

## PEMETAAN KONTEN INFORMASI AKUN *INSTAGRAM* @PERPUSUINYOGYAKARTA

**Risna Septi Harfiani**

Universitas Lancang Kuning  
E-mail : risnaseptih.unilak18@gmail.com

**Nining Sudiar**

Universitas Lancang Kuning  
E-mail : sudiar.nining@gmail.com

**Vita Amelia**

Universitas Lancang Kuning  
E-mail : vita.amelia@unilak.ac.id

Received: 18-01-2023  
Revised: 26-03-2023  
Accepted: 04-05-2023  
DOI: 10.24036/ib.v4i2.391

### **Abstract**

*In this study examines an Instagram account @perpusuinyogyakarta. From this account the researcher collected uploads published by @perpusuinyogyakarta during January-December 2021. The purpose of this study was to find out what content was uploaded by the @perpusuinyogyakarta account and how the mapping of the Instagram account @perpusuinyogyakarta during January - December 2021 and what percentage. This study uses a quantitative descriptive method with a sample of 433 posts uploaded during January-December 2021 (1 year). Data collection techniques are observation and documentation study. The results showed that out of 433 posts of informational content and five indicators of library Instagram content, namely event indicators, internal indicators, speech indicators, library information indicators, and knowledge indicators. The most posted indicator is the indicator that shows information related to library information with 161 uploads or 39.07%, the second is information related to events or promoting events/activities with 88 uploads or 21.35%, the third is shows information related to speech with 78 uploads or with a percentage of 18.93%, the fourth is information that contains internal activities with 53 uploads or a total of 12.86%, and there is a low upload, namely information related to general knowledge or certain fields with 47 uploads or a total of 11.40%, and there is a follower response to content that is seen as quite active in the comments column which is communicative with the account manager @perpusuinyogyakarta such as comments that are praise or appreciation.*

**Keywords :** Mapping, Information, Content, Instagram

### **ABSTRAK**

Dalam penelitian ini meneliti tentang sebuah akun instagram @perpusuinyogyakarta. Dari akun tersebut peneliti mengumpulkan unggahan yang dipublikasikan oleh @perpusuinyogyakarta selama bulan Januari- Desember 2021. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui konten apa saja yang di unggah akun @perpusuinyogyakarta dan bagaimana pemetaan akun instagram @perpusuinyogyakarta selama Januari – Desember 2021 dan berapa persentasenya. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif dengan sampel 433 postingan yang diunggah selama Januari- Desember 2021 (1 tahun) . Teknik pengumpulan data yaitu observasi dan studi

dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari 433 postingan konten informasi dan dari lima indikator konten *Instagram* perpustakaan yaitu indikator event, indikator internal, indikator ucapan, indikator informasi perpustakaan, dan indikator pengetahuan. Indikator yang paling banyak diposting yaitu indikator yaitu memperlihatkan informasi yang berkaitan dengan informasi perpustakaan jumlah 161 unggahan atau sejumlah 39,07 %, yang kedua yaitu informasi yang berkaitan dengan event atau mempromosikan acara/ kegiatan dengan 88 unggahan atau sebesar 21,35 %, ketiga yaitu memperlihatkan informasi yang berkaitan dengan ucapan dengan 78 unggahan atau dengan presentase 18,93%, keempat yaitu informasi yang berisi kegiatan-kegiatan internal dengan 53 unggahan atau sejumlah 12,86%, dan terdapat unggahan yang rendah yaitu pada informasi yang berkaitan dengan pengetahuan umum atau bidang tertentu dengan 47 unggahan atau sejumlah 11,40%, dan terdapat respon pengikut pada konten yang dilihat cukup aktif pada kolom komentar yang bersifat komunikatif dengan pengelola akun @perpusuinyogyakarta seperti komentar bersifat pujian ataupun apresiasi.

**Kata kunci :** Pemetaan, informasi, konten, *Instagram*

## PENDAHULUAN

Di era keterbukaan informasi. Informasi menjadi kebutuhan pertama bagi setiap manusia. Perpustakaan menjadi sorotan tajam karena perpustakaan menjadi jantung sumber dan informasi pendidikan bagi masyarakat. Perpustakaan wajib menjalankan fungsi informasi seperti mendorong keterbukaan serta membudayakan literasi informasi kepada masyarakat. Perpustakaan tidak hanya berguna sebagai ruangan atau gedung ketersediaan sumber informasi, perpustakaan juga mempunyai tujuan untuk melibatkan pemustaka dalam memanfaatkan media sosial untuk menyebarkan informasi. Perkembangan media sosial pada masa kini tidak

menjadi hambatan jika perpustakaan ikut serta dalam memaksimalkan suatu layanan yang dimiliki melalui ranah media sosial.

Sosial media atau jejaring sosial merupakan media online yang memungkinkan penggunaanya untuk saling berkomunikasi, saling bertukar informasi dan membentuk jaringan baru (Khoerunnisa dan Anwar, 2019). Menurut Andreas Kaplan dan Michael Haenlein dalam (Cahyono, 2016) Media sosial didefinisikan sebagai “sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun di atas dasar ideology dan teknologi Web 2.0, dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran user-generated content”.

Berdasarkan hasil riset Hootsuite We are Social (2022) yang dirilis pada 15 Februari 2022 mengatakan bahwa pengguna sosial media di Indonesia menggapai jumlah 191,4 juta atau 68,9 % dari jumlah populasi yang ada di Indonesia. Sementara pengguna internet mencapai 204,7 juta atau 73,7 % dari populasi di Indonesia. Sekarang ini nyaris jika populasi di Indonesia tidak mempunyai sosial media dan ada sekitar 90 % masyarakat di Indonesia mempunyai sosial media *Instagram*.

*Instagram* adalah sosial media yang berbentuk gambar dirilis pada tahun 2010 oleh Kevin Systrom dan Mike Kneger (Indriani, 2017). Sosial media *Instagram* adalah aplikasi jejaring sosial yang digunakan untuk membagikan gambar dan video, komenttar, mengirim pesan dan fitur-fitur yang di sediakan oleh *Instagram* seperti *Instagram stories*, *Instagram post*, dan *Instagram TV* untuk membagikan kegiatan sehari-hari oleh penggunanya. Pada saat ini *Instagram* juga di gunakan oleh jurnalistik, lembaga pemerintahan, pendakwah, pebisnis, sekolah dan juga menjadikan

kesempatan untuk perpustakaan perguruan tinggi yang bisa dijadikan ajang promosi, berbagi kegiatan-kegiatan yang dilakukan, meningkatkan layanan, berbagi informasi tentang koleksi perpustakaan.

Terdapat beberapa hasil penelitian yang menggambarkan proses pemetaan dan pemanfaatan konten informasi sosial media di perpustakaan. Penelitian yang dilakukan oleh (Lisa Dwi Angraini , 2020) yang menjelaskan tentang bagaimana Pemetaan Konten Informasi akun *Instagram* pada perpustakaan Perguruan Tinggi di Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sosial media *Instagram* pada perguruan tinggi yang ada di Indonesia yang digunakan untuk berbagi informasi melalui konten informasi terdapat indikator yang paling dominan diunggah yaitu indikator menunjukkan sekitar ruangan perpustakaan dan koleksi yang ada di perpustakaan dengan hasil 8063 unggahan.

Penelitian lain tentang pemanfaatan *Instagram* perpustakaan oleh (Suharso dan Muntiah ,2020) yang

berjudul Pemanfaatan Media Sosial *Instagram* Pada Perpustakaan Perguruan Tinggi. Hasil penelitian menjelaskan bahwa bagaimana Perpustakaan Perguruan Tinggi memanfaatkan sosial media *Instagram* digunakan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa untuk Universitas Gajah Mada menjadi perpustakaan yang paling aktif dibanding dengan perpustakaan Universitas Indonesia dan Universitas Institut Teknologi Bandung. Pemanfaat *Instagram* memposting konten mengenai kegiatan event atau promosi kegiatan, ucapan hari besar nasional maupun internasional, serta informasi terkait perpustakaan hingga pengetahuan yang bersifat umum yang bermanfaat untuk pengguna.

Penelitian selanjutnya yang membahas tentang konten akun media sosial Twitter pada perpustakaan Perguruan Tinggi di Indonesia oleh (Akbar, Martutik, dan Safii, 2018). Hasil penelitian menjelaskan bahwa konten informasi yang disajikan di sosial media twitter jika retweet dan like lebih dominan disukai oleh pemustaka seperti konten yang berisikan event,

bimbingan pemakai, dan humas dari pada informasi yang berisikan ajakan, layanan referensi dan tulisan.

Penelitian yang berjudul pemanfaatan media sosial diperpustakaan yang dilakukan oleh (Gunawan, 2017) yang membahas tentang pemanfaatan media sosial dalam berbagi informasi di perpustakaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perpustakaan menerapkan sosial media sebagai media promosi supaya pemustaka tidak kesulitan dalam mencari informasi yang dibutuhkan, dan perpustakaan dapat meningkatkan sosial media sebagai media efektif dalam menyampaikan pelayanan untuk pemustaka.

Saat ini telah banyak media sosial yang telah dimanfaatkan oleh perpustakaan perguruan tinggi sebagai media untuk berbagi informasi dan media interaksi antara perpustakaan dengan pemustaka salah satunya ialah media sosial *Instagram*. Sosial media *Instagram* digunakan oleh Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta (@perpustakaanuyogyakarta) pada tanggal 08 September 2016

sampai saat ini dengan jumlah followers (pengikut) 20 Ribu. Perpustakaan Universitas UIN Sunan Kalijaga menggunakan media sosial *Instagram* untuk mempermudah menyampaikan informasi dengan cepat dan praktis kepada mahasiswa, dosen dan, kalangan umum karena lebih simple dan praktis sehingga memudahkan mengakses hanya dengan mengikuti akun *Instagram* yang dibuat oleh Perpustakaan @perpusuinyogyakarta. Akun @perpusuinyogyakarta cukup aktif dalam pengolahan akun *Instagram* nya, terbukti dengan hampir setiap hari Akun @perpusuinyogyakarta memperbaharui kontennya yang berisikan informasi-informasi melalui postingan yang diposting oleh admin yang berbentuk postingan gambar. Informasi yang disampaikan mengenai kegiatan acara dan informasi lainnya, seperti informasi kegiatan acara seminar, informasi seputar kegiatan di perpustakaan UIN Sunan Kalijaga mengenai layanan-layanan yang ada di perpustakaan. Akun *Instagram* @perpusuinyogyakarta juga memberikan informasi mengenai

kegiatan sehari-hari di perpustakaan, kegiatan sosial, dan kegiatan lain-Nya. Informasi yang di sampaikan oleh akun *Instagram* @perpusuinyogyakarta dengan jelas dan rinci, sehingga pengguna *Instagram* dengan mudah mendapatkan informasi tentang informasi apa saja yang ada di perpustakaan UIN Sunan Kalijaga.

Berdasarkan hasil observasi awal, di awal tahun 2021 akun @perpusuinyogyakarta memberikan warna baru dalam pengolahan konten informasinya, yaitu lebih memperhatikan pemilihan elemen visual yang interaktif dengan menggunakan warna, grafis, ilustrasi karakter dan juga tipografi. Setelah mengamati secara langsung terlihat bahwa setiap pergantian bulan terjadi pergantian warna pada konten informasi akun @perpusuinyogyakarta, sehingga feeds *Instagram* menghasilkan foto yang unik dan visual menarik.

Melalui akun sosial media *Instagram* @perpusuinyogyakarta berbagai informasi dapat dijelajahi atau diketahui bagi pengguna yang ingin mencari informasi sesuai

kebutuhannya. Pengelola akun *Instagram* @perpusuinyogyakarta juga membuka peluang bagi para pengikut dan pengguna *Instagram* untuk berkomentar terhadap konten yang dibagikan di *Instagram*. Sehingga komunikasi menjadi timbal balik tidak hanya satu arah. Maka hal ini terjadi karena ada gap antara perpustakaan dan *user*. Proses komunikasi inilah salah satu hal yang sangat penting dalam pengguna *Instagram*. Sehingga apakah konten *Instagram* @perpusuinyogyakarta sudah berjalan dengan baik dan mampu memenuhi informasi sehingga konten yang disampaikan dapat memberikan kepuasan pada pengguna *Instagram* khususnya pengikut akun *Instagram* tersebut, untuk itu diperlukan konsep melibatkan *user* dengan *user engagement*. Berdasarkan pembahasan di atas peneliti mengangkat judul penelitian “Pemetaan Konten Informasi akun *Instagram* @perpusuinyogyakarta”. Tujuan penelitian ini untuk menentukan konten apa saja yang di unggah akun @perpusuinyogyakarta dan bagaimana

pemetaan akun *instagram* @perpusuinyogyakarta selama Januari – Desember 2021 .

## METODE

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Menurut (Sugiyono, 2016) penelitian deskriptif merupakan penelitian yang akan dilaksanakan untuk melihat nilai variable mandiri, baik satu variable atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan antara variable satu dengan yang lain. Metode deskriptif disimpulkan sebagai metode yang menggambarkan bagaimana keadaan dilapangan secara sistematis dengan fakta-fakta data yang saling berhubungan. Maka peneliti menyelesaikan pengamatan dengan observasi secara langsung melihat kenyataan di lapangan. Penelitian kuantitatif dikerjakan untuk menghitung presentase dari setiap postingan akun *Instagram* @perpusuinyogyakarta sesuai dengan variabel dan indikator penelitian.

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode observasi dan studi dokumentasi. Proses observasi yaitu dengan mengamati dan melihat secara langsung unggahan konten informasi akun *Instagram* @perpusuinyogyakarta yang berbentuk postingan gambar dan video dan dilakukan dari bulan Januari 2021-Desember 2021. Studi dokumentasi pada penelitian ini dilakukan pada akun *Instagram* @perpusuinyogyakarta. Populasi penelitian ini merupakan konten informasi postingan yang berbentuk gambar dan video pada sosial media akun *Instagram* @perpusuinyogyakarta dan sampel penelitian ini merupakan seluruh postingan yang diposting pada sosial media akun *Instagram* @perpusuinyogyakarta tahun 2021 yang berjumlah 433 postingan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dari penelitian dan pembahasan dari penelitian yang telah dijalankan untuk menjawab rumusan masalah pada pendahuluan, mengenai Pemetaan Konten Informasi sosial

media akun *Instagram* @perpusuinyogyakarta. Proses Pengambilan data dilaksanakan dengan melihat satu demi satu postingan yang di *upload* oleh sosial media akun *Instagram* @perpusuinyogyakarta tahun 2021 (1 tahun) yang telah memposting sejumlah 433 postingan dan dilanjutkan dengan mengelompokkan berdasarkan 5 indikator variable. Adapun indikator variabel tersebut yaitu indikator event, indikator internal, indikator ucapan, indikator informasi perpustakaan, dan indikator pengetahuan. Konten event yang berisikan kiriman untuk mempromosikan dan mendokumentasikan suatu kegiatan yang dilaksanakan oleh pihak perpustakaan yang berbentuk dokumentasi gambar dan video, juga promosi suatu acara yang diselenggarakan oleh perpustakaan. Konten internal yang berisikan kegiatan yang dijalankan oleh kegiatan-kegiatan kelembagaan perpustakaan tersebut. Konten ucapan yang berisikan tentang kiriman ucapan-ucapan hari besar internasional dan nasional. Konten informasi perpustakaan yang berisikan tentang kiriman yang berkaitan dengan layanan-layanan yang ada diperpustakaan

tersebut. Konten pengetahuan yang berisikan tentang kiriman yang berkaitan dengan informasi seputar pengetahuan umum atau bidang tertentu.

Tabel. 1 Jumlah Postingan 5 Indikator variable pada *Instagram* @perpusuinyogyakarta

Bulan	Indikator					Total
	1	2	3	4	5	
Januari	4	2	3	13	5	27
Februari	5	5	3	11	5	29
Maret	12	5	5	14	6	42
April	5	4	8	13	0	30
Mei	5	1	9	11	5	31
Juni	5	1	5	18	4	33
Juli	2	0	2	16	7	27
Agustus	10	3	5	15	4	37
September	16	1	10	12	2	41
Oktober	9	4	12	9	1	35
November	8	7	7	15	1	38
Desember	6	18	6	10	2	42
<b>Jumlah</b>	88	53	78	161	47	412
<b>%</b>	21.35%	12.86%	18.93%	39.07%	11.40%	100%

Tabel di atas menunjukkan bahwa dari lima indikator dan 433 postingan yang mempostingkan mengenai konten informasi di sosial media akun *Instagram* @perpusuinyogyakarta didapati sejumlah 412 jenis unggahan, dan unggahan yang terbesar terdapat pada

indikator konten informasi perpustakaan dengan 161 unggahan atau sebesar 39,07 % yang banyak memperlihatkan postingan tentang layanan peminjaman tugas akhir, layanan bebas pustaka, pengumuman jam buka tutup perpustakaan, dan nomor layanan perpustakaan, indikator yang memperlihatkan konten event dengan 88 unggahan atau sebesar 21,35 % yang banyak memperlihatkan poster kegiatan bincang santai, poster kegiatan webinar international talks, live bincang santai, dan behind the scene international talks, indikator konten ucapan dengan 78 unggahan atau sebesar 18,93% yang banyak memperlihatkan postingan ucapan hari besar nasional dan internasional, dan pada indikator konten internal dengan 53 unggahan atau sebesar 12,86% yang banyak memperlihatkan hibah buku dari individu untuk ke perpustakaan UIN Sunan Kalijaga, dan kunjungan dari instansi ke perpustakaan UIN Sunan Kalijaga, dan terdapat unggahan yang kecil yaitu pada indikator konten pengetahuan dengan 47 unggahan atau



sebesar 11,40% yang memperlihatkan pengetahuan yang bersifat umum.

Tabel. 2 Daftar Jenis Unggahan yang Berbeda

Bulan	Temuan Baru
Januari	10
Maret	1
Mei	2
Juli	4
Agustus	1
September	1
Oktober	1
November	1
Jumlah	21

Dari hasil penelitian konten informasi sosial media akun *Instagram* @perpusuinyogyakarta di atas dengan 433 unggahan terdapat 8 yang mengunggah jenis unggahan yang tidak masuk dalam kategori diluar dari 5 indikator variable yaitu dengan 21 unggahan yang memperlihatkan informasi seperti informasi yang menunjukkan informasi inspirasi *self care* diakhir pekan, unggahan tentang doa malam lailatul qadar berhubungan dengan bulan ramadhan, informasi mengenai alur pelayanan kasus covid-19 dilingkungan UIN Sunan Kalijaga, mengenai apa saja yang ada di tas saat pandemic, informasi tentang pemakaian

masker saat keluar rumah dimasa pandemic Covid-19, mengenai protokol isolasi mandiri, informasi tentang vaksinasi Covid-19, dan informasi-informasi terkait informasi Covid-19 lainnya.

Gambar 1. Postingan konten informasi even



Gambar 1 merupakan postingan pada bulan November yang berisikan tentang konten event . postingan tersebut merupakan poster acara International Talks.

Gambar 2. Postingan konten informasi Internal



an pada bulan Desember 2021 yang berisikan tentang konten internal . postingan tersebut merupakan kegiatan kelembagaan internal kunjungan ke perpustakaan Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.

Gambar 3. Postingan konten informasi ucapan



Gambar 3 merupakan postingan pada bulan Desember 2021 yang berisikan tentang konten ucapan . postingan tersebut merupakan poster ucapan Internasional Hari Hak Asasi Manusia Sedunia.

Gambar 4. Postingan konten informasi perpustakaan



Gambar 4 merupakan postingan pada bulan Oktober 2021 yang berisikan tentang konten informasi perpustakaan . postingan tersebut merupakan unggahan tentang informasi tata cara mengakses e-journal dan e-book.

Gambar 5. Postingan konten informasi pengetahuan



Gambar 5 merupakan postingan pada bulan Februari 2021 yang berisikan tentang konten pengetahuan . postingan tersebut merupakan konten yang berisikan informasi mengenai pengetahuan umum apa itu membaca nyaring.

Gambar 6. Unggahan yang Berbeda Bulan Mei 2021



Contoh postingan pada gambar di atas yang di posting pada tanggal 1 Mei 2021 tidak masuk dalam kategori indikator variable dikarenakan konten yang diposting bersifat mengajak atau menginformasikan kepada pengguna tentang Inspirasi *self-care*. Konten ini berisikan tentang inspirasi kegiatan akhir pecan. Postingan ini mendapat sebanyak 66 *likes*.

Tabel. 3 Jumlah Interaksi Pengguna

Bulan	Like	Commen t	Tayanga n
Januari	1.412	52	695
Februari	452	9	1.703

Maret	472	20	<b>0</b>
April	1.410	22	<b>587</b>
Mei	233	44	<b>1.102</b>
Juni	864	28	<b>952</b>
Juli	541	19	<b>0</b>
Agustus	613	87	<b>1.015</b>
September	1.685	153	<b>1.582</b>
Oktober	2.018	44	<b>615</b>
November	396	6	<b>490</b>
Desember	1.648	7	<b>480</b>

Sumber : Data diolah Oktober 2022

Dari hasil penelitian di atas diperoleh data untuk *likes* tertinggi, *comment* tertinggi, dan tayangan tertinggi disetiap bulannya. *Likes* terbesar di sosial media akun *Instagram* @perpusuinyogyakarta ditemukan pada unggahan yang bertanggal 23 Oktober 2021 dengan total *likes* 2.018 dengan jumlah *comment* 44, postingan ini merupakan postingan yang diluar dari 5 variabel penelitian, yang berisikan tentang informasi mengenai followers *Instagram* perpustakaan yang tertinggi di Perguruan Tinggi. Sedangkan *comment* tertinggi di sosial media akun *Instagram* @perpusuinyogyakarta ditemukan pada unggahan pada tanggal 4

September 2021 dengan jumlah *comment* 153 dan total *likes* 1.685. Postingan ini mengandung konten event mengenai kegiatan user education untuk mahasiswa baru S1 2021. Di dalam unggahan tersebut terlihat interaksi antara pengguna dan pengelola akun *Instagram* @perpusuinyogyakarta, sehingga pengguna mendapatkan informasi sesuai dengan apa yang mereka butuhkan. Selanjutnya tayangan terbanyak di akun *Instagram* @perpusuinyogyakarta terdapat pada unggahan yang bertanggal 8 Februari 2021 dengan jumlah tayangan 1.703 dengan total *likes* 228. Postingan ini mengandung konten informasi perpustakaan yang isi postingan mengenai layanan referensi OPAC pada web Perpustakaan UIN Suka Kalijaga. Kemudian konten Informasi perpustakaan juga terdapat *likes* terbanyak dan interaksi antara pengguna dengan pengelola akun *Instagram* @perpusuinyogyakarta seperti pada postingan yang bertanggal 18 Januari 2021 mengenai tata cara mencari referensi ilmiah pada website

UIN (digilib) dengan likes 1.412 dan 52 komentar. Variable indikator konten Informasi perpustakaan menunjukkan bahwa interaksi pengguna dengan postingan akun @perpusuinyogyakarta yang paling tinggi dibandingkan dengan variable konten lainnya.

Pada akun *Instagram* @perpusuinyogyakarta respon pengguna/pengikut pada konten dapat dilihat cukup aktif, banyak pengguna yang kerap memberi respon di kolom komentar yang bersifat komunikatif dengan pengelola akun *Instagram* @perpusuinyogyakarta seperti komentar yang bersifat pertanyaan tentang layanan, pujian, apresiasi dan sebagainya.

Gambar 7. Interaksi pengguna di kolom komentar *Instagram* @perpusuinyogyakarta



Gambar di atas merupakan salah satu user engagement di kolom komentar pada postingan akun

*Instagram* @perpusuinyogyakarta. Isi kolom komentar tersebut menunjukkan bahwa pengikut memberikan komentar yang bersifat pujian kepada perpustakaan UIN Sunan Kalijaga, kemudian komentar tersebut direspon balik oleh pengelola *Instagram* @perpusuinyogyakarta tersebut.

Gambar 8. Interaksi antara pengguna dan pengelola akun *Instagram* @perpusuinyogyakarta yang bersifat apresiasi



Pada gambar di atas merupakan salah satu user engagement dikolom komentar yang bersifat memberikan apresiasi dari pengguna yang ditujukan pada postingan akun *Instagram* @perpusuinyogyakarta. Postingan

tersebut yang memberikan ucapan kepada salah satu dosen di UIN Sunan Kalijaga yang mendapatkan juara harapan II dalam ajang pemilihan pustakawan berprestasi terbaik ditingkat daerah DIY tahun 2021, dan tanggapan dari pengguna direspon baik oleh pengelola akun *Instagram* @perpusuinyogyakarta.

Gambar 9. Interaksi antara pengguna dan pengelola *Instagram*



Gambar di atas menunjukkan bahwa adanya interaksi antara *followers* dengan pengelola akun *Instagram* @perpusuinyogyakarta pada kolom komentar. Isi kolom komentar tersebut menunjukkan respon *followers* yang mempertanyakan jam buka layanan perpustakaan dimasa pandemi Covid-19, kemudian dibalas balik oleh pengelola *Instagram* @perpusuinyogyakarta.

## PENUTUP

### Simpulan

Dapat disimpulkan dari lima indikator dan 433 postingan mengenai konten informasi sosial media akun *Instagram* @perpusuinyogyakarta didapati sejumlah 412 jenis postingan, dan unggahan yang terbesar yaitu menunjukkan informasi yang berkaitan dengan informasi perpustakaan terkait layanan-layanan yang ada di perpustakaan seperti pengumuman layanan perpustakaan dimasa pandemi, koleksi buku, pengumuman layanan jam buka dan tutup perpustakaan, informasi mengenai layanan jurnal elektronik yang langganani oleh perpustakaan, dan juga menampilkan koleksi-koleksi di perpustakaan seperti koleksi skripsi dan buku-buku baru dengan jumlah 161 unggahan atau sebesar 39,07 %, yang kedua yaitu informasi yang berkaitan dengan event atau mempromosikan suatu kegiatan yang dilaksanakan oleh perpustakaan seperti workshop, acara bincang santai, webinar, lomba dan sosialisasi dengan 88 unggahan atau sebesar 21,35 %, ketiga yaitu memperlihatkan informasi yang

berkaitan dengan ucapan seperti ucapan hari besar nasional, internasional, dan ucapan-ucapan lainnya dengan 78 unggahan atau dengan presentase 18,93%, keempat yaitu informasi tentang kegiatan-kegiatan internal oleh kelembagaan perpustakaan seperti kunjungan rektor ke perpustakaan, diskusi pustakawan, rapat, dan kunjungan dari perpustakaan universitas lainnya dengan 53 unggahan atau sebesar 12,86%, dan terdapat unggahan yang kecil yaitu pada informasi yang berkaitan dengan pengetahuan umum atau bidang tertentu dengan 47 unggahan atau sebesar 11,40%. Ditemukan juga postingan diluar lima indikator variable yaitu memberikan informasi dengan 21 postingan dari 433 postingan dan terdapat respon pengikut pada konten yang dilihat cukup aktif pada kolom komentar yang bersifat komunikatif dengan pengelola akun @perpusuinyogyakarta seperti komentar yang bersifat pujian ataupun apresiasi, dan komentar yang kerap bertanya dengan pengelola akun @perpusuinyogyakarta.

## Saran

- 1) Kepada pengelola akun *Instagram* @perpusuinyogyakarta agar unggahan dilihat dan diberi tanggapan oleh para pengikut supaya lebih bisa memanfaatkan fitur *Instagram* story. Dengan memanfaatkan *Instagram* story dapat meningkatkan engagement dan juga mengajak pengikut mengetahui apa yang terjadi di balik layar dengan menggugah video behind the scene setiap kegiatan yang posting pada feed *Instagram*.
- 2) Memanfaatkan sosial media *Instagram* lebih berinteraksi dengan pengguna seperti menanyakan koleksi yang pengikut minati atau yang dibutuhkan dan menjadikan bahan acuan didalam pengembangan koleksi di perpustakaan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, M. Taufikurahman, Martutik Martutik, and Moh. Safii. 2018. "Konten Akun Media Sosial Twitter Perpustakaan

- Universitas Perguruan Tinggi Di Indonesia." *BIBLIOTIKA : Jurnal Kajian Perpustakaan dan Informasi* 2(1): 41-49.
- Cahyono, Anang Sugeng. 2016. "Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat Di Indonesia." *Jurnal ilmu sosial & ilmu politik diterbitkan oleh Fakultas Ilmu Sosial & Politik, Universitas Tulungagung* 9(1).
- Gunawan, Arief. 2017. "Pemanfaatan Media Sosial Di Perpustakaan (Utilization of Social Media in Library)." *Jurnal Kementrian Kelautan dan Perikanan* 3(1): 4. <http://ejournal-balitbang.kkp.go.id/index.php/JP/article/view/6794>.
- "Hootsuite (We Are Social): Indonesian Digital Report 2022." 2022. <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2022>.
- Indriani, Eka. 2017. "Sejarah Dan Perkembangan Instagram." *Ilmuti.Org*. [ilmuti.org](http://ilmuti.org).
- Khoerunnisa, Lutfi, and Rully Khairul Anwar. 2019. "Literasi Media Sosial Pada Ibu Rumah Tangga : Pemanfaatan Sosial Media Sosial Oleh Ibu Rumah Tangga Di Karawang Barat." *journal of Information and Library Studies* 2(2): 117-26.
- Sudiar, Nining, and Triono Dul Hakim. 2020. "Lisa Dwi Anggraini / JUPITER Volume XVII Nomor 2 Desember 2020 130." XVII: 130-42.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: Alfabeta.
- Suharso, Putut, and Ayu dan Muntiah. 2020. "Pemanfaatan Media Sosial Instagram Pada Perpustakaan Perguruan Tinggi." *Edulib* 10(1): 1-14.