

PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL (*TWITTER*) SEBAGAI SARANA INFORMASI BAGI MAHASISWA DI PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS AIRLANGGA SURABAYA

Turwulandari

Abstrak

Informasi menjadi suatu hal yang sangat penting di era ini. Perpustakaan Universitas Airlangga sebagai penyedia informasi telah memanfaatkan media sosial berupa twitter. Twitter adalah media sosial yang memungkinkan untuk mengirimkan pesan hingga 140 karakter. Account Perpustakaan Universitas Airlangga adalah @unairlibrary telah di follow sebanyak 6568 follower, Perpustakaan Universitas Airlangga Surabaya telah mengakomodasi para penggunanya tentang kegiatan-kegiatan Perpustakaan Universitas Airlangga meliputi promosi perpustakaan, display produk-produk baru, acara-acara (talkshow, bedah buku, sharing session) serta saran dan kritik melalui media sosial.

Kata kunci: media sosial twitter, informasi

PENDAHULUAN

Informasi dan komunikasi merupakan suatu kebutuhan rutinitas yang tidak bisa kita tinggalkan begitu saja. Tanpa informasi dan komunikasi seperti tidak ada kehidupan. Dalam suatu organisasi tentu diperlukan informasi dan komunikasi secara jelas dan terarah agar tercapainya tujuan organisasi tersebut. Perpustakaan universitas Airlangga yang bergerak di bidang jasa pastilah berhubungan dengan pengguna. Pengguna harus mengetahui produk-produk apa saja yang di miliki dan terbaru. Bagaimana para pengguna dapat melakukan interaksi dengan perpustakaan secara cepat, tepat, dan mudah. Melihat hal tersebut, dapat disimpulkan perlunya keberadaan sebuah komunikasi yang interaktif antara pengguna dengan perpustakaan. Selain itu, penting bagi organisasi agar dapat merespons semua tanggapan dari pengguna kita secara cepat dan langsung.

Perkembangan teknologi informasi telah mengubah sistem informasi dan komunikasi dari media konvensional ke *digital*. Dengan maraknya aplikasi *online* yang tersedia saat ini sangat memungkinkan adanya komunikasi dua arah antara pengguna dan organisasi secara cepat dan

langsung. Salah satu komunikasi digital yang berkembang saat ini adalah dengan menggunakan media sosial. Media sosial menjadi alat komunikasi yang populer di kalangan masyarakat, baik digunakan untuk berkomunikasi dengan satu sama lain, media sosial juga dapat digunakan untuk berbagi informasi dan mempromosikan apapun dengan mudah.

Kemudahan media sosial tersebut salah satunya telah dimanfaatkan oleh Perpustakaan Universitas Airlangga. Perpustakaan Universitas Airlangga Surabaya telah mengakomodasi para penggunanya tentang kegiatan-kegiatan Perpustakaan Universitas Airlangga meliputi promosi perpustakaan, display produk-produk baru, acara-acara (*talkshow*, bedah buku, *sharing session*) serta saran dan kritik melalui media sosial. Media sosial adalah sebuah media online, dimana para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi. Media sosial terbentuk dalam aplikasi seperti *facebook*, *twitter*, *whatsapp*, *line*, *BBM (Blackberry Messenger)*. Perpustakaan Universitas Airlangga mengakomodir kebutuhan para penggunanya dengan menggunakan media sosial salah satunya adalah

* Pustakawan Perpustakaan Universitas Airlangga
E-mail: turwulandari@staf.unair.ac.id

twitter. Dengan cara mem-*follow* akun Perpustakaan Universitas Airlangga yaitu *twitter @Unairlibrary*.

TINJAUAN PUSTAKA

Pemanfaatan Medial Sosial Berdasarkan Peraturan Menteri

Pemanfaatan adalah aktivitas menggunakan proses alat benda maupun sumber lain untuk kepentingan tertentu, apabila dikhususkan mengenai pemanfaatan media itu sendiri adalah penggunaan yang sistematis dari sumber. Proses pemanfaatan media merupakan proses pengambilan keputusan berdasarkan pada spesifikasi desain pembelajaran (Yusufhadi, 1994:50).Maraknya media sosial yang berkembang di Indonesia membuat para pembuat kebijakan mulai menaruh perhatian untuk hal tersebut. Berdasarkan Peraturan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara Dan Reformasi Birokrasi RI No 83 Tahun 2012 Tentang Pedoman Pemanfaatan Media Sosial Instansi Pemerintah dikatakan bahwa pemanfaatan media sosial telah membentuk dan mendukung cara baru dalam berkomunikasi berinteraksi dan berkolaborasi. Media sosial menawarkan cara yang lebih cepat dan tepat untuk berpartisipasi dalam pertukaran informasi Media sosial sendiri berarti media berbasis internet yang bersifat dua arah (*web 2.0*) dan terbuka bagi siapa saja yang memungkinkan para penggunanya dengan mudah berinteraksi, berpartisipasi, berdiskusi, berkolaborasi, berbagi serta menciptakan berbagai macam informasi.

Media Sosial

Media sosial merupakan salah satu *new media*. *New media* merupakan media yang menawarkan interaktifitas yang memungkinkan pengguna memiliki pilihan informasi apa yang dikonsumsi dan mengendalikan keluaran informasi yang dihasilkan serta melakukan pilihan-pilihan yang diinginkannya. *New media* memungkinkan penggunanya untuk menggunakan ruang seluas-luasnya, memperluas jaringan seluas-luasnya, dan menunjukkan identitas yang lain yang dimilikinya di dunia nyata (Flew dalam Watie, 2011). Istilah *new media* sendiri merupakan istilah yang mempunyai pengertian bahwa media internet yang mengandung muatan interaktif digolongkan sebagai *new media*. Melihat penjelasan tersebut, media sosial dapat digolongkan menjadi *new media* karena adanya muatan interaktif yang ada pada media sosial. Pada dasarnya media sosial merupakan perkembangan mutakhir dari teknologi-teknologi *web* baru berbasis internet, yang memudahkan semua orang

untuk dapat berkomunikasi, berpartisipasi, saling berbagi dan membentuk sebuah jaringan secara *online*, sehingga dapat menyebarluaskan konten mereka sendiri. Hal ini serupa dengan yang dikatakan oleh Watie (2011) bahwa media sosial adalah media online dengan penggunanya dapat berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum, dan dunia virtual. Andreas Kaplan dan Michael Haenlein (2010) mendefinisikan media sosial sebagai kelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun atas dasar ideologi dan teknologi web 2.0 yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran konten yang melibatkan pengguna didalamnya atau dapat dikatakan konten yang ada diproduksi oleh pengguna untuk digunakan pengguna lain dan seterusnya. Brogan (2010) mengidentifikasi media sosial sebagai satu set baru komunikasi dan alat kolaborasi yang memungkinkan banyak jenis interaksi yang sebelumnya tidak tersedia untuk orang biasa. Dailey (2009) juga mengatakan bahwa media sosial adalah konten online yang dibuat dengan teknologi yang sangat mudah untuk diakses dan terukur.

Bicara mengenai media sosial, awalnya media sosial muncul pada tahun 1978 dimana terdapat sistem papan buletin yang memungkinkan untuk berhubungan satu sama lain menggunakan surel (surat elektronik), ataupun mengunggah dan mengunduh melalui perangkat lunak. Saat itu, masih menggunakan perangkat telepon yang terhubung dengan modem. Tahun 1955 menjadi kemunculan dari website, yaitu situs yang melayani web hosting untuk penyewaan penyimpanan data sehingga informasi yang ada di website dapat diakses dimana saja. Perkembangan masih berlanjut yaitu pada tahun 1999, muncul situs untuk membuat blog pribadi yang disebut blogger. Blogger dapat diisi sesuai dengan kehendak masing-masing pengguna baik tentang kehidupannya sehari-hari hingga informasi dan kritik pedas terhadap pemerintahan. Hal inilah kemudian yang diyakini sebagai tonggak kemunculan media sosial yang dipakai masyarakat saat ini. Dimulai dengan kemunculan friendster pada tahun 2002 yang menjadi *booming* (Hale, 2015). Friendster menggabungkan konsep jejaring sosial dan *blogger* dimana dapat memposting apapun kehendak masing-masing pengguna dan adanya interaksi antar teman yang ada dalam fitur *friendster*. Pada tahun-tahun selanjutnya, berbagai media sosial mulai muncul dengan mengangkat konsep yang sama dengan *friendster* namun dengan penambahan fitur-fitur yang lebih menarik. Tidak berhenti disitu saja, macam-macam media sosial berkembang hingga saat ini. Mulai dari *facebook*, *twitter*, *instagram*, dan lain sebagainya. Dalam perkembangannya,

media sosial tidak hanya dapat diakses melalui komputer namun juga dapat diakses melalui *mobile phone* baik melalui *browser* ataupun aplikasi.

Pengguna media sosial di Indonesia pada tahun 2018 berjumlah 130 juta orang. Pada data tersebut diketahui jumlah pengguna *twitter* di Indonesia mencapai 27% dari 130 juta pengguna internet di Indonesia (Kemp, 2018 Digital Yearbook: Digital Data for Every Country in the World, 2018).

Twitter

Twitter merupakan sebuah situs web yang dimiliki dan dioperasikan oleh *twitter inc.* yang menawarkan jaringan sosial berupa *microblog* sehingga memungkinkan penggunanya untuk mengirimkan dan membaca pesan yang disebut dengan *tweet*. *Tweet* adalah teks tulisan hingga 140 karakter yang ditampilkan pada halaman profil pengguna. Terkait *twitter*, Brogan (2010) menyatakan bahwa *twitter* merupakan tempat yang tepat untuk berbagi ide, bank gagasan, tempat untuk mengumpulkan informasi, menginspirasi pikiran, atau melihat apa yang dilakukan oleh teman. Melihat hal ini, dapat pula disimpulkan *Twitter* dapat digunakan untuk sebagai media sosial yang tepat untuk menjangkau teman dan dapat juga digunakan untuk sarana promosi. Di dalam *twitter* jumlah pengikut (*followers* merupakan indikator kepopuleran akun *twitter* sebab *follower*-lah yang akan membaca aktivitas kita (*tweet*).

Informasi

Menurut Boisot (2004) bahwa informasi merupakan ekstraksi dari data yang kemudian di modifikasi sesuai dengan hal yang relevan, dan mempunyai kapasitas untuk digunakan oleh pengguna. Selain pengertian yang telah dijelaskan sebelumnya, Buckland (1991) membagi pengertian informasi menjadi 3 yaitu *information-as-process*, *information-as-knowledge*, dan *information-as-thing*. *Information-as-process* mengatakan bahwa informasi adalah komunikasi pengetahuan antara berita dan fakta yang terjadi. *Information-as-knowledge* mengatakan bahwa informasi merupakan komunikasi antara beberapa fakta yang merupakan hasil dari orang lain atau pemikiran orang itu sendiri. Yang terakhir adalah *information-as-thing* merujuk pada informasi sebagai objek yang dapat menimbulkan pemahaman tertentu kepada orang. Berdasarkan hal tersebut, dapat disimpulkan bahwa informasi merupakan data yang diproses kemudian menjadi sesuatu yang mempunyai

makna dan kemudian dikomunikasikan kepada penerima.

Perpustakaan Perguruan Tinggi

Menurut Sulistyio-Basuki perpustakaan perguruan tinggi adalah perpustakaan yang terdapat pada perguruan tinggi, badan bawahannya, maupun lembaga yang berafiliasi dengan perguruan tinggi tersebut, dengan tujuan utama membantu perguruan tinggi mencapai tujuannya. Tujuan perguruan tinggi itu sendiri terdapat dalam tridarma perguruan tinggi, sehingga perpustakaan perguruan tinggi harus ikut membantu dalam kegiatan pendidikan, penelitian dan pengabdian kepada masyarakat.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di Perpustakaan Universitas Airlangga Surabaya, Responden dalam Penelitian ini adalah pihak yang aktif dan terkait langsung dalam Penggunaan Sumber sumber informasi di perpustakaan di Universitas Airlangga Surabaya. Data yang akan dikumpulkan dan diperoleh dalam penelitian ini dapat dikelompokkan kepada:

- a. Data Sekunder
- b. Data ini diperoleh melalui dokumentasi atau sumber lainnya untuk menunjang objek yang diteliti.
- c. Data dalam penelitian ini diperoleh dengan teknik pengumpulan data yaitu:
Observasi; Dilakukan dengan cara mengamati langsung tentang pemanfaatan media sosial (*twitter* sebagai sarana informasi bagi mahasiswa di perpustakaan universitas Airlangga surabaya.

PEMBAHASAN

Penggunaan Media Sosial *Twitter*

Perpustakaan Universitas Airlangga telah menggunakan media sosial *twitter* sebagai sarana informasi bagi mahasiswanya *twitter* ini digunakan untuk informasi umum, menjalin kerja sama, komunikasi dengan akun lainnya, dan *sharing photo*. Penggunaan media sosial *twitter* sebagai sarana komunikasi bagi mahasiswa Universitas Airlangga memiliki kekuatan tersendiri dibanding dengan media sosial lainnya, yaitu pertama bahwa media sosial *twitter* memiliki kapasitas dalam melakukan *update status* atau biasa disebut dengan *tweet* hanya berjumlah 140 karakter.

Dengan kapasitas 140 karakter ini, dapat dimanfaatkan oleh Perpustakaan Universitas Airlangga untuk dapat memberikan informasi atau mengabarkan kondisi terkini dari Perpustakaan Universitas Airlangga secara terus menerus dan berkelanjutan. Meskipun hanya memiliki kapasitas 140 karakter dalam melakukan *update status*, namun penggunaan media sosial *twitter* sampai pada saat ini dinilai mampu dalam mengirimkan pesan yang ingin disampaikan oleh Perpustakaan Universitas Airlangga kepada mahasiswa Universitas Airlangga.

Hal ini terbukti dengan banyaknya khalayak yang mengikuti akun @Unairlibrary yang berjumlah 6568 *follower* (dapat bertambah), dan keberadaan Perpustakaan Universitas Airlangga dapat bertahan dengan menggunakan media sosial dalam mensosialisasikan kegiatannya.

Penggunaan media sosial *twitter* saat ini dinilai lebih efektif, karena lebih murah dan cepat dalam penyebarannya. Selain itu penggunaan media sosial *twitter* dapat menjangkau di banyak tempat karena saat ini media social *twitter* dapat diakses dengan mudah dan tidak memerlukan biaya yang besar. Hanya melalui telepon genggam pengguna media sosial *twitter* sudah dapat mengakses *twitter* kapan pun dan dimanapun.

Selain tidak memerlukan biaya yang cukup mahal, penggunaan media sosial *twitter* dinilai praktis dan jangkauannya yang luas karena saat ini banyak

orang yang sudah menggunakan media sosial *twitter*. Sebenarnya penggunaan media sosial *twitter* sangatlah mudah, hanya dengan melakukan *update status* maka secara tidak langsung akun yang menjadi *follower* dari @Unairlibrary akan mengetahui segala aktivitas Perpustakaan Universitas Airlangga melalui *update status* yang dituliskan oleh @Unairlibrary. Apabila *tweet* tersebut kemudian di *retweet* oleh *followers* dari @Unairlibrary maka informasi tersebut akan dibaca oleh *follower* dari *followers* @Unairlibrary, begitu seterusnya.

KESIMPULAN

Perpustakaan Universitas Airlangga telah menggunakan media sosial *twitter* sebagai sarana komunikasi bagi Mahasiswa Universitas Airlangga dan dapat juga digunakan untuk menjalin kerjasama dengan akun lain, dan *sharing photo*. Penggunaan media sosial yang terbatas dalam 140 karakter ini dinilai mampu secara efektif dalam menyampaikan pesan yang ingin disampaikan oleh Perpustakaan Universitas Airlangga kepada khalayak. Perpustakaan Universitas Airlangga dengan segala kemampuan yang dimilikinya, dapat secara mudah dan cepat dalam melakukan penyebaran informasi untuk memperluas jaringan tanpa memikirkan jarak, ruang dan waktu.



Gambar 1. Twitter Perpustakaan Universitas Airlangga

DAFTAR PUSTAKA

- Boisot, M., & Canals, A. 2004. Data, information and knowledge: have we got it right? *International Interdisciplinary Institute*, 37.
- Brogan, C. 2010. *Social Media 101: Tactics and tips to develop your business online*. John Wiley and Sons.
- Buckland, M. 1991. Information as Thing. *Journal of The American Society for Information Science*, 42(5), 10.
- Dailey, P. R. 2009. Social Media: Finding its way into your business strategy and culture.
- Dharmayanti, T. E. 2013. *Pemanfaatan Twitter Sebagai Media Information Sharing di Perpustakaan*. Surabaya: Universitas Airlangga.
- Hale, B. 2015. *History Cooperative*. Retrieved Agustus 20, 2017, from The History of Social Media: Social networking Evolution: historycooperative.org/the-history-of-social-media/.
- Kaplan, A., & Haenlein, M. 2010. Users of the world, united! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizon*, 53(1), 59-68.
- Kementerian Pendayagunaan Aparatur Negara Republik Indonesia. 2012. *Pedoman Pemanfaatan Media Social Instansi Pemerintah*. Jakarta: Kementerian Pendayagunaan Aparatur Negara Republik Indonesia.
- Kemp, S. 2018. *2018 Digital Yearbook: Digital Data for Every Country in the World*. We Are Social.
- Lembaga Pengkajian Kebudayaan Nusantara. 2006. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Lembaga Pengkajian Kebudayaan Nusantara.
- Noor, J. 2011. *Metodologi Penelitian Skripsi, Tesis, Disertasi Dan Karya Ilmiah*. Jakarta: Kencana.
- Setyani, N. I. 2013. *Penggunaan Media Sosial Sebagai Sarana Komunikasi Bagi Komunitas (Studi Deskriptif Kualitatif Penggunaan Media Sosial Twitter, Facebook, Dan Blog Sebagai Sarana Komunikasi 2013 Bagi Komunitas Akademi Berbagi Surakarta)*. Surakarta: Universitas Negeri Surakarta.
- Watie, E. D. 2011. Komunikasi dan Media Sosial. *The Messenger*, 3(1), 1-7.
- Yusufhadi. 1994. *Proses Pemanfaatan Media Merupakan Proses Pengambilan Keputusan Berdasarkan Pada Spesifikasi Desain Pembelajaran*.