi hanya yang mengerti bahasa program ([Dickson & Holley, 2010](#)). Dikutip dari CNN Indonesia media sosial yang pertama kali muncul adalah situs Sixdegree.com dan Classmates.com pada tahun 1997 dan 1999, kemudian muncul situs Blogger dan disusul Friendster pada tahun 2000. Kemudian tahun 2003 keatas muncul beragam media sosial seperti LinkedIn, MySpace, Facebook, Twitter, dan lain-lain.

Semakin pesatnya perkembangan media sosial, membuat

perpustakaan tertarik untuk mencobanya. Dilatar belakangi dengan konsep web 2.0 yang memungkinkan pengguna internet untuk saling berinteraksi. Perpustakaan pun mencoba hal ini agar dapat semakin dekat berinteraksi dengan pengguna. Layanan perpustakaan dapat mudah diakses pengguna dimana saja mereka berada. Pembuatan akun media sosial akhirnya marak dilakukan oleh perpustakaan. Facebook, Twitter, Flickr, Youtube, RSS, dan IM (*Instant Messaging*) adalah beberapa media sosial yang kerap digunakan perpustakaan untuk berkomunikasi dengan pengguna sejak akhir tahun 2000 ([Anna, 2015](#)). Dari beragamnya media sosial yang kini hadir, Instagram memiliki potensi karena populer dikalangan muda saat ini.

[Istiana \(2017\)](#) umumnya perpustakaan menggunakan media sosial untuk menginformasikan berita-berita perpustakaan seperti koleksi baru, kegiatan terdekat, dan informasi keterlambatan pengembalian buku. Selain menginformasikan mengenai hal-hal perpustakaan, ada baiknya media sosial perpustakaan juga digunakan untuk menyebarkan pengetahuan-pengetahuan umum agar media sosial juga dapat digunakan pengguna untuk belajar dan berdiskusi. Konsep media sosial yang mendukung terjadinya umpan balik sangat mendukung terciptanya forum-forum diskusi antara perpustakaan dan pengguna. Umpan balik dengan berkomentar, kita juga dapat memberikan *like* dalam sebuah postingan di sosial media. Pemberian '*like*' atau '*dislike*' termasuk dalam *feedback* sederhana sebagai bentuk apresiasi.

1. Penggunaan Instagram oleh Perpustakaan

Instagram dikembangkan oleh Kevin Systrom dan dirilis pada tahun 2010. Media sosial ini awalnya merupakan aplikasi fotografi, karena popularitasnya semakin meningkat fitur-fitur baru pun banyak ditambahkan seperti *hashtag*, *photo filter*, dukungan untuk foto resolusi tinggi, *stories*, *live streaming* dan lainnya. Dengan banyaknya fitur pendukung pada Instagram, komunikasi dan pencarian informasi pengguna pun dapat semakin mudah. Perpustakaan juga dapat menggunakannya untuk dapat selalu memberikan layanan dan informasi dengan efektif dan cepat. Berikut data yang diperoleh penulis terkait penggunaan Instagram oleh tiga perpustakaan perguruan tinggi di Indonesia.

a. Frekuensi Penggunaan Instagram

Indikator suatu layanan berbasis online salah satunya tingkat interaksi dengan pengguna di media digital ini. Pemanfaatan Instagram oleh pengelola dan pemangku kepentingan dari institusi berdasarkan frekuensi, intensitas, kualitas, serta respon interaksi aktif antara dua belah pihak, yaitu perpustakaan dan pemustaka. Berdasarkan pengamatan penulis pada tiga akun Instagram perpustakaan perguruan tinggi (Perpustakaan Universitas Indonesia, Perpustakaan Universitas Gajah Mada, dan Perpustakaan Institut Teknologi Bandung) data yang diperoleh disajikan dalam Tabel 1.

Tabel 1
Jumlah postingan Instagram

Nama Perpustakaan	Jumlah Posting/Tahun				Keseluruhan Kiriman
	2017	2018	2019	Jumlah 2017-2019	
Perpustakaan Universitas Indonesia (@ui_library)	208	174	139	521	686
Perpustakaan Universitas Gadjah Mada (@perpustakaan_ugm)	117	346	121	584	709
Perpustakaan Institut Teknologi Bandung (@itblibrary)	27	19	36	82	82

(Sumber: Data dokumentasi laman Instagram perpustakaan, terakhir di perbaharui tanggal 28 Oktober 2019)

Apabila merujuk pada data tabel 1 Perpustakaan UGM dapat dikatakan memiliki frekuensi paling sering, hal ini dapat terlihat dari banyaknya jumlah kiriman pada tiga tahun terakhir. Jumlah kiriman konten Instagram @perpustakaan_ugm terbanyak terjadi pada 2018 dengan 346 kiriman. Perpustakaan UGM dapat memposting sekitar 16 hingga 17 kiriman dalam sebulan, kiriman terbanyak terjadi pada bulan Maret 2018 dengan 73 kiriman.

Diurutan kedua ada Perpustakaan Universitas Indonesia yang mengirim sebanyak 521 kiriman dalam tiga tahun terakhir, berbeda dengan Perpustakaan UGM kiriman terbanyak akun @ui_library terjadi pada tahun 2017. Apabila dirata-ratakan jumlah posting per bulan dalam tiga tahun terakhir, Instagram Perpustakaan UI sekitar 15 kiriman per bulan. Kiriman terbanyak terjadi pada bulan Maret 2018 dengan 52 kiriman dalam sebulan.

Terakhir, yaitu Perpustakaan ITB yang mengirim sebanyak 82 kiriman dalam tiga tahun terakhir. Rata-rata jumlah posting Instagram @itblibrary dalam tiga tahun terakhir ini sebanyak 3 hingga 4 kiriman per bulan.

Pemanfaatan Instagram oleh Perpustakaan ITB ini baru terlihat aktif dan konsisten melakukan posting konten di akhir 2018 hingga 2019. Masih ada beberapa bulan yang terlewati tanpa kiriman konten pada Instagram @itblibrary ini, pada 2019 bulan Februari dan Juni terlewati tanpa kiriman satupun.

b. Konten Instagram Perpustakaan

Konten pada tiga akun Instagram Perpustakaan ini memiliki bermacam-macam bentuk, penulis kemudian mengelompokkannya menjadi beberapa jenis konten yaitu:

1. Konten *event*, meliputi kiriman yang digunakan untuk mempromosikan maupun mendokumentasikan acara/ kegiatan yang diselenggarakan oleh perpustakaan baik dalam bentuk foto, video maupun poster.
2. Konten internal, meliputi kiriman yang berisi kegiatan-kegiatan internal yang dilakukan lembaga perpustakaan.
3. Konten ucapan, meliputi kiriman yang mengandung ucapan hari besar nasional dan internasional, serta ucapan-ucapan lain.
4. Konten informasi perpustakaan, merupakan kiriman yang

mengandung segala informasi terkait perpustakaan seperti layanan, koleksi, jam buka dan tutup, dan sebagainya.

5. Konten pengetahuan, berisi kiriman yang mengandung informasi pengetahuan umum atau bidang tertentu.

Kiriman Instagram Perpustakaan UI termasuk dalam kelima konten tersebut. Konten *event* merupakan konten yang paling banyak menghiasi kiriman. Pada konten *event*, Perpustakaan UI banyak memposting dokumentasi foto acara/ kegiatan yang diselenggarakan oleh perpustakaan, perpustakaan juga sangat aktif dalam mempromosikan suatu acara/*event* dengan mengirim konten poster acara tersebut jauh sebelum hari pelaksanaan guna menarik pengunjung. Adapula kiriman berbentuk kuis dan lomba yang turut meramaikan sebelum hari penyelenggaraan acara, kiriman seperti ini termasuk dalam konten *event*. Instagram Perpustakaan UI juga mengunggah dokumentasi kegiatan-kegiatan internal kelembagaan seperti perekrutan mahasiswa magang, rapat/pertemuan internal, perayaan dies natalis perpustakaan, kegiatan pegawai, dan sebagainya. Kiriman-kiriman tersebut menurut penulis tergolong dalam konten internal.

Kiriman ucapan hari besar nasional atau internasional di Instagram Perpustakaan UI masih terbilang jarang. Terdapat beberapa ucapan hari besar yang digunakan untuk mempromosikan acara/*event* perpustakaan, juga mempromosikan

koleksi perpustakaan bertema hari terkait. Ucapan hari besar tidak terlalu terlihat karena dibarengi dengan informasi tutupnya perpustakaan, gambar kiriman yang dibuat lebih menonjol sebagai pengumuman sehingga ucapan hari besar tidak begitu terlihat. Kiriman seperti penjelasan tersebut menurut penulis termasuk dalam konten ucapan, juga konten *event* dan konten informasi perpustakaan. Terdapat pula beberapa kiriman foto dengan *caption* (keterangan) yang berisi ucapan selamat untuk penyelenggaraan wisuda, kiriman ini juga tergolong dalam konten ucapan.

Perpustakaan UI aktif membagikan informasi-informasi terkait perpustakaan seperti layanan, koleksi-koleksi, fasilitas perpustakaan, pengumuman, jam buka perpustakaan, tata cara peminjaman, informasi ruangan, dsb. Kiriman-kiriman tersebut penulis golongan dalam konten informasi perpustakaan. Selain membagikan informasi terkait perpustakaan, terdapat pula kiriman yang mengandung informasi pengetahuan umum seperti kiriman mengenai warisan budaya Indonesia yang diunggah pada 2018 dan kiriman informasi mengenai kain Indonesia pada 2019. Selain sebagai pengetahuan bagi pengguna perpustakaan, kiriman tersebut juga digunakan sebagai bentuk promosi dari suatu acara/*event* yang diselenggarakan perpustakaan. Kiriman seperti ini kemudian penulis golongan pada konten pengetahuan, juga konten *event*.



Gambar 1.

Ucapan hari besar nasional yang sekaligus menjadi alat promosi acara/event perpustakaan (Sumber: Akun Instagram @ui_library).



Gambar 2.

Informasi tutupnya layanan perpustakaan karena peringatan hari raya (Sumber: Akun Instagram @ui_library).

Serupa dengan Perpustakaan UI, Perpustakaan UGM juga mengisi akun Instagramnya dengan kelima konten tersebut. Kiriman yang mengandung konten *event* di dalamnya serupa juga dengan Perpustakaan UI yaitu berbentuk dokumentasi foto, video, dan poster promosi. Konten *event* berbentuk dokumentasi foto dan video acara kegiatan lebih mendominasi pada akun Instagram Perpustakaan UGM ini. Acara/*event* yang dikirim oleh Perpustakaan UGM ini tidak terbatas pada kegiatan yang digelar oleh perpustakaan saja, tapi juga setiap kegiatan yang dilaksanakan di Perpustakaan UGM. Akun perpustakaan juga beberapa kali membagikan poster acara/*event* yang dilakukan oleh perpustakaan fakultas.

Selain kiriman yang berisi dokumentasi dari *event* di perpustakaan, terdapat pula kiriman dokumentasi dari kegiatan-kegiatan internal yang dilakukan oleh Perpustakaan UGM. Kiriman dokumentasi internal penulis golongan sebagai konten internal. Kiriman internal ini berupa dokumentasi pegawai purna tugas, pengangkatan kepala perpustakaan, kegiatan *family gathering* pegawai, kegiatan lomba di lingkungan pegawai perpustakaan maupun universitas, penerimaan kunjungan perpustakaan dari pihak luar, perayaan dies natalis perpustakaan, kegiatan praktik kerja lapangan pelajar dan lain sebagainya.

Konten ucapan pada Instagram Perpustakaan UGM ini diantaranya adalah ucapan hari besar, ucapan dies

natalis, ucapan selamat wisuda, dan ucapan selamat pada mahasiswa baru. Ucapan hari besar yang diposting oleh Perpustakaan UGM berjumlah lebih banyak dibanding Perpustakaan UI dan ITB, ucapan hari besar ini meliputi hari besar nasional maupun internasional seperti hari Kartini, hari puisi, hari buku sedunia,

hari sumpah pemuda, ucapan selamat Idul Fitri, ucapan tahun baru, dll. Di tahun 2018 kiriman ucapan hari besar diselingi juga dengan informasi pengetahuan umum mengenai hari besar tersebut, misalnya seperti yang tersedia pada ucapan hari buku sedunia ini.



Gambar 3.

Ucapan hari buku sedunia oleh akun @perpustakaan_ugm di tahun 2018 (Sumber: Akun Instagram @perpustakaan_ugm).



Gambar 4.

Konten pengetahuan yang ada dalam postingan ucapan hari buku sedunia di tahun 2018 (Sumber: Akun Instagram @perpustakaan_ugm).

Perpustakaan UGM juga memposting kiriman yang mengandung konten informasi perpustakaan seperti informasi tutup dan bukanya perpustakaan (jam buka layanan), informasi koleksi buku, informasi layanan jurnal yang dilanggan perpustakaan, informasi

ruangan serta sudut-sudut menarik di perpustakaan, informasi donasi buku ke perpustakaan, langkah-langkah menggunakan layanan, dan sebagainya. Pada kiriman konten informasi mengenai layanan jurnal yang dilanggan, disertakan pula informasi pada keterangan kiriman

mengenai langkah-langkah penggunaan layanan tersebut. Perpustakaan UGM sendiri telah membuat rubrik khusus yang mengandung konten informasi perpustakaan ini, rubrik tersebut ditandai dengan menggunakan tagar (*hashtag*) diantaranya yaitu #RabuSeru dan #bookmark. #RabuSeru membahas mengenai informasi juga fakta menarik seputar Perpustakaan UGM, sedangkan #bookmark berisi rekomendasi-rekomendasi buku perpustakaan yang dapat dibaca oleh pengguna.

Kiriman yang berisi konten pengetahuan pada Instagram Perpustakaan UGM masih terbilang cukup sedikit, informasi yang berisi pengetahuan umum ini hadir bersamaan dengan konten ucapan hari besar, misalnya seperti ucapan hari buku sedunia pada 2018. Selain berbarengan dengan konten ucapan hari besar, perpustakaan juga beberapa kali membagikan informasi yang berisi pengetahuan umum ini dengan membagikan foto dan informasi pengetahuan pada keterangannya. Misalnya seperti pada kiriman yang berisi informasi mengenai upacara sekaten di Yogyakarta, informasi mengenai Museum Bung Karno, dan berita mengenai kapal pinisi.

Perpustakaan ITB masih terbilang baru dan jarang dalam mengirim konten apabila dibandingkan dengan dua Instagram perpustakaan sebelumnya. Perpustakaan hanya mengirim konten terkait informasi perpustakaan, *event*, serta ucapan hari besar. Konten informasi perpustakaan ini meliputi informasi mengenai profil perpustakaan, informasi jam buka, layanan perpustakaan beserta

panduannya, juga fasilitas yang ada pada perpustakaan. Konten *event* yang ada di Instagram Perpustakaan ITB ini masih hanya sebatas kiriman berupa poster acara/*event* sebagai alat promosi kegiatan. Promosi *event* pada Instagram perpustakaan ini tidak hanya sebatas pada kegiatan yang dilakukan oleh perpustakaan, tetapi juga kegiatan yang diselenggarakan oleh pihak lain.

Konten internal yang berisi kegiatan atau informasi internal lembaga perpustakaan belum dimunculkan pada Instagram Perpustakaan ITB ini. Konten ucapan didominasi oleh ucapan hari besar seperti hari sumpah pemuda, hari buku, hari batik, hari bumi, hari kemerdekaan, hari raya Idul Adha, dan lain sebagainya. Kiriman ucapan hari besar ini baru berjalan dengan konsisten mulai akhir 2018 hingga tahun 2019. Pada ucapan hari perempuan tahun 2019 perpustakaan mengirim konten ucapan yang disertai dengan *quotes* (kutipan) menarik. Konten yang berisi pengetahuan belum terlihat pada Instagram perpustakaan.

c. Respon Pengguna dalam Konten Instagram Perpustakaan

Jika dilihat dari jumlah pengikutnya Perpustakaan UI menjadi yang tertinggi dengan jumlah 9.485 pengikut. Perpustakaan UGM memiliki pengikut sebanyak 4.943 dan Perpustakaan ITB sebanyak 1.909 pengikut. Jumlah *likes* yang terlihat pada akun perpustakaan sangat bervariasi. Isi konten dapat sangat mempengaruhi jumlah *likes* yang ada.

Rata-rata *likes* terbanyak pada perpustakaan UI dan UGM adalah pada konten dokumentasi acara dan promosi *event*, perpustakaan ITB juga

banyak mendapat *likes* pada konten promosi *event*. Respon pengguna pada konten dapat dirasakan sangat aktif pada akun Perpustakaan UI, banyak pengguna yang bertanya pada kolom komentar. Namun, perpustakaan jarang merespon karena jenis pertanyaan yang selalu cenderung sama yaitu bertanya terkait jam buka perpustakaan. *Likes* terbanyak di akun Perpustakaan UI terdapat pada kiriman bertanggal 30 September 2019 dengan total *likes* sebanyak 513 *likes*, kiriman ini mengandung konten *event*. Sedangkan, komentar terbanyak terdapat pada kiriman bertanggal 22 April 2019 dengan komentar sebanyak 25 komentar, kiriman ini mengandung konten informasi perpustakaan mengenai usulan buku perpustakaan.

Akun Perpustakaan UGM pengguna yang bertanya pada kolom komentar tidak begitu banyak. Pertanyaan pun kurang lebih sama dengan Perpustakaan UI yaitu bertanya mengenai jam buka perpustakaan, dan informasi lainnya terkait perpustakaan. *Likes* dan komentar terbanyak di akun Perpustakaan UGM terdapat pada satu kiriman yang sama bertanggal 31 Juli 2019 dengan total sebanyak 233 *likes* dan 15 komentar, kiriman ini mengandung konten informasi perpustakaan dengan rubrik #RabuSeru yang membahas tempat-tempat menarik di perpustakaan. Perpustakaan UGM dalam kiriman ini juga aktif berinteraksi dengan membalas komentar-komentar pengguna.



Gambar 5.

Interaksi yang ada pada kiriman di Instagram Perpustakaan UGM (Sumber: Akun Instagram @perpustakaan_ugm).

Sedangkan untuk Perpustakaan ITB pengguna yang berkomentar pada konten perpustakaan masih terbilang jarang, dari total seluruh kiriman saat ini hanya 2 kiriman saja yang memiliki komentar terbanyak, yaitu 6 dan 8 komentar. Sedangkan *likes* terbanyak ada pada kiriman bertanggal 7 Agustus 2019 sebanyak 117 *likes*, konten ini berisi ucapan selamat datang untuk mahasiswa baru tahun 2019.

2. Efektivitas Penggunaan Media Sosial Perpustakaan

Berdasarkan data yang telah dijabarkan, ada beberapa kelebihan dan kekurangan dari penggunaan media sosial perpustakaan. Guna menemukan efektivitas penggunaan Instagram perpustakaan, kita dapat melakukan analisis SWOT.

a. Kekuatan (*Strength*)

Media sosial dengan mudah dapat menjangkau banyak pengguna. Jangkauan pengguna perpustakaan kini dapat meluas dengan cepat dan

efisien. Media sosial yang tersedia secara gratis juga menghemat biaya perpustakaan, perpustakaan dapat pula membuat konten sesuai dengan keinginan mengikuti kebutuhan perpustakaan dan pengguna ([Tyas, Budiyanto, & Santoso, 2015](#)). Dengan modal biaya yang sedikit namun peluang untuk dekat dan mendapat anggota juga besar. Salah satu yang juga dapat menjadi kekuatan bagi pemanfaatan Instagram perpustakaan adalah konsistensi dalam publikasi konten, seperti pada data yang tercantum, perpustakaan yang melakukan publikasi konten dengan konsisten akan menarik pengguna untuk melihat-lihat, memberikan *likes*, hingga akhirnya berinteraksi dengan memberikan komentar pada kiriman media sosial perpustakaan.

b. Kelemahan (*Weakness*)

Kendala yang paling menjadikan kelemahan adalah kendala desain, dan keterbatasan jumlah informasi ([Wuryanta, 2004](#)). Kendala desain gambar adalah yang paling terlihat, staf perpustakaan yang menjadi bagian penanggung jawab media sosial baiknya belajar tentang penggunaan aplikasi desain gambar atau foto yang baik sehingga tampilan gambar pada konten Instagram dapat menarik banyak pengguna. Baik pengguna terdahulu maupun pengguna baru.

c. Peluang (*Opportunity*)

Adanya interaksi dengan pengguna secara langsung memungkinkan perpustakaan untuk mengerti apa dan bagaimana saja layanan yang pengguna inginkan, selain itu sama halnya dengan dengan kekuatan (*strength*), dengan media sosial ini kita dapat memperluas jangkauan pengguna lama dan

mendekatkan pengguna baru ([Fernandez, 2009](#)). Pemanfaatan perpustakaan sebagai media pembelajaran bagi pengguna dan masyarakat menjadikan potensi yang harus digali dan diusahakan oleh pengelola perpustakaan ([Suharso & Setyowulandari, 2014](#); [Suharso, Sudardi, Widodo, & Kusumo, 2019](#)).

Adanya generasi *digital native* yang kini telah menjadi pustakawan juga dapat menjadi peluang untuk terbentuknya desain penggunaan media sosial yang baik. Generasi *digital native* dirasa sudah mengenali teknologi sedari kecil sehingga diharapkan telah terbiasa pula dengan penggunaan aplikasi teknologi termasuk dalam operasi multimedia. Pustakawan *digital native* dapat menciptakan konten-konten kreatif, contoh kecilnya dapat diambil dari pekerjaan-pekerjaan layanan referensi seperti menulis ulasan buku, membuat buletin khusus pengguna, mengembangkan program atau kelas dan sebagainya; melalui hal tersebut kemudian pustakawan dapat mengemasnya menjadi sebuah konten video, *podcast*, artikel blog, infografik, dan sebagainya untuk kemudian diunggah pada akun media sosial perpustakaan khususnya Instagram ([Husna, 2019](#)). Salah satu yang juga menjadi peluang dalam Instagram adalah *likes*, seperti menurut [Istiana \(2017\)](#) respon pengguna memberikan *likes* tersebut termasuk dalam respons dan perhatian dari pengguna ke perpustakaan.

d. Ancaman (*Threats*)

Setiap akun dalam suatu situs memiliki kemungkinan peretasan oleh pihak-pihak tidak bertanggung jawab. Jika sudah seperti itu data-data pada akun dapat diakses bahkan diambil

alih oleh pihak tersebut. Data-data penting ada baiknya tidak dimasukkan dalam media sosial.

Dari analisis yang sudah dilakukan dapat dilihat bahwa penggunaan Instagram perpustakaan perguruan tinggi cukup efektif terkait hal berikut.

1. Penyebarluasan informasi.

Informasi yang tersebar dapat menjangkau pengguna secara luas dimana saja, dan kapan saja secara cepat juga efisien.

2. Penghematan Biaya.

Dengan memanfaatkan media sosial yang gratis kita dapat dengan mudah berkomunikasi dan berbagi informasi dengan dengan biaya murah.

3. Kemudahan interaksi dan komunikasi.

Melalui media sosial Instagram perpustakaan dapat dengan mudah terhubung dan berinteraksi dengan penggunanya. Fitur-fitur yang dimiliki Instagram seperti *likes*, *comment*, dan *share* menjadi bentuk nyata yang dapat terlihat dari interaksi yang dilakukan pada media sosial. Selain itu terdapat pula fitur *direct message* (pesan langsung) yang semakin memudahkan pengguna untuk berkomunikasi langsung dengan perpustakaan dimana saja, dan kapan saja.

E. KESIMPULAN

Tidak bisa lepasnya masyarakat era digital dari internet membuat perpustakaan mau tidak mau mengikuti perkembangan guna memenuhi keinginan penggunanya. Demi dapat terus terhubung dengan penggunanya, kini banyak

perpustakaan yang telah terjun menggunakan media sosial. Salah satunya adalah perpustakaan perguruan tinggi yang kini marak membuat akun media sosial Instagram. Instagram sendiri merupakan salah satu media sosial yang populer dikalangan muda.

Dari hasil data yang diperoleh Perpustakaan Universitas Gajah Mada menjadi perpustakaan paling aktif dari segi jumlah kiriman dibanding dua perpustakaan lainnya. Frekuensi kiriman Perpustakaan Universitas Gajah Mada adalah 16 hingga 17 kiriman dalam sebulan. Perpustakaan dalam Instagram umumnya mengirim konten mengenai kegiatan/*event*, ucapan hari besar, serta informasi terkait perpustakaan hingga pengetahuan umum yang berguna bagi pembaca. Perpustakaan dengan antusiasme pengguna terbanyak ada pada Perpustakaan UI, hal ini dapat dilihat dari pengguna yang selalu bertanya pada kiriman dan memberikan *likes*. Namun, pertanyaan yang dilontarkan sama yaitu bertanya mengenai jam buka perpustakaan. Pada Perpustakaan ITB frekuensi masih jarang dan jauh tertinggal dari perpustakaan UI dan UGM. Jika dilihat dari keseluruhan perpustakaan, pemanfaatan media sosial masih dirasa kurang maksimal karena pihak perpustakaan maupun pengguna yang masih pasif. Hal ini terlihat dari kiriman konten serta interaksi pada kiriman. Dilihat dari analisis SWOT yang telah dilakukan, penggunaan Instagram pada perpustakaan perguruan tinggi juga masih harus ditingkatkan lagi keefektifitasannya terutama dalam pengelolaan jadwal serta jenis konten kiriman.

Akan lebih baik perpustakaan mempunyai standar yang sudah disusun sebelum memutuskan membuat akun media sosial Instagram. Dengan dibuatnya standar

yang baik, harapannya pengguna juga akan tertarik serta aktif mengikuti perkembangan perpustakaan di Instagram ataupun media sosial lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, M. T., Martutik, M., & Safii, M. (2018). Konten Akun Media Sosial Twitter Perpustakaan Universitas Perguruan Tinggi di Indonesia. *BIBLIOTIKA: Jurnal Kajian Perpustakaan Dan Informasi*, 2(1), 41–49.
- Anna, N. E. V. (2018). The Usage of Web 2.0 as Promotion Media in Indonesia University Libraries. *Record and Library Journal*, 1(1), 77-82. <http://dx.doi.org/10.20473/rlj.V1-11.2015.77-82>
- Bohang, F. K. (2019). Berapa Jumlah Pengguna Internet Indonesia? (Reza Wahyudi, Ed.). Jakarta: Kompas.com - 22/02/2018.
- Damayanti, T. E. (2016). Studi Kasus tentang Pemanfaatan Media Sosial Twitter sebagai Media Information Sharing di Perpustakaan Wilayah Kota Surabaya). <http://repository.unair.ac.id/15774>.
- Dickson, A., & Holley, R. P. (2010). Social Networking in Academic Libraries: The Possibilities and the Concerns. *New Library World*, 111(11/12), 468–479. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/03074801011094840>
- Duncan, F. (2016, Februari 2). So long social media: The kids are opting out of the online public sphere. *The Conversation*. Diakses dari <http://theconversation.com/so-long-social-media-thekidsare-opting-out-of-the-online-public-square-53274>.
- Fernandez, J. (2009). A SWOT Analysis for Social Media. Library Staff Publications. Akses 10 Oktober 2019, Sep/Oct, 35–37. Retrieved from https://digitalcommons.library.umaine.edu/lib_staffpub/7
- Husna, J. (2019). Peran Pustakawan Sebagai Kreator Konten Digital. Anuva: *Jurnal Kajian Budaya, Perpustakaan, Dan Informasi*, 3(2), 173–184.
- Istiana, P. (2017). Penggunaan media sosial oleh perpustakaan. *LIBRARIA: Jurnal Perpustakaan*, 5(1), 69–86.
- Jurriëns, E., & Tapsell, R. (2017). Challenges and opportunities of the digital “revolution” in Indonesia. In E. Jurriëns & R. Tapsell (Eds.), *Digital Indonesia: Connectivity and Divergence* (pp. 1–20). Singapore: IDEAS Publishing.
- Mardina, R. (2017). Literasi Digital Bagi Generasi Digital Natives. Conference: Seminar Nasional Perpustakaan dan Pustakawan Inovatif.
- Matthews, C. (2014, Januari 15). Facebook: More than 11 million young people have fled Facebook since 2011. *Time Magazine*. Diakses dari <http://business.time.com/2014/01/15/more-than-11-million-young-people-have-fledFacebooksince-2011/>.
- Mulatiningsih, B., & Johnson, K. (2014). UUusan Kerangka Kebijakan Penggunaan Media Sosial ntuk Perpustakaan Perguruan Tinggi. *BACA: Jurnal Dokumentasi, Informasi Dan Perpustakaan*, 35(2), 73–84.
- Pendit, P. L. (2003). *Penelitian Ilmu Perpustakaan dan Informasi: Sebuah pengantar diskusi epistemologi dan metodologi*. Jakarta: JIP-FSUI.
- Suharso, P. (2019). Pemanfaatan Drone Emprit dalam Melihat Trend Perkembangan Bacaan Digital melalui Akun Twitter. *Anuva: Jurnal Kajian Budaya, Perpustakaan, Dan Informasi*, 3(4), 333–346

- Suharso, P., & Setyowulandari, Y. (2014). Strategi Pemberian Reward untuk Meningkatkan Minat Kunjung Mahasiswa di Perpustakaan Politeknik Negeri Semarang. *EDULIB: Journal of Library and Information Science*, 4(2), 13–24.
- Suharso, P., Sudardi, B., Widodo, S. T., & Kusumo, S. (2019). The Role of The Library as a Public Space in Facilitating The Social Activities of Coastal Communities. 4th ICTRED, IOP Conference Series: Earth and Environmental Science, 246(121075). <https://doi.org/10.1088/1755-1315/246/1/012075>
- Suwendra, I. W. (2018). Metodologi Penelitian Kualitatif: dalam Ilmu Sosial, Pendidikan, Kebudayaan dan Keagamaan. Bali: Nilacakra.
- Tyas, D. L., Budiyanto, A. D., & Santoso, A. J. (2015). Pengaruh Kekuatan Media Sosial dalam Pengembangan Kesenjangan Digital. *Scientific Journal of Informatics*, 2(2), 147–154.
- Wuryanta, A. E. W. (2004). Digitalisasi Masyarakat : Menilik Kekuatan dan Kelemahan Dinamika Era Informasi Digital dan Masyarakat Informasi. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(2), 131–142.
- Zelkr, F. (2017). Analyzing Social Media Data and Other Data Sources: A Methodological Overview. In L. Sloan & Anabel Quan-Haase (Eds.), *The SAGE Handbook of Social Media Research Methods* (pp. 386–404). London: SAGE Publications.