

# Sosial Media Sebagai Media Interaktif Antara Pustakawan dan Pemustaka di Perpustakaan STIKES Muhammadiyah Kuningan

Yogi Andrianza<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Ilmu Perpustakaan dan Informasi, Pascasarjana, UIN Sunan Kalijaga, Yogyakarta, Kodepos, Indonesia  
[yandrianza@gmail.com](mailto:yandrianza@gmail.com)

## Abstrak

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui seberapa efektif media social yang digunakan oleh perpustakaan stikes muhammadiyah kuningan dalam berinteraksi dengan pemustaka yang ada di perpustakaan stikes muhammadiyah kuningan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu deskriptif dengan pendekatan kualitatif yang kemudian peneliti akan mewawancarai pustakawan STIKES Muhammadiyah Kuningan. Hasil dari penelitian ini yaitu bahwa Perpustakaan STIKES Muhammadiyah menggunakan media social instagram dan *whatsapp* pribadi pustakawan ditempat bekerja tersebut. Perpustakaan STIKES Muhammadiyah Kuningan lebih banyak berinteraksi Tanya jawab dengan pemustaka yakni melalui *whatsapp* pribadi untuk penggunaan instagram digunakan untuk menginformasikan beberapa informasi yang ada di perpustakaan diantaranya informasi layanan, koleksi dan beberapa kegiatan kampus Namun untuk kedepannya Perpustakaan STIKES Muhammadiyah Kuningan akan mengefektifkan semua penggunaan social media seperti *facebook*, *twitter* dan social media lainnya. Adapun kendala yang dihadapi yakni dengan keterbatasan sumber daya manusia maka dari itu penggunaan social media kurang maksimal.

## Abstract

*The purpose of this research is to find out how effective the social media used by the Muhammadiyah Kuningan Sticky Library in interacting with the users in the Kuningan Muhammadiyah Stick Library library. The method used in this research is descriptive with a qualitative approach, then the researcher will interview the stikes muhammadiyah brass librarian. The results of this study are that the library stikes muhamadiyah kuningan uses social media Instagram and personal WhatsApp of the librarian at the place of work. The library stikes muhammadiyah kuningan interacts more with users, namely through personal WhatsApp for the use of Instagram, it is used to inform some of the information in the library, including service information, collections and some campus activities. However, in the future, the library stikes muhammadiyah kuningan will streamline all use of social media such as: Facebook, Twitter and other social media. The obstacles faced are limited human resources, therefore the use of social media is not optimal.*

## Kata kunci:

*Sosial Media,  
Perpustakaan Stikes  
Muhammadiyah  
Kuningan,  
Media Interaktif,*

## Keywords:

*Social media,  
Library stikes  
muhammadiyah  
kuningan,  
interactive media,  
media social,  
librarianship.*

## A. Pendahuluan

Ditilik dari perkembangan zaman yang selalu *updatemulai* dari era industry 1.0 hinggasekarang 5.0 bahwa ada begitu banyak hal perubahan yang berkembang terutama pada bidang teknologi yang sangat pesat. Berdasarkan usia pengguna, mayoritas pengguna internet di Indonesia berusia 18-25 tahun, yaitu sebesar hampir setengah dari total jumlah pengguna internet di Indonesia yaitu

49%, untukusia 26-35 tahun berjumlah 33,8%, untuk usia 36-45 tahun berjumlah 14,6%, untuk usia 46-55 tahun berjumlah 2,4% dan untuk usia 56-65 tahun berjumlah 0,2%(Ghazali, 2019).

Perkembangan internet yang muncul pada abad ke 21 membuat pengguna internet dan masyarakat luas masih mengidentikkan internet sebagai perkembangan teknologi komputer atau "internet is tool is not medium". Anggapan ini

tidak menjadi hilang manakala booming fasilitas internet (e-mail, chatting dan browser) digunakan oleh banyak orang untuk berkomunikasi. Perkembangan seperti ini pernah digambarkan Denis Mc Quail sebagai perangkat media elektronik baru yang mencakup beberapa beberapa sistem teknologi; sistem transmisi (melalui kabel atau satelit), sistem miniaturisasi, sistem penyimpanan dan pencarian informasi, sistem penyajian, (dengan menggunakan kombinasi teks dan grafik secara lentur) dan sistem pengendalian (oleh komputer) (Effendi, 2009). System inilah yang kemudian menjadi pendukung di perpustakaan.

Perpustakaan adalah institusi pengelola koleksi karya tulis, karya cetak, dan/atau karya rekam secara profesional dengan sistem yang baku guna memenuhi kebutuhan pendidikan, penelitian, pelestarian, informasi, dan rekreasi para pemustaka (UU RI Nomor 43 Tentang Perpustakaan, 2007). Keberadaan perpustakaan inilah yang kemudian dalam penyampaian informasi dan komunikasi arah kepada pemustaka yakni melalui jaringan internet. Bih tepatnya lagi yaitu pada zaman sekarang yaitu melalui social media adapun diantaranya yaitu facebook, twitter, instagram, whatsapp, telegram dan lainnya. Tak hanya sebagai sarana komunikasi, social media di perpustakaan juga menjadi sarana promosi, mulai dari kegiatan yang dilakukan, pelayanan yang ditawarkan hingga display dan eview dari koleksi yang ada di perpustakaan tersebut.

Pada saat ini perpustakaan yang ada di STIKES Muhammadiyah Kuningan hanya menggunakan instagram dan whatsapp pribadi dalam melakukan promosi, kegiatan hingga komunikasi dua arah kepada pemustaka. Hal inilah yang kemudian membuat penulis untuk melakukan penelitian deskriptif mengenai penggunaan social media yang digunakan dari banyak jenis namun perpustakaan stikes muhammadiyah hanya menggunakan jenis social media instagram dan whatsapp pribadi.

## B. TINJAUAN TEORITIS

Media sosial sebagai "sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun di atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0, dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran user-generated content" (Kaplan & Haenlein, 2010).

### Proses Komunikasi Bermedia Internet

Proses komunikasi bermedia internet meliputi hal-hal sebagai berikut (Effendi, 2009):

- Menciptakan pengertian dengan menulis "surat" melalui e-mail, menuliskan kata-kata pada waktu yang sama dalam komunitas chatting, serta menciptakan websites melalui penciptaan file multimedia;
- Menyebarkan pengertian melalui komunikasi point to point (E-mail), dan komunikasi point to multi point (IRC, Web site);
- Merasakan arti dalam teks dan multimedia pada websites, e-mail dan IRC; dan
- Berpartisipasi dalam forum untuk awal penjelajahan karakteristik komunitas seperti tujuan bersama, norma-norma dan tradisi.

Salah satu konsep mutakhir yang ditawarkan untuk melihat internet sebagai media komunikasi adalah konsep "computer mediated communications" (CMC). Konsep CMC yang ditawarkan oleh John Decembe sebenarnya masih bersifat "mentah" dan cenderung menerjemahkan konsep CMC dari alur logika teknis jaringan internet. Apalagi konsep-konsep yang ditawarkan dalam CMC tidak melihat komunikasi melalui internet adalah bersifat virtual (maya). Konsep CMC juga tidak memberi penjelasan tentang level dan konteks komunikasi, unsur-unsur komunikasi yang terlibat, serta model yang berlaku dalam komunikasi menggunakan internet (Effendi, 2009)

Media sosial mempunyai ciri - ciri sebagai berikut (Gambel, M. & T.K. Gambel, 2002) :

- Pesan yang di sampaikan tidak hanya untuk satu orang saja namun bisa keberbagai banyak orang contohnya

- pesan melalui SMS ataupun internet
- Pesan yang di sampaikan bebas, tanpa harus melalui suatu Gatekeeper
- Pesan yang di sampaikan cenderung lebih cepat di banding media lainnya
- Penerima pesan yang menentukan waktu interaksi.

Fungsi dan Tujuan Media Sosial Media sosial biasa digunakan dalam berkomunikasi dan interaksi oleh dua orang atau lebih secara online. Tentu saja, kemudahan pemanfaatan ini menjadikan media sosial memiliki dampak dalam kehidupan sosial. Berikut adalah fungsi dari media sosial:

1. Sarana mencari berita, informasi, dan pengetahuan
2. Sarana hiburan
3. Sarana berkomunikasi
4. Sarana penggalangan opini
5. Sarana berbagi

Sedangkan tujuan dari media sosial (Supriyatno, 2019) adalah:

1. Ekspresi diri
2. Membentuk komunitas
3. Menjalin hubungan pribadi
4. Media promosi atau pemasaran

Adapun social media diantaranya yakni instagram Sebagai media sosial, system pemanfaatan Instagram adalah dengan menjadi Following atau akun yang diikuti dan Followers atau akun yang mengikuti. Hal terpenting dalam media sosial Instagram adalah strategi perbanyak jumlah Follower. Jumlah Follower berbanding lurus dengan respon pada tiap postingan. Semakin banyak jumlah Follower maka semakin banyak pula peluang untuk mendapatkan respon dan dampak yang ditimbulkannya (Supriyatno, 2019).

Fitur Instagram Fitur-fitur yang dimiliki oleh medsos Instagram yaitu:

1. Home Page
2. Search/Mesin Pencari
3. Berbagi Foto dan Video

4. Komentar dan Like
5. Notification
6. Direct Messages
7. Share

\*notes

### C. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu deskriptif dengan pendekatan kualitatif yang kemudian peneliti akan mewawancarai pustakawan stikes muhammadiyah kuningan. Selain itu data yang diperoleh dan didapatkan akan dianalisis oleh peneliti.

### D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan pernyataan Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemenkominfo) mengungkapkan bahwa pengguna internet di Indonesia saat ini mencapai 63 juta orang. Dari angka tersebut, 95 persennya menggunakan internet untuk mengakses jejaring sosial. Direktur Pelayanan Informasi Internasional Ditjen Informasi dan Komunikasi Publik (IKP), Selamatta Sembiring mengatakan, situs jejaring sosial yang paling banyak diakses adalah Facebook dan Twitter. Indonesia menempati peringkat 4 pengguna Facebook terbesar setelah USA, Brazil, dan India. Selain itu menurut data dari Webershandwick, perusahaan public relations dan pemberi layanan jasa komunikasi, untuk wilayah Indonesia ada sekitar 65 juta pengguna Facebook aktif. Sebanyak 33 juta pengguna aktif per harinya, 55 juta pengguna aktif yang memakai perangkat mobile dalam pengaksesannya per bulan dan sekitar 28 juta pengguna aktif yang memakai perangkat mobile per harinya (Ghazali, 2019)

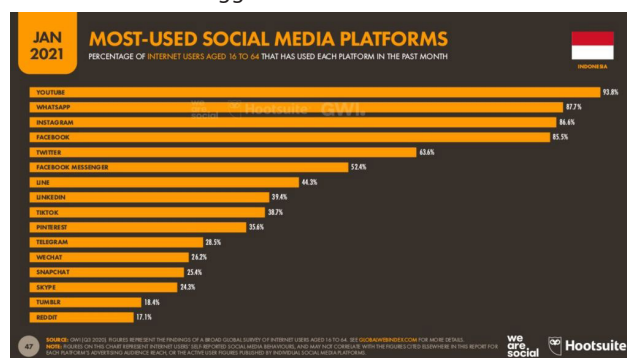
Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) juga telah membagi pengguna internet dilihat dari beberapa aspek yaitu : a. Jenis Kelamin Survey tahun 2014 menunjukkan bahwa pengguna internet yang berjenis kelamin perempuan

lebih banyak dari pada pengguna internet yang berjenis kelamin laki-laki. Mayoritas dari pengguna internet ini tinggal di daerah urban. Adapun untuk perempuan berjumlah 51% dan laki-laki berjumlah 49%. b. Usia Berdasarkan usia pengguna, mayoritas pengguna internet di Indonesia berusia 18-25 tahun, yaitu sebesar hampir setengah dari total jumlah pengguna internet di Indonesia yaitu 49%, untuk usia 26-35 tahun berjumlah 33,8%, untuk usia 36-45 tahun berjumlah 14,6%, untuk usia 46-55 tahun berjumlah 2,4% dan untuk usia 56-65 tahun berjumlah 0,2% c. Pendidikan Berdasarkan pendidikan, pengguna internet di Indonesia paling banyak yang telah menamatkan pendidikannya di tingkat SMU sederajat yaitu berjumlah 64,7%, Sarjana/S1 berjumlah 16,9%, SMP sederajat berjumlah 9,7%, Akademi/D1/D2/D3/D4/Vokasi berjumlah 6,8%, SD sederajat berjumlah 1,2%, dan Pasca Sarjana/S2/S3 berjumlah 0,4% d. Aktivitas Berdasarkan aktivitas, mayoritas pengguna internet di Indonesia merupakan pekerja dan wiraswasta yang berjumlah 55%, mahasiswa sebanyak 18%, ibu rumah tangga sebanyak 16%, tidak bekerja sebanyak 6%, dan pelajar SD/SMP/SMA sederajat sebanyak 5%. e. Pekerjaan Berdasarkan pekerjaan, mayoritas pengguna internet di Indonesia merupakan karyawan yang berjumlah 65% pengguna, wirausaha sebanyak 27%, pekerja diluar sektor formal dan informal sebanyak 5%, dan pekerja informal sebanyak 3%. Sedangkan untuk sektor pekerjaan, mayoritas internet digunakan untuk perdagangan sebesar 31,5%, jasa sebesar 26,1%, pendidikan sebesar 8,3%, pemerintahan sebesar 7,0%, keuangan/perbankan sebesar 5,6%, otomotif sebesar 3,3%, konsultan sebesar 3,2%, manufaktur sebesar 3,2%, properti sebesar 1,7%, kesehatan sebesar 1,7%, hiburan sebesar 1,3%, perhotelan/restoran/kuliner sebesar 1,0%, dan agro perkebunan/pertanian sebesar 1,0% f. Internet Dalam Keluarga Sebagian besar pengguna internet Indonesia tinggal bersama keluarga batih sebanyak

93%. Keluarga batih adalah bentuk keluarga yang terdiri dari ayah (suami), ibu (istri), dan anak-anak, keluarga luas sebanyak 10% dan lainnya sebanyak 6%. Selain itu mayoritas pengguna internet di Indonesia tinggal di rumah milik orang tua yaitu sebesar 52,6%, rumah sendiri sebesar 29,8%, kontrakan sebesar 12,2%, kos/asrama sebesar 4%, keluarga sebesar 0,7%, lainnya sebesar 0,6%, dan rusun 0,2%(Indonesia, 2015).

Penggunaan internet, terutama media social banyak sekali di dunia terutama juga di Indonesia, dimana setiap orang masing-masing memiliki handphone (mobile) bahkan ada yang memiliki lebih dari satu handphone. Dan jika kita lihat bahwa dari masing-masing handphone yang digunakan juga terdapat beberapa media social yang digunakan. Beberapa data masyarakat indonesia yang menggunakan internet dan media social dapat dilihat pada tabel berikut :

Gambar 1. Penggunaan media social di Indonesia.



jumlah pengguna berbagai medsos populer di Indonesia, sebagai berikut:

- Jumlah pengguna Facebook di Indonesia 140 juta
- Jumlah pengguna YouTube di Indonesia 107 juta
- Jumlah pengguna Instagram di Indonesia 85 juta
- Jumlah pengguna Fb Messenger di Indonesia 31 juta
- Jumlah pengguna LinkedIn di Indonesia 17 juta

- Jumlah pengguna Twitter di Indonesia 14,05 juta
- Jumlah pengguna Snapchat di Indonesia 7,25 juta

Melihat pengguna media social yang sangat ramai maka perpustakaan juga harus mengikuti perkembangan zaman. Dengan mengupgrade perpustakaan baik menggunakan media social dan juga memanfaatkan internet baik dalam pengelolaannya maupun dalam promosi dan kegiatan perpustakaan.

Media sosial di era revolusi industry 4.0, bahkan sekarang sudah di era 5.0 bahwa perpustakaan sekarang tidak lagi dikelola secara manua walaupun ada beberapa perpustakaan di sekolah maupun di daerah yang benar-benar masih manual. Namun pada dasarnya di era yang semakin berkembang ini perlu sekali para pustakawan memperhatikan kemajuan dari perpustakaan yang dikelolanya. Sehingga perpustakaan tetap menjadi idola sebagai referensi pencarian informasi. Pada saat ini sudah banyak sekali perpustakaan-perpustakaan juga berbasis digital.

Beberapa diantaranya dengan kebutuhan era baru yang semakin berkebang memang perpustakaan harus mempertimbangkan media untuk perpustakaan baik diantaranya jaringan, *hardwere*, *softweryang* memadai seperti pengadaan wifi pada area perpustakaan, computer dalam pencarian koleksi yang menggunakan *software* automasi diantaranya yaitu *slims*, *inlislite*, *e-prints*, *green stone*, dan berbagai aplikasi yang digunakan baik untuk automasi maupun kebutuhan untuk perpustakaan digital.

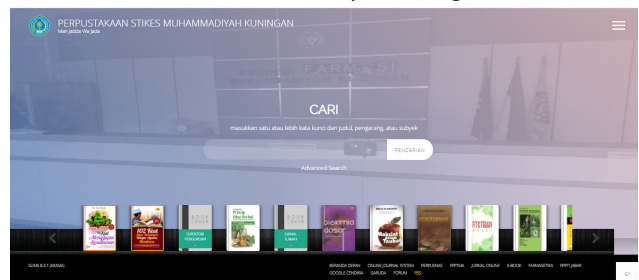
Tak hanya menggunakan jaringan, *hardwere* dan *software*, perpustakaan di era yang sekarang juga perlu mempunyai media baik sebagai media promosi maupun media komunikasi antar perpustakaan (pustakawan) dan pemustaka ataupun pencari informasi. Hal ini perlu sekali menjadi pertimbangan sebagai upaya pengembangan dari perpustakaan

itu sendiri. Terutama pada perpustakaan perguruan tinggi sesuai dengan yang ada pada tri dharma perguruan tinggi yaitu pengajaran, penelitian dan pengabdian kepada masyarakat.

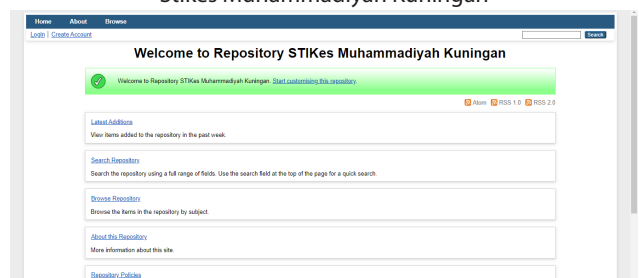
Perpustakaan STIKES Muhammadiyah Kuningan merupakan salah satu perpustakaan dibawah naungan perguruan tinggi STIKES Muhammadiyah yang berada di Kuningan Jawa Barat. Perpustakaan STIKES Muhammadiyah Kuningan menjadi salah satu referensi dalam penyediaan koleksi untuk penelitian dan pengajaran yang dilaksanakan di lingkungan STIKES Muhammadiyah Kuningan.

Pada saat ini perpustakaan perguruan tinggi yang ada di stikes muhammadiyah kuningan juga sudah menuju perpustakaan yang terotomasi yang menggunakan aplikasi *slims* 8 sebagai manajemen koleksi bukuteks dan juga menggunakan *e-prints* sebagai manajemen karya tulis ilmiah dan skripsi maupun karya-karya civitas akademika stikes muhaadiyah kuningan.

Gambar 2. Tampilan OPAC Perpustakaan Stikes Muhammadiyah Kuningan



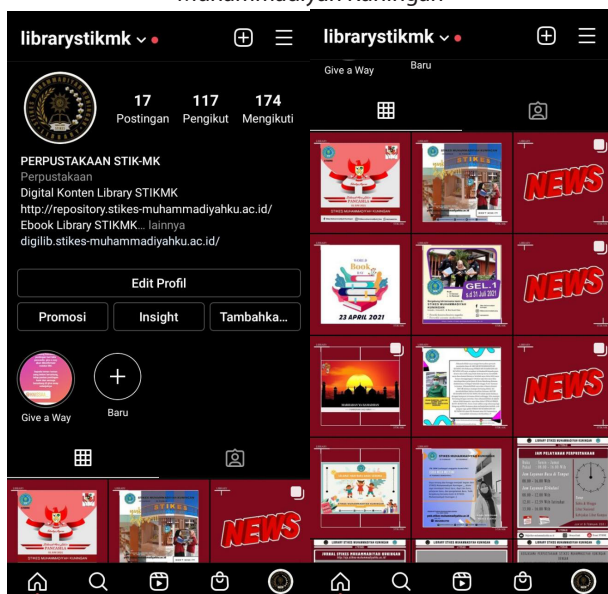
Gambar 3. Tampilan E-Prints Perpustakaan Stikes Muhammadiyah Kuningan



Selain menggunakan beberapa aplikasi diatas, perpustakaan stikes muhammadiyah kuningan juga menggunakan media baik sebagai promosi maupun

sebagai wadah komunikasi kepada mahasiswa baik yaitu dengan menggunakan media social instagram (@librarystikmk), whatsapp pribadi dan email (lib@stikes-muhammadiyahku.ac.id). Tujuan dari media sosial yang paling banyak digunakan oleh pengguna adalah Twitter, Facebook dan Instagram pada saat ini. Perpustakaan setidaknya memiliki salah satu dari akun tersebut, tujuannya untuk membangun interaksi antara pustakawan dan pemustaka dalam menginformasikan berbagai aktifitas yang berkaitan dengan perpustakaan (Gunawan, 2017).

Gambar.4 dan 5  
Tampilan Instagram Perpustakaan Stikes Muhammadiyah Kuningan



Dari instagram tersebut diketahui bahwa instagram perpustakaan stikes muhammadiyah kuningan belum berjalan secara maksimal, diketahui bahwa jumlah mahasiswa  $\pm 300$  orang namun followersnya hanya 117. Adapun postingan yang di posting oleh admin library stikmk berjumlah 17 postingan. Dengan postingan pertama yakni pada tanggal 1 januari 2021 dan postingan terakhir saat ini yaitu pada 1 juni 2021. Jumlah like sangat bervariasi dan rata-rata berjumlah 15 like dan komentarpun sangat minim sekali.

Maka dari itu instagram yang digunakan sebagai media komunikasi interactive pustakawan

dan pemustaka belum berjalan dengan maksimal. Namun berdasarkan hasil wawancara kepada pustakawan stikes muhammadiyah kuningan, pemustaka lebih tertarik untuk bertanya langsung melalui whatsapp pribadi pustakawan.

\*notes

## E. PENUTUP

### Simpulan

Dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa:

1. Social media yang digunakan oleh perpustakaan stikes muhammadiyah kuningan pada saat ini yaitu hanya melalui instagram (@librarystikmk), whatsapp pribadi dan email (lib@stikes-muhammadiyahku.ac.id) namun kedepannya perpustakaan STIKES Muhammadiyah akan memanfaatkan social media lainnya seperti facebook, youtube, website, twitter dan social media lainnya.
2. Kendala yang dihadapi saat ini yakni dengan terbatasnya sumber daya yang ada di perpustakaan stikes muhammadiyah kuningan menyebabkan kurang maksimalnya social media yang dikelola.

## F. Daftar Pustaka

- Effendi, M. (2009). PERANAN INTERNET SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI. *KOMUNIKA: Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 3(2), 130–142. <https://doi.org/10.24090/komunika.v3i2.143>
- Ghazali, Z. (2019). *PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL FACEBOOK SEBAGAI MEDIA DAKWAH DALAM MASYARAKAT VIRTUAL* [Preprint]. INA-Rxiv. <https://doi.org/10.31227/osf.io/97w2k>
- Gunawan, A. (2017). *PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL DI PERPUSTAKAAN*. 3, 4.
- Indonesia, A. (2015). Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. *Retrieved November, 21, 2016*.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities

of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68.

<https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>

Supriyatno, H. (2019). Strategi pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi perpustakaan: Studi analisis persepsi pemustaka tentang efektifitas pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi layanan Perpustakaan UIN Sunan Ampel. *Indonesia Journal of Academic Librarianship*, 3(3), 33–45.

UU RI Nomor 43 Tentang Perpustakaan, (2007). <https://library.uns.ac.id/wp-content/uploads/2016/02/UU-43-2007-PERPUSTAKAAN.pdf>

