



PROMOSI PERPUSTAKAAN MELALUI MEDIA SOSIAL: HUBUNGAN ANTARA VARIASI KONTEN INSTAGRAM DAN KETERLIBATAN PEMUSTAKA DI PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS CIPUTRA SURABAYA

Yehuda Abiel, S.Sos.^{1*}; Mychael Maoeretz Engel, S.Kom., M.Cs.²

¹⁻²Universitas Ciputra Surabaya

Disubmit : 03-06-2021
Direview : 07-06-2021
Direvisi : 11-07-2021
Diterima : 15-07-2021

*Korespondensi: yabiel@ciputra.ac.id

ABSTRAK

Pendahuluan. Kondisi pandemi ini membuat interaksi antara perpustakaan dengan pemustaka sangat terbatas. Kondisi pandemi yang berlangsung lama membuat terjadinya *lack of interaction* atau kurangnya interaksi antara perpustakaan dan pemustaka, sedangkan perpustakaan sendiri memiliki koleksi, layanan, dan program yang dapat dimanfaatkan oleh pemustaka, sehingga diperlukan media komunikasi yang efektif untuk mengkomunikasikannya. Salah satu inovasi yang dilakukan adalah dengan pemanfaatan media sosial Perpustakaan dalam hal ini melalui platform media sosial Instagram.

Metode Penelitian. Penelitian ini dilakukan di Perpustakaan Universitas Ciputra Surabaya dan menggunakan metode penelitian Deskriptif Eksploratif yang didukung dengan studi literatur. Observasi, studi literatur untuk mendapatkan data variasi konten manakah yang menghasilkan interaksi dan keterlibatan pemustaka. Pengolahan data dilakukan dengan cara mengelompokkan data sesuai jenis konten Instagram yang telah ditentukan pihak pustakawan. Analisa data dilakukan dengan cara deskriptif untuk memperoleh gambaran tentang jenis konten mana yang memiliki tanggapan paling tinggi.

Hasil dan Pembahasan. Melalui hasil penelitian ini, juga menegaskan bahwa dikarenakan sosial media sendiri bersifat dinamis dan terus berubah, maka Instagram Perpustakaan pun juga harus memiliki konten-konten yang bersifat dinamis dan mengikuti perkembangan tren itu sendiri, agar membuat pemustaka atau audiens semakin tertarik dengan Perpustakaan dan memberi kesan bahwa Perpustakaan adalah tempat dengan informasi yang update dan dekat dengan pemustaka.

Keywords: Social Media; Instagram; Ciputra Surabaya University Library

1. PENDAHULUAN

Pandemi Covid-19 sangat berdampak besar pada Perpustakaan. Salah satu aspek adalah turunnya pengunjung perpustakaan yang datang langsung ke area perpustakaan dan situasi ini juga dihadapi oleh Perpustakaan Universitas Ciputra Surabaya. Kondisi pandemi ini membuat interaksi antara perpustakaan dengan pemustaka sangat terbatas. Sebelum pandemi terjadi, interaksi terjadi antara Perpustakaan dan pemustaka dapat terjalin melalui kunjungan secara fisik ke Perpustakaan, pameran, *talkshow* atau acara diskusi terbuka secara tatap muka, konsultasi dengan pustakawan, bimbingan pemustaka. Kondisi pandemi yang berlangsung lama membuat terjadinya *lack of interaction* atau kurangnya interaksi antara perpustakaan dan pemustaka, sedangkan perpustakaan sendiri memiliki koleksi, layanan, dan program yang dapat dimanfaatkan oleh pemustaka, sehingga diperlukan media komunikasi yang efektif untuk mengkomunikasikannya.

Dalam menghadapi tantangan ini, Perpustakaan Universitas Ciputra Surabaya berusaha melakukan beberapa inovasi agar tetap menjalin komunikasi dan interaksi kepada pemustaka, serta menginformasikan koleksi, layanan, dan program kepada pemustaka selama pembelajaran online di mana pemustaka belum bisa berkunjung secara fisik ke perpustakaan. Salah satu inovasi yang

Yehuda Abiel, et.al. / Promosi Perpustakaan Melalui Media Sosial: Hubungan

Antara ...

70

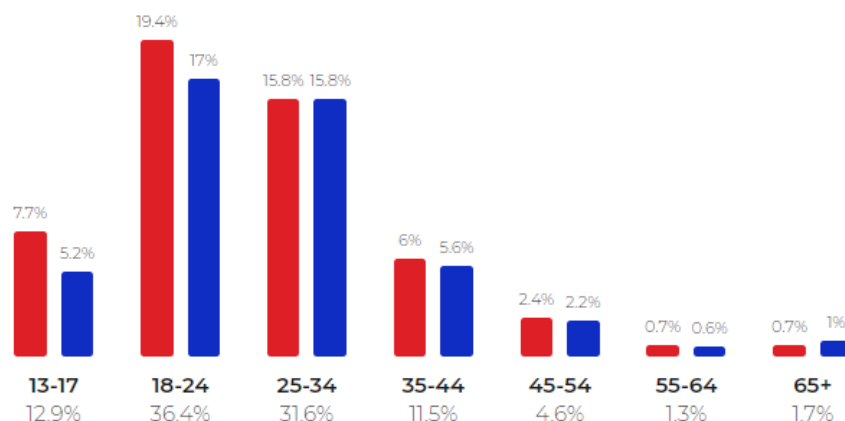


dilakukan adalah dengan pemanfaatan media sosial Perpustakaan dalam hal ini melalui *platform* media sosial Instagram.

Media sosial sendiri telah muncul sebagai alat promosi populer untuk Perpustakaan karena sangat memungkinkan untuk menjangkau dan berkomunikasi dengan pemustaka secara online. Media sosial sendiri didefinisikan sebagai saluran berbasis internet yang membolehkan para penggunanya untuk berhubungan atau berkomunikasi satu sama lain dan dapat mengekspresikan dirinya secara langsung ataupun asinkron, dengan khalayak yang luas (Carr & Hayes, 2015). Media sosial juga memungkinkan para penggunanya untuk membuat profil mereka sendiri dan membuat koneksi dengan orang lain secara online, serta memungkinkan mereka untuk berkontribusi dan berbagi konten dan memberikan komentar secara online (Boyd & Ellison, 2007; Steiner, 2012). Media sosial juga sering dilengkapi dengan berbagai fitur untuk berbagi pesan atau konten dengan mudah ke jaringan pengguna online yang lebih luas, dan dapat berfungsi sebagai alat pemasaran yang menarik dengan biaya yang rendah, bahkan gratis. Media sosial memungkinkan sebuah perpustakaan untuk secara efisien dan efektif mempromosikan layanan, program, dan kegiatan acara mereka secara online ke komunitas pemustaka mereka, dan pada akhirnya menciptakan rasa kebersamaan di antara pemustaka dan perpustakaan (Charnigo & Barnett-Ellis, 2007; De Rosa et al., 2007; Hendrix et al., 2009).

Salah satu dari platform aplikasi sosial media adalah Instagram, yang saat ini menjadi bagian penting dari perkembangan komunikasi dan media saat ini. Instagram sendiri adalah platform media sosial yang berfokus pada pengambilan foto atau video dan memberikan sebuah pengalaman kepada penggunanya untuk mengabadikan serta membagikan momen kehidupan mereka kepada teman-temannya melalui rangkaian foto, gambar, dan filter yang dapat dimanipulasi oleh penggunanya (Yarbil & Argaç, 2017). Instagram memiliki daya tarik tersendiri di mana dalam pengoperasiannya sangat mudah dan sederhana bagi penggunanya: Pengguna membuat foto atau video, kemudian edit, lalu dibagikan atau share. Banyaknya fitur yang dimiliki juga menjadi kelebihan tersendiri serta aspek pengaturan yang relative mudah untuk pengguna platform media sosial yang lain, seperti Facebook dan Twitter (followers, liking, commenting, dan sharing). Setelah konten foto atau video dipilih atau dibuat, konten tersebut dapat diedit menggunakan filter dan dibagikan dengan beberapa tools yang tersedia (Wirianti & Rusfian, 2017).

Saat ini ada sebanyak 82.320.000 pengguna platform Instagram di Indonesia pada bulan Januari 2021, dan telah menyumbang sebanyak 29,8% dari seluruh populasi masyarakat Indonesia dan mayoritas dari pengguna tersebut berjenis kelamin perempuan sebesar 52,6% serta masyarakat dengan rentang usia 18 sampai 24 tahun adalah kelompok pengguna Instagram terbesar, sebanyak 30 juta pengguna (*Instagram Users in Indonesia - January 2021* | NapoleonCat, 2021).



Gambar 1. Rentang Usia Pengguna Instagram di Indonesia pada Januari 2021

Mengingat mahasiswa Universitas Ciputra Surabaya sendiri berada dalam rentang usia 18-22 tahun dan berada dalam kelompok pengguna Instagram terbesar di Indonesia, untuk itu perlu suatu strategi pengelolaan media sosial, khususnya Instagram. Menurut Indarto, (2021) sosial media sendiri selalu berubah dan bersifat dinamis, mulai dari jangkauan pengguna yang saat ini semakin luas karena jaringan internet mulai merata sampai ke daerah-daerah pelosok, lalu juga perkembangan tren yang cepat berubah, tambahan fitur (stiker, gif, filter) pada aplikasi yang semakin bertambah dari waktu ke waktu serta algoritma atau prosedur langkah-demi-langkah penghitungan komputerisasi dari aplikasi sosial media yang selalu berubah. Dikarenakan sosial media sendiri bersifat dinamis dan terus berubah, maka kita pun sebagai pengelola sosial media atau seorang content creator juga harus mengelola dan membuat konten yang bersifat dinamis dan mengikuti perkembangan tren itu sendiri.

Sebelum membuat konten, kita harus tahu dulu topik apa yang hendak kita sampaikan melalui konten yang kita buat, dan konten kita pun harus berisi variasi informasi-informasi yang berbeda berdasarkan topik yang hendak kita angkat, dan variasi konten tersebut harus berisi informasi yang memberikan manfaat serta berguna bagi para pengikut kita, dan harus tampak menarik dalam hal visual. Satu hal lagi yang harus diperhatikan, dalam membuat sebuah konten, harus rutin membuat dan meng-upload ke sosial media, dikarenakan kuantitas sangat diutamakan, karena semakin banyak konten yang dihasilkan, semakin cepat pula mempelajari apa yang audiens sukai dan inginkan dari konten yang dibagikan (Indarto, 2021).

Media sosial Instagram yang digunakan oleh Perpustakaan Universitas Ciputra Surabaya sendiri menggunakan nama @uc_library dan diharapkan agar penyampaian informasi, layanan, serta program atau acara kegiatan dapat tersampaikan ke mahasiswa dan meningkatkan kesadaran layanan melalui variasi konten yang diposting serta rutin dibagikan.

2. METODE

Penelitian ini dilakukan di Perpustakaan Universitas Ciputra Surabaya dan menggunakan metode penelitian Deskriptif Eksploratif yang didukung dengan studi literatur. Metode pengumpulan data menggunakan observasi dan wawancara mendalam. Pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara yang dilakukan dengan kepada pustakawan selaku admin pengguna media sosial Instagram dan praktisi *content creator*. Observasi, studi literatur untuk mendapatkan data variasi konten manakah yang menghasilkan interaksi dan keterlibatan pemustaka. Pengolahan data dilakukan dengan cara mengelompokkan data sesuai jenis konten Instagram yang telah ditentukan pihak pustakawan. Analisa data dilakukan dengan cara deskriptif untuk memperoleh gambaran tentang jenis konten mana yang memiliki tanggapan paling tinggi.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Perpustakaan Universitas Ciputra Surabaya menggunakan sosial media Instagram sebagai salah satu media dalam mempromosikan koleksi, layanan, serta program kegiatan kepada sivitas akademika dengan membuat berbagai variasi konten. Konten yang dibagikan tidak hanya konten seputar layanan, program kegiatan, dan koleksi saja, namun juga konten yang bersifat mixed content, yaitu penggabungan konten yang bersifat populer dan menarik serta trending untuk menarik minat para audiens yang juga mahasiswa Universitas Ciputra Surabaya yang berusia sekitar 18-22 tahun. Hasil pengambilan data dilakukan dengan cara deskriptif dengan melihat jenis konten apa yang memiliki tanggapan berupa like paling tinggi.

3.1 Hasil



Pihak pustakawan sebagai admin dari sosial media Instagram Perpustakaan Universitas Ciputra Surabaya @uc_library, telah menentukan jenis-jenis variasi konten Instagram sebagai berikut:

1. Prestasi
2. Trending Topic -Drakor
3. Tips & Trick
4. Teknologi Layanan Perpustakaan
5. Informatif content
6. UC News
7. Layanan Perpustakaan
8. Podcast Katalog
9. Zoom - iTalk
10. Informatif Content
11. Poster iTalk
12. UC Library News
13. Penghormatan (In loving memory)
14. Video Information Literacy Class
15. Photocontest/Giveaway
16. Quotes
17. Library Newsletter

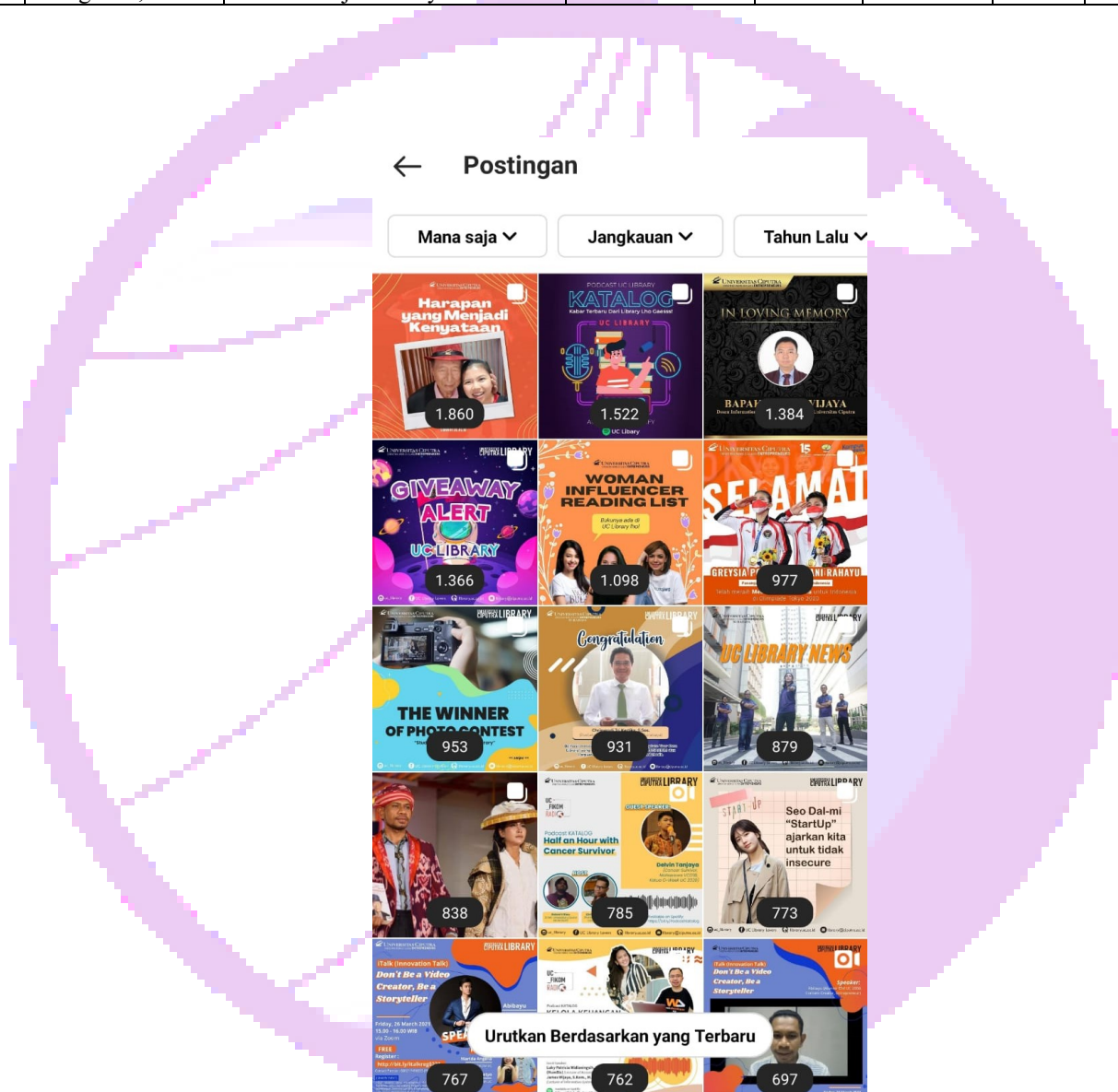
3.2 Pembahasan

Peneliti menentukan data yang akan dianalisis diambil dari 13 konten dengan jumlah like terbanyak dari masing-masing bulan mulai dari bulan Agustus 2020 sampai bulan Agustus 2021 yang diunggah oleh admin sosial media Instagram Perpustakaan Universitas Ciputra Surabaya. Adapun rincian data sebagai berikut:

Tabel 1. Data konten Instagram Perpustakaan Universitas Ciputra Bulan Agustus 2020-Agustus 2021

No	Tanggal Posting	Judul Konten	Jenis Konten	Like	Comment	Share	Save
1	Tuesday, August 4, 2020	Grafis - UC at media	UC Library News	54	0	1	0
2	Tuesday, September 1, 2020	Grafis - Giveaway Alert UC Library	Giveaway	122	52	48	9
3	Friday, October 2, 2020	Grafis - Selamat Hari Batik Nasional	Quotes	73	0	1	2
4	Thursday, November 5, 2020	Foto - Ilustrasi tetap fit di rumah	Informatif content	72	3	0	3
5	Thursday, December 17, 2020	Grafis - UC Library Won 1st Place Evalia 2020	Prestasi	65	8	1	2
6	Friday, January 8, 2021	Foto - Juara 1 EVALIA 2020	Prestasi	100	28	0	0
7	Saturday, February 27, 2021	Video - Podcast Katalog dalam rangka Hari Kanker Sedunia	Podcast Katalog	65	1	30	1
8	Wednesday, March 10, 2021	Grafis - In loving memory	Penghormatan (In loving memory)	133	8	4	2
9	Wednesday, April 28, 2021	Grafis - Woman influencer reading list	Informatif Content	59	2	5	24

10	Friday, May 21, 2021	Grafis - Cara mudah ganti background foto	Informatif Content	61	4	4	26
11	Tuesday, June 29, 2021	Reels - UC Library in New Normal	Reels	44	0	0	0
12	Thursday, July 15, 2021	Grafis - Karya Yehuda Abiel terpilih Juara 1 lomba desain poster dan banner "ASTA ETIKA PUSTAKAWAN INDONESIA"	Prestasi	78	15	0	1
13	Wednesday, August 4, 2021	Foto - Ilustrasi Harapan yang Menjadi Kenyataan	Informatif Content	251	3	18	17



Gambar 1. Tampilan Grafis Konten Instagram Dengan Jumlah Jangkauan Paling Banyak di Instagram Perpustakaan Universitas Ciputra Surabaya

4. KESIMPULAN

Kesimpulan pada penelitian ini adalah dengan variasi konten yang ditentukan oleh pihak Perpustakaan, ditemukan bahwa jenis konten: Informatif Content, Penghormatan (In loving

Yehuda Abiel, et.al. / Promosi Perpustakaan Melalui Media Sosial: Hubungan

Antara ...

memory), Giveaway, Prestasi, quotes, podcast, dan konten IG Reels menjadi konten dengan like terbanyak dari Agustus 2020-Agustus 2021 dan hal ini menunjukkan ketertarikan audiens kepada konten yang diunggah di Instagram Perpustakaan Universitas Ciputra Surabaya tidak hanya seputar informasi koleksi, layanan, serta program atau acara kegiatan dari Perpustakaan.

Melalui hasil penelitian ini, juga menegaskan bahwa dikarenakan sosial media sendiri bersifat dinamis dan terus berubah, maka Instagram Perpustakaan pun juga harus memiliki konten-konten yang bersifat dinamis dan mengikuti perkembangan tren itu sendiri, agar membuat pemustaka atau audiens semakin tertarik dengan Perpustakaan dan memberi kesan bahwa Perpustakaan adalah tempat dengan informasi yang update dan dekat dengan pemustaka.

REFERENSI

- Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007). Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210–230. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x>
- Carr, C. T., & Hayes, R. A. (2015). Social Media: Defining, Developing, and Divining. *Atlantic Journal of Communication*, 23(1), 46–65. <https://doi.org/10.1080/15456870.2015.972282>
- Charnigo, L., & Barnett-Ellis, P. (2007). Checking Out Facebook.com: The Impact of a Digital Trend on Academic Libraries. *Information Technology and Libraries*, 26(1), 23. <https://doi.org/10.6017/ital.v26i1.3286>
- De Rosa, C., Cantrell, J., Havens, A., Hawk, J., & Jenkins, L. (2007). Sharing, Privacy and Trust in Our Networked World. In *World*. OCLC Online Computer Library Center.
- Hendrix, D., Chiarella, D., Hasman, L., Murphy, S., & Zafron, M. L. (2009). Use of Facebook in Academic Health Sciences Libraries. *Journal of the Medical Library Association*, 97(1), 44–47. <https://doi.org/10.3163/1536-5050.97.1.008>
- Indarto, M. (2021). *iTalk (Innovation Talk) "Make Your Content Outstanding."* Perpustakaan Universitas Ciputra Surabaya. <https://www.youtube.com/watch?v=0TzQRO16kU0&t=262s>
- Instagram users in Indonesia - January 2021* | NapoleonCat. (2021). NapoleonCat. <https://napoleontcat.com/stats/instagram-users-in-indonesia/2021/01/>
- Steiner, S. (2012). *Strategic Planning for Social Media in Libraries* (E. Kroski (Ed.)). Neal-Schuman Publishers.
- Wirianti, F., & Rusfian, E. Z. (2017). *Electronic Word of Mouth Communication Analysis on Visitation Decision Making Process Using Aisas Model On Instagram Users: Study on Visit Decision to Japan*. 679–695. <https://scholar.ui.ac.id/en/publications/electronic-word-of-mouth-communication-analysis-on-visitation-dec>
- Yarbil, N. B., & Argaç, N. (2017). What We Instagram: A First Analysis of Instagram Photo Content and User Types. *Frontiers of Mathematics in China*, 12(1): 247–260. <https://www.aaai.org/ocs/index.php/ICWSM/ICWSM14/paper/view/8118/8087>