

## PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI SARANA KOMUNIKASI PUSTAKAWAN DAN PEMUSTAKA PERPUSTAKAAN NASIONAL REPUBLIK INDONESIA

**Eka Maulina\***

Program Studi Ilmu Perpustakaan, Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Diponegoro Semarang

Korespondensi: [ekamaulina99@gmail.com](mailto:ekamaulina99@gmail.com)

### **Abstrak**

Tulisan ini bertujuan untuk menggambarkan manfaat media sosial untuk media komunikasi bagi perpustakaan. Hal ini dilatarbelakangi oleh masifnya perkembangan jenis dan bentuk media sosial yang menarik banyak kalangan di masyarakat. Akibatnya, mereka tidak begitu tertarik terhadap perpustakaan sebagai pusat informasi. Tulisan berdasar observasi secara online ini menguraikan karakteristik media sosial yang dimiliki oleh Perpustakaan Nasional Republik Indonesia sebagai perpustakaan utama di Indonesia. Selain itu, tulisan ini juga memberikan dorongan bagi perpustakaan-perpustakaan lain agar ikut serta dalam penyebaran informasi melalui media sosial. Memanfaatkan hal yang diminati oleh masyarakat yaitu media sosial merupakan suatu upaya perpustakaan untuk mengembalikan rasa cinta masyarakat terhadap perpustakaan.

**Kata kunci:** media sosial, perpustakaan, komunikasi informasi.

### **Abstract**

This aims of study is to describe the benefits of social media for communication media for libraries. This is motivated by the massive development of the types and forms of social media that attract many groups in society. As a result, they are not so interested in the library as an information center. This article based on online observation describes the characteristics of social media owned by the National Library of Indonesia as the main library in Indonesia. In addition, this paper also provides encouragement for other libraries to participate in disseminating information through social media. Utilizing the things that are of interest to the public, namely social media, is an effort by the library to restore people's love for the library.

**Keywords:** social media; library; information communication.

## **PENDAHULUAN**

### **Latar Belakang**

Komunikasi merupakan bagian terpenting dalam kehidupan bermasyarakat. Menurut Udomisor, dkk komunikasi merupakan kehidupan (Udomisor et al., 2013). Komunikasi digunakan orang untuk menyampaikan pesan dan informasi ke orang lain. Komunikasi informasi. Saat ini telah banyak media yang dikembangkan untuk menunjang lancarnya komunikasi agar informasi dapat sampai ke penerima dengan cepat. Media yang sering digunakan oleh masyarakat untuk berkomunikasi adalah gawai. Dalam gawai sendiri juga

terdapat berbagai macam bentuk media untuk berkomunikasi misalnya aplikasi perpesanan, media sosial, mesin pencarian, dan media-media komunikasi lain.

Media sosial merupakan media yang paling banyak digemari masyarakat untuk berkomunikasi. Ditambah dengan bermacam bentuk media sosial, membuat pengguna internet (warganet) semakin tertarik untuk mendaftar sebagai pengguna. Pembaruan yang cepat dari pengguna lain juga merupakan salah satu faktor pengguna tertarik akan suatu media sosial. Disamping untuk mengetahui kabar terbaru dari orang yang dikenal, media sosial juga kerap dimanfaatkan warganet untuk membagikan informasi terkini mengenai lembaga yang dikelola.

Sebagai lembaga institusi pengelola informasi, perpustakaan memiliki kewajiban untuk memberikan pelayanan yang baik kepada pemustakanya. Pelayanan perpustakaan yang baik dapat dilihat dari penyebaran informasi dari pustakawan kepada pemustaka atau calon pemustakanya. Apabila penyebaran informasi mengenai perpustakaan atau promosi perpustakaan masih dilakukan secara manual maka akan membutuhkan waktu dan tenaga yang cukup banyak. Oleh karena itu, pustakawan dapat memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi agar perpustakaan dapat dikenal dengan lebih baik oleh pemustaka atau calon pemustaka.

Perkembangan media sosial yang sangat cepat setiap waktunya mendorong masyarakat untuk mendaftar dan menjadi pengguna pada suatu media sosial. Hal ini dapat dimanfaatkan perpustakaan untuk mendekati pemustaka maupun calon pemustaka melalui media sosial. Promosi perpustakaan menggunakan media sosial dirasa sangat efektif dan efisien. Tidak seperti media tradisional seperti pamflet, iklan di televisi, radio, maupun koran yang memerlukan biaya yang cukup banyak dan tenaga yang tidak sedikit pula. Media sosial yang dilengkapi dengan jaringan internet membantu penggunaannya untuk menghemat segala hal untuk menjadi media promosi. Pengguna media sosial dapat dengan bebas memodifikasi bentuk promosi atau penyebaran informasi untuk nantinya dapat disajikan kepada pengguna lain dalam bentuk yang menarik.

Antusiasme masyarakat terhadap media sosial dapat dilihat dari banyaknya pengguna media sosial yang mendaftar sebagai anggota. Statista sebagai situs perankingan media sosial berdasarkan banyaknya jumlah pengguna melaporkan pada 24 April 2020 bahwa Instagram memiliki lebih dari 1 milyar penngguna dan Twitter sebanyak lebih dari 386 juta pengguna. Hal tersebut menambah keyakinan bahwa terdapat lebih dari 0,12% penduduk di bumi telah melakukan pembuatan akun pada media sosial Instagram dan lebih dari 0,04 telah melakukan

pembuatan akun pada media sosial Twitter dengan perbandingan jumlah penduduk di bumi pada 2019 yaitu 7,75 milyar orang. Berdasarkan latar belakang pengguna media sosial yang sangat banyak, peneliti akan melakukan observasi terhadap akun Instagram dan Twitter Perpustakaan Nasional mengenai cara mereka dalam mempromosikan perpustakaan dan memberikan informasi kepada warganet. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan pengetahuan mengenai cara penyebaran informasi oleh perpustakaan terbesar di Indonesia agar perpustakaan-perpustakaan di Indonesia yang lain dapat menjadikannya teladan dan dapat memulai mengembangkan perpustakaan yang dikelola melalui promosi di media sosial.

### **Kajian Literatur**

Komunikasi adalah proses yang dilakukan individu, kelompok individu, dan masyarakat dalam memanfaatkan informasi agar memiliki keterikatan dalam bermasyarakat (Ruben Brent & Stewart, 2006). Pada dasarnya komunikasi dilakukan secara verbal yaitu melalui lisan seperti berbicara namun apabila kedua belah pihak yang melakukan komunikasi tidak menemui kesamaan dalam berkomunikasi misalnya berbeda Bahasa atau memiliki keterbatasan fisik maka komunikasi dapat berupa komunikasi non-verbal (Komala, 2009). Komunikasi non-verbal dapat berupa gerak-gerik yang dapat menggambarkan informasi yang akan disampaikan. Komunikasi melalui media tulis dengan menggunakan jaringan internet seperti media sosial dapat disebut juga sebagai komunikasi non-verbal. Disebut demikian karena dalam proses komunikasi tidak melibatkan lisan dalam penyampaiannya.

Seiring dengan berkembangnya ilmu pengetahuan, komunikasi bergabung menjadi satu kesatuan dengan teknologi dan informasi atau biasa disebut sebagai teknologi, informasi, dan komunikasi. Penggunaan teknologi dalam berkomunikasi memungkinkan setiap individu mampu untuk menemukan, mengevaluasi, dan saling bertukar informasi dengan individu lainnya (Barney, 2011). Kecepatan penyebaran informasi melalui teknologi komunikasi yang tersambung dengan internet, memunculkan beragam media sosial. Menurut Andeas Kaplan dan Michael Haenlein, media sosial adalah sekumpulan aplikasi dengan memanfaatkan jaringan internet dengan didasarkan pada Web 2.0 dan digunakan untuk membuat dan bertukar konten (Kaplan & Haenlein, 2010). Media sosial dapat terbentuk karena adanya jejaring sosial. Menurut INSNA (*International Network for Social Network Analysis*) analisis jejaring sosial adalah analisis yang difokuskan pada pola interaksi individu (International Network for Social Network Analysis, 2020).

Perpustakaan masa kini telah berkembang menjadi perpustakaan mencakup banyak disiplin ilmu, kolaboratif, dan berjejaring (Lamba, 2019). Media sosial dapat dimanfaatkan oleh perpustakaan sebagai sarana komunikasi untuk menghubungkan pustakawan dengan pemustaka dan juga dapat membantu pustakawan dalam mempromosikan kegiatan, layanan, dan fasilitas perpustakaan. Perpustakaan Nasional Republik Indonesia telah memanfaatkan media sosial sebagai sarana komunikasi pustakawan dan pemustakanya. Perpustakaan Nasional yang melayani informasi nasional dan menyimpan semua publikasi yang terbit di Indonesia dan mengenai Indonesia tentu saja perlu untuk menjangkau masyarakat yang sangat luas. *Library 2.0* merupakan istilah yang digunakan untuk perpustakaan yang telah menerapkan teknologi web 2.0. Jejaring sosial online oleh perpustakaan merupakan salah satu aspek dalam *Libaray 2.0* (Cohen, 2007). Perpustakaan Nasional merupakan salah satu bagian dari perpustakaan umum. Pendanaan dari perpustakaan umum perlu untuk dikelola dengan baik (Jaeger, Bertot, & Gorham, 2013) oleh karena itu perpustakaan dapat memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi dan penyebaran informasi yang dikelola.

## **METODE PENELITIAN**

Metode penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah observasi secara online. Observasi merupakan teknik penelitian kualitatif dengan mengumpulkan data berdasarkan fakta lapangan dengan pengamatan panca indra sesuai keadaan tanpa dimanipulasi (Hasanah, 2017). Peneliti melakukan observasi melalui dua media sosial yang paling sering digunakan oleh warganet yaitu media sosial Instagram dan Twitter. Penelitian ini meneliti mengenai cara Perpustakaan Nasional dalam memanfaatkan media sosial untuk berkomunikasi dengan pemustaka atau calon pemustaka. Teknik pengumpulan data adalah dengan observasi media sosial Perpustakaan Nasional secara online melalui media gawai. Data dianalisis menggunakan kajian observasi dengan menganalisis jumlah pengikut, tanggapan pengguna melalui komentar, dan penampilan atau cara perpustakaan mengemas informasi untuk disajikan kepada pengguna.

## **4. Hasil dan Pembahasan**

Perpustakaan Nasional Republik Indonesia merupakan perpustakaan terbesar di Indonesia. Seluruh publikasi yang terbit di Indonesia dan publikasi mengenai Indonesia dikelola juga di perpustakaan ini. Melalui media sosial, Perpustakaan Nasional RI memperkenalkan

perpustakaan kepada pengguna media sosial. Alamat akun Instagram Perpustakaan RI adalah [@perpusnas.go.id](https://www.instagram.com/perpusnas.go.id) dan alamat akun Twitter adalah [@perpusnas1](https://twitter.com/perpusnas1). Di dalam kedua media sosialnya Perpustakaan Nasional RI mencantumkan link website resminya yaitu [www.perpusnas.go.id](http://www.perpusnas.go.id). Menurut peneliti, pencantuman link website tersebut bertujuan agar pemustaka atau calon pemustaka dapat langsung mengunjungi website dengan berbagai macam fitur yang telah dibuat dan disediakan Perpustakaan Nasional RI. Selain itu, pencantuman deskripsi di biodata akun yang menyebutkan bahwa akun tersebut merupakan akun resmi milik Perpustakaan RI juga perlu diperhatikan oleh pengguna yang akan berkunjung ke akun milik pemerintah ini. Kebebasan berkreasi dalam media sosial terkadang disalahgunakan oleh pihak lain untuk membuat akun dengan nama pengguna yang hampir sama. Hal tersebut terkadang dapat membuat pengguna kebingungan ketika akan berkunjung ke akun resmi. Oleh karena itu diperlukan ketelitian dalam pembuatan deskripsi akun.

Dalam pembuatan konten dalam media sosial, Perpustakaan Nasional RI menyajikan konten yang sama di Instagram dan Twitter. Peneliti merasa bahwa hal tersebut dibuat memang murni bertujuan untuk membagikan informasi kepada pengikut media sosial yang berkunjung. Ini bukanlah duplikasi konten, melainkan penyebaran informasi di berbagai media. Hal ini dilakukan karena tidak semua pengguna Instagram menggunakan Twitter dan tidak semua pengguna Twitter menggunakan Instagram. Penyebaran informasi yang seperti ini dimaksudkan agar informasi yang disebar dapat menjangkau berbagai macam komunitas pengguna media sosial.

Perpustakaan Nasional RI dalam pembuatan konten tidak memiliki tema tetap, mereka banyak berkreasi dan menyesuaikan dengan isi informasi yang akan dibagikan. Misalnya pada saat peringatan hari tari internasional yang jatuh pada 29 April, Perpustakaan membuat tampilan konten yang indah dengan perpaduan warna merah muda dan coklat muda ditambah dengan foto serta ilustrasi menari. Berbeda lagi ketika peringatan hari kebangkitan nasional. Konten yang Perpustakaan buat adalah tangan dengan menggenggam bendera merah putih, menggambarkan jiwa nasionalisme dan perjuangan para pahlawan. Penyajian informasi di media sosial milik Perpustakaan ini dapat menarik pengikut untuk mengetahui informasi yang disajikan. Pembuatan konten dengan tampilan beragam dapat membuat pengikut yang melihat konten tersaji merasa masuk ke dalam informasi dan penasaran akan bentuk konten yang akan disajikan selanjutnya. Sedangkan tampilan yang monoton seperti pembuatan konten dengan warna yang sama di seluruh konten yang diunggah terkadang dapat membuat pengguna media sosial merasa jenuh dan bosan. Per tanggal 21 Juni 2020, Perpustakaan di akun Instagramnya telah

mengunggah 920 postingan sedangkan di akun Twitternya telah mengunggah 5.037 Tweet. Perbedaan yang sangat signifikan ini terjadi karena Instagram dapat mengunggah maksimal 10 gambar atau video di satu postingan sedangkan di Twitter pengguna hanya dapat mengunggah maksimal 4 gambar atau 1 video di tiap postingannya.

Tercatat pada 21 Juni 2020, akun Instagram Perpustakaan telah memiliki lebih dari 127 ribu pengikut dan lebih dari 28 ribu mengikuti di akun Twitter Perpustakaan. Meskipun isi informasi dari konten yang diunggah oleh Perpustakaan di kedua media sosial tersebut sama, namun kembali lagi dari banyaknya jumlah pengguna media sosial di dunia. Instagram memiliki jumlah pengguna lebih banyak dari Twitter, sehingga penyebaran informasi melalui media sosial Instagram terasa lebih banyak menarik pengguna untuk mengikuti suatu akun.

## 5. Kesimpulan

Akun media sosial Perpustakaan Nasional Republik Indonesia dapat dijadikan teladan yang baik untuk perpustakaan-perpustakaan lain ketika akan memulai membangun akun media sosial untuk media promosi dan penyebaran informasi tentang kegiatan perpustakaan. Media sosial juga merupakan jendela yang sangat tepat untuk menarik pemustaka usia muda agar tertarik berkunjung ke perpustakaan secara langsung. Kemas informasi yang baik dan menarik menjadi faktor yang paling kuat dalam pembuatan konten di media sosial. Pustakawan atau staf pengelola media sosial haruslah seseorang yang memiliki kreatifitas karena pembuatan konten merupakan cerminan dari isi perpustakaan secara langsung. Apabila konten yang dimuat menarik maka dapat dipastikan perpustakaan konvensionalnya juga menarik.

## Daftar Pustaka

Barney, D. (2011). *Communication technology*. UBC Press.

Cohen, L. B. (2007). A manifesto for our times. *American Libraries*, 38(7), 47–49.

Hasanah, H. (2017). Teknik-teknik observasi (sebuah alternatif metode pengumpulan data kualitatif ilmu-ilmu sosial). *At-Taqaddum*, 8(1), 21–46.

International Network for Social Network Analysis. (2020). What is Social Network Analysis? Retrieved June 21, 2020, from <https://www.insna.org/#%23>

- Jaeger, P. T., Bertot, J. C., & Gorham, U. (2013). Wake up the nation: Public libraries, policy making, and political discourse. *The Library Quarterly*, 83(1), 61–72.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68.
- Komala, L. (2009). Ilmu Komunikasi: Perspektif, Proses, dan Konteks. *Bandung: Widya Padjadjaran*.
- Lamba, M. (2019). Marketing of academic health libraries 2.0: a case study. *Library Management*, 40(3–4), 155–177. <https://doi.org/10.1108/LM-03-2018-0013>
- Ruben Brent, D., & Stewart, L. P. (2006). *Communication and human behavior*. Pearson.
- Udomisor, I., Udomisor, E., Smith, E., Udomisor, I. W., State, B., Udomisor, E. I., ... State, B. (2013). *Management of Communication Crisis in a Library and Its Influence on Productivity*. 3(8), 13–22.