

**OPTIMALISASI MEDIA SOSIAL SEBAGAI SARANA PROMOSI DIGITAL DALAM  
MENINGKATKAN LITERASI INFORMASI DI PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

**Bachrul Ilmi<sup>1</sup>**

**Indiana**

**Widyarini<sup>2</sup>**

**<sup>1,2</sup>D-3 Perpustakaan, Sekolah Vokasi, Universitas Sebelas Maret, Indonesia**

email : bachrulilmi@gmail.com

**ABSTRAK**

Media sosial merupakan medium di internet yang berfungsi untuk membentuk ikatan sosial secara virtual. Sedangkan promosi digital, merupakan bentuk komunikasi pemasaran dua arah yang terjadi secara virtual. Berdasarkan hasil pra-penelitian yang dilaksanakan bersama informan mengenai promosi unggul saat pandemi Covid-19 di Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Surakarta, adalah Instagram. Penelitian ini bertujuan untuk membahas mengenai pengelolaan media promosi digital, dengan fokus pembahasan jenis Instagram dalam upaya meningkatkan literasi informasi di Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Surakarta. Berdasarkan hasil analisis dari pembahasan, peneliti menarik kesimpulan antara lain: (1) Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Surakarta melaksanakan optimalisasi secara penuh pada praktik produksi dan distribusi konten, (2) Faktor pendorong meliputi riset konten, kualitas informasi, dan strategi optimalisasi, dan (3) Inovasi pengelolaan berupa kualitas konten, pelayanan virtual, dan survei kebutuhan.

**Kata Kunci:** media Sosial, perpustakaan, promosi digital

**ABSTRACT**

*Social media is a medium on the internet that functions to form virtual social ties. Meanwhile, digital promotion is a form of two-way marketing communication that occurs virtually. Based on the results of pre-research conducted with informants regarding superior promotion during the Covid-19 pandemic at the Surakarta Muhammadiyah University Library, is Instagram. This study aims to discuss the management of digital promotional media, focusing on the type of Instagram in an effort to increase information literacy at the Surakarta Muhammadiyah University Library. Based on the results of the analysis of the discussion, the researcher draws conclusions, among others: (1) Surakarta Muhammadiyah University Library fully optimizes the practice of content production and distribution, (2) Driving factors include content research, information quality, and optimization strategies, and (3) Management innovations in the form of content quality, virtual services, and needs surveys.*

**Keywords:** social media, library, digital promotion

## PENDAHULUAN

Perpustakaan merupakan tempat sebagai sumber informasi, yang digunakan untuk perkembangan ilmu pengetahuan menurut bidang tertentu serta potensinya berkembang dari masa ke masa. Perpustakaan dapat melaksanakan identifikasi kebutuhan informasi pemustaka dengan menetapkan promosi inovatif, sumber pendukung dan penetapan media promosi dalam upaya mengoptimalkan media sosial sebagai media yang efektif untuk memberikan pelayanan bagi Pemustaka (Hoeroestijati, 2020). Berdasarkan penjelasan tersebut, pemustaka selanjutnya dapat memanfaatkan kebutuhan informasi di perpustakaan melalui ranah *virtual* dengan menggunakan media sosial. Keberadaan media sosial di era modern seperti saat ini, menjadi salah satu pilihan terbaik untuk memaksimalkan potensi sebagai sarana promosi digital di perpustakaan.

Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Surakarta memiliki beberapa jenis media sosial, antara lain: (1) Instagram, (2) Youtube, (3) Twitter, (4) TikTok, (5) Facebook, (6) WhatsApp, dan (7) Website. Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Surakarta, tidak hanya fokus dalam mengoptimalkan media promosi digital, namun juga turut mengupayakan peningkatan literasi informasi di lingkungan utamanya Sivitas Akademika Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pengelolaan media promosi digital pada fokus utama Instagram, dalam upaya meningkatkan literasi informasi di Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Surakarta. Kemudian penelitian ini juga untuk mengetahui faktor yang mendorong keberhasilan media promosi digital pada fokus utama Instagram. Selain itu penelitian ini juga bertujuan untuk mengetahui bentuk inovasi pengelolaan media promosi digital pada fokus utama Instagram, dalam upaya memenuhi literasi informasi di Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, peneliti tertarik untuk mengkaji tentang strategi media sosial dengan fokus utama pada jenis Instagram dengan judul "Optimalisasi Media Sosial sebagai Sarana Promosi Digital dalam Meningkatkan Literasi Informasi di Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Surakarta".

## METODE

Desain Penelitian merupakan bentuk perencanaan yang bertujuan untuk mengumpulkan, mengukur, dan menganalisis data berdasarkan petunjuk dari pertanyaan penelitian yang telah ditetapkan (Sekaran, 2017). Penelitian ini menggunakan desain berupa penelitian kualitatif. Penelitian dengan desain Kualitatif memudahkan peneliti dalam melaksanakan penelitian untuk menggali informasi terkait topik penelitian. Hasil dari penelitian tersebut menjadi informasi yang dapat digunakan untuk menulis pembahasan dan tujuan penelitian.

Pendekatan Naratif merupakan studi yang dipelajari untuk kehidupan individu seperti diceritakan atau dinarasikan melalui kisah dan pengalaman pribadi, termasuk tentang diskusi bagi individu (Schreiber, 2011). Peneliti menggunakan metode pendekatan naratif dengan menitikberatkan pada pengalaman secara individu, serta menuliskan kembali dengan kronologi naratif. Penelitian berfokus pada pengelolaan media sosial, terutama pada fokusnya di media Instagram di Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Subjek penelitian merupakan sesuatu hal yang kedudukannya sangat penting dan berpengaruh dalam penelitian, serta keberadaannya perlu untuk ditata sebelum melaksanakan penelitian (Arikunto, 2007) . Peneliti mengambil subjek yakni pustakawan yang tergabung dalam tim media sosial di Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Objek merupakan suatu atribut atau sifat dari nilai seseorang atau objek dari kegiatan yang memiliki variasi tertentu dan ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari serta ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2014). Peneliti mengambil objek penelitian berupa media sosial yang digunakan di Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Surakarta. Penelitian berlangsung selama kurun waktu total 6 bulan, terhitung mulai Januari 2022 hingga Juli 2022. Tempat penelitian dilaksanakan di Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Fokus penelitian terletak pada optimalisasi media sosial utamanya di jenis Instagram, dengan berpedoman pada Buku “Memaksimalkan Penggunaan Media Sosial dalam Lembaga Pemerintah” terbitan Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia. Peneliti memilih



Pada penelitian ini, peneliti hanya fokus pada pembahasan berupa media sosial Instagram.

Akun Instagram Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Surakarta yakni “@perpusums”, dan sudah beroperasi sejak 24 Mei 2016. Instagram Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Surakarta, merupakan salah satu jenis media sosial yang lebih unggul dan dominan menurut hasil pra-penelitian yang dilaksanakan oleh peneliti. Hal ini mendukung proses elemen dari fungsi perpustakaan perguruan tinggi menurut Pedoman Penyelenggaraan Perpustakaan Perguruan Tinggi pada poin kedua yang berbunyi fungsi informasi, untuk sumber informasi yang mudah diakses oleh pemustaka. (Perpustakaan Nasional Republik Indonesia, 2015).

## **1. Strategi Pengelolaan Media Sosial Instagram Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Surakarta**

Strategi pengelolaan media sosial digunakan sebagai acuan tim media sosial Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Surakarta dalam melaksanakan promosi digital. Beberapa strategi tersebut, mencakup (1) Standar Operasional Prosedur (SOP), (2) pembuatan konten Instagram dan (3) distribusi konten Instagram.

### **a. SOP**

Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Surakarta sudah memiliki kebijakan, namun belum dalam Standar Operasional Prosedur (SOP). Kebijakan termuat dalam buku “Kebijakan Humas dan Promosi”. Bab promosi di Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Surakarta, meliputi (1) prosedur promosi, (2) perencanaan promosi, (3) pelaksanaan promosi, dan (4) sarana promosi.

### **b. Pembuatan Konten Instagram**

Pembuatan konten Instagram yang dilakukan oleh Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Surakarta mencakup: (1) membuat perencanaan editorial, (2) melaksanakan pengumpulan data, (3) mengenal batasan konten, dan (4) mengenal konten unggulan.

Perencanaan editorial disesuaikan dengan kebutuhan informasi pada kalender akademik. Postingan tidak diciptakan untuk kebutuhan setiap hari. Melainkan hanya khusus pada hari penting sesuai kalender akademik. Kegiatan yang dilaksanakan oleh tim media sosial Perpustakaan Universitas.

Muhammadiyah Surakarta pada pembuatan perencanaan editorial, yakni: (1) menandai tanggal yang bertepatan dengan Hari Raya atau Hari Besar Nasional, (2) mengumpulkan agenda program kerja, serta informasi yang ingin disampaikan, (3) menentukan topik besar masing-masing konten sesuai agenda lembaga, (4) mendis-tribusikan masing-masing topik besar pada jadwal harian, (5) mengembangkan topik besar menjadi topik spesifik, (7) mengumpulkan data pendukung serta referensi untuk judul konten, (8) produksi konten, dan (9) distribusi konten berdasarkan jadwal yang ditentukan.

Kedua, tim media sosial Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Surakarta melaksanakan pengumpulan data dalam proses untuk pembuatan konten. Proses tim yang tergabung dalam tim media sosial Instagram, antara lain (1) diskusi mengenai kebutuhan informasi, (2) *brainstorming* untuk memunculkan ide yang unik dan kreatif, (3) merancang konsep konten antara *social media specialist* dan *designer*, (4) mengajukan rancangan pekerjaan kepada kepala tim media sosial, dan (5) proses unggah untuk memperbaharui konten.

Ketiga, tim media sosial Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Surakarta melaksanakan pengenalan batasan konten. Kegiatan ini dilaksanakan dalam rangka mengenal batasan konten di Instagram, demi tercapainya promosi digital yang maksimal. Bentuk aktivitas ini bertujuan untuk memenuhi fungsi media sosial pada salah satu teori berupa "*sharing*" untuk mengenal bentuk pertukaran pikiran dari komunikan dan komunikator untuk memperoleh informasi.

Keempat, kegiatan yang dilaksanakan oleh tim media sosial Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Surakarta pada pengenalan konten unggulan, antara lain: (1) menentukan jenis media yang digunakan berdasarkan perencanaan editorial, dan (2) menentukan tren dari masing-masing media sosial.

### c. Distribusi Konten Instagram

Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Surakarta melakukan distribusi konten Instagram melalui beberapa tahap. Tahap yang pertama, tim media sosial Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Surakarta melaksanakan persiapan akun. Kedua, tim media sosial Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Surakarta melaksanakan identifikasi waktu dan frekuensi konten. Ketiga, tim media sosial Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Surakarta melaksanakan optimalisasi kata kunci, tagar, dan takarir. Kegiatan yang dilaksanakan yakni mengoptimalkan tiga elemen tersebut pada masing-masing media sosial, terutama Instagram. Keempat, tim media sosial Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Surakarta melaksanakan aktivitas ads, endorsement, dan kolaborasi.

Namun, Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Surakarta hanya melaksanakan kolaborasi bersama FPPTMA, FPPTI, dan Instansi Perpustakaan lain. Tidak melaksanakan kegiatan *advertisement* maupun *endorsement*, karena Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Surakarta tidak bernaung pada kinerja sektor bisnis.

## 2. Faktor Pendorong Keberhasilan Media Sosial Instagram Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Surakarta

Faktor pendorong keberhasilan promosi digital melalui media sosial Instagram, digunakan dalam rangka analisis taktik yang tepat dalam implementasi praktik. Beberapa faktor pendorong tersebut, antara lain (1) riset konten, (2) kualitas informasi, dan (3) strategi optimalisasi.

Kegiatan pada riset konten bertujuan untuk memenuhi unsur promosi dari media sosial berupa periklanan. Riset konten bermanfaat terhadap kualitas informasi yang akan diunggah di media sosial Instagram Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Surakarta. Terlebih sejak pandemi Covid-19, berbagai aktivitas di Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Surakarta cukup terbatas. Hal ini berdampak pada kegiatan pustakawan yang kurang efektif dan efisien. Keberadaan media sosial Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Surakarta membantu memudahkan sivitas akademika dalam menemukan informasi terkait kebutuhan yang diperlukan.

Kualitas informasi menjadi hal yang penting di bidang perpustakaan, sebab pemustaka umumnya membutuhkan informasi yang cepat dan tepat. Perpustakaan dapat mengupayakan hal tersebut dengan memaksimalkan promosi di bidang media sosial. Beberapa kualitas informasi yang dihimpun dari konten unggulan Instagram Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Surakarta, antara lain: (1) cara baca *e-prints* (skripsi dan thesis), (2) WhatsApp *gateway* (perpanjangan, peminjaman buku, cek denda atau tagihan, dsb), (3) informasi dan pengumuman, (4) aktivitas keanggotaan, (4) cara pinjam buku secara *online*, (5) layanan daring (*online*), (6) cara pembayaran tagihan secara daring (*online*), (7) aktivasi akun turnitin, (8) cara cek turnitin, (9) formulir akses *springerlink*, (10) pelatihan turnitin, mendeley, dan jurnal *online*, (11) tutorial unggah mandiri, dan (12) alur validasi *online*.

Faktor ketiga yang menjadi pendorong keberhasilan media sosial Instagram, adalah strategi optimalisasi. Strategi dalam hal ini mencakup hal-hal yang berkaitan dengan taktik tim media sosial dalam memaksimalkan kegiatan promosi digital melalui media sosial Instagram, dengan menggunakan strategi tertentu. Tiga strategi utama yang digunakan, antara lain: (1) waktu dan frekuensi konten, (2) kata kunci, tagar, dan takarir, dan (3) *ads, endorsement*, dan kolaborasi.

Kualitas informasi di media sosial Instagram Perpustakaan menunjukkan peningkatan yang cukup baik, dengan data yang diperoleh melalui ikhtisar wawasan. Selain dari aktivitas akun, terdapat peningkatan yang cukup baik pada aktivitas konten. Hal ini ditunjukkan dari peningkatan impresi konten di tahun 2020 yang menunjukkan like sebesar 50-100 an. Saat masuk pada pemulihan pasca pandemi Covid-19, meningkat menuju like sebesar 100-200an. Selain itu, terdapat pula aktivitas tambahan seperti pemustaka yang ikut berkomentar dalam postingan pasca pemulihan pandemi Covid-19. Literasi informasi merupakan kemampuan untuk mengidentifikasi, menemukan, dan mengelola informasi sesuai dengan kebutuhan dengan teknologi informasi (American Library Association, 2000; Basuki, 2013; Pendit, 2008).

### 3. Inovasi Pengelolaan Media Sosial Instagram Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Surakarta

#### Kualitas Konten

Kualitas konten menjadi cerminan utama dari informasi yang disampaikan oleh suatu instansi. Beberapa bentuk konten yang diunggah di Instagram Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Surakarta, terbagi menjadi :

#### a. Postingan Pengingat

Postingan pengingat merupakan konten yang diproduksi oleh tim media sosial Instagram Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Surakarta. Bertujuan untuk menjadi *reminder* atau pengingat kepada Sivitas akademika, terhadap suatu kegiatan di Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Surakarta. Beberapa contoh dari postingan pengingat kategori gambar, antara lain: (a) pengingat unggah bareng, (b) pengingat kalender akademik, (c) pengingat jam operasional layanan, dan (d) pengingat pengumuman batas akhir pemberkasan wisuda.

#### b. Postingan Acara

Postingan acara merupakan konten yang diproduksi oleh tim media sosial Instagram Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Surakarta. Bertujuan untuk menunjang pengembangan sivitas akademika terkait literasi dan informasi di Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Surakarta. Beberapa contoh dari postingan acara kategori gambar, antara lain: (a) Workshop Integritas Akademik, (b) Sosialisasi Smart Library, (c) *Call for Papers: Transformasi Perpustakaan Perguruan Tinggi menuju Era Metaverse*, dan (d) *International Webinar: Optimizing Library Networking During the Covid Pandemic*. Selanjutnya, beberapa contoh dari postingan acara kategori video, antara lain: (a) IGTV sosialisasi smart library Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Surakarta, dan (b) IGTV live tanya jawab terkait informasi dan kendala mahasiswa dalam unggah mandiri.

### c. Postingan Resensi Buku

Postingan resensi buku merupakan konten yang diproduksi oleh tim media sosial Instagram Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Surakarta. Bertujuan untuk mengenalkan dan mempromosikan koleksi yang tersedia di Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Surakarta. Beberapa contoh dari postingan resensi buku kategori gambar, antara lain: (a) 5cm, (b) Susila Wartawan Muslim, (c) *Research Methods for Business: A Skill Building Approach*, dan (d) Seri 1 Digital Forensik: Panduan Umum Digital Forensik pada Platform Windows, Linux, Mac & Mobile. Digital Forensik.

### d. Postingan Trivia

Postingan trivia merupakan konten yang diproduksi oleh tim media sosial Instagram Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Surakarta. Bertujuan untuk menjadi konten informasi kepada sivitas akademika terkait kegiatan yang sedang berlangsung. Beberapa contoh dari postingan trivia kategori gambar, antara lain: (a) informasi keutamaan malam lailatul qadar, (b) ucapan hari buku sedunia, (c) rekomendasi tempat makan yang *cozy* dan *instagramable* untuk merayakan graduation bersama keluarga dan kerabat, dan (d) rekomendasi hotel dekat Universitas Muhammadiyah Surakarta: referensi untuk keluarga pendamping wisuda periode III 2021/2022.

### e. Postingan Aktivitas Perpustakaan

Postingan aktivitas perpustakaan merupakan konten yang diproduksi oleh tim media sosial Instagram Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Surakarta. Bertujuan untuk mengenalkan kepada sivitas akademika maupun umum, mengenai aktivitas yang berjalan di Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Surakarta. Beberapa contoh dari postingan aktivitas perpustakaan kategori gambar, antara lain: (a) pelatihan *literacy and publication club*, (b) prestasi perpustakaan, (c) validasi perpustakaan, dan (d) referensi penelitian. Selanjutnya, beberapa contoh dari postingan acara kategori video, antara lain: (a) IGTV sosialisasi *smart library* Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Surakarta, dan (b) IGTV *live* tanya jawab terkait informasi dan kendala mahasiswa dalam unggah mandiri.

#### **f. Postingan Sivitas Akademika**

Postingan sivitas akademika merupakan konten yang diproduksi oleh tim media sosial Instagram Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Surakarta. Bertujuan untuk menjadi pengingat atau ucapan bagi kegiatan di lingkup Universitas Muhammadiyah Surakarta. Beberapa contoh dari postingan Sivitas akademika kategori gambar, antara lain: (a) ucapan wisuda, (b) jabatan akademik guru besar, (c) pemilihan kepala perpustakaan dan pusat informasi digital, dan (d) pemilihan ketua FPPTMA korwil Jateng Utara, Timur, Barat.

#### **g. Postingan Panduan**

Postingan panduan merupakan konten yang diproduksi oleh tim media sosial Instagram Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Surakarta. Bertujuan untuk menjadi sumber rujukan informasi bagi pemustaka, dalam menggunakan panduan di Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Surakarta. Beberapa contoh dari postingan panduan kategori gambar, antara lain: (a) panduan layanan *smart library* Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Surakarta, (b) panduan pengembalian buku secara langsung di Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Surakarta, (c) cara aktivasi keanggotaan perpustakaan bagi Sivitas Akademika Universitas Muhammadiyah Surakarta, dan (d) cara mencari referensi dan baca Karya Ilmiah Skripsi/Tesis dari *E-Prints* Universitas Muhammadiyah Surakarta. Selanjutnya, beberapa contoh dari postingan panduan kategori video, antara lain: (a) *reels* tutorial berkunjung ke Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Surakarta, dan (b) IGTV alur unggah mandiri secara *online*.

#### **h. Pelayanan Virtual**

Pelayanan virtual merupakan inovasi yang dilaksanakan oleh tim media sosial Instagram Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Surakarta, dalam memenuhi kebutuhan informasi secara *online*. Pelayanan virtual merupakan salah satu aktivitas guna memenuhi kebutuhan dari tugas perpustakaan perguruan tinggi, sebagaimana termaktub dalam Pedoman Penyelenggaraan Perpustakaan Perguruan Tinggi, antara lain: (1) Mengikuti perkembangan kurikulum serta perkuliahan dan menyediakan bahan-bahan yang dibutuhkan untuk pengajaran, (2) menyediakan koleksi yang dibutuhkan untuk menyelesaikan tugas-tugas dalam

rangka studinya, (3) mengikuti perkembangan mengenai program- program penelitian yang diselenggarakan di lingkungan perguruan tinggi induknya dan berusaha menyediakan literatur ilmiah dan bahan lain yang diperlukan bagi para peneliti, (4) memutakhirkan koleksi dengan mengikuti terbitan-terbitan yang baru, baik tercetak maupun tidak tercetak, dan (5) menyediakan fasilitas, yang memungkinkan pemustaka mengakses perpustakaan lain maupun pangkalan-pangkalan data melalui jaringan lokal (intranet maupun global (internet) dalam rangka pemenuhan kebutuhan informasi yang diperlukan.” (Perpustakaan Nasional Republik Indonesia, 2015).

Pelayanan virtual umumnya dilaksanakan secara *online* sesuai dengan layanan opera- sional yang berjalan di Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Surakarta. Beberapa contoh dari pelayanan virtual yang dilaksanakan oleh tim media sosial melalui *direct message* Instagram, antara lain: (a) konsultasi perpanjang keanggotaan perpustakaan, (b) konsultasi validasi bebas pinjam, (c) konsultasi aktivasi turnitin, dan (d) konsultasi pembayaran turnitin. Pelayanan virtual kepada pemustaka, menciptakan feedback yang cukup baik antara pustakawan dan pemustaka.

#### **i. Analisis Kebutuhan Konten**

Analisis kebutuhan konten merupakan inovasi yang dilaksanakan oleh tim media sosial Instagram Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Surakarta, dalam rangka memenuhi kebutuhan informasi melalui produksi konten. Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Surakarta secara berkala menerima tanggapan dan masukan dari sivitas akademika, terkait dengan produksi konten sebagai bentuk pemenuhan informasi secara virtual. Analisis kebutuhan konten bermanfaat untuk memenuhi tujuan promosi sebagaimana yang tercantum pada salah satu teori antara poin 3 dan 4, Membentuk personal branding perusahaan kepada konsumen, dan Mengembangkan produk melalui evaluasi yang diterima dari konsumen.” (Kotler, 2008; Malau, 2018; Rohaeni, 2016).

Umumnya, Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Surakarta membuka wadah bagi para civitas akademika untuk menyalurkan ide serta usulan tentang konten yang akan dimuat di Instagram. Ide dan usulan tersebut terbuka secara luas,

terutama pada sivitas akademika di Universitas Muhammadiyah Surakarta yang membutuhkan kebutuhan informasi untuk dimuat di Instagram Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Surakarta.

#### **4. Literasi Informasi di Media Sosial Instagram Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Surakarta**

Literasi informasi yang berjalan di media sosial Instagram Perpustakaan Universitas Muhammadiyah berjalan dengan baik, hal ini diwujudkan pada beberapa kegiatan yang bertujuan untuk menunjang aktivitas literasi informasi di lingkungan Universitas Muhammadiyah Surakarta. Kegiatan penunjang tersebut bertujuan untuk mencapai manfaat dari adanya literasi informasi, di lingkungan Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Beberapa contoh dari kegiatan penunjang literasi informasi di Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Surakarta, antara lain: (1) *workshop* integritas akademik, (2) *literacy and publication workshop*, (3) pelatihan literasi informasi, dan (4) sosialisasi dan pemanfaatan scopus untuk peningkatan literasi informasi. *Workshop* integritas akademik merupakan kegiatan yang bertujuan untuk mahasiswa dan civitas akademika untuk meningkatkan pengetahuan dan integritas dalam bidang akademik. *Literacy and publication workshop* merupakan kegiatan untuk meningkatkan kualitas *intellectual capital* dari sivitas akademika, agar layak untuk publikasi di jurnal. *Literacy and publication workshop* merupakan kegiatan yang meliputi strategi dan pemanfaatan *e-resources* dalam mendukung riset, pemanfaatan *reference manager* mendeley untuk mendukung penulisan artikel ilmiah, dan strategi pemanfaatan software turnitin dan *paraphrase* untuk menghindari plagiarisme. Terakhir, kegiatan sosialisasi dan pemanfaatan scopus bertujuan untuk meningkatkan publikasi bagi Sivitas Akademika Universitas Muhammadiyah Surakarta.

## KESIMPULAN

Berdasarkan analisis pada penelitian ini, peneliti menyimpulkan bahwa Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Surakarta melaksanakan taktik berupa praktik, faktor pendorong untuk memaksimalkan media sosial Instagram antara lain pembuatan konten instagram meliputi perencanaan editorial, pengumpulan data, pengenalan batasan konten, serta pengenalan konten unggulan, dan distribusi konten instagram meliputi persiapan akun, waktu dan frekuensi konten, optimalisasi kata kunci, tagar, dan takarir, serta pelaksanaan kolaborasi dalam bentuk kerjasama dengan FPPTMA dan FPPTI. Faktor pendorong dalam memaksimalkan keberhasilan media sosial Instagram di Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Surakarta, antara lain melaksanakan riset konten, memeriksa serta mempertahankan kualitas informasi, dan memaksimalkan strategi optimalisasi. Selain itu Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Surakarta memiliki inovasi pengelolaan yang unik dalam praktik kinerja media sosial. Beberapa inovasi tersebut, antara lain meningkatkan kualitas konten baik dari segi informasi maupun grafis yang dimiliki, melayani secara virtual kebutuhan pemustaka dalam memenuhi kebutuhan informasi, dan menganalisis kebutuhan konten melalui survei secara terbuka bagi sivitas akademika

## DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, Z. (2011). *Penelitian Pendidikan* (1st ed.).
- Arikunto. (2007). *Prosedur penelitian suatu pendekatan praktik*. Rineka Aksara.
- Hoeroestijati. (2020). Media sosial sebagai sarana promosi perpustakaan (Studi kasus di Perpustakaan Universitas Airlangga). *JPUA: Jurnal Perpustakaan Universitas Airlangga: Media Informasi dan Komunikasi Kepustakawanan*, 9(2), 72.  
<https://doi.org/10.20473/jpua.v9i2.2019.72-78>
- Kotler, P. (2008). *Prinsip-prinsip pemasaran* (12th ed.). Erlangga.
- Malau, H. (2018). *Manajemen pemasaran: Teori dan aplikasi pemasaran era tradisional sampai era modernisasi global* (2nd ed.). Toko Buku Bandung CV Alfabeta.
- Perpustakaan Nasional Republik Indonesia. (2015). *Pedoman Penyelenggaraan Perpustakaan Perguruan Tinggi* Perpustakaan Nasional Republik Indonesia.
- Rohaeni, H. (2016). Peranan promosi melalui personal selling terhadap volume penjualan. *Ecodemica*, IV(2), 223-231.  
<http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/ecodemica/article/view/802>
- Schreiber, J. (2011). *Educational research*.
- John Wiley & Sons, INC. Sekaran, U. (2017). *Metode penelitian untuk bisnis*. Salemba Empat.
- Sugiyono. (2014). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.