

USULAN KERANGKA KEBIJAKAN PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL UNTUK PERPUSTAKAAN PERGURUAN TINGGI

Bekti Mulatiningsih^{1*} dan Kelly Johnson²

¹Kandidat PhD, Queensland University of Technology, Brisbane, Australia

²*Liaison Librarian*, Queensland University of Technology, Brisbane, Australia

*Korespondensi: b.mulatiningsih@qut.edu.au

ABSTRACT

This study provides proposed core elements of social media policy that specifically designed for academic libraries. Evaluation of social media policies from five organisations and a review of the literature were used for data collection. There are 15 proposed core elements recommended: policy objectives; policy definition; scope of the policy; university's vision and mission; policy users; disclaimer; confidentiality; copyright; privacy; workflow; public information; the use of professional language; the accuracy of the information; rule for links; and university and library's voices. The results of this study provide important aspects in the development of social media policy. The proposed core elements of the social media policy discussed in this paper is specifically designed for the academic libraries, but can also be used for other library types.

ABSTRAK

Kajian ini memuat usulan kerangka kebijakan penggunaan media sosial dari elemen-elemen inti yang disusun khusus untuk perpustakaan perguruan tinggi. Evaluasi kebijakan penggunaan media sosial dari lima organisasi dan kajian literatur digunakan untuk pengumpulan data. Ada 15 elemen inti kebijakan yang diusulkan, yaitu: tujuan kebijakan; definisi kebijakan; lingkup kebijakan; visi dan misi universitas; sasaran pengguna kebijakan; *disclaimer*; kerahasiaan; hak cipta; privasi; alur kerja; informasi publik; penggunaan bahasa profesional; keakuratan informasi; kaidah tautan; serta suara universitas dan perpustakaan. Hasil kajian ini menyediakan aspek penting dalam pengembangan kebijakan penggunaan media sosial. Usulan elemen inti kebijakan yang diusulkan dalam kajian ini secara khusus dirancang untuk perpustakaan perguruan tinggi, tetapi dapat juga digunakan untuk perpustakaan jenis lainnya.

Keywords: Social media; Social media policies; Libraries; Academic libraries; Library management; Library and information science.

1. PENDAHULUAN

Kemajuan di bidang teknologi informasi dan komunikasi (TIK) mengubah cara orang memproses dan berinteraksi dengan informasi. Internet menyediakan tempat bagi penggunaannya untuk dapat terhubung dengan pengguna lainnya dan berkolaborasi dalam sebuah lingkungan jaringan sosial (Parameswaran and Whinston, 2007). Saat ini, sebagian besar orang memiliki jaringan media sosial *online*. Bahkan, sudah banyak organisasi dan perusahaan yang telah mengambil keuntungan dari pemanfaatan jaringan media sosial *online* untuk tujuan tertentu. Contohnya, untuk mencapai pasar yang ditargetkan atau untuk memperluas layanan pelanggan. Namun, perlu disadari juga bahwa kesalahan di media sosial dapat terjadi. Telah banyak contoh kasus yang merugikan sebuah organisasi karena kesalahan yang bermula di media sosial. Kehadiran *online* sebuah organisasi di jaringan media sosial adalah representatif nyata dari organisasi tersebut. Penggunaan akun media sosial resmi milik organisasi yang tidak didasari oleh kebijakan penggunaan media sosial dapat menyebabkan kesalahan, baik di masa sekarang maupun masa yang akan datang. Hal ini dapat berdampak buruk pada reputasi organisasi tersebut.

Sebagai bagian penting dari universitas, perpustakaan perguruan tinggi memiliki mandat untuk memberikan layanan yang inovatif untuk penggunanya, termasuk mahasiswa, staf, dan akademisi. Sekarang ini, semakin banyak orang, termasuk pengguna perpustakaan, yang memiliki kehadiran *online* di media sosial. Perpustakaan dapat memanfaatkan peluang ini, tidak hanya untuk menjangkau para pengguna dalam memasarkan layanan perpustakaan, tetapi juga untuk mendukung kebutuhan informasi pengguna perpustakaan. Contohnya, dengan menyediakan layanan referensi *online* melalui media sosial. Kehadiran perpustakaan secara *online* di media sosial, dapat meningkatkan komunikasi dan hubungan antara perpustakaan dan pengguna.

Langkah pertama dalam proses ini adalah menyusun kebijakan penggunaan media sosial. Kebijakan ini berupa kebijakan pengelolaan akun media sosial resmi perpustakaan dan pedoman kerja bagi staf yang bertugas mengelola akun tersebut. Meskipun telah banyak diskusi mengenai elemen-elemen kebijakan penggunaan media sosial yang dibahas dalam kajian pustaka dan media informal seperti *blog*, hanya sedikit studi empiris mengenai topik ini yang tersedia dalam konteks spesifik bidang ilmu perpustakaan dan informasi. Dengan demikian, kajian ini bertujuan untuk mengatasi kesenjangan dalam literatur yang ada. Hasil kajian ini menghasilkan usulan kerangka kebijakan penggunaan media sosial khususnya untuk perpustakaan perguruan tinggi, tetapi dapat juga digunakan untuk perpustakaan jenis lainnya sebagai jawaban dari pertanyaan penelitian:

Elemen inti apa yang perlu disertakan dalam kebijakan penggunaan media sosial untuk perpustakaan perguruan tinggi?

Kajian ini dimulai dengan definisi media sosial yang digunakan dalam kajian ini untuk menyamakan persepsi pembaca. Kemudian, dibahas latar belakang singkat mengenai kehadiran *online* di media sosial dan isu-isu khusus yang berhubungan dengan ranah *online*. Perbandingan dan evaluasi dari lima contoh nyata kebijakan penggunaan media sosial dari organisasi-organisasi bidang perpustakaan dan bidang lainnya dipaparkan pada bagian hasil kajian. Kemudian, pembahasan dilanjutkan dengan diskusi mengenai elemen inti yang diusulkan untuk menyusun kerangka kebijakan penggunaan media sosial untuk perpustakaan perguruan tinggi. Kajian ini kemudian diakhiri dengan pembahasan mengenai kriteria evaluasi untuk kebijakan penggunaan media sosial.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Kajian sebelumnya yang berkaitan dengan topik studi kebijakan penggunaan media sosial dipaparkan dalam bagian berikut ini. Perlu diketahui bahwa tinjauan literatur dalam kajian ini adalah tinjauan singkat dan tidak dimaksudkan untuk menjadi tinjauan literatur yang lengkap dan mendalam. Informasi yang dipaparkan dalam tinjauan literatur ini diharapkan dapat memberikan landasan, asumsi, dan informasi lainnya mengenai topik kajian ini yang kemudian dapat dikembangkan lebih lanjut (Sowers, et al., 2001). Informasi dasar yang diperlukan dan pengetahuan terbaru mengenai penyusunan kebijakan penggunaan media sosial diambil dari tinjauan literatur area disiplin yang relevan. Selain penggunaan publikasi ilmiah, karena sifat dan keaktualan topik studi ini, penulis juga menggunakan sumber *online* yang relevan dan terpercaya, seperti dokumen kebijakan suatu organisasi dan *blog*. Perlu juga diketahui bahwa dalam kajian ini, penggunaan informasi dari sumber *online* (seperti *blog*) digunakan setelah melalui pertimbangan yang hati-hati dan kritis (Meth & Williams, 2006).

2.1 Definisi Media Sosial

Dalam studi ini, penulis menggunakan definisi media sosial dari Kaplan dan Haenlien (2010:61) yang mendefinisikan media sosial sebagai kelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun dari pondasi ideologi dan teknologi Web 2.0, dan yang memungkinkan terjadinya penciptaan dan pertukaran konten yang dihasilkan oleh pengguna (*user generated content*).

2.2 Kehadiran *Online* di Media Sosial

Sekarang ini, kebanyakan orang hadir secara *online* di media sosial. Generasi muda yang tumbuh di era media sosial dapat dilihat sebagai pergeseran generasi dalam demografi terhadap pertumbuhan populasi yang mendukung keterbukaan, serta keinginan bawaan manusia untuk membentuk identitas dan berkumpul dalam sebuah komunitas (Dutta dalam Reid, 2009:35). Itulah sebabnya, berbagai macam komunitas *online* dapat ditemukan di situs sosial. Dalam menanggapi fenomena ini, perpustakaan sebaiknya mampu menjangkau para pengguna perpustakaan yang memiliki kehadiran *online*. Melalui media sosial, perpustakaan dapat memasarkan produk dan jasa perpustakaan dalam rangka mendukung kebutuhan informasi penggunanya.

Li dan Bernoff (2008:18-37) memaparkan beberapa contoh media sosial yang dapat digunakan di perpustakaan untuk meningkatkan partisipasi dan hubungan dengan penggunanya:

1) *Blog* (termasuk *micro-blogging* seperti Twitter)

Blog dapat digunakan untuk memperkenalkan produk, program, dan layanan perpustakaan. *Blog* juga memungkinkan perpustakaan bergabung dalam lingkaran konsorsium *blog* perpustakaan dengan lingkup yang lebih besar untuk berbagi ide dengan perpustakaan lain dan mengomunikasikan keberhasilan yang diraih perpustakaan. Selain itu, *blog* dapat menjadi tautan informal dan terpercaya bagi pengguna perpustakaan untuk mengetahui informasi lebih lanjut mengenai perpustakaan.

2) Jaringan sosial

Perpustakaan dapat hadir secara *online* di jaringan sosial untuk dapat merespon isu atau suatu masalah dengan cepat. Kehadiran perpustakaan secara *online* di jaringan sosial dapat menjadi alat promosi sekaligus menjadi salah satu cara yang ‘bersahabat’ untuk berinteraksi dengan pengguna perpustakaan.

3) Wiki

Wiki merupakan sarana media sosial yang efektif dan efisien untuk berdiskusi dan berbagi informasi dengan staf internal perpustakaan atau dengan pekerja informasi lainnya.

4) Forum *online*

Staf perpustakaan dapat bergabung dalam forum-forum *online* pengguna perpustakaan untuk menjawab pertanyaan atau kritik yang ditujukan untuk perpustakaan tempat mereka bekerja dengan cara yang positif.

Sarana media sosial yang disebutkan di atas hanyalah beberapa contoh media sosial populer yang dapat digunakan oleh perpustakaan. Apapun jenis sarana media sosial yang digunakan oleh perpustakaan, perlu diingat bahwa “aturan dasar dalam penggunaan media sosial adalah berperilaku sosial” (Ettinger seperti dikutip dalam Reid, 2009:34). Contohnya, staf harus menyelesaikan dialog dengan penggunanya dalam menjawab pertanyaan atau kritik yang ditanyakan di akun media sosial milik perpustakaan. Staf tidak boleh begitu saja mengabaikan pertanyaan dan kritik yang

dilayangkan ke akun media sosial milik perpustakaan karena komunikasi dua arah merupakan salah satu faktor utama tujuan penggunaan media sosial di perpustakaan. Penting bagi perpustakaan untuk ikut terlibat dalam percakapan pengguna agar dapat memberikan pelayanan terbaik untuk mereka.

2.3 Masalah dalam Penggunaan Media Sosial di Sebuah Organisasi

Menunda respon atau mengabaikan media sosial juga dapat merusak reputasi sebuah organisasi. Li dan Bernoff (2008) berpendapat bahwa publik telah menggunakan media sosial untuk berkomunikasi antara satu sama lainnya dan menggunakan media sosial untuk memotong jalur komunikasi “tradisional” (seperti *e-mail* atau telepon pengaduan) di perusahaan atau organisasi seperti perpustakaan. Bagi perpustakaan perguruan tinggi, keterlibatan dalam media sosial dapat meningkatkan reputasi dan posisi perpustakaan di mata mahasiswa dan universitas secara keseluruhan. Akan tetapi, tanpa kebijakan penggunaan media sosial yang jelas, kesalahan serius yang terjadi di media sosial dapat mempengaruhi citra perpustakaan dan universitas. Farkas (2009:35) meringkas dilema ini dengan baik, “seorang pustakawan yang menulis status di komunikasi *online*-nya mengenai antusiasme pada pekerjaannya dapat menimbulkan simpati dari pengguna perpustakaan. Namun, menulis status mengenai masalah yang dihadapinya dengan pengguna, dapat menimbulkan respon negatif dari pengguna”. Jadi, penting bagi organisasi untuk memahami risiko dan manfaat penggunaan media sosial sebelum memutuskan untuk memiliki kehadiran *online* di media sosial.

Ada beberapa risiko yang dapat terjadi dalam penggunaan media sosial di sebuah organisasi. Beberapa kejadian yang terjadi baru-baru ini akibat kesalahan dalam penggunaan media sosial di sebuah organisasi semakin menyoroti pentingnya kebutuhan akan adanya kebijakan penggunaan media sosial yang efektif. Misalnya pada kasus yang dialami oleh Domino Pizza. Domino Pizza memiliki beberapa kehadiran *online* pada jaringan media sosial, seperti YouTube, Myspace, Facebook dan Twitter (Lardinois, 2009). Kemudian, pada tahun 2009, dua orang staf Domino Pizza mengunggah sebuah video lelucon yang merekam kegiatan mereka sedang mencemari pizza yang mereka buat dan kemudian mengirimkan pizza tersebut kepada pelanggan. Hal ini mendapat reaksi keras dari masyarakat dan sangat merugikan citra perusahaan. Jajaran Direksi Domino Pizza pun akhirnya harus mengeluarkan pernyataan maaf secara resmi kepada publik untuk mengklarifikasi bahwa video yang diunggah adalah sebuah lelucon (*prank*).

Contoh insiden lainnya dilakukan oleh seorang pria bernama Eddie Okubo yang memuji desain terbaru kendaraan Honda pada halaman resmi Facebook Honda. Pemberi komentar lainnya di halaman Facebook Honda kemudian menemukan fakta bahwa Okubo adalah Kepala Perencanaan Produk Honda. Dalam komentar dan profil Facebook pribadinya, Okubo tidak mencantumkan pernyataan atau mengatakan bahwa semua komentar yang muncul dari akun pribadi Facebook-nya adalah pendapatnya sebagai seorang individu dan tidak mewakili perusahaan tempat dia bekerja (*disclaimer*). Kejadian ini memaksa Honda untuk meminta maaf kepada publik dan menghapus komentar Okubo dari halaman Facebook Honda. Hal ini mungkin tidak tampak seperti masalah besar bagi sebagian orang, tetapi pada kenyataannya, komunitas pelanggan potensial Honda merasa mereka telah dibohongi dan dimanipulasi oleh komentar palsu (Lieberman, 2009).

Kesalahan seperti contoh di atas dapat dihindari dengan adanya kebijakan yang jelas mengenai penggunaan media sosial. Setidaknya, dengan adanya kebijakan ini, staf akan berpikir dua kali

sebelum *posting* sesuatu ke media sosial. Banyak organisasi yang mungkin berpikir bahwa kerugian yang ditimbulkan media sosial lebih besar dari pada keuntungan yang dapat diperoleh, terutama ketika organisasi mengizinkan staf untuk terlibat dalam pengelolaan akun media sosial resmi milik organisasi. Namun, sebagian besar orang sekarang ini hadir secara *online* di media sosial, demikian juga halnya dengan pengguna perpustakaan. Dengan demikian, perpustakaan sebaiknya mengambil kesempatan ini untuk menjangkau para pengguna mereka dan memperluas layanan perpustakaan.

3. METODE

Kajian ini berfokus pada kebijakan penggunaan media sosial untuk staf perpustakaan. Penulis mempelajari kebijakan penggunaan media sosial dari berbagai sektor, baik perpustakaan maupun sektor lainnya agar dapat membuat daftar elemen-elemen inti yang solid sehingga dapat digunakan sebagai kerangka perencanaan kebijakan penggunaan media sosial, baik di perpustakaan perguruan tinggi secara khusus maupun di perpustakaan jenis lainnya secara umum.

Untuk menyusun daftar elemen inti kebijakan penggunaan media sosial, penulis membandingkan dan mengevaluasi lima contoh nyata kebijakan penggunaan media sosial di organisasi National Library of Australia (NLA), The Coca Cola Company (CCC), University of Michigan (U-M), The Queensland Government (QLD Gov), dan Associated Press (AP), baik dari sektor perpustakaan maupun sektor lainnya. Penggunaan media sosial pada lima organisasi tersebut kemudian dieksplorasi sebagai konteks untuk studi kasus. Penetapan jumlah organisasi yang dibahas dalam kajian ini didasarkan pada batasan waktu penelitian. Selain melakukan perbandingan dan evaluasi lima kebijakan yang ada, penulis juga meninjau literatur yang berkaitan dengan topik media sosial. Kemudian, penulis menyusun kerangka elemen inti kebijakan penggunaan media sosial yang diusulkan secara khusus untuk perpustakaan perguruan tinggi.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Lima kebijakan penggunaan media sosial yang dipilih dalam penelitian ini adalah kebijakan dari National Library of Australia (NLA) (2012), The Coca Cola Company (CCC) (2013), University of Michigan (U-M) (2010), The Queensland Government (QLD Gov) (2011), dan Associated Press (AP) (2013). Kompilasi evaluasi dari lima kebijakan tersebut diringkas dalam Tabel 1.

Tabel 1. Ringkasan Evaluasi Lima Kebijakan Penggunaan Media Sosial

Elemen	NLA	CCC	UM	QLD Gov	AP
Tujuan kebijakan	✓	✓	✓	✓	✓
Lingkup kebijakan	✓	✓	✓	✓	✓
Kerahasiaan informasi internal	✓	✓	✓	✓	✓
Hak cipta	✓	✓	✓	✓	✓
Aksesibilitas	✓	✓	✓	✓	✓
Manajemen informasi/rekod	✓	✓	✓	✓	✓
Proses persetujuan	✓	✓	✓	✓	✓
Frekuensi <i>update/posting</i>	×	×	✓	✓	×
Kualitas informasi	✓	✓	✓	✓	✓
Penggunaan atas nama organisasi dan pribadi (<i>disclaimer</i>)	✓	✓	✓	✓	✓
Pelatihan dan pendidikan	×	✓	×	✓	×
Kaidah tautan	✓	✓	✓	✓	✓
Identitas staf	✓	✓	✓	✓	✓
Penggunaan logo organisasi	×	×	✓	✓	✓
Jadwal pembaruan kebijakan	✓	×	×	✓	×

Selain mengevaluasi lima kebijakan penggunaan media sosial di atas, penulis juga meninjau literatur yang berkaitan dengan penggunaan media sosial di organisasi. Penulis berpendapat bahwa kunci dalam perancangan kebijakan penggunaan media sosial yang baik adalah membuat kebijakan yang tidak hanya memberikan perlindungan hukum bagi organisasi, tetapi juga sekaligus memberikan staf kebebasan dan fleksibilitas untuk menggunakan media sosial secara informal. Pendapat ini didukung oleh argumen dari Coutinho (2011) yang menilai bahwa kebijakan yang kompleks dan sangat rinci sebenarnya akan menyebabkan lebih banyak masalah karena staf tidak dapat memahami atau mengasimilasi semua aturan. Sebaliknya, untuk membuat kebijakan penggunaan media sosial yang tepat, Coutinho (2011:2) menyarankan “pendekatan yang membuat staf diperlakukan sebagai orang dewasa dan dipandu oleh konsep-konsep dasar yang dapat mengatur penggunaan semua teknologi, termasuk telepon, Internet, pesan teks, *blog*, dan media sosial”.

Penulis kemudian menyederhanakan konsep yang dikemukakan oleh Coutinho (2011) dalam daftar di bawah ini.

- 1) Segala sesuatu yang di-*posting* di internet akan tetap ada selamanya.
- 2) Jangan *posting* suatu berita atas nama organisasi kecuali diberi wewenang untuk melakukannya.
- 3) Jaga kerahasiaan informasi organisasi yang tidak diperuntukan untuk publik.
- 4) Selalu berasumsi bahwa setiap *posting* atau percakapan di media sosial akan menjadi informasi publik dan dapat digunakan oleh pihak ketiga untuk tujuan apapun.
- 5) Beri rujukan untuk setiap karya yang digunakan di media sosial. Rujukan ini harus mengikuti aturan hak cipta dan referensi standar yang berlaku.
- 6) Hormati hak orang lain untuk mengekspresikan pendapat.

- 7) Hormati hak privasi staf lain.
- 8) Hindari penggunaan media sosial pada jam kerja kecuali jika hal tersebut termasuk dalam lingkup pekerjaan.
- 9) Jangan membicarakan masalah bisnis, internal atau eksternal, menggunakan media sosial milik organisasi.
- 10) Jangan membicarakan kinerja staf, mitra bisnis, vendor, dan pengguna menggunakan media sosial.
- 11) Patuhi semua peraturan hukum yang berlaku. Pelecehan, penghinaan, dan isu SARA tidak dapat ditolerir.
- 12) Setiap pernyataan atau *posting* tentang organisasi atau staf harus dapat diverifikasi.
- 13) Jangan berharap akan adanya privasi untuk setiap komunikasi yang terjadi di media sosial karena media sosial adalah ruang publik.

Kroski mengusulkan satu set kebijakan penggunaan media sosial khusus untuk konteks perpustakaan. Pedoman ini mencakup aktivitas penggunaan media sosial tidak saja untuk penggunaan media sosial dalam lingkup profesional, tetapi juga dalam lingkup kehidupan pribadi staf. Pedoman dari Kroski (2009:45-46) tersebut adalah sebagai berikut.

- 1) Gunakan *disclaimer* (sangkalan) untuk akun resmi organisasi dan akun pribadi staf.
- 2) Jangan menyebarkan rahasia (mengenai pelanggan, klien, organisasi, maupun rekan kerja).
- 3) Jadi diri sendiri – (gunakan nama asli dan sebutkan jabatan profesional Anda).
- 4) Hormati peraturan hak cipta.
- 5) Hormati rekan kerja Anda.
- 6) Hindari pertengkaran *online*.
- 7) Hanya *posting* informasi yang akurat dan dapat diverifikasi.
- 8) Gunakan aturan staf yang berlaku sebagai rujukan.
- 9) Berikan pertimbangan yang positif (baik).
- 10) Bermanfaat.
- 11) Bertanggung jawab.

Kemudian, penulis meringkas ide dari Lauby (2009) yang mengusulkan gagasan-gagasan menarik untuk dipertimbangkan dalam penyusunan kebijakan penggunaan media sosial, yaitu sebagai berikut.

- 1) Berikan pemahaman mengenai tujuan penggunaan media sosial untuk organisasi.
- 2) Bertanggung jawab atas apa yang ditulis di media sosial.
- 3) Otentik.
- 4) Kenali siapa audiens anda.
- 5) Berikan pertimbangan yang positif (baik).
- 6) Pahami konsep komunitas.
- 7) Hormati peraturan hak cipta dan *fair use*.
- 8) Lindungi rahasia organisasi.
- 9) Bermanfaat.
- 10) Produktif.

Dari hasil evaluasi lima kebijakan dan kajian literatur yang dibahas di atas, dapat diketahui bahwa lingkup kebijakan penggunaan media sosial sangat luas. Berdasarkan proses analisis, penulis

mengelompokan secara garis besar dua jenis kebijakan penggunaan media sosial.

1. Kebijakan yang berfokus pada rincian penggunaan media sosial.

Contohnya: Frekuensi *posting* per hari, batas waktu maksimal untuk menjawab pertanyaan, proses alur kerja (siapa yang akan memberi persetujuan untuk *posting* informasi tertentu dan kapan harus dipublikasikan).

2. Kebijakan aturan penggunaan

Contohnya: Hal-hal yang boleh dan tidak boleh dilakukan staf di media sosial.

Untuk perpustakaan perguruan tinggi, penulis merekomendasikan perpaduan dari kedua jenis kebijakan, tetapi dengan penekanan lebih berat pada kebijakan penggunaan. Penulis percaya bahwa ini adalah cara paling cepat dan efektif bagi perpustakaan perguruan tinggi agar dapat masuk ke ranah media sosial dengan tetap menjaga citra perpustakaan sekaligus memberikan pedoman bagi staf dalam penggunaan media sosial.

4.1 Usulan Elemen Inti

Berdasarkan proses analisis di atas, penulis mengusulkan kerangka kebijakan penggunaan media sosial untuk perpustakaan perguruan tinggi yang meliputi elemen-elemen berikut.

1. Tujuan kebijakan.

Gomes (2011) berpendapat bahwa perencanaan kebijakan penggunaan media sosial mendefinisikan hubungan organisasi dengan komunitasnya secara *online* dan harapan perilaku staf organisasi tersebut. Dengan adanya elemen tujuan kebijakan ini, organisasi akan mampu menginformasikan tujuan dibuatnya kebijakan penggunaan media sosial sehingga masyarakat mengetahui apa yang dapat mereka harapkan pada jalur media sosial tersebut.

2. Definisi kebijakan.

Definisi mengenai apa yang dimaksud dengan kebijakan penggunaan media sosial dan juga penjelasan bahwa kebijakan ini merupakan tambahan dari kebijakan staf yang telah ada sebelumnya.

3. Lingkup kebijakan.

4. Visi dan misi universitas.

Hal ini dimaksudkan untuk menunjukkan bagaimana kebijakan penggunaan media sosial ini sejalan dengan visi dan misi universitas.

5. Sasaran pengguna kebijakan.

6. *Disclaimer*.

Dalam hal penggunaan media sosial untuk pribadi, staf harus menjelaskan bahwa komentar atau apapun yang mereka *posting* di media sosial melalui akun pribadi staf tersebut tidak mencerminkan suara universitas atau perpustakaan, dan bahwa komentar tersebut adalah pendapat pribadi mereka.

7. Kerahasiaan.

Masalah internal organisasi tidak boleh disebar atau dikomentari melalui media sosial.

8. Hak cipta.

Setiap gambar, video, rekaman suara atau teks yang digunakan di akun jaringan media sosial milik perpustakaan harus jelas pencantuman hak ciptanya.

9. Privasi.

Sebaiknya, semua hal yang berkaitan dengan privasi seseorang tidak disebar melalui media sosial. Staf harus benar-benar mengerti konsep ini, karena setiap orang memiliki definisi dan batasan yang berbeda dalam memahami konsep privasi (Gomes, 2011).

10. Alur kerja.

Elemen ini bersifat opsional, tetapi tim penyusun kebijakan perlu memikirkan apakah dan kapan perlu ada proses persetujuan untuk informasi yang akan disebar melalui media sosial. Misalnya, administrator media sosial perlu memeriksa konsistensi informasi sebelum informasi tersebut disebar, terutama untuk *blog* (Scott, 2010).

11. Informasi publik.

Staf harus memahami bahwa apapun yang disebar melalui internet akan menjadi informasi publik dan bersifat permanen. Jadi, staf harus hati-hati sebelum mereka menyebarkan informasi apapun melalui internet, termasuk melalui media sosial.

12. Penggunaan bahasa profesional.

Staf perpustakaan yang bertugas sebagai administrator media sosial merupakan representasi dari perpustakaan dan universitas yang menaunginya. Jadi, staf tersebut harus mematuhi kebijakan universitas mengenai keragaman latar belakang pengguna perpustakaan dan berperilaku profesional dalam menjalankan tugasnya. Informasi dan komentar yang mengandung SARA (suku, agama, ras, dan antar-golongan) atau pelecehan terhadap suatu komunitas tertentu tidak dapat ditolerir.

13. Keakuratan informasi.

Informasi apapun yang disebar melalui media sosial harus akurat dan dapat diverifikasi. Apabila terjadi kesalahan informasi, kesalahan tersebut harus diakui secara terbuka dan disertai dengan permintaan maaf.

14. Kaidah tautan.

Tentukan kategori layak untuk situs yang ditautkan pada informasi yang disebar melalui media sosial milik perpustakaan. Perlu dipikirkan bagaimana situs yang ditautkan tersebut akan merefleksikan profil universitas dan perpustakaan. Hal ini disebabkan pengguna akan menganggap bahwa universitas dan perpustakaan menyetujui isi informasi di situs tersebut apabila tautan situs tersebut tercantum dalam informasi yang disebar di akun media sosial resmi milik perpustakaan.

15. Suara universitas dan perpustakaan.

Penulis merekomendasikan staf dipersilahkan untuk berkomunikasi dengan pengguna menurut gaya kepribadian mereka. Akan tetapi, staf juga harus mematuhi kebijakan yang berlaku dan bersikap profesional. Jika diperlukan, nama dan jabatan staf harus dicantumkan dengan jelas ketika seorang staf *posting* sesuatu atau memberikan komentar di media sosial milik perpustakaan.

4.2 Evaluasi dan Rekomendasi

Bagian penting dari sebuah strategi atau kebijakan baru adalah untuk memastikan apakah kebijakan tersebut sesuai dengan tujuan kebijakan dan tepat sasaran. Oleh karena itu, usulan kebijakan penggunaan media sosial ini perlu dievaluasi secara berkala untuk penyesuaian dan penambahan elemen. Penulis mengusulkan setelah tiga bulan kebijakan penggunaan media sosial ini berjalan, tim penyusun kebijakan dan jajaran manajemen melakukan evaluasi. Evaluasi ini akan

mencakup survei untuk staf internal perpustakaan dan pengguna perpustakaan dengan tujuan untuk memperoleh masukan terhadap kebijakan yang telah berjalan. Untuk staf internal perpustakaan, pertanyaan survei mencakup:

- 1) Apakah kebijakan ini terlalu membatasi staf?
- 2) Apakah kebijakan ini cukup jelas dan mudah dipahami?
- 3) Apakah anda merasa nyaman menggunakan media sosial dalam kapasitas profesional?
- 4) Apakah kebijakan ini membantu anda dalam berkomunikasi dengan pengguna?
- 5) Apakah kebijakan ini membantu pengembangan profesional anda melalui saluran komunikasi *online*?

Sementara itu, untuk pengguna perpustakaan, pertanyaan survei mencakup:

- 1) Pernahkah Anda berkomunikasi dengan staf perpustakaan melalui akun resmi media sosial perpustakaan seperti Facebook dan Twitter?
- 2) Bagaimana tanggapan Anda mengenai pelayanan yang diberikan staf perpustakaan melalui jalur media sosial?
- 3) Cara berkomunikasi seperti apa yang Anda pilih untuk berkomunikasi dengan staf perpustakaan?

Hasil survei tersebut digunakan untuk memperbaiki kebijakan penggunaan media sosial yang ada. Evaluasi berikutnya dianjurkan dilakukan setelah enam bulan untuk menetapkan kebijakan final. Setelah itu, kebijakan diperbarui setiap tahun atau sesuai kebutuhan. Tabel 2 yang dipaparkan di bawah ini merupakan contoh jadwal evaluasi kebijakan dan penanggung jawab tiap kegiatan.

Tabel 2. Contoh Jadwal Evaluasi Kebijakan dan Penanggung Jawab

Kegiatan	Penanggung Jawab
Evaluasi kebijakan penggunaan media sosial organisasi lain dan finalisasi usulan elemen-elemen inti kebijakan untuk disetujui oleh manajemen.	Tim penyusun kebijakan.
Pembuatan draf kebijakan.	Tim penyusun kebijakan.
Proses persetujuan kebijakan.	Manajemen.
Implementasi kebijakan.	Manajer dan pemimpin tim dengan arahan dari tim penyusun kebijakan.
Pelatihan-pelatihan dapat dimasukkan ke dalam rapat bulanan atau diberikan dalam sebuah sesi khusus.	Tim penyusun kebijakan, pemimpin tim, manajemen.
Evaluasi – survei dan kajian internal.	Tim penyusun kebijakan, manajemen.
Penyesuaian dan pembaruan kebijakan.	Tim penyusun kebijakan, pemimpin tim, manajemen.

Untuk memastikan staf menggunakan media sosial secara bertanggung jawab, perlu diperhatikan poin-poin berikut ini.

- 1) Melakukan penelitian lebih lanjut mengenai bagaimana staf dan pengguna perpustakaan menggunakan media sosial.
- 2) Mengembangkan dan menerapkan kebijakan penggunaan media sosial pada staf perpustakaan.

- 3) Mengevaluasi kebijakan secara berkala untuk disesuaikan dengan kebutuhan staf dan kepentingan universitas.

Untuk pertimbangan selanjutnya, penulis menyarankan agar pihak manajemen perpustakaan:

- 1) Menunjuk seorang administrator media sosial yang bertugas untuk memeriksa konsistensi dan pengawasan penggunaan media sosial oleh staf.
- 2) Mengembangkan dan menerapkan kebijakan secara keseluruhan yang sejalan dengan tujuan penggunaan media sosial universitas dan perpustakaan.

5. KESIMPULAN

Perpustakaan perguruan tinggi perlu memperluas jangkauannya ke ruang media sosial untuk meningkatkan layanan mereka kepada penggunanya. Kebijakan penggunaan media sosial yang dirancang dengan baik akan dapat membimbing dan memberikan pedoman dalam penggunaan media sosial di organisasi. Kebijakan ini akan “melindungi” universitas dan perpustakaan secara keseluruhan dari penyalahgunaan media sosial baik yang disengaja maupun yang tidak disengaja. Kebijakan ini juga mengizinkan staf untuk berinovasi dalam berkomunikasi dengan pengguna perpustakaan tanpa menghilangkan sisi profesionalisme yang sesuai dengan kebijakan staf yang telah ada.

Kebijakan yang solid, berisi pedoman-pedoman dasar yang ditetapkan pihak manajemen dalam penggunaan media sosial di organisasi akan membuat staf merasa lebih nyaman menggunakan media sosial. Sebaliknya, pihak manajemen juga lebih mempercayai staf dalam penggunaan media sosial. Usulan kerangka kebijakan dalam kajian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman dasar mengenai elemen-elemen inti kebijakan penggunaan media sosial, khususnya untuk perpustakaan perguruan tinggi.

DAFTAR PUSTAKA

- Associated Press. 2013. Social media guidelines for AP employees. http://www.ap.org/Images/Social-Media-Guidelines_tcm28-9832.pdf (Diakses 8/2/2014).
- Coca-Cola Company. 2013. Online media sosial: the coca-cola company. <http://www.coca-colacompany.com/stories/online-social-media-principles> (Diakses 8/2/2014).
- Coutinho, R. 2011. Keep it simple: Avoid a complicated media sosial policy for your employee handbook. *Public Management*, 93(4), 22. <http://webapps.icma.org/pm/9304/> (Diakses 8/2/2014).
- Farkas, M. 2009. Governing media sosial: Protect your library's brand online. *American Libraries*, 40 (12), 35. <http://americanlibrariesmagazine.org/> (Diakses 8/2/2014).
- Gomes, P. 2011. Friday five: Improving your media sosial policy. <http://www.edelmandigital.com/2011/05/13/friday-five-improving-your-social-media-policy/> (Diakses 9/2/2014).
- Kaplan, A. M., and Haenlein, M. 2010. Users of the world, unite! The challenges and opportunities of media sosial. *Business Horizons*, 53(1), 59–68. doi:10.1016/j.bushor.2009.09.003
- Kroski, E. 2009. Should your library have a media sosial policy? *School Library Journal*, 55(10), 44-46. <http://www.schoollibraryjournal.com/>.
- Lardinois, F. 2009. Domino's: How one YouTube video can ruin a brand, April 16. http://www.readwriteweb.com/archives/dominos_youtube_video.php (Diakses 8/2/2014).
- Lauby, S. 2009. 10 Must-haves for your media sosial policy. <http://mashable.com/2009/06/02/social-media-policy-musts/> (Diakses 9/2/2014).
- Li, C., and Bernoff, J. 2008. *Groundswell: winning in a world transformed by social technologies*. Boston, MA: Harvard Business Press.
- Lieberman, J. 2009. Honda purges select comments from crosstour facebook page. <http://www.autoblog.com/2009/09/03/honda-purges-some-comments-from-crosstour-facebook-page/> (Diakses 9/2/2014).
- Meth, P., and Williams, G. 2006. Literature reviews and bibliographic searches. Dalam V. Desai & R. B. Potter (Eds.), *Doing development research* (pp. 209–222). London: SAGE Publications, Ltd. doi:10.4135/9781849208925.

- National Library of Australia. 2012. Media sosial policy. <http://www.nla.gov.au/policy-and-planning/social-media> (Diakses 8/2/2014).
- Parameswaran, M., and Whinston, A. B. 2007. Social computing: An overview. *Communications of the Association for Information Systems*, 19 (1). <http://aisel.aisnet.org/cais/vol19/iss1/37> (Diakses 8/2/2014).
- Queensland Government. 2011. Policy and guidelines for media sosial. <http://www.qld.gov.au/web/social-media/policy-guidelines/> (Diakses 8/2/2014).
- Reid, C. K. 2009. Should business embrace social networking? *EContent*, 32(5), 34-39. <http://www.econtentmag.com/Articles/Editorial/Feature/Should-Business-Embrace-Social-Networking-54518.htm> (Diakses 8/2/2014).
- Scott, D. E. 2010. Let them communicate. *EContent*, 33(3), 40. <http://www.econtentmag.com/Articles/Column/After-Thought/Let-Them-Communicate-66010.htm> (Diakses 8/2/2014).
- Sowers, K., Ellis, R. A., & Meyer-Adams, N. 2001. Literature reviews. Dalam B. A. Thyer (Ed.), *The handbook of social work research methods*. Thousand Oaks: SAGE Publications, Inc. doi:10.4135/9781412986182
- University of Michigan. 2010. Media sosial guidelines. <http://voices.umich.edu/docs/Social-Media-Guidelines.pdf> (Diakses 8/2/2014).