



Meningkatkan Visibilitas Perpustakaan Melalui Media Sosial: Studi Kasus di Perpustakaan Universitas Ciputra Makassar

Ramadayanti

Jurusan Ilmu Perpustakaan, Fakultas Adab dan Humaniora, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, Jl. Sultan Alauddin No.63, Romangpolong, Kec. Somba Opu, Kabupaten Gowa, Sulawesi Selatan, Indonesia 92113

Email: ramadayanti.anti@uin-alauddin.ac.id

KATA KUNCI

Visibilitas Perpustakaan
Media Sosial
Promosi Perpustakaan
Perpustakaan Perguruan Tinggi

ABSTRAK

Penelitian ini berfokus tentang Meningkatkan Visibilitas Perpustakaan Universitas Ciputra Makassar Melalui Media Sosial. Rumusan masalah pada penelitian ini adalah; Bagaimana visibilitas media sosial oleh perpustakaan Universitas Ciputra Makassar? dan Bagaimana pemanfaatan media sosial oleh perpustakaan Universitas Ciputra Makassar? sementara tujuan penelitian ini adalah untuk menguraikan visibilitas dan pemanfaatan media sosial oleh Perpustakaan Universitas Ciputra Makassar. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan desain studi kasus untuk memahami secara mendalam pemanfaatan media sosial oleh Perpustakaan Universitas Ciputra Makassar dalam meningkatkan visibilitasnya. Sumber data berasal dari pustakawan, staf pengelola media sosial, serta mahasiswa Universitas Ciputra Makassar. Kesimpulan dari hasil penelitian menunjukkan bahwa visibilitas media sosial, khususnya Instagram dan Facebook, secara signifikan meningkatkan visibilitas Perpustakaan Universitas Ciputra Makassar di kalangan mahasiswa dan sivitas akademika. Melalui konten yang informatif, interaktif, dan visual menarik, perpustakaan berhasil membangun komunikasi yang lebih dekat dengan pengguna serta memperkenalkan berbagai layanan seperti Turnitin, One Stop Service, penelusuran koleksi buku, rekomendasi bacaan, dan kelas literasi informasi. Meskipun masih terdapat tantangan dalam hal konsistensi konten dan variasi strategi komunikasi, media sosial telah terbukti menjadi sarana efektif dalam memperkuat peran perpustakaan sebagai pusat informasi dan literasi digital yang relevan.

KEYWORDS

Library Visibility
Social Media
Library Promotion
Higher Education Libraries

ABSTRACT

This study examines the enhancement of the visibility of the Ciputra University Makassar Library through the utilisation of social media platforms. The research addresses two principal questions: How is social media leveraged to increase the visibility of the Ciputra University Makassar Library? and How is social media strategically employed by the Library? The purpose of this study is to explore and describe the visibility efforts and the utilisation of social media by the Library. A descriptive qualitative approach, employing a case study design, was adopted to obtain an in-depth understanding of the Library's social media practices aimed at increasing its visibility. Data were collected from librarians, social media management staff, and students of Ciputra University Makassar. The findings reveal that the use of social media, particularly Instagram and Facebook, has significantly enhanced the visibility of the Ciputra University Makassar Library among students and the wider academic community. Through the dissemination of informative, interactive, and visually appealing content, the Library has successfully fostered closer communication with its users and promoted a range of services, including



© the Author(s) 2025

This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/) <https://doi.org/10.24239/inkunabula.v4i1.3903>

Received 11 March 2025; Received in revised form 27 March 2025; Accepted 30 March 2025

Available online 31 March 2025

Turnitin support, a One Stop Service, access to the online book collection, reading recommendations, and information literacy classes. Despite ongoing challenges regarding content consistency and the diversification of communication strategies, social media has proven to be an effective medium for reinforcing the Library's role as a dynamic centre for information dissemination and digital literacy development.

How to Cite this Article: Ramadayanti. (2025). Meningkatkan Visibilitas Perpustakaan Melalui Media Sosial: Studi Kasus di Perpustakaan Universitas Ciputra Makassar. *Inkunabula: Journal of Library Science and Islamic Information*, 4(1). <https://doi.org/10.24239/inkunabula.v4i1.3903>

1. Pendahuluan

Perpustakaan perguruan tinggi memegang peran strategis dalam mendukung kegiatan akademik dan penelitian sivitas akademika. Di era digital saat ini, tantangan utama perpustakaan bukan hanya dalam menyediakan sumber daya informasi, tetapi juga bagaimana meningkatkan visibilitas dan keterjangkauannya kepada pengguna. Universitas Ciputra Makassar, sebagai institusi pendidikan tinggi yang terus berkembang, perlu memastikan bahwa perpustakaan mereka dikenal, diakses, dan dimanfaatkan secara optimal oleh seluruh komunitas kampus. Salah satu cara efektif untuk mencapai tujuan tersebut adalah melalui pemanfaatan media sosial yang saat ini menjadi sarana komunikasi dan diseminasi informasi paling populer di kalangan generasi muda.

Perkembangan teknologi informasi telah membawa perubahan signifikan dalam pola interaksi masyarakat, termasuk mahasiswa dan dosen, dengan sumber informasi. Media sosial seperti Instagram, Facebook, dan TikTok telah menjadi platform yang tidak hanya digunakan untuk hiburan, tetapi juga untuk tujuan edukasi dan promosi. Melalui media sosial, perpustakaan dapat memperkenalkan koleksi terbaru, layanan yang tersedia, serta berbagai kegiatan literasi informasi yang diselenggarakan. Selain itu, interaksi langsung dengan pengguna melalui komentar atau pesan langsung dapat meningkatkan keterlibatan dan kedekatan emosional antara perpustakaan dan pemustaka.

Namun, agar strategi ini berhasil, diperlukan perencanaan konten yang terstruktur dan berorientasi pada kebutuhan pengguna. Konten yang disampaikan harus informatif, menarik, dan relevan dengan kebutuhan akademik pengguna perpustakaan. Penggunaan desain visual yang menarik serta bahasa yang komunikatif akan meningkatkan daya tarik dan efektivitas pesan yang disampaikan. Dalam hal ini, keterlibatan pustakawan sebagai pengelola informasi sangat penting, tidak hanya dalam menyusun konten tetapi juga dalam merespon dinamika dan tren yang berkembang di media sosial.

Di Universitas Ciputra Makassar, pemanfaatan media sosial oleh perpustakaan masih memiliki potensi besar untuk dikembangkan. Saat ini, belum semua layanan dan koleksi yang dimiliki perpustakaan diketahui oleh sivitas akademika secara luas. Padahal, dengan strategi digital yang tepat, perpustakaan dapat menjadi pusat informasi yang aktif dan adaptif terhadap kebutuhan zaman. Oleh karena itu, transformasi digital melalui media sosial bukan hanya merupakan pilihan, tetapi juga kebutuhan mendesak dalam menjawab tantangan akses dan pemanfaatan perpustakaan di era digital.

Dengan demikian, peningkatan visibilitas perpustakaan Universitas Ciputra Makassar melalui media sosial merupakan langkah strategis yang sejalan dengan perkembangan teknologi dan perilaku pengguna informasi masa kini. Melalui pendekatan yang kreatif dan terencana, media sosial dapat menjadi jembatan antara perpustakaan dan penggunanya, memperkuat peran perpustakaan sebagai pusat pembelajaran, serta meningkatkan kontribusinya dalam mendukung pencapaian visi dan misi universitas secara keseluruhan.

Rumusan masalah pada penelitian ini adalah; Bagaimana visibilitas media sosial oleh perpustakaan Universitas Ciputra Makassar? dan Bagaimana pemanfaatan media sosial oleh perpustakaan Universitas Ciputra Makassar? sementara tujuan penelitian ini adalah untuk menguraikan visibilitas dan pemanfaatan media sosial oleh Perpustakaan Universitas Ciputra

Makassar. Adapun manfaat penelitian ini yaitu Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara teoritis dan praktis. Secara teoritis, penelitian ini dapat menambah khazanah ilmu pengetahuan di bidang perpustakaan dan informasi, khususnya terkait strategi peningkatan visibilitas perpustakaan melalui media sosial. Secara praktis, hasil penelitian ini dapat menjadi acuan bagi perpustakaan Universitas Ciputra Makassar dalam merancang dan mengimplementasikan strategi media sosial yang lebih efektif dan sesuai dengan karakteristik pengguna.

Berikut penelitian sebelumnya yang relevan dengan penelitian ini; pertama penelitian yang dilakukan oleh Widodo, Achmad Arif; Ainul Hayat, Dr.; dan Bayu Amengku Praja, S.Mn., M.Si. (2023). *Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Terhadap Pemanfaatan Layanan Perpustakaan Perguruan Tinggi (Studi Pada Perpustakaan Pusat Universitas Brawijaya)*. Penelitian ini menunjukkan bahwa promosi melalui media sosial memiliki pengaruh signifikan terhadap pemanfaatan layanan perpustakaan di Universitas Brawijaya.

Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Khotijah, Era Bratadjaya Nur; Koerniawati, Tintien; dan Lestari, Elizabeth Sri. (2021). *Pengaruh Promosi Perpustakaan melalui Media Sosial Instagram terhadap Pemanfaatan Perpustakaan di Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Surakarta*. Studi ini menemukan bahwa promosi perpustakaan melalui Instagram berpengaruh positif terhadap pemanfaatan perpustakaan di Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Sasmitaratri, Aulia Vidia. (2021). *Penggunaan Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi UPT Perpustakaan Universitas Diponegoro*. Penelitian ini mengungkapkan bahwa penggunaan Instagram sebagai media promosi efektif dalam meningkatkan visibilitas dan keterlibatan pengguna dengan UPT Perpustakaan Universitas Diponegoro.

Penelitian ini menarik untuk dibaca karena mengangkat isu aktual mengenai transformasi perpustakaan di era digital, khususnya dalam konteks pemanfaatan media sosial untuk meningkatkan visibilitas dan keterlibatan pengguna. Di tengah menurunnya minat kunjungan fisik ke perpustakaan, media sosial menjadi alternatif strategis yang dapat menjembatani kebutuhan informasi dengan perilaku digital masyarakat kampus. Dengan mengkaji studi kasus di Perpustakaan Universitas Ciputra Makassar, penelitian ini memberikan gambaran nyata tentang bagaimana institusi pendidikan tinggi dapat beradaptasi secara kreatif dalam mempromosikan layanan informasi kepada sivitas akademika yang semakin melek teknologi.

Selain itu, penelitian ini juga menarik karena memberikan kontribusi praktis dalam perencanaan strategi komunikasi digital bagi perpustakaan perguruan tinggi. Hasil penelitian ini dapat menjadi acuan bagi para pustakawan, pengelola perpustakaan, maupun pihak universitas dalam merancang program promosi yang relevan, interaktif, dan sesuai dengan karakteristik pengguna muda. Dengan pendekatan yang berbasis data dan analisis empiris, pembaca akan mendapatkan wawasan yang tidak hanya bersifat teoritis, tetapi juga aplikatif, sehingga dapat diterapkan langsung dalam pengelolaan perpustakaan di era digital saat ini.

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menganalisis dan mengevaluasi bagaimana pemanfaatan media sosial dapat meningkatkan visibilitas perpustakaan, khususnya di lingkungan Universitas Ciputra Makassar. Penelitian ini ingin mengidentifikasi sejauh mana media sosial telah digunakan dalam strategi promosi perpustakaan, serta menilai efektivitasnya dalam menarik perhatian dan meningkatkan partisipasi pengguna. Dengan demikian, penelitian ini berupaya memberikan gambaran yang komprehensif mengenai praktik yang sedang berlangsung dan potensi pengembangan strategi media sosial yang lebih terarah dan berdampak.

Maksud dari penelitian ini adalah untuk memberikan rekomendasi praktis bagi pengelola perpustakaan agar dapat mengoptimalkan fungsi media sosial sebagai alat komunikasi dan promosi yang strategis. Melalui pendekatan ini, perpustakaan tidak hanya diposisikan sebagai penyedia informasi semata, tetapi juga sebagai institusi yang adaptif dan responsif terhadap perubahan pola komunikasi generasi digital. Dengan memadukan aspek teori, praktik, dan kebutuhan pengguna, penelitian ini bertujuan untuk mendorong inovasi layanan perpustakaan yang lebih relevan dan berdaya saing di lingkungan akademik modern.

2. Tinjauan Pustaka

Visibilitas perpustakaan melalui media sosial telah menjadi topik penting dalam kajian ilmu perpustakaan dan informasi. Penggunaan media sosial memungkinkan perpustakaan untuk meningkatkan jangkauan layanan dan interaksi dengan pengguna. Studi oleh Islamy dan Laksmiwati (2020) menunjukkan bahwa media sosial efektif sebagai sarana promosi layanan perpustakaan di Institut Seni Indonesia Surakarta.

Selain itu, penelitian oleh Rahmani (2021) menekankan bahwa komunikasi melalui media sosial di perpustakaan dapat mempermudah akses informasi bagi masyarakat digital. Hal ini sejalan dengan temuan Mardiastuti et al. (2019) yang menyatakan bahwa media sosial dapat digunakan untuk memasarkan produk dan layanan perpustakaan, terutama dalam menghadapi era Industri 4.0.

Perpustakaan juga dapat memanfaatkan platform seperti Instagram untuk promosi dan interaksi. Miyata (2019) menemukan bahwa penggunaan Instagram sebagai media promosi efektif untuk Perpustakaan Universitas Kristen Petra. Selain itu, Prabowo dan Absor (2019) menyoroti bahwa mediatisasi perpustakaan melalui Instagram dapat meningkatkan promosi kepada masyarakat.

Pustakawan memiliki peran penting dalam meningkatkan visibilitas repositori institusional melalui media sosial. Amrulloh (2021) menekankan bahwa pustakawan dapat menggunakan Facebook untuk mempromosikan repositori dan meningkatkan keterlibatan pengguna. Selain itu, Saputra (2022) menyarankan bahwa promosi perpustakaan melalui media sosial dapat meningkatkan visibilitas perpustakaan.

Kompetensi pustakawan dalam memanfaatkan media sosial untuk promosi juga menjadi faktor kunci. Penelitian menunjukkan bahwa pustakawan yang terampil dalam menggunakan media sosial dapat meningkatkan efektivitas promosi perpustakaan. Selain itu, penelitian oleh Garnita dan Irawati (2021) menyoroti bahwa penggunaan media sosial untuk promosi perpustakaan akademik dapat meningkatkan visibilitas dan keterlibatan pengguna.

Dalam konteks Indonesia, penelitian oleh Prabowo dan Fikri (2017) menunjukkan bahwa Instagram dapat digunakan sebagai media promosi dan interaksi oleh Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga. Selain itu, penelitian oleh Sinaga et al. (2024) menyoroti bahwa Instagram sebagai media informasi digital dapat meningkatkan visibilitas Perpustakaan Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta.

Secara keseluruhan, pemanfaatan media sosial oleh perpustakaan dapat meningkatkan visibilitas, memperluas jangkauan layanan, dan meningkatkan interaksi dengan pengguna. Pustakawan yang memiliki kompetensi dalam menggunakan media sosial dapat memainkan peran penting dalam strategi promosi dan komunikasi perpustakaan.

Visibilitas perpustakaan melalui media sosial tidak hanya meningkatkan jangkauan informasi tetapi juga memperkuat hubungan antara perpustakaan dan pengguna. Dalam konteks ini, pustakawan berperan sebagai pengelola konten yang kompeten, mampu mengelola media sosial sebagai alat branding, dan memahami strategi promosi digital (Hanum, A. N. L. 2024).

Selain itu, kolaborasi dengan influencer literasi dapat memperluas jangkauan promosi perpustakaan. Bekerja sama dengan tokoh literasi yang memiliki pengaruh di media sosial dapat membantu memperkenalkan koleksi perpustakaan dan meningkatkan minat baca masyarakat (Anwar, S., Maskur, S., & Junaidi, M. 2019). Manajemen media sosial sebagai bagian dari strategi branding juga penting dalam pengelolaan perpustakaan. Dengan pendekatan yang tepat, media sosial dapat digunakan untuk membangun citra positif perpustakaan dan menarik lebih banyak pengunjung (Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. 2019).

Pentingnya kompetensi pustakawan dalam promosi perpustakaan melalui media sosial juga telah diakui. Penelitian menunjukkan bahwa pustakawan yang memiliki kompetensi dalam mengelola media sosial dapat meningkatkan eksistensi dan citra perpustakaan di mata masyarakat (Riyanto, A. D. 2020). Melalui penerapan strategi pemasaran digital yang efektif dan peningkatan kompetensi pustakawan dalam mengelola media sosial, perpustakaan dapat

meningkatkan visibilitasnya, menjangkau audiens yang lebih luas, dan memperkuat peranannya sebagai pusat informasi dan literasi di masyarakat (Rahma, S. 2014).

3. Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan desain studi kasus untuk memahami secara mendalam pemanfaatan media sosial oleh Perpustakaan Universitas Ciputra Makassar dalam meningkatkan visibilitasnya. Studi ini fokus pada konteks spesifik dan praktik nyata yang diterapkan perpustakaan dalam komunikasi digital.

Sumber data berasal dari pustakawan, staf pengelola media sosial, serta mahasiswa Universitas Ciputra Makassar. Sampel dipilih secara purposive, yaitu individu yang terlibat langsung dalam pengelolaan atau interaksi dengan akun media sosial perpustakaan, sehingga data yang diperoleh relevan dengan tujuan penelitian.

Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi akun media sosial perpustakaan, dan dokumentasi unggahan digital. Wawancara menggali pandangan pengguna dan pengelola, sementara observasi dan dokumentasi memperkuat pemahaman terhadap pola konten dan respons audiens.

Analisis data dilakukan secara tematik dengan proses koding dan pengelompokan berdasarkan tema yang muncul. Triangulasi data digunakan untuk meningkatkan validitas, dengan membandingkan hasil dari berbagai teknik dan sumber.

Dengan pendekatan ini, penelitian bertujuan memberikan gambaran ringkas namun menyeluruh tentang strategi media sosial yang efektif dalam meningkatkan visibilitas perpustakaan, sekaligus menjadi referensi praktis bagi institusi serupa.

4. Hasil Penelitian dan Pembahasan

4.1. Visibilitas Media Sosial di Perpustakaan Universitas Ciputra Makassar

Hasil penelitian menunjukkan bahwa visibilitas Perpustakaan Universitas Ciputra Makassar mengalami peningkatan melalui pemanfaatan media sosial, khususnya Instagram. Konten yang informatif, visual yang menarik, serta konsistensi dalam frekuensi unggahan menjadi faktor utama yang mendorong keterlibatan mahasiswa. Pihak perpustakaan memanfaatkan media sosial tidak hanya untuk promosi layanan dan koleksi, tetapi juga untuk membangun citra yang lebih dekat dan interaktif dengan pengguna. Interaksi dua arah seperti komentar, polling, dan kuis terbukti efektif dalam menarik perhatian dan memperkuat hubungan dengan pengguna. Meskipun demikian, masih terdapat tantangan dalam hal sumber daya dan strategi konten jangka panjang yang perlu dioptimalkan agar visibilitas tetap berkelanjutan.

Berikut adalah bentuk-bentuk konten terbaru yang diposting melalui media sosial Instagram akun Perpustakaan Universitas Ciputra Makassar sebagai media promosi layanan dan koleksi:

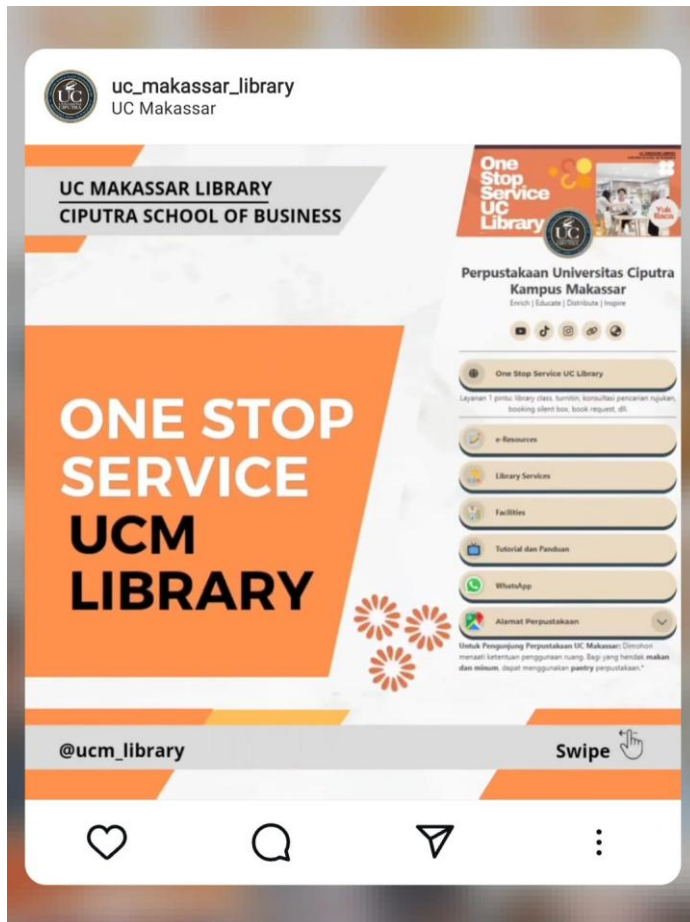
Gambar 1**Layanan Turnitin UC People**

Sumber: [Instagram.com/uc_makassar_library](https://www.instagram.com/uc_makassar_library)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa layanan Turnitin yang ditawarkan melalui UC People oleh Perpustakaan Universitas Ciputra Makassar cukup efektif dalam meningkatkan kesadaran mahasiswa terhadap pentingnya orisinalitas karya ilmiah. Melalui media sosial, perpustakaan secara aktif mempromosikan layanan ini dengan unggahan informatif dan panduan penggunaan, sehingga mahasiswa lebih mudah mengakses dan memahami prosedur pemeriksaan plagiarisme. Hal ini terbukti dari meningkatnya jumlah permintaan layanan Turnitin setiap bulannya, khususnya menjelang masa tugas akhir atau ujian tengah dan akhir semester.

Media sosial juga dimanfaatkan sebagai sarana interaktif untuk menjawab pertanyaan mahasiswa terkait layanan Turnitin. Melalui fitur seperti kolom komentar dan direct message di Instagram, pustakawan dapat merespons pertanyaan secara cepat dan personal. Pendekatan ini menciptakan komunikasi yang lebih terbuka dan efisien, yang berdampak positif pada kepuasan pengguna layanan. Mahasiswa merasa lebih terbantu dan terbuka untuk berkonsultasi mengenai pengecekan naskah akademik mereka sebelum pengumpulan.

Namun demikian, penelitian juga menemukan bahwa masih ada sebagian mahasiswa yang belum sepenuhnya memahami kebijakan penggunaan Turnitin, termasuk batasan persentase similarity dan interpretasi hasil laporan. Ini menunjukkan perlunya peningkatan edukasi melalui media sosial dalam bentuk konten edukatif seperti video tutorial, infografis, atau sesi live bersama pustakawan. Dengan strategi konten yang lebih terarah, layanan Turnitin berpotensi tidak hanya menjadi alat pemeriksaan.

Gambar 2**One Stop Service UCM Library**

Sumber: [Instagram.com/uc_makassar_library](https://www.instagram.com/uc_makassar_library)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa layanan One Stop Service (OSS) yang diterapkan oleh UCM Library memberikan kemudahan akses layanan perpustakaan dalam satu pintu, baik secara fisik maupun digital. Melalui promosi di media sosial, terutama Instagram, perpustakaan mampu menyosialisasikan berbagai layanan yang terintegrasi dalam OSS, seperti peminjaman buku, konsultasi literasi informasi, akses e-journal, dan layanan Turnitin. Informasi yang disampaikan secara visual dan ringkas membuat mahasiswa lebih memahami manfaat OSS dan termotivasi untuk memanfaatkannya.

Media sosial juga memainkan peran penting dalam membentuk persepsi positif terhadap OSS sebagai layanan yang praktis dan efisien. Mahasiswa memberikan tanggapan positif melalui komentar dan pesan langsung terkait kemudahan yang mereka rasakan saat menggunakan OSS, terutama dalam hal kecepatan respon dan ketersediaan informasi.

Namun, masih ditemukan kendala dalam hal konsistensi pembaruan informasi di media sosial, sehingga beberapa mahasiswa merasa kurang mendapatkan update terkini terkait perubahan jadwal layanan atau prosedur OSS. Hal ini menunjukkan perlunya strategi komunikasi digital yang lebih terstruktur dan berkelanjutan agar penyampaian informasi tetap akurat dan relevan.

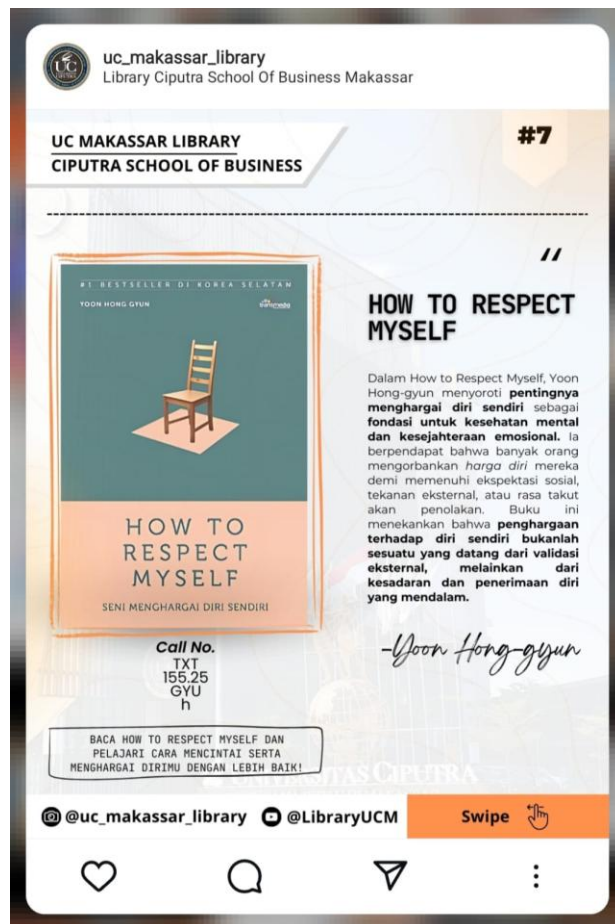
Gambar 3**Website Penelusuran Ketersediaan Koleksi Buku UCM Library**

Sumber: *Instagram.com/uc_makassar_library*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa website penelusuran koleksi buku UCM Library telah menjadi salah satu sarana penting dalam mendukung akses informasi akademik bagi mahasiswa. Melalui promosi di media sosial, perpustakaan secara aktif mengenalkan fitur-fitur pencarian koleksi, seperti OPAC (Online Public Access Catalog), yang memungkinkan pengguna mencari buku berdasarkan judul, penulis, atau subjek. Mahasiswa yang mengetahui informasi ini melalui unggahan Instagram perpustakaan menunjukkan peningkatan dalam frekuensi kunjungan ke website dan pencarian koleksi secara mandiri.

Respon mahasiswa terhadap keberadaan website ini sebagian besar positif, terutama karena kemudahan aksesnya yang bisa digunakan kapan saja tanpa harus datang langsung ke perpustakaan. Fitur pencarian yang intuitif dan tampilan yang user-friendly juga menjadi nilai tambah. Namun, beberapa mahasiswa mengeluhkan keterbatasan informasi dalam hasil pencarian, seperti kurangnya deskripsi buku atau ketidakpastian status ketersediaan koleksi secara real-time. Masukan ini mengindikasikan pentingnya pengembangan sistem yang lebih akurat dan informatif ke depannya.

Dari sisi promosi, media sosial terbukti efektif dalam menjangkau mahasiswa dan mengarahkan mereka untuk menggunakan layanan digital seperti penelusuran koleksi. Namun, promosi masih perlu dilakukan secara lebih rutin dan kreatif, misalnya melalui tutorial singkat atau konten interaktif mengenai cara menelusuri dan memanfaatkan koleksi yang tersedia. Dengan penguatan dari sisi teknis dan komunikasi, website penelusuran koleksi buku UCM Library dapat menjadi alat utama dalam meningkatkan literasi informasi serta mendukung kebutuhan akademik civitas kampus secara berkelanjutan.

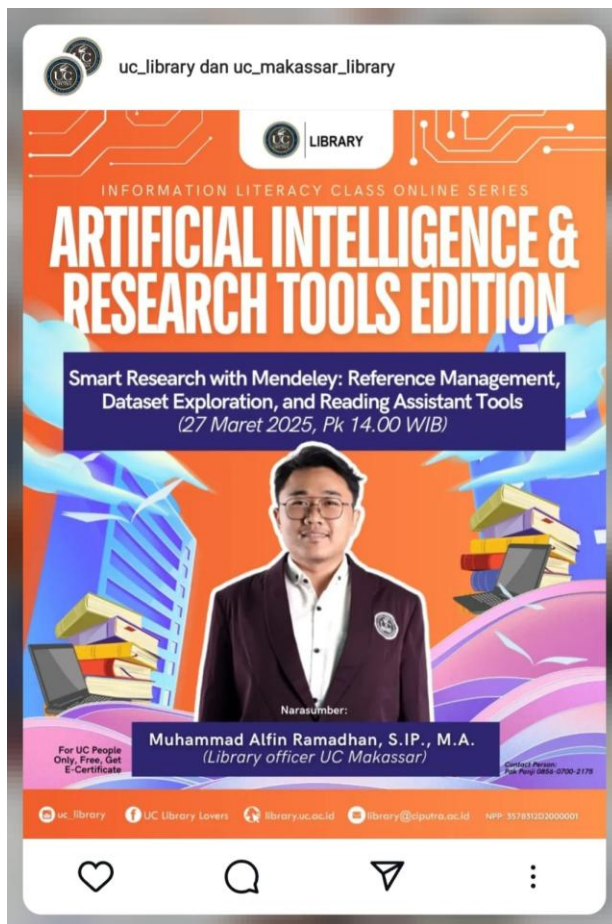
Gambar 4**Rekomendasi Buku Koleksi Perpustakaan UCM Library**

Sumber: [Instagram.com/uc_makassar_library](https://www.instagram.com/uc_makassar_library)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa konten rekomendasi buku yang dipublikasikan melalui media sosial UCM Library, khususnya Instagram, memiliki dampak positif dalam menarik minat baca mahasiswa. Unggahan berupa rekomendasi buku, baik fiksi maupun non-fiksi, yang dikemas dengan desain visual menarik dan deskripsi singkat mampu meningkatkan interaksi pengguna, terlihat dari jumlah likes, komentar, dan penyimpanan konten. Rekomendasi buku juga membantu mahasiswa menemukan referensi bacaan yang relevan dengan kebutuhan akademik maupun minat pribadi mereka.

Mahasiswa memberikan respon yang cukup antusias terhadap konten ini karena dianggap membantu mereka dalam memilih bacaan tanpa harus menelusuri katalog secara manual. Beberapa bahkan menyatakan bahwa rekomendasi buku memicu rasa ingin tahu terhadap koleksi yang sebelumnya tidak mereka pertimbangkan. Namun, sebagian responden juga menyampaikan bahwa variasi genre dalam konten rekomendasi masih terbatas dan perlu diperluas agar lebih inklusif terhadap minat baca yang beragam di kalangan mahasiswa dari berbagai program studi.

Dari sisi strategi media sosial, konten rekomendasi buku dinilai efektif untuk memperkuat visibilitas koleksi perpustakaan sekaligus membangun citra perpustakaan sebagai tempat yang mendukung pengembangan literasi dan minat baca. Ke depannya, pengelola media sosial disarankan untuk menghadirkan konten rekomendasi yang lebih rutin, melibatkan partisipasi mahasiswa (seperti “book of the month” versi pilihan pembaca), serta mengintegrasikan fitur interaktif seperti polling dan review singkat. Pendekatan ini akan mendorong keterlibatan pengguna sekaligus memperkuat hubungan antara perpustakaan dan komunitas akademik.

Gambar 5**Seri Kelas Online Literasi Informasi**

Sumber: *Instagram.com/uc_makassar_library*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa seri kelas online literasi informasi yang diselenggarakan oleh UCM Library dan dipromosikan melalui media sosial telah memberikan dampak positif terhadap peningkatan pemahaman mahasiswa mengenai keterampilan literasi digital dan akademik. Materi yang disampaikan meliputi cara menelusuri jurnal ilmiah, mengelola referensi, hingga menghindari plagiarisme. Promosi melalui Instagram, dalam bentuk poster digital dan pengingat jadwal, efektif menarik perhatian mahasiswa dan meningkatkan partisipasi pada sesi kelas online yang diselenggarakan secara berkala.

Mahasiswa yang mengikuti kelas ini mengaku mendapatkan manfaat langsung, terutama dalam menyusun tugas akhir atau proyek penelitian. Mereka merasa lebih percaya diri dalam mencari dan mengevaluasi sumber informasi secara kritis. Namun, sebagian mahasiswa juga menyatakan bahwa informasi tentang kelas sering kali terlambat mereka ketahui karena kurangnya konsistensi pengumuman atau penyebaran informasi di media sosial. Hal ini menunjukkan pentingnya strategi promosi yang lebih terjadwal dan sistematis agar partisipasi dapat terus ditingkatkan.

Dari sisi pengelolaan konten, kelas online ini memiliki potensi besar sebagai program unggulan perpustakaan, terutama jika dipadukan dengan konten edukatif berkelanjutan di media sosial, seperti cuplikan materi, tips literasi, atau sesi tanya jawab interaktif. Keterlibatan mahasiswa juga dapat ditingkatkan melalui kolaborasi dengan dosen atau unit akademik lainnya agar materi lebih relevan dengan kurikulum. Dengan demikian, seri kelas online tidak hanya menjadi sarana edukasi, tetapi juga strategi efektif dalam memperkuat posisi perpustakaan sebagai pusat pengembangan literasi informasi di lingkungan kampus.

4.2. Pemanfaatan Media Sosial oleh Perpustakaan Universitas Ciputra Makassar

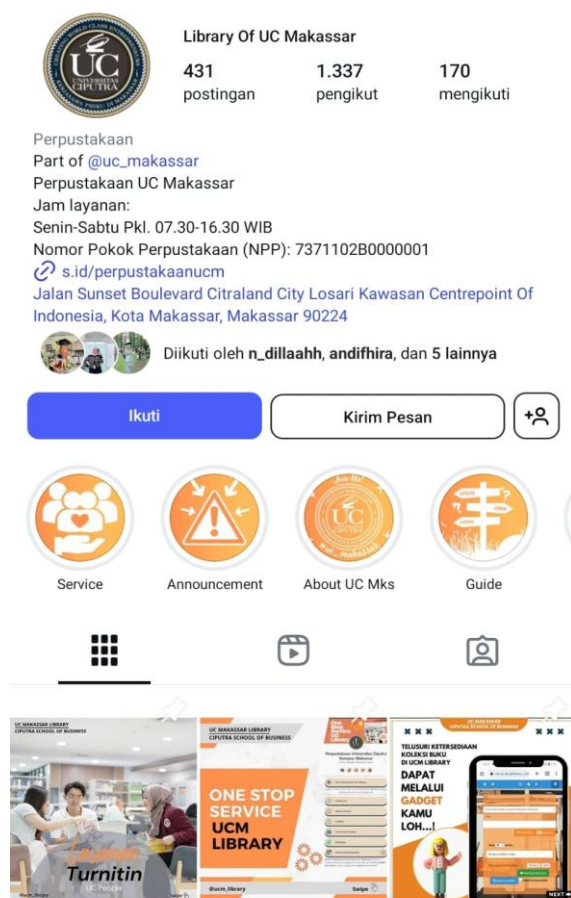
Dalam rangka meningkatkan visibilitas dan keterlibatan pengguna, Perpustakaan Universitas Ciputra Makassar mengoptimalkan berbagai *platform* media sosial sebagai sarana komunikasi dan promosi layanan. Pemanfaatan media sosial ini difokuskan pada dua *platform* utama, yakni Instagram dan Facebook, yang masing-masing memiliki karakteristik audiens dan pendekatan komunikasi yang berbeda.

Bagian ini menyajikan hasil penelitian mengenai bagaimana perpustakaan menggunakan kedua media sosial tersebut, bentuk-bentuk konten yang dikembangkan, serta dampaknya terhadap interaksi dengan mahasiswa dan sivitas akademika.

Berikut ini disajikan hasil penelitian terkait pemanfaatan media sosial Instagram oleh Perpustakaan Universitas Ciputra Makassar.

Gambar 6

Media Sosial Instagram



Instagram.com/uc_makassar_library

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial Instagram oleh UCM Library memainkan peran penting dalam meningkatkan visibilitas perpustakaan di kalangan mahasiswa. Instagram dipilih karena merupakan platform yang paling banyak digunakan oleh mahasiswa Universitas Ciputra Makassar, sehingga menjadi media yang efektif untuk menjangkau pengguna secara langsung. Konten yang diunggah mencakup informasi layanan, promosi kegiatan, rekomendasi buku, serta edukasi literasi informasi, yang dikemas secara menarik dengan visual yang konsisten dan gaya bahasa yang santai namun informatif.

Mahasiswa merespons positif penggunaan Instagram sebagai media komunikasi perpustakaan. Mereka merasa lebih terhubung dan mendapatkan informasi dengan cepat tanpa harus mengakses *website* atau datang langsung ke perpustakaan. Fitur seperti Instagram *Story* dan *Highlight* juga dimanfaatkan secara efektif untuk memberikan informasi yang bersifat sementara maupun arsip permanen, seperti jadwal layanan atau panduan

penggunaan fasilitas. Namun, penelitian juga mencatat bahwa keterlibatan pengguna masih fluktuatif tergantung pada jenis dan kualitas konten yang dipublikasikan, sehingga konsistensi dan kreativitas menjadi faktor penting dalam pengelolaan akun.

Selain itu, Instagram juga membuka ruang interaksi dua arah antara perpustakaan dan mahasiswa, yang memperkuat hubungan emosional dan memperluas jangkauan layanan. Melalui komentar, *direct message*, dan *fitur polling* atau Q&A, mahasiswa dapat menyampaikan pertanyaan, masukan, atau sekadar berinteraksi dengan pustakawan. Hal ini menciptakan kesan bahwa perpustakaan hadir secara aktif dalam kehidupan digital mahasiswa. Untuk ke depan, pengembangan strategi konten berbasis kebutuhan pengguna dan kolaborasi dengan komunitas kampus akan menjadi langkah penting dalam mengoptimalkan pemanfaatan Instagram sebagai media utama promosi dan edukasi perpustakaan.

Setelah berhasil mengoptimalkan Instagram sebagai media komunikasi dan promosi, Perpustakaan Universitas Ciputra Makassar juga memanfaatkan platform Facebook untuk memperluas jangkauan informasi kepada sivitas akademika. Meskipun popularitas Facebook di kalangan mahasiswa relatif lebih rendah dibandingkan Instagram, platform ini tetap memiliki potensi strategis, terutama dalam menjangkau kelompok pengguna yang lebih beragam, termasuk dosen dan staf kampus.

Bagian berikut akan memaparkan hasil penelitian mengenai pemanfaatan media sosial Facebook oleh Perpustakaan Universitas Ciputra Makassar, termasuk jenis konten yang dibagikan, tingkat interaksi pengguna, serta tantangan yang dihadapi dalam optimalisasi platform ini.

Gambar 7

Media Sosial Facebook



[Facebook.com/uc_makassar](https://www.facebook.com/uc_makassar)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial Facebook oleh UCM Library masih belum seoptimal Instagram dalam menjangkau mahasiswa, namun tetap memberikan

kontribusi positif dalam penyebaran informasi layanan perpustakaan. Facebook digunakan untuk membagikan konten serupa dengan Instagram, seperti pengumuman layanan, promosi kegiatan, dan informasi edukatif. Kelebihannya terletak pada format unggahan yang lebih fleksibel untuk menampilkan informasi panjang, seperti artikel, tautan eksternal, dan dokumen PDF yang mendukung penyebaran materi literasi informasi secara lebih mendalam.

Meskipun jumlah pengikut Facebook tidak sebanyak Instagram, platform ini masih digunakan oleh sebagian dosen dan mahasiswa yang lebih aktif di Facebook dibandingkan media sosial lainnya. Beberapa mahasiswa mengaku mengetahui informasi penting dari perpustakaan melalui grup Facebook kampus atau unggahan ulang dari akun utama perpustakaan. Namun, tingkat interaksi seperti komentar dan likes cenderung rendah, menunjukkan bahwa Facebook lebih berfungsi sebagai media penyebaran informasi satu arah daripada wadah interaksi dinamis.

Penelitian juga menemukan bahwa waktu dan frekuensi unggahan di Facebook perlu disesuaikan dengan pola aktivitas pengguna agar lebih efektif. Selain itu, kolaborasi dengan unit atau organisasi kampus yang aktif di Facebook dapat menjadi strategi untuk memperluas jangkauan dan keterlibatan audiens. Dengan pengelolaan konten yang lebih konsisten dan segmentasi audiens yang tepat, Facebook tetap memiliki potensi sebagai saluran komunikasi tambahan yang mendukung strategi visibilitas perpustakaan.

5. Kesimpulan

Kesimpulan dari hasil penelitian menunjukkan bahwa visibilitas media sosial, khususnya Instagram dan Facebook, secara signifikan meningkatkan visibilitas Perpustakaan Universitas Ciputra Makassar di kalangan mahasiswa dan sivitas akademika. Melalui konten yang informatif, interaktif, dan visual menarik, perpustakaan berhasil membangun komunikasi yang lebih dekat dengan pengguna serta memperkenalkan berbagai layanan seperti Turnitin, One Stop Service, penelusuran koleksi buku, rekomendasi bacaan, dan kelas literasi informasi. Meskipun masih terdapat tantangan dalam hal konsistensi konten dan variasi strategi komunikasi, media sosial telah terbukti menjadi sarana efektif dalam memperkuat peran perpustakaan sebagai pusat informasi dan literasi digital yang relevan dengan kebutuhan generasi saat ini.

Daftar Pustaka

- Amrulloh, A. (2021). Peran Pustakawan dalam Meningkatkan Visibilitas Repositori Institusi dengan Media Facebook. *VISI PUSTAKA: Buletin Jaringan Informasi Antar Perpustakaan*, 22(1), 35-42. <https://ejournal.perpusnas.go.id/vp/article/view/592>
- Anwar, S., Maskur, S., & Junaidi, M. (2019). *Manajemen Perpustakaan*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2016). *Digital Marketing: Strategy, Implementation, and Practice*. United Kingdom: Pearson Education. https://digilib.stiestekom.ac.id/assets/dokumen/ebook/feb_27aff686c21a3ec16bdc9e2e8d785bf6b8d8e4e8_1655821975.pdf
- Hanum, A. N. L. (2024). *Pemasaran Digital Perpustakaan: Meningkatkan Visibilitas dan Aksesibilitas di Era Teknologi*. Yogyakarta: Penamuda Media.
- Islamy, M. A. N., & Laksmiwati, I. (2020). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Layanan Perpustakaan Institut Seni Indonesia Surakarta. *Nusantara - Journal of Information and Library Studies*, 3(1), 75. <https://ojs.uninus.ac.id/index.php/JILS/article/view/804>

- Mardiastuti, A., Suciati, U., & W. (2019). Pemanfaatan Media Viral Untuk Memasarkan Produk dan Layanan Perpustakaan Universitas Gadjah Mada Menghadapi Era Industri 4.0. *Media Pustakawan*, 26(3), 233–244. <https://ejournal.perpusnas.go.id/mp/article/view/546>
- Miyata, N. S. (2019). Efektivitas Penggunaan Instagram Sebagai Media Promosi Perpustakaan Universitas Kristen Petra. *Agora*, 7(2). <https://www.neliti.com/id/publications/287046/efektivitas-penggunaan-instagram-sebagai-media-promosi-perpustakaan-universitas>
- Prabowo, A., & Absor, U. (2019). Mediatisasi Perpustakaan Perguruan Tinggi di Yogyakarta pada Instagram dalam Promosi kepada Masyarakat. *Journal of Information and Library Studies*, 2(2), 171-188. <https://ojs.uninus.ac.id/index.php/JILS/article/view/722>
- Prabowo, O. R., & Fikri, M. (2017). Instagram Sebagai Media Promosi dan Interaksi Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga. *Prosiding Seminar Nasional dan Call for Papers Prodi Ilmu Perpustakaan UM*.
- Rahma, S. (2014). *Perkembangan Masyarakat Informasi dan Teori Sosial Kontemporer*. Jakarta: Kencana.
- Rahmani, A. (2021). Efektivitas Komunikasi di Perpustakaan Berbasis Media Sosial terhadap Kemudahan Akses Informasi bagi Masyarakat Digital. *JIPi (Jurnal Ilmu Perpustakaan dan Informasi)*, 9(2), 123-130. https://www.academia.edu/112716131/EFEKTIVITAS_KOMUNIKASI_DI_PERPUSTAKAAN_BERBASIS_MEDIA_SOSIAL_TERHADAP_KEMUDAHAN_AKSES_INFORMASI_BAGI_MASYARAKAT_DIGITAL?uc-sb-sw=4313486
- Riyanto, A. D. (2020). *Laporan Digital Indonesia 2020*. Hootsuite & We Are Social.
- Saputra, D. (2022). Library Promotion through Social Media to Increase Library Visibility. *EduLib*, 16(1), 45-53.
- Sinaga, S., Muqsith, M. A., & Ayuningtyas, F. (2024). Instagram sebagai Media Informasi Digital Perpustakaan Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta. *Ekspresi dan Persepsi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(1), 232-253. <https://ejournal.upnvj.ac.id/JEP/article/view/5444>