

Implementasi penggunaan media sosial instragram dalam perpustakaan perguruan tinggi

Nurul Adilla, Rifqa Amalia Zuhri, Syafira Elvina, Kartini
Universitas Islam Negeri Sumatera Utara
nuruladilla2001@gmail.com

ABSTRACT

Technological developments are very fast, starting from technology 1.0 to now launching technology 5.0, this illustrates that technology in the world continues to develop rapidly, Indonesia itself also follows these developments, social media is one of the results of technological developments, social media is a tool that makes it easier for users to express themselves them, even now social media is used as a market place, promotion, and service. In this study, researchers took samples of libraries that use social media Instagram in managing libraries, as well as sharing information and services from libraries in tertiary institutions.

Keywords: *instagram, social media, library*

ABSTRAK

Perkembangan teknologi sangatlah cepat, mulai dari teknologi 1.0 hingga sekarang meluncur teknologi 5.0, ini mengagambarkan bahwa teknologi didunia terus berkembang secara pesat, indoensia sendiri juga mengikuti perkembangan tersebut, media social adalah salah satu hasil perkembangan teknologi, media social alat yang memudahkan penggunaanya dalam mengekspresikan diri mereka, bahkan sekarang media social digunakan menjadi *market place, promotion, dan pelayanan*. Pada penelitian ini peneliti mengambil sampel perpustakaan yang menggunakan media social Instagram dalam menegelola perpustakaan, serta berbagi informasi dan layanan dari perpustakaan diperguruan tinggi.

Kata Kunci: *instragram, media social, perpustakaan*

PENDAHULUAN

Perkembangan Teknologi, Informasi dan Komunikasi (TIK) memberi dampak pemakaian internet di Indonesia. Internet berkembang pesat dan meningkat setiap tahunnya. Dunia internet telah mempengaruhi gaya hidup masyarakat dalam pencarian informasi. Keberadaan gadget seperti laptop, handphone, tablet saat ini telah menjadi bagian penting dari kehidupan masyarakat. Menurut Islamy M.A.N dan Laksmiwati I (2020) sebagian besar masyarakat memakai gadget hampir dua pertiga waktu yang dimilikinya karena

gadget adalah sarana yang dipakai setiap hari untuk beraktifitas dan berkomunikasi (Kiantini, 2021).

Gambar 1. Dari website goodstats yang diambil dari survey we are social



Sumber: <https://goodstats.id/infographic/media-sosial-yang-paling-banyak-digunakan-di-indonesia-2022->

[IpfD1#:~:text=digunakan%20oleh%20masyarakat.-](#)

[.Merilis%20data%20data%20dari%20We%20Are%20Social%2C%20platform%20media%20sosial,Facebook%2C%20TikTok%2C%20dan%20Telegram.](#)

Pada gambar diagram diatas yang di peroleh dari goodstats (www.goodstats.id, 2022) diperlihatkan bahwa diambil dari data We Are Social, Laporan We Are Social mengungkapkan bahwa jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia pada Januari 2022 tumbuh sebesar 12,35% dari tahun lalu. Lebih tepatnya jumlah pengguna aktif medsos pada awal 2022 adalah sebanyak 191 juta orang sedangkan pada 2021 sebesar 170 juta orang. Dengan total populasi 273.5 juta lebih hal tersebut berarti hampir dari setengah penduduk Indonesia telah menjadi pengguna aktif media sosial.

Dalam laporan tersebut (www.gatra.com, 2022) ditunjukkan juga media sosial yang paling sering digunakan oleh rakyat Indonesia. WhatsApp merupakan media sosial yang paling banyak digunakan masyarakat Indonesia di mana persentasenya mencapai 88,7%. Di posisi kedua dan ketiga ada Instagram dan Facebook dengan persentase masing-masing sebesar 84,8% dan 81,3%. Proporsi pengguna TikTok dan Telegram belum menyentuh 70% di mana untuk TiktTok sebesar 63,1% dan 62,8%. CNBC juga memaparkan Survei yang dibuat

oleh Populix, terhadap studi bertajuk *Social Media Habit and Internet Safety* itu dilakukan secara online melalui aplikasi Populix terhadap 1.023 responden laki-laki dan perempuan berusia 18-55 tahun di Indonesia dengan mayoritas responden terdiri dari anak muda belum menikah, sudah bekerja, dan berasal dari SES (socio-economic status) menengah ke atas. Survei ini menunjukkan bahwa 87% responden mengakses media sosial dalam satu bulan terakhir. YouTube (94%) dan Instagram (93%) menempati posisi sebagai dua platform media sosial yang paling banyak digunakan responden, disusul TikTok (63%), Facebook (59%) dan Twitter (54%)

Ini mengartikan bahwa peran social media sangat berpengaruh terhadap para penggunanya, seiring berjalannya waktu pengguna media sosial terus bertambah, bahkan pada januari 2022 pengguna media sosial bertambah menjadi 12,3%, Kita dapat memanfaatkan ini untuk mengubah media sosial menjadi platform untuk menyediakan bahan bacaan dan perpustakaan. Menurut temuan dari penelitian yang dilakukan oleh DeCoster dan Naatus (2017), pergeseran ke media sosial dilakukan di perpustakaan akademik di Perpustakaan Universitas Saint Peter, dimulai dari Facebook dan berlanjut ke Instagram. Penelitian dilakukan dengan partisipasi responden mahasiswa yang mengambil jurusan program studi *Digital and Social Media Marketing*. Temuan tersebut memberikan manfaat yang signifikan bagi perpustakaan akademik, selain manfaat lainnya (Suharso & Pramesti, 2020) bahwa perpustakaan akademik dapat menjalin hubungan kolaboratif dengan departemen akademik, meningkatkan kualitas dan frekuensi posting media sosial (Instagram), meningkatkan keterlibatan mahasiswa dengan perpustakaan, dan mengurangi tekanan pada pustakawan profesional. Sedangkan di Indonesia beberapa perpustakaan masih menggunakan media lain dibandingkan dengan menggunakan Instagram atau media sosial lainnya. Metode promosi tradisional masih digunakan, termasuk pembuatan pamflet, baliho, dan materi serupa lainnya. Menurut temuan kajian yang dilakukan Sudiar, Mafar, dan Rosman, demikianlah halnya (2017).

Menurut Aras dan Colaklar (2015) yang melakukan penelitian, pemanfaatan platform media sosial seperti Instagram oleh Perpustakaan Perguruan Tinggi dapat digunakan untuk memberi tahu pengguna tentang materi dan sumber baru, untuk memberikan informasi tentang perpustakaan, untuk mensosialisasikan acara, untuk membawa kampanye perpustakaan, serta

kegiatan yang berhubungan dengan masyarakat dan budaya. (Suharso & Pramesti, 2020)

Pada penelitian (Cahyani & Asri, 2018) mengatakan bahwa ada beberapa hal yang dilakukan untuk mempromosikan atau mengimplementasikan media sosial pada perpustakaan agar para pemustaka tertarik, dan mudah mengakses perpustakaan. Mereka membuat postingan menarik serta layanan yang menguntungkan seperti giveaway, melakukan postingan *snappgram(sg)*, agar para pemustaka mengetahui kegiatan perpustakaan melalui media sosial. Mereka juga melakukan wawancara dengan para peserta atau pengikut media sosial tersebut, maka didapatkan hasil bahwa postingan di akun instagram Ruang Baca Filkom sudah bagus dan menarik, hanya perlu ditambahkan snapgram setiap harinya supaya banyak yang mengetahui kegiatan di Ruang Baca dan semakin banyak pengunjungnya. Maka pengimplementasian media sosial terhadap perpustakaan sangatlah membantu, sehingga bisa menjadi salah satu kemudahan akses yang didapatkan para pemustaka agar mereka mengetahui tentang perpustakaan.

Melalui media sosial perpustakaan juga dapat melakukan komunikasi dengan pemustaka tanpa mengenal batasan ruang dan waktu. Kesempurnaan komunikasi dengan media sosial dapat dibuktikan dengan adanya feedback dari pemustaka atau audiens. Umpan balik audiens di media sosial dapat berupa memberikan like atau dislike, memberikan komentar, membagikan pesan yang telah disampaikan, mengikuti akun, dan menyalakan notifikasi.

Para pengguna media sosial sudah sangat terbiasa dalam memainkannya, terkhusus pada sosial media instagram. Instagram adalah layanan berbagi foto, berbagi video, dan jejaring sosial online yang ramah seluler yang memberi penggunanya kemampuan untuk mengambil foto dan film, serta memposting foto dan video tersebut di situs web lain (Sheldon & Bryant, 2016). Instagram sekarang adalah jaringan media sosial yang berkembang dengan kecepatan lebih cepat daripada yang lain di dunia (Selatan, 2018). Instagram mirip dengan Facebook karena memungkinkan pengguna untuk mempublikasikan gambar secara online; tetapi, tidak seperti Facebook, Instagram memberi pengguna berbagai filter unik yang mengubah warna dan kualitas foto sebelum foto tersebut diunggah ke layanan. Beberapa orang awam tidak setuju dengan fakta bahwa Instagram hanya tersedia di perangkat seluler, tetapi penelitian terbaru menunjukkan bahwa akses seluler ke situs jejaring sosial adalah metode yang

paling umum digunakan oleh pengguna internet (Sheldon & Bryant, 2016). Maka dalam akademi perpustakaan kerjasama antar perpustakaan juga dapat dibangun melalui media sosial instagram, bahkan dalam hal penawaran atau promosi perpustakaan juga dapat memanfaatkan instagram. Bahkan pada zaman yang sangat canggih ini, instagram telah menyediakan fitur-fitur seperti marketplace, iklan dan lain sejenisnya. Maka perpustakaan juga dapat mempromosikan bacaan dan segala kegiatan perpustakaan agar menarik para pemustaka untuk membaca dan mengembangkan wawasannya melalui perpustakaan.

TINJAUAN LITERATUR

Media sosial

Van Dijk (2013), mengatakan bahwa media sosial adalah pusat media yang berfokus pada kehadiran pengguna yang membantu mereka dalam aktivitas dan kerja sama mereka. media sosial adalah pusat media yang berfokus pada keberadaan pengguna. Akibatnya, media sosial dapat dilihat sebagai media online (fasilitator) yang membantu pengguna membangun hubungan satu sama lain serta ikatan sosial mereka. (Nasrullah, 2015:3). Maka dapat disimpulkan bahwa media sosial adalah tempat berbagi informasi, berbagi aktivitas, serta berbagi segala hal yang dilakukan dan yang ingin dibagikan dalam bentuk jaringan internet bermedia sosial, yang memberikan dampak orang yang melihatnya mengetahui informasi yang dibagikan dan kemungkinan adanya umpan balik untuk saling berbagi informasi tersebut.

Adapun karakteristik media sosial sebagai berikut (Drakel & dkk, 2018):

1. Jaringan (*network*)

Ciri-ciri jejaring sosial dapat ditemukan di media sosial. Struktur sosial yang berkembang dalam jaringan atau di internet merupakan fondasi di mana media sosial dibangun. Namun, seperti yang ditunjukkan oleh Castells (2002), struktur dan organisasi sosial yang dikembangkan di internet didasarkan pada teknologi informasi dan mikroelektronika. Jaringan yang tercipta antar pengguna (*users*) adalah jaringan yang secara teknologi dimediasi oleh peralatan teknis, seperti komputer, telepon genggam, atau tablet. Jaringan yang tercipta antar pengguna (*users*). Tujuan dari media sosial adalah untuk memfasilitasi pembentukan

jaringan di antara pengguna di dunia digital, terlepas dari apakah pengguna tersebut sudah akrab satu sama lain di dunia fisik atau belum.

2. Informasi

Informasi menjadi entitas yang penting dari media sosial. Sebab tidak seperti media-media lainnya di internet, pengguna media sosial mengkreasikan representasi identitasnya, memproduksi konten, dan melakukan interaksi berdasarkan informasi.

3. Arsip (Archive)

Arsip menjadi sebuah karakter yang menjelaskan bahwa informasi telah tersimpan dan bisa diakses kapan pun dan melalui perangkat apapun.

4. Interaksi (interactivity)

Karakter dasar dari media sosial adalah terbentuknya jaringan antar pengguna. Jaringan ini tidak sekedar memperluas hubungan pertemanan atau pengikut (follower) di internet semata, tetapi juga harus dibangun interaksi antar pengguna tersebut.

Instagram

Instagram adalah sejenis media sosial yang berfokus pada gambar dan memungkinkan pengguna mengunggah, berbagi, dan melihat foto dan video secara online. Memahami Instagram membutuhkan keakraban dengan semua fitur yang ditawarkan oleh layanan ini. Nama "insta" berasal dari kata "instan", mirip seperti kamera polaroid yang pada masa itu lebih sering disebut sebagai kamera "gambar instan". Instagram juga memiliki kemampuan untuk menampilkan foto dengan cepat, membuatnya terlihat seperti polaroid. Adapun istilah "gram" berasal dari kata "telegram" yang merupakan cara menyampaikan informasi secara cepat kepada orang lain. Sama persis dengan Instagram yang memungkinkan pengguna untuk mempublikasikan gambar dengan memanfaatkan jaringan internet, sehingga memungkinkan informasi yang ingin diungkapkan dapat diperoleh dengan tepat waktu. Karena itu, nama Instagram merupakan bentuk kental dari kata "instan" dan "telegram".

Implementasi media sosial terhadap perpustakaan

Generasi milenial dan pasca-milenial kini memenuhi perpustakaan perguruan tinggi, dan usia rata-rata para mahasiswa ini adalah antara 18 hingga 35 tahun (Dimock, 2019). Sebagian besar dari mereka, termasuk mahasiswa, dosen, dan staf, menggunakan ponsel untuk memudahkan segala aktivitasnya, terutama untuk berinteraksi satu sama lain. Maraknya media sosial telah menciptakan koneksi antara ponsel orang dan dunia yang lebih luas. Pola komunikasi masyarakat sudah mulai bergeser sejak diperkenalkannya berbagai platform media sosial. Orang-orang mulai berkomunikasi satu sama lain melalui penggunaan media sosial (Ningrum, 2022). Platform media sosial memiliki peluang signifikan untuk berkembang menjadi perpustakaan media yang padat pengguna. Cakupan pengaruh yang dapat dicapai melalui media sosial hampir tidak terbatas oleh jarak maupun waktu. Perpustakaan dapat memfasilitasi berbagi materi dalam bentuk informasi terkini, promosi acara, pembuatan jajak pendapat, dan komunikasi langsung, antara lain. Perpustakaan tidak hanya harus memanfaatkan pengguna, tetapi mereka juga perlu melakukan penelitian untuk mempelajari budaya, etika, dan perilaku pengguna (Jones & Harvey, 2019). Perpustakaan dapat menemukan apa yang dibutuhkan pengguna, apa yang mereka sukai, dan apa yang tidak mereka sukai dengan melakukan penelitian tentang perilaku penggunaan, budaya, dan etika. Hal ini memungkinkan penggunaan media sosial yang paling efektif untuk dicapai (Ningrum, 2022).

Menurut Sirly (Utomo, 2019), secara garis besar media sosial dapat dimanfaatkan untuk mempromosikan keberadaan perpustakaan atau untuk mengenalkan / mempromosikan koleksi yang ada di perpustakaan kepada penggunanya. Melalui media sosial, akses untuk mempromosikan kedua hal tersebut dapat dilakukan lebih cepat dan efisien. (Sirly, 2014) Media sosial bagi pengguna / pustakawan juga memberikan kemudahan untuk mengakses data atau segala bentuk informasi yang ada di perpustakaan. Media sosial juga memberikan manfaat sebagai berikut (Utomo, 2019):

1. Sebagai Tempat Berkomunikasi atau Berinteraksi dengan Pustakawan atau Pustakawan Berinteraksi atau bercakap-cakap dengan pustakawan atau pustakawan lainnya menggunakan platform media sosial dapat bermanfaat karena menghilangkan kebutuhan untuk pertemuan tatap muka antara pihak-pihak yang terlibat. Hal ini dapat dicapai melalui penggunaan kemampuan bawaan berbagai program media sosial, seperti forum atau ruang obrolan grup, yang dapat disediakan untuk memfasilitasi tujuan ini.

Whatsapp, Line, Telegram, BBM, dan program jejaring sosial berbasis chat lainnya adalah beberapa aplikasi yang bisa dimanfaatkan.

2. Sebagai Media Penunjang untuk Menyampaikan Informasi kepada Pemustaka

Informasi yang dibutuhkan pengunjung perpustakaan juga dapat dikomunikasikan kepada mereka melalui platform media sosial seperti Facebook dan Twitter. Informasi ini dapat berupa informasi tentang koleksi perpustakaan atau informasi tentang layanan perpustakaan. Keduanya adalah bentuk yang mungkin untuk informasi ini. Transmisi informasi ini secara pribadi dan satu per satu dimungkinkan, seperti transmisi informasi ini secara simultan ke beberapa pengguna (pesan siaran). Kontak langsung, dimana orang yang mengirimkan pesan dapat langsung memperoleh reaksi dari orang yang menerimanya, merupakan salah satu cara penyampaian informasi. Cara lain termasuk: Whatsapp, Telegram, Line, BBM, dan program media sosial berbasis obrolan lainnya adalah contoh jenis aplikasi yang dapat digunakan untuk mencari informasi seperti ini. Instagram, Facebook, dan Google Plus (G+) adalah beberapa contoh program media sosial lain yang dapat digunakan/dimanfaatkan untuk mengirimkan informasi kepada anggota platform tersebut.

METODE PENELITIAN

Penelitian dilakukan dengan menggunakan metode kualitatif dengan studi literatur melalui konsep keilmuan yang membahas mengenai ilmu perpustakaan. Dengan menganalisis beberapa jurnal tentang layanan perpustakaan yang menggunakan media sosial khususnya instagram. Selanjutnya didukung data yang diperoleh dengan cara observasi dari beberapa karya ilmiah yang membahas tentang layanan perpustakaan dengan penhimplementasian menggunakan media sosial instagram. Data diolah dan disajikan seecara deskriptif. Studi penelitian menggunakan analisis komparasi. Analisis studi komparasi adalah penelitian yang sifatnya membandingkan antar variable sampel mandiri dan lebih dari satu dalam waktu yang berbeda. Intervensi utama yang diteliti pada penelusuran artikel ini adalah penggunaan media sosial yang digunakan dalam promosi perpustakaan di era pandemi dengan melihat pada jenis medianya dan cara penggunaannya. Hasil ukur yang ingin dicapai adalah berbagai macam jenis media sosial yang digunakan sebagai

sarana layanan perpustakaan dan bagaimana media sosial digunakan dalam mempromosikan perpustakaan di masa pandemi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada penelitian dari (Kaffah & dkk, 2018) memaparkan bahwa beberapa universitas perguruan tinggi di singapur telah mengimplementasikan media sosial sebagai sarana berbagi informasi perpustakaan. Bahkan media sosial juga dimanfaatkan sebagai sarana berbagi informasi tentang promosi perpustakaan baik dalam hal koleksi ataupun layanan yang ada di perpustakaan. Penelitian silmi kaffah yang berjudul "Pemanfaatan Media Sosial pada Perpustakaan Perguruan Tinggi: Studi pada Perpustakaan Perguruan Tinggi di Singapura" memberikan penjelasan bahwa media sosial sangat membantu perpustakaan dalam hal berbagibinformati layanan maupun koleksibperpustakaan. Media sosial yang dimanfaatkan perpustakaan di Singapura menunjukkan bahwa Perpustakaan Singapore Management University (SMU Libraries) menggunakan paling banyak media sosial yakni Facebook, Twitter, Instagram, Youtube, LinkedIn, dan Blog. Instagram menduduki peringkat ke tiga media sosial yangvpalingvsering digunakan untuk perpustakaan mereka. Melalui data dokumentasi, Perpustakaan National University of Singapore (NUS Libraries) adalah perpustakaan yang paling aktif mengirimkan postingan (iriman) melalui akun media sosial pada bulan Januari 2018 sebanyak 83 postingan.

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, livestreaming 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 (Suharso & Muntiah, 2020).

Layanan Instagram (Prabowo & Absor, 2019) meliputi perangkat lunak, berbagai macam teknologi, fitur, produk, serta aplikasi layanan yang disediakan untuk memenuhi tujuan Instagram, yaitu mendekatkan Anda dengan orang atau hal yang disukai. Aspek layanan yang diberikan antara lain sebagai berikut:

- a. Memberikan peluang individual untuk menghasilkan, berhubungan, berkomunikasi, menemukan, dan bertukar pengetahuan.
- b. Menumbuhkan suasana yang ceria, ramah, dan aman bagi semua orang yang menghuninya.
- c. menggabungkan dan memanfaatkan teknologi yang membantu kami dalam memberikan layanan yang konsisten kepada komunitas kami.
- d. Tawarkan pengalaman yang terpadu, disederhanakan, dan konsisten di seluruh produk bisnis Facebook.
- e. Memastikan bahwa layanan kami didukung oleh infrastruktur yang andal dalam skala dunia.
- f. Jalin hubungan yang bermakna dengan merek, barang, dan layanan perusahaan Anda dengan cara yang penting bagi Anda (Instagram, 2019).

A. Perpustakaan perguruan tinggi memanfaatkan instagram sebagai media sarana

Menurut apa yang disebutkan Purwani, perpustakaan perguruan tinggi menggunakan media sosial sebagai alat untuk mengkomunikasikan informasi serta sebagai metode untuk memamerkan hasil layanan perpustakaan, acara, dan koleksi kepada pengguna perpustakaan (Purwani, 2017). Peneliti dapat melakukan observasi langsung terhadap akun Instagram yang dimiliki perpustakaan perguruan tinggi dengan menggunakan kegiatan promosi dan temuan kegiatan yang disediakan oleh perpustakaan perguruan tinggi di Instagram.

Tabel 1. Perpustakaan perguruan tinggi yang menggunakan Instagram

Nama Universitas	Akun Instagram Perpustakaan	Jumlah Pengikut	Jumlah Postingan	Jumlah Mengikuti
Universitas Indonesia	@ui_library	23300	1157	72
Universitas Gadjah Mada	@perpustakaan_ugm	19900	1161	30

Universitas Airlangga	@unairlibrary	9374	260	355
Universitas Negeri Medan	@digilibunimed	9267	485	51
Universitas Sumatera Utara	@usulibraryofficial	8322	398	319
Institut Teknologi Bandung	@itblibrary	6579	329	291
Univeraitas Padjajaran	@Libunpad	4202	154	21
Universitas Lampung	@librarry_unila	3360	1333	33
Universitas Islam Negeri Sumatera Utara	@perpustakaan.uinsu	3035	164	37
Universitas Katolik Atma Jaya	@perpustakaanunikaatmajaya	981	461	181

Melalui penelusuran yang disediakan oleh *instagram* maka peneliti mendapatkan data pengikut, postingan serta yang diikuti oleh perpustakaan perguruan tinggi, Dari data diatas dapat dilihat bahwa perguruan tinggi telah banyak memanfaatkan *instagram* sebagai media promosi perpustakaan. Perpustakaan perguruan tinggi universitas Indonesia yang memiliki pengikut sebanyak 23.300, yang mana menjadi perpustakaan perguruan tinggi posisi teratas dikarenakan mempunyai jumlah pengikut atau follower tertinggi. Sedangkan pada sisi postingan dalam berbagi informasi perguruan tinggi Indonesia terletak pada posissi kedua terbanyak, dan postingan terbanyak dilakukan oleh universitas lampung, Hal ini diperkuat dengan statistik yang menunjukkan bahwa berbagi informasi tentang perpustakaan, seperti koleksi, layanan, atau sejenisnya, merupakan salah satu cara untuk mempermudah pengunjung perpustakaan. Berdasarkan bukti bahwa perguruan tinggi terakhir memberikan informasi melalui postingan pada bulan November, dapat ditarik kesimpulan bahwa akun perpustakaan perguruan tinggi yang tercatat di atas

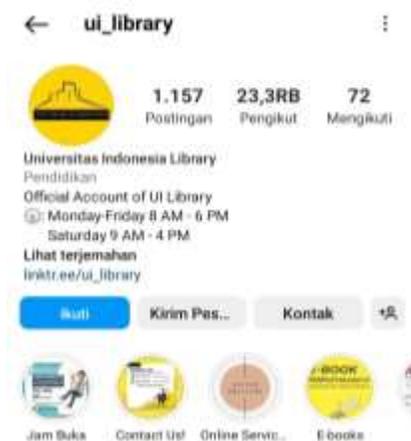
terlibat aktif dalam proses penyampaian informasi. Ada satu perpustakaan yang memadukan informasi umum ke dalam akun Instagram perpustakaan; akun perpustakaan harus dibuat untuk fokus pada pekerjaan layanan yang akan disediakan oleh perpustakaan. Ke-10 akun tersebut memiliki beragam informasi yang mereka bagikan melalui Instagram, mulai dari koleksi buku hingga kegiatan perpustakaan yang dilakukan hingga pelayanan di perpustakaan. Hal ini dimungkinkan karena pustakawan dalam kapasitasnya sebagai pengelola belum memprioritaskan pemasaran melalui media sosial sebagai salah satu tugas utamanya. Namun demikian, temuan menunjukkan bahwa Instagram digunakan sebagai alat atau media untuk menyampaikan informasi. Saat menggunakan perpustakaan perguruan tinggi, jenis informasi yang dikomunikasikan dapat berupa iklan untuk acara yang akan datang, iklan untuk koleksi dan layanan perpustakaan, dan foto pengunjung perpustakaan, di antara jenis iklan lainnya. Juga dimungkinkan untuk memahami bagaimana persaingan berkembang antara perpustakaan perguruan tinggi yang berbeda dengan melihat statistik. Persaingan ini dapat dilihat dengan melihat jumlah pengikut, jumlah posting, dan cara pelanggan perpustakaan memberikan balasan atau umpan balik melalui profil media sosial mereka. Sehubungan dengan ini, orang dapat menarik kesimpulan tambahan bahwa selain menjadi identitas yang berbeda atau identitas virtual untuk perpustakaan perguruan tinggi di dunia online. Namun, perpustakaan perguruan tinggi mematuhi batasan yang ditetapkan oleh Instagram, bahkan dalam konteks persaingan antar perpustakaan perguruan tinggi, yang mungkin diurutkan berdasarkan jumlah buku yang tersedia.

B. Instagram sebagai media promosi dan Sebagai media layanan

Menurut pernyataan Dian Hapsari dalam artikel Prabowo dan Absor tahun (2019), media sosial dapat digunakan sebagai metode pemasaran perpustakaan bagi pengunjung karena tiga alasan berikut: Pembeneran utama untuk ini adalah bahwa media sosial adalah komponen dari generasi digital; karenanya, tujuan pemasaran untuk perpustakaan perguruan tinggi dapat dikomunikasikan kepada pengguna yang sebagian besar adalah anggota generasi digital. Alasan kedua untuk menggunakan media sosial adalah lebih murah. Pengelolaan media sosial tidak memerlukan investasi keuangan yang signifikan dari perpustakaan. Hal ini dapat ditunjukkan dengan melihat biaya yang dikeluarkan untuk menerbitkan brosur atau melakukan kegiatan teknis. Pembeneran ketiga adalah

bahwa akan ada variasi pengguna yang lebih besar. Melalui pemanfaatan berbagai platform media sosial sebagai sarana promosi perpustakaan. Tujuan pemasaran perpustakaan perguruan tinggi dapat menjangkau masyarakat yang tidak berada di dalam perpustakaan jika jangkauan promosinya diperluas, khususnya pada platform media sosial Instagram. (Hapsari, 2015). Peneliti sampai pada kesimpulan bahwa perpustakaan perguruan tinggi telah melakukan perbandingan media promosi melalui media sosial dan promosi melalui media lain karena tiga alasan yang telah dikemukakan di atas, sehingga dapat diambil keputusan bahwa media social memiliki tingkat promosi yang efisien dan efektif dalam mencapai kebutuhan perpustakaan dan pemustaka.

Gambar 2. Dari profil Instagram @Uilibrary yang diakses dari Instagram langsung



Gambar 2. diatas menjelaskan bahwa Instagram menyediakan fitur yang dapat dimanfaatkan untuk mempromosikan perpustakaan, pada perpustakaan UI mereka menyertakan keterangan bahwa akun tersebut adalah akun resmi yang diolah langsung oleh pihak perpustakaan UI, selanjutnya mereka juga memberi keterangan di bio untuk jam buka perpustakaan UI, selanjutnya juga ada keterangan bahwa para pengguna atau pengikut akun ini dapat mengakses website menuju, situs perpustakaan UI, Akses E-book dan E-jurnal dari kampus UI, juga ada tampilan *library introduction material for international students* di mana memudahkan mahasiswa internasional mendapatkan bantuan atau

petunjuk dalam mengakses perpustakaan UI,. Ini menggambarkan bahwa pengimplementasian atau penerapan Instagram sangat membenatu dalam mempromosikan serta melayani para pemustaka. Dengan fitur yang dapat digunakan, bahkan pada gambar juga terletak fitur meletakkan kontak perpustakaan yang dapat dihubungi sehingga pelayanan yang ingin ditanyakan bisa secara langsung kepada pengelola perpustakaan universitas tersebut. Instagram juga meletakkan fitur sorotan yang terletak pada Instagram, ini juga memudahkan pengguna atau pengiikut melihat informasi yang hanya sekali diinformasikan perpustakaan.

KESIMPULAN

Penggunaan sosial media seperti instagram menurut penelitian yang dilakukan Aras & Çolaklar (2015) bahwa Perpustakaan Perguruan Tinggi dapat menggunakan media sosial untuk memberi tahu penggunanya tentang materi dan sumber daya baru, untuk memberikan informasi tentang perpustakaan, mensosialisasikan acara, melakukan campaign perpustakaan, serta kegiatan yang berkaitan dengan sosial dan budaya. Dalam pengimplementasian media social bisa menjadi beberapa kegunaan:

1. Menjadi media promosi perpustakaan dalam berbagi informasi, kegiatan pengoleksian atau ketersediaan buku bagi pemustaka.
2. Menjadi media pelayanan pusat bantuan dan petunjuk bagi pemustaka dan pengikut akun.

DAFTAR PUSTAKA

- Cahyani, N. P., & Asri, T. M. (2018). Rencana dan Pelaksanaan Promosi Ruang Baca Melalui bedia Sosial (Instagram) di Ruang baca Fakultas Ilmu Komputer Universitas Brawijaya Malang. *Vok@sindo: Jurnal Ilmu Terapan dan Karya Nyata* , 64-77.
- Drakel, W. J., & dkk. (2018). Prilaku Mahasiswa dalam Menggunakan Media Sosial di Universitas Sam Ratulangi Manado. *HOLISTIK, Journal of Social and Culture*, 1-20.

- Hidayat, F. P. (2020). Aktualisasi Diri Mahasiswa di Media Sosial Instagram. *Repositori UMSU*.
- Iqbal, R., & Yunita, I. (2020). Media Promosi Perpustakaan Perguruan Tinggi di Era Milenial dan Revolusi Industri 4.0. *Jurnal El-Pustaka*, 16-26.
- Kaffah, S., & dkk. (2018). Pemanfaatan Media Sosial pada Perpustakaan Perguruan tinggi: Studi pada Perpustakaan Perguruan Tinggi di Singanpura. *MIP-UGM*, 11.
- Kiantini, R. (2021). Kajian Literatur: Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Layanan Perpustakaan di Masa Pandemi. *SRATEGY: Jurnal Inovasi Strategi dan Model Pembelajaran*, 71-79.
- Meilita, W. (2020). Pemanfaatan Website dan Media Sosial Perpustakaan dalam Layanan Referensi Perpustakaan Perguruan Tinggi. *Jurnal Ilmu Informasi dan Kearsipan*, 1-22.
- Ningrum, A. K. (2022). Instagram Sebagai Media Komunikasi Perpustakaan UIN SAIZU. *Daluang: Journal of Library and Information*, 1-12.
- Prabowo, A., & Absor, U. (2019). Mediatasi Perpustakaan Perguruan Tinggi di Yogyakarta pada Instagram dalam Promosi kepada Masyarakat. *Nusantara Journal of Information and Library Studies*, 171-188.
- Suharso, P., & dkk. (2020). Layanan Perpustakaan Universitas dalam Menghadapi Pandemi Covid-19. *Anuva: Jurnal Kajian Budaya, Perpustakaan, dan Informasi*, 271-286.
- Suharso, P., & Muntiah, A. (2020). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Pada Perpustakaan Perguruan Tinggi. *EduLib*, 1-14.
- Suharso, P., & Pramesti, A. N. (2020). Promosi Perpustakaan Melalui Instagram: Studi di Perpustakaan Universitas Airlangga. *Publication Library and Information Science*, 66-74.
- Utomo, E. P. (2019). Pemanfaatamn Sosial Media Sebagai Bentuk Inovasi, Strategi Komunikasi dan Kreatifitas Layanan di Perpustakaan Perguruan Tinggi. *Tik Ilmeu: Jurnal Ilmu Perpustakaan dan Informasi*, 27-36.

Sci-Tech Journal

Volume 2 Nomor 2 (2023) 217-232 E-ISSN 2830-6759

DOI: 10. 56709/stj.v2i2.82

Yenianti, I. (2019). Promosi Perpustakaan Melalui Media Sosial di Perpustakaan IAIN Salatiga. *Pustabilia: Journal of Library and Information Science*, 223-237.