

Use of Instagram as a Promotion Media of The Faculty Library at Gadjah Mada University

Penggunaan Instagram Sebagai Media Promosi Perpustakaan Fakultas di Universitas Gadjah Mada

Leila Kurnia

Sekolah Pascasarjana, Universitas Gadjah Mada, Indonesia

Paper Type:

Research Paper

Abstract

Background of the study: Libraries use social media to promote libraries for users, one of which is Instagram. Gadjah Mada University Library (UGM) and several faculty libraries have used Instagram as a promotional media, but not all are up to date.

Purpose: The purposes of this study are to identify the way the faculty library promotes through Instagram and analyze the motivation factors and obstacles faced in promoting the library through Instagram.

Method: This study was conducted at the faculty library at UGM used a thick description with a qualitative approach. Data collection techniques used are in-depth interviews, observation and literature study. This study discusses the use of Instagram as a library promotion media from librarians and staff who manage the library's Instagram.

Findings: The results of the study show that: First, seven of the eighteen library libraries at UGM were promoted through Instagram. The way the faculty library promoting on Instagram is through posting content such as documenting events, library services, promoting events, and e-resources. Second, the motivation factor of the faculty library at UGM to use Instagram as a promotion media is to adapt to the generation of users and social media used by users. The obstacle faced by most faculty libraries in using Instagram as a library promotion media is the limitations of Human Resources (HR).

Conclusion: The use of Instagram as a promotion media of faculty libraries at UGM is still not up to date. The majority of faculty libraries haven't used Instagram to promote the library. Seven faculty libraries have used Instagram but are not the same in up to date.

Keywords: library promotion, faculty library, Instagram

Submitted: 11 January 2021

Revised: 2 March 2021

Accepted: 2 July 2021

Online: 17 November 2021

* Correspondence:

Leila Karunia

E-mail:

leilakarunia@gmail.com

Abstrak

Latar Belakang Masalah: Perpustakaan memanfaatkan media sosial untuk mempromosikan perpustakaan kepada pengguna, salah satunya adalah Instagram. Perpustakaan Universitas Gadjah Mada (UGM) dan beberapa perpustakaan fakultas telah menggunakan Instagram sebagai media promosi, namun tidak semua *up to date*. Penelitian ini membahas tentang penggunaan Instagram sebagai media promosi perpustakaan dari sudut pandang pengelola akun Instagram perpustakaan fakultas.

Tujuan: Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi cara perpustakaan fakultas promosi melalui Instagram serta menganalisis faktor pendorong dan kendala yang dihadapi dalam melakukan promosi perpustakaan melalui Instagram.

Metode: Penelitian ini dilakukan pada perpustakaan fakultas di UGM menggunakan metode *thick description* dengan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah wawancara mendalam, observasi dan studi literature. Partisipan penelitian ini adalah pustakawan dan staf perpustakaan fakultas sebanyak 19 orang.

Temuan: Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa: *Pertama*, tujuh dari delapan belas perpustakaan fakultas di UGM promosi melalui Instagram. Cara promosi perpustakaan fakultas di Instagram adalah melalui *posting-an* konten berupa dokumentasi kegiatan, layanan perpustakaan, promosi kegiatan, dan *e-resources*. *Kedua*, faktor pendorong perpustakaan fakultas di UGM menggunakan Instagram sebagai media promosi adalah untuk menyesuaikan diri dengan generasi pengguna dan media sosial yang digunakan oleh pengguna. Kendala yang dihadapi kebanyakan perpustakaan fakultas dalam menggunakan Instagram sebagai media promosi perpustakaan adalah keterbatasan Sumber Daya Manusia (SDM).

Simpulan: Penggunaan Instagram sebagai media promosi perpustakaan fakultas di UGM masih kurang *up to date*. Mayoritas perpustakaan fakultas belum menggunakan Instagram untuk mempromosikan perpustakaan. Terdapat tujuh perpustakaan fakultas yang telah menggunakan Instagram, tetapi tidak sama *up to date-nya*.

Kata Kunci: promosi perpustakaan, perpustakaan fakultas, Instagram

Pendahuluan

Media sosial merupakan media komunikasi yang menghubungkan manusia secara virtual. Selain berkomunikasi, melalui media sosial juga dapat berbagi informasi, memperoleh informasi, memberikan *feedback* atas informasi yang dibagikan teman, dan sebagainya. Saat ini media sosial populer di kalangan masyarakat dengan angka 150 juta jiwa dari total populasi Indonesia sebagai pengguna aktif media sosial (APJII, 2018). Data survei kerjasama *Hootsuite* dan *We are Social* dalam Digital 2019 Indonesia menunjukkan bahwa platform media sosial yang paling aktif digunakan oleh masyarakat Indonesia adalah YouTube (88%) kemudian diikuti Facebook (81%) dan Instagram (80%). Kemudian jika dilihat dari waktu penggunaan media sosial, jumlah rata-rata waktu per hari yang dihabiskan pengguna untuk menggunakan media sosial adalah 3 jam 26 menit. Berdasarkan rentang usia pengguna media sosial, pengguna Facebook adalah masyarakat yang berusia 25-34 tahun dan pengguna Instagram adalah masyarakat yang berusia 18-24 tahun (*Hootsuite & We are social*, 2019).

Kepopuleran media sosial di kalangan masyarakat ini dimanfaatkan perpustakaan sebagai media promosi. Terutama untuk target sasaran pengguna usia muda. Karena menurut Said dan Gunawan (2018) pengguna yang dilayani perpustakaan saat ini pada jenjang S1 adalah generasi *millennials* yang sangat akrab dengan teknologi digital dan pengguna media sosial yang fanatik. Mahasiswa yang merupakan generasi *millennials* dan *digital natives* lebih menyukai komunikasi berbasis media sosial (Khoir & Davison, 2014).

Perpustakaan Universitas Gadjah Mada (UGM) merupakan salah satu contoh perpustakaan akademik yang memanfaatkan media sosial untuk mempromosikan perpustakaan kepada pengguna. Diketahui bahwa perpustakaan UGM dan perpustakaan fakultas di UGM menggunakan media sosial, salah satunya adalah Instagram. Namun pada Instagram, penelitian Masyithah (2019) menunjukkan bahwa mahasiswa menilai bahwa akun Instagram perpustakaan tidak penting dan seperti bukan ditujukan untuk promosi perpustakaan, melainkan sebagai media dokumentasi dari kegiatan-kegiatan di perpustakaan UGM. Temuan tersebut memunculkan pertanyaan bagaimana pihak perpustakaan fakultas mengelola akun Instagram perpustakaan. Sehingga penulis tertarik untuk meneliti mengenai penggunaan Instagram sebagai media promosi perpustakaan fakultas di UGM.

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi cara perpustakaan fakultas promosi melalui Instagram menganalisis faktor pendorong dan kendala yang dihadapi perpustakaan fakultas dalam melakukan promosi melalui Instagram. Sehingga dirumuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut: 1) Bagaimana cara perpustakaan fakultas promosi melalui Instagram?; 2) Apa faktor pendorong dan kendala yang dihadapi perpustakaan fakultas dalam melakukan promosi melalui Instagram?

Metode Penelitian

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah *thick description* dengan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah wawancara mendalam, observasi dan studi literatur. Pemilihan informan dengan metode *purposive* sebagai informan utama yaitu pustakawan perpustakaan fakultas yang mengelola Instagram perpustakaan dilengkapi *snowball* yaitu pustakawan yang merupakan pengguna Instagram sehingga diperoleh total informan sebanyak 19 orang. Wawancara dilakukan pada bulan November 2019 berlokasi di perpustakaan Fakultas: Biologi; Farmasi; Kedokteran, Kesehatan Masyarakat, dan Keperawatan; Hukum; Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam; Kedokteran Gigi; Pertanian; Teknik; Ilmu Sosial dan Ilmu Politik; Teknologi Pertanian; Ekonomi dan Bisnis.

To cite this document:

Karunia, L. (2021). Use of Instagram as a Promotion Media of The Faculty Library at Gadjah Mada University. *Record and Library Journal*, 7(2). 342-352.

Open access under Creative Commons Attribution-Share A like 4.0 International License

Hasil dan Diskusi

Berdasarkan hasil penelitian ditemukan bahwa dari 18 perpustakaan fakultas di UGM yang dikelompokkan menjadi 4 klaster, hanya 7 perpustakaan fakultas yang menggunakan Instagram sebagai media promosi. Tujuh perpustakaan tersebut adalah: Fakultas Biologi dan Fakultas Teknologi Pertanian dari klaster agrokomples; Fakultas Kedokteran, Kesehatan Masyarakat, dan Keperawatan (FKKMK) dari klaster kesehatan; Fakultas Teknik dari klaster sains-teknik; Fakultas Geografi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIPOL), dan Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) dari klaster sosial-humaniora. Lebih lengkap dan detail mengenai gambaran akun Instagram perpustakaan fakultas di UGM dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1 Gambaran Instagram Perpustakaan Fakultas di UGM

No.	Fakultas	Tahun Aktif	Jumlah Posting-an
1.	Ekonomi dan Bisnis	2019	32
2.	Teknologi Pertanian	2018	4
3.	Kedokteran, Kesehatan Masyarakat, dan Keperawatan	2018	49
4.	Teknik	2018	629
5.	Geografi	2018	40
6.	Biologi	2017	48
7.	Ilmu Sosial dan Ilmu Politik	2017	18

Data pada Tabel 1 menunjukkan perbedaan jumlah konten yang di-*posting* perpustakaan fakultas. Perbedaan signifikan ditunjukkan oleh perpustakaan Fakultas Teknik dan Fakultas Teknologi Pertanian. Jumlah posting-an perpustakaan Fakultas Teknik mencapai angka 600 *post*, sementara perpustakaan Fakultas Teknologi dan fakultas lainnya bahkan belum mencapai angka 100 *posting-an*.

Perpustakaan Fakultas Teknik merupakan perpustakaan fakultas yang paling aktif mem-*posting*. Hal ini disebabkan perpustakaan Fakultas Teknik memiliki banyak materi yang dapat dijadikan konten Instagram. Selain itu diketahui bahwa perpustakaan fakultas yang dipelopori oleh pustakawan banyak memberikan pelatihan-pelatihan bidang TI kepada pengguna. Kegiatan pelatihan tersebut disambut antusias dan diminati mahasiswa Fakultas Teknik maupun mahasiswa fakultas lain.

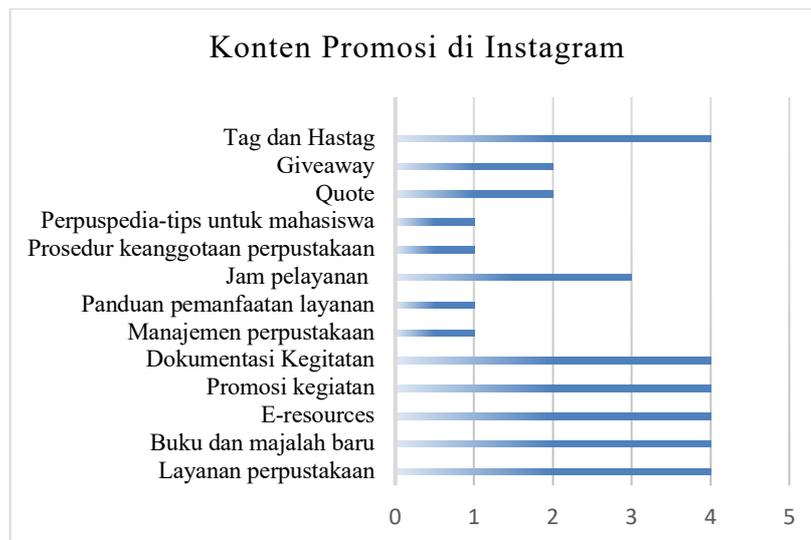
Cara Perpustakaan Fakultas Promosi melalui Instagram

Promosi melalui Instagram yang dilakukan perpustakaan fakultas di UGM berdasarkan klaster adalah berupa *posting-an* konten, seperti pada Gambar 1.

To cite this document:

Karunia, L. (2021). Use of Instagram as a Promotion Media of The Faculty Library at Gadjah Mada University. *Record and Library Journal*, 7(2), 342-352.

Open access under Creative Commons Attribution-Share A like 4.0 International License



Gambar 1. Konten Promosi Perpustakaan Fakultas di Instagram

Mengenai konten yang di-*posting* terdapat beberapa kesamaan di antara perpustakaan fakultas. Perpustakaan fakultas di UGM sama-sama mem-*posting* layanan yang tersedia di perpustakaan, *e-resources*, buku, surat kabar dan majalah baru, promosi kegiatan untuk menjaring peserta, dan dokumentasi kegiatan. Hasil ini didukung oleh hasil penelitian Polger dan Sich (2019) bahwa jenis informasi yang ingin dilihat mahasiswa dari perpustakaan melalui media sosial adalah *event*, layanan baru dan sumber informasi baru, berita universitas dan berita perpustakaan. Maka *posting*-an perpustakaan fakultas seperti kegiatan dan layanan perpustakaan sudah sesuai dengan informasi yang ingin dilihat pengguna dari Instagram perpustakaan.

Mayoritas perpustakaan fakultas yaitu pada klaster agrokompleks, kesehatan, dan sosial-humaniora sama-sama mem-*posting* jam pelayanan perpustakaan serta jam pelayanan tambahan. Lebih spesifik lagi dari klaster sosial-humaniora yaitu perpustakaan FEB mem-*posting* panduan pemanfaatan layanan seperti panduan peminjaman dan perpanjangan koleksi serta panduan akses *e-books* FEB.

Terdapat dua hal menarik yang ditemukan pada *posting*-an klaster perpustakaan fakultas di Instagram. *Pertama*, *posting*-an berupa *quote* oleh perpustakaan dari klaster kesehatan, sains-teknik, dan sosial-humaniora. *Quote* merupakan *posting*-an Instagram berupa kata-kata atau kalimat yang dikatakan atau ditulis orang lain sebelumnya. Menurut Tungga (2018) *posting*-an *quote* didukung oleh makna, terjemahan, ilustrasi, atau *hashtag* yang membantu *followers* mengetahui lebih banyak tentang *quote* yang di-*posting*. Hal ini akan menarik minat dan perhatian dari para pengikut untuk membaca dan memahami konten yang di-*posting* hingga mencari informasi lebih dalam. *Kedua*, *posting*-an perpustakaan fakultas Teknik dari klaster sains-teknik berupa perpuspedia yang memuat tips-tips bagi mahasiswa. Menariknya konten ini melibatkan dosen yaitu tips-tips dari dosen dan di-*posting* di Instagram perpustakaan. Kolaborasi ini merupakan salah satu solusi untuk memperkaya konten Instagram perpustakaan. Jadi, kedepannya tidak akan ada kendala keterbatasan konten yang menyebabkan Instagram perpustakaan tidak aktif.

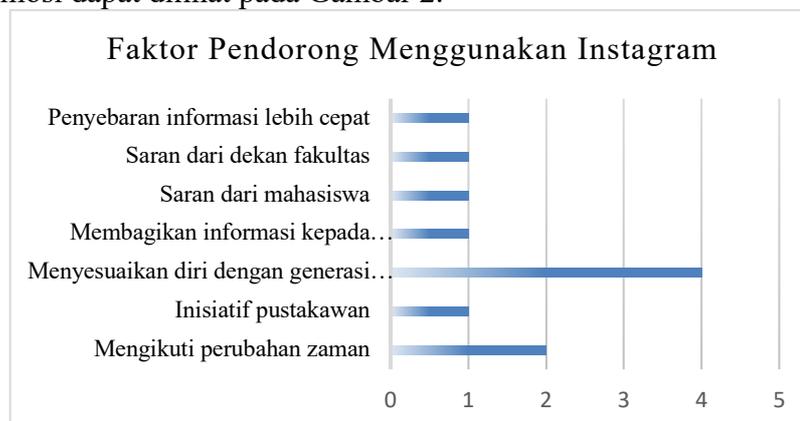
Hal menarik lainnya yang ditemukan dalam penelitian ini adalah cara promosi perpustakaan menggunakan *giveaway* (lomba berhadiah). Dua perpustakaan fakultas yang mengadakan *giveaway* di Instagram adalah Fakultas Teknik dan perpustakaan FISIPOL. *Giveaway* merupakan salah satu cara untuk melibatkan pengguna dalam promosi di Instagram.

Bentuk *giveaway* yang dilakukan perpustakaan fakultas teknik adalah berupa lomba foto bagi mahasiswa. Hadiah *giveaway* merupakan sponsor yang diperoleh perpustakaan dari Microsoft. Pada perpustakaan FISIPOL bentuk *giveaway* yang dilakukan adalah lomba desain logo perpustakaan. Kedua jenis *giveaway* ini memang cocok untuk pengguna perpustakaan yang berusia muda dan merupakan generasi *millennials*. Said dan Gunawan (2018) menyatakan “mahasiswa generasi *millennials* sangat akrab dengan teknologi” (p.17), maka kemungkinan mereka memiliki *skills* dan kreatifitas dalam desain dan *photography*.

Selain *posting-an* konten, kesamaan yang ditemui dari setiap klaster adalah penggunaan *tag* dan *hashtag* pada *posting-an*. *Tag* dan *hashtag* memiliki tujuan bersama untuk menemukan kembali informasi atau konten dan menarik perhatian pengguna (Buarki & Alkhateeb, 2018). Menurut Tekulve dan Kelly, (2013) menggunakan *hashtag* populer atau membuat *hashtag* baru khusus untuk perpustakaan memungkinkan perpustakaan untuk bergabung dengan komunitas Instagram yang lebih besar secara efektif.

Faktor Pendorong Perpustakaan Fakultas Menggunakan Instagram

Penggunaan media sosial oleh pustakawan mempromosikan komunikasi dua arah, membuat komunikasi dengan pengguna perpustakaan lebih mudah, dan menyediakan forum untuk umpan balik dan meningkatkan penggunaan perpustakaan (Akporthonor & Olise, 2015). Dari hasil penelitian diketahui bahwa perpustakaan fakultas di UGM juga menggunakan media sosial untuk promosi, dan sebanyak 7 perpustakaan fakultas memilih Instagram. Maka perlu diketahui faktor yang mendorong perpustakaan fakultas tersebut memilih menggunakan Instagram. Untuk mengetahui faktor pendorong perpustakaan fakultas menggunakan Instagram sebagai media promosi dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Faktor Pendorong Perpustakaan Menggunakan Instagram

Data pada Gambar 2. menunjukkan bahwa keempat klaster perpustakaan fakultas memiliki faktor pendorong menggunakan Instagram sebagai media promosi adalah menyesuaikan diri dengan generasi pengguna. Perpustakaan fakultas menyesuaikan diri dengan pengguna yang dilayani saat ini yaitu merupakan generasi *millennials*. Hal ini didukung oleh Said dan Gunawan (2018) bahwa pengguna perpustakaan saat ini pada jenjang S1 adalah generasi *millennials* yang sangat akrab dengan teknologi digital.

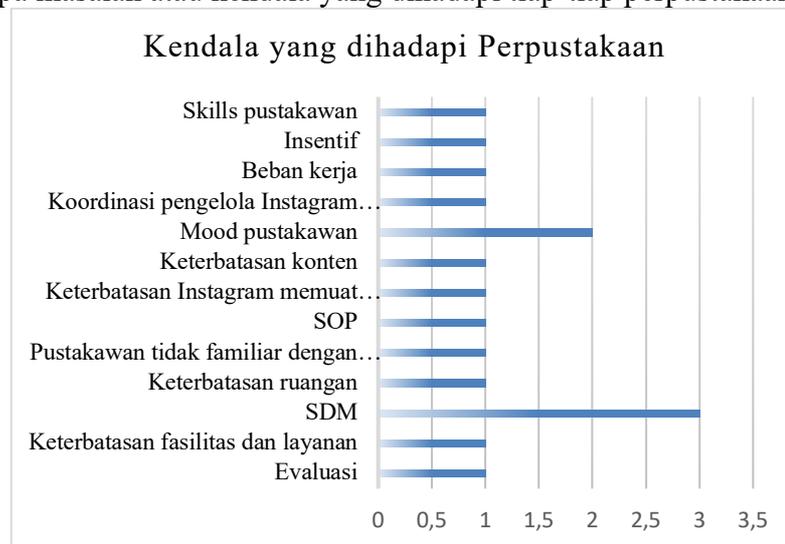
Selain faktor menyesuaikan diri dengan generasi pengguna, data pada Gambar 2 juga menunjukkan perpustakaan fakultas memiliki faktor pendorong lainnya yaitu: mengikuti perubahan zaman; inisiatif pustakawan; membagikan informasi kepada pengguna; saran dari mahasiswa; saran dan dukungan dari Dekan fakultas; penyebaran informasi lebih cepat. Faktor

mengikuti perubahan zaman berhubungan dengan perubahan perilaku informasi pengguna yang dipengaruhi oleh perkembangan TIK. Perkembangan TIK berupa media komunikasi mengubah cara pengguna mencari dan berbagi informasi. Sehingga perpustakaan fakultas merasa perlu untuk ikut berubah agar tetap dapat terhubung dengan penggunanya

Faktor membagikan informasi kepada pengguna berkaitan dengan faktor penyebaran informasi lebih cepat. Dengan menggunakan Instagram yang merupakan media tempat tinggal pengguna secara virtual, maka tujuan menyebarkan informasi dapat cepat sampai kepada pengguna. Hal ini didukung oleh Cahyono (2016) bahwa dampak positif dari media sosial adalah memudahkan kita untuk berinteraksi dengan banyak orang, memperluas pergaulan, jarak dan waktu bukan lagi masalah, lebih mudah dalam mengekspresikan diri, penyebaran informasi dapat berlangsung secara cepat, biaya lebih murah. Faktor saran dari mahasiswa berhubungan dengan mengikuti perubahan zaman dan menyesuaikan diri dengan generasi pengguna. Saran dari pengguna untuk menggunakan Instagram dengan alasan merupakan media sosial yang banyak digunakan pengguna adalah survei kebutuhan pengguna secara tidak langsung. Dari saran tersebut perpustakaan dapat mengetahui di mana perpustakaan dapat menemui penggunanya. Setelah mengetahui tempat tinggal pengguna secara virtual, perpustakaan dapat menjangkau pengguna dan melakukan tugas dan fungsinya. Hal ini juga ditemukan pada *Roesch Library* Universitas Dayton, yaitu oleh mahasiswa magang di perpustakaan. Mahasiswa magang adalah sumber informasi yang bagus mengenai tren media sosial, terutama preferensi mahasiswa di kampus (Tekulve & Kelly, 2013).

Kendala yang dihadapi dalam promosi melalui Instagram

Penggunaan media sosial di bidang perpustakaan memiliki dampak positif, salah satunya komunikasi melalui media sosial antara perpustakaan dan pengguna dipandang efektif (Purwani, 2017, p.73). Berdasarkan hasil penelitian ditemukan bahwa promosi kegiatan yang dilakukan perpustakaan fakultas melalui Instagram efektif dalam menjaring peserta. Namun meskipun begitu dalam penggunaan Instagram oleh perpustakaan fakultas di UGM ditemukan masih kurang maksimal, karena perpustakaan belum aktif dan rutin mem-*posting*. Situasi ini disebabkan beberapa masalah atau kendala yang dihadapi tiap-tiap perpustakaan fakultas.



Gambar 3. Kendala yang Dihadapi Perpustakaan dalam Promosi melalui Instagram

To cite this document:

Karunia, L. (2021). Use of Instagram as a Promotion Media of The Faculty Library at Gadjah Mada University. *Record and Library Journal*, 7(2). 342-352.

Open access under Creative Commons Attribution-Share A like 4.0 International License

Berdasarkan data pada Gambar 3. dapat diketahui bahwa mayoritas perpustakaan fakultas di UGM mengalami kendala keterbatasan SDM dalam menggunakan Instagram sebagai media promosi perpustakaan. Hal ini juga ditemukan pada penelitian (Buriro et al., 2018; A'yunin, 2018; Khan & Bhatti, 2012) yaitu kendala dalam melakukan promosi di perpustakaan melalui media sosial antara lain adalah kurangnya sumber daya manusia (SDM) perpustakaan yang khusus menangani promosi

Data pada Gambar 3. juga menunjukkan bahwa selain keterbatasan SDM, kendala yang dihadapi perpustakaan fakultas dalam promosi melalui Instagram adalah: belum ada evaluasi penggunaan Instagram; keterbatasan fasilitas dan layanan; keterbatasan ruangan; pustakawan tidak familiar dengan Instagram; belum ada standar operasional prosedur (SOP); keterbatasan *skills* pustakawan; keterbatasan Instagram memuat informasi; keterbatasan konten; *mood* pengelola akun Instagram; tidak ada koordinasi antara dua pengelola akun Instagram; beban kerja; tidak ada konsekuensi insentif. Kendala evaluasi merupakan salah satu hambatan yang dihadapi perpustakaan fakultas. Perpustakaan membutuhkan evaluasi mengenai Instagram yang mereka gunakan agar dapat mengetahui kelemahan dan keefektifan Instagram, sehingga dapat memperbaiki dan memaksimalkan penggunaan Instagram secara tepat. Studi Alvanoudi dan Vozana (2019) menunjukkan manfaat mengukur efektivitas media sosial bagi perpustakaan adalah untuk meningkatkan keterbukaan, pengakuan dan kredibilitas.

Kendala keterbatasan fasilitas dan layanan (tidak ada sesuatu yang istimewa yang dapat ditawarkan perpustakaan) berkaitan dengan keterbatasan ruangan. Yaitu bagi perpustakaan yang memiliki keterbatasan ruangan, SDM, dan kegiatan yang diselenggarakan. Kondisi perpustakaan yang hanya memiliki ruangan satu lantai gedung, sehingga tidak dapat menawarkan layanan seperti ruang diskusi, ruang baca mandiri, dan lain sebagainya.

Kendala pustakawan tidak familiar dengan Instagram adalah bagi pustakawan pada perpustakaan fakultas yang berusia rata-rata 40-an tahun dan umumnya generasi X. Temuan ini sejalan dengan penelitian Buriro et al. (2018) bahwa salah satu masalah selama penggunaan media sosial adalah sebagian besar pustakawan tidak memiliki pengetahuan yang memadai tentang media sosial. Hal ini juga ditemukan pada penelitian A'yunin (2018) yaitu kurangnya kompetensi pustakawan di dalam mengembangkan dan mengisi konten untuk Blog dan YouTube perpustakaan PSSAT UGM.

Kendala belum ada standar operasional prosedur (SOP) menyebabkan penggunaan Instagram sebagai media promosi belum berjalan efektif. Hal ini didukung oleh penelitian Alvanoudi dan Vozana (2019) bahwa mayoritas perpustakaan akademik di Yunani belum mengembangkan kebijakan manajemen media sosial. Sementara menurut Santosa (2014) “penerapan SOP yang memiliki tujuh hal pokok yang dapat menjadikan promosi efektif, yaitu efisiensi, konsisten, minimalisasi kesalahan, penyelesaian masalah, perlindungan tenaga kerja, peta kerja, dan batasan pertahanan” (p.10).

Kendala keterbatasan Instagram memuat informasi berkaitan dengan karakteristik Instagram sebagai media berbagi foto dan video. Perpustakaan yang ingin menyampaikan informasi berupa teks merasa tidak cocok menggunakan Instagram. Solusi dari kendala ini, perpustakaan memilih media sosial Blog untuk promosi perpustakaan.

Kendala keterbatasan konten adalah ketika perpustakaan tidak memiliki materi informasi yang akan di-*posting* di Instagram. Situasi ini dialami perpustakaan yang masih mengandalkan kegiatan yang diselenggarakan perpustakaan sebagai konten. Jadi beberapa perpustakaan merasa kebingungan harus mem-*posting* hal apa ketika perpustakaan tidak sedang menyelenggarakan kegiatan. Sementara Burkhardt (2010) merekomendasikan pustakawan mem-*posting* tentang: berita dan acara perpustakaan; koleksi terbaru; menyediakan tautan ke

To cite this document:

Karunia, L. (2021). Use of Instagram as a Promotion Media of The Faculty Library at Gadjah Mada University. *Record and Library Journal*, 7(2). 342-352.

Open access under Creative Commons Attribution-Share A like 4.0 International License

video, gambar, dan artikel; informasi lokal komunitas kampus; meminta umpan balik dari pengguna; menanggapi pengguna; gambar.

Kendala *mood* pengelola akun Instagram adalah perpustakaan mem-*posting* di Instagram berdasarkan keinginan pengelola. Hanya mem-*posting* jika mau saja. Selain itu ditemukan juga situasi dimana pustakawan malas mengedit konten yang akan di-*posting*, sehingga terjadi *posting*-an konten mentah dan tidak sesuai *template* Instagram perpustakaan. Kendala tidak ada koordinasi antara dua pengelola akun Instagram adalah situasi pada perpustakaan yang memiliki dua orang pengelola akun Instagram. Hal yang jadi hambatan adalah ketika kedua pengelola tidak berkoordinasi dalam mengelola Instagram seperti misalnya kapan dan siapa yang mengecek umpan balik pengguna, siapa yang merespon, dan respon seperti apa yang sebaiknya diberikan. Padahal menurut King (2015) salah satu model yang sangat sukses dalam pengelolaan akun instagram perpustakaan adalah dengan membentuk tim. Tugas membuat dan mengedit gambar, membuat pembaruan status, dan membalas komentar dan pertanyaan bisa jauh lebih mudah jika ada lebih dari satu orang yang bertanggung jawab atas tugas tersebut.

Kendala beban kerja saling berhubungan dengan keterbatasan SDM. Kurangnya SDM perpustakaan menyebabkan masing-masing pustakawan mendapatkan banyak tugas dan pekerjaan. Sebab tugas dan pekerjaan pengelolaan dan pelayanan perpustakaan dibagi misalnya hanya untuk tiga orang pustakawan saja. Selain itu, jika melihat pada Peraturan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi Republik Indonesia Nomor 9 Tahun 2014 tentang jabatan fungsional pustakawan dan angka kreditnya tugas promosi melalui media sosial memang tidak termasuk pada tugas pokok fungsional pustakawan. Sehingga pustakawan merasa tidak memiliki kewajiban untuk melakukan promosi perpustakaan fakultas melalui Instagram. Apalagi promosi melalui media sosial seperti Instagram menuntut fokus dan perhatian, sementara pustakawan merasa sudah memiliki terlalu banyak pekerjaan yang harus diselesaikan.

Kendala tidak ada konsekuensi insentif berkaitan dengan beban kerja. Kendala ini dihadapi perpustakaan yang kekurangan SDM, dan pustakawan memiliki banyak pekerjaan setiap harinya. Sementara mereka tahu bahwa tidak ada insentif atas pekerjaan tambahan mereka, begitu pula insentif untuk memotivasi pustakawan agar lebih berkembang dan meningkatkan kinerja. Sehingga tidak ada motivasi pustakawan untuk menambah pekerjaan lain seperti promosi menggunakan Instagram. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Owolabi et al. (2013) bahwa gaji dan upah yang menarik adalah insentif dasar yang dapat membuat pustakawan menjadi lebih produktif.

Simpulan

Tujuh dari total 18 perpustakaan fakultas di UGM telah menggunakan Instagram sebagai media promosi. Perpustakaan fakultas menggunakan Instagram sebagai media promosi mayoritas karena faktor menyesuaikan diri dengan generasi pengguna, yaitu dengan menyesuaikan diri pada media sosial yang digunakan oleh pengguna perpustakaan. Cara promosi perpustakaan fakultas melalui Instagram adalah berupa *posting*-an konten. Konten yang paling banyak di-*posting* perpustakaan fakultas di Instagram adalah mengenai layanan perpustakaan, buku dan majalah baru, e-resources, promosi kegiatan, dan dokumentasi kegiatan. Sementara kendala yang dihadapi perpustakaan fakultas dalam melakukan promosi melalui Instagram adalah keterbatasan SDM.

Dari hasil penelitian, penulis memberikan saran kepada beberapa pihak: *Pertama*

To cite this document:

Karunia, L. (2021). Use of Instagram as a Promotion Media of The Faculty Library at Gadjah Mada University. *Record and Library Journal*, 7(2). 342-352.

Open access under Creative Commons Attribution-Share A like 4.0 International License

Perpustakaan Fakultas agar menambah SDM perpustakaan yang bisa jadi merupakan mahasiswa magang atau *volunteer*, mengadakan survei kebutuhan pengguna dan evaluasi keefektifan promosi perpustakaan melalui Instagram, dan membuat SOP promosi melalui Instagram. *Kedua* Perpustakaan UGM agar membuat kebijakan mengenai promosi perpustakaan fakultas melalui media sosial, dan memberikan staf tambahan sekaligus pelatihan sebagai pengelola Instagram perpustakaan tiap fakultas.

Referensi

- A'yunin, N. A. Q. (2018). Promosi perpustakaan Pusat Studi Sosial Asia Tenggara Universitas Gadjah Mada Yogyakarta melalui media sosial. *LIBRARIA*, 10(1), 48-63.
- Akporhonor, B. A., & Olise, F. N. (2015). Librarians' use of social media for promoting library and information resources and services in University Libraries in South-South Nigeria. *Information and Knowledge Management*, 5(6), 1-8.
- Alvanoudi, N., & Vozana, P. (2019). *Social media usage and assessment for Greek academic libraries*. Artikel dipresentasikan di IFLA WLIC 2019, Athens, Yunani.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) & Polling Indonesia. (2018). *Penetrasi dan profil perilaku pengguna internet Indonesia survey 2018*. Diakses dari <https://apjii.or.id/survei2018s> pada 29 Juli 2019.
- Buarki, H., & Alkhateeb, B. (2018). Use of hashtags to retrieve information on the web. *The Electronic Library*, 36(2), 286-304. <http://doi.org/10.1108/EL-01-2017-0011>
- Buriro, M. A., Rahoo, L. A., Nagar, M. A. K., Kalhor, M., Abro, Q. A., Kalhor, S., & Halepota, A. A. (2018). *Social media used for promoting the libraries and information resources and services at university libraries of Sindh Province*. Artikel dipresentasikan di 2018 IEEE International Conference on Innovative Research and Development (ICIRD), Bangkok, Thailand.
- Burkhardt. (2010). Social media: A guide for college and university libraries. *College and Research Libraries News*, 71(1). Diakses dari <https://crln.acrl.org/index.php/crlnews/article/view/8302/8392> pada 04 Januari 2020.
- Cahyono, A. S. (2016). Pengaruh media sosial terhadap perubahan sosial masyarakat di Indonesia. *PUBLICIANA*, 9(1), 140-157.
- Hootsuite & We Are Social. (2019). *Digital 2019 Indonesia*. Diakses dari <https://www.slideshare.net/DataReportal/digital-2019-indonesia-january-2019-v01> pada 04 Januari 2020.
- Khan, S. A., & Bhatti, R. (2012). Application of social media in marketing of library and information services: A case study from Pakistan. *Webology*, 9(1). Diakses dari <http://www.webology.org/2012/v9n1/a93.html> pada 04 Januari 2020.
- Khoir, S., & Davison, R. M. (2014). *Applications of social media by digital natives in the workplace: An exploratory study in Indonesia*. Artikel dipresentasikan di 25th Australasian Conference on Information Systems, 8-10 Dec, Auckland, New Zealand.
- King, D. L. (2015). Managing your library's social media channels. *Library Technology Reports: Expert guides to library systems and services*, 51(1), 5-35.
- Masyithah, D. C. (2019). *Pengetahuan dan pemanfaatan oleh mahasiswa atas Instagram perpustakaan sebagai sarana digital marketing*. [Tesis]. Yogyakarta: Sekolah Pascasarjana Universitas Gadjah Mada.
- Owolabi, K. A., Ajiboye, B. A., Bakare, O. D., Bello, T. O., Omotoso, A. O., & Adeleke, O. (2013). Librarians' attitude toward monetary and non-monetary incentives in university libraries: A case of selected university libraries in Nigeria. *Annals of Library*

To cite this document:

Karunia, L. (2021). Use of Instagram as a Promotion Media of The Faculty Library at Gadjah Mada University. *Record and Library Journal*, 7(2), 342-352.

Open access under Creative Commons Attribution-Share A like 4.0 International License

(CC-BY-SA) 

and Information Studies, 60, 22-26.

- Polger, M.A., & Sich, D. (2019). Are they even following us?: Using market research data to understand students' social media preferences. *Library Management*, 40(8/9), 503-517. <http://doi.org/10.1108/LM-06-2019-0031>
- Purwani. (2017). Penggunaan media sosial oleh perpustakaan. *Libraria*, 5(1), 69-86.
- Republik Indonesia. (2014). Peraturan menteri pendayagunaan aparatur negara dan reformasi birokrasi Republik Indonesia nomor 9 tahun 2014 tentang jabatan fungsional pustakawan dan angka kreditnya. Diakses dari <https://www.perpusnas.go.id/webforms/uploads/law/170921121704rQwKgUnE17.pdf> pada 12 Januari 2020.
- Said, A., & Gunawan, I. (2018). *Statistik gender tematik: Profil generasi milenial Indonesia*. Jakarta: Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak.
- Santosa, J. K. (2014). *Lebih memahami sop*. Surabaya: Kata Pena.
- Tekulve, N., & Kelly, K. (2013, November). *Worth 1.000 words: Using Instagram to engage library users*. Artikel dipresentasikan di Brick and Click Libraries Symposium, Missouri, USA. Diakses dari https://ecommons.udayton.edu/roesch_fac/20/ pada 04 Januari 2020.
- Tungga, S. D. S. (2018). *Instagramability of Javanese quotes: Analysis of supporting elements of Instagram posts*. Artikel dipresentasikan di International Conference on Industrial Technology for Sustainable Development (ICon-ITSD), Makassar, Indonesia.

To cite this document:

Karunia, L. (2021). Use of Instagram as a Promotion Media of The Faculty Library at Gadjah Mada University. *Record and Library Journal*, 7(2), 342-352.

Open access under Creative Commons Attribution-Share A like 4.0 International License