



## **FASCINATING READ MOVIE LIKE: PENERAPAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI PROMOSI RUANG BACA VOKASI UNIVERSITAS BRAWIJAYA**

**Tri Mega Asri\*, Claudia Ayu Pitaloka, Lailatul Badriyah, Ihda Mufidatul Hasanah**

Program Pendidikan Vokasi, Universitas Brawijaya

\*Korespondensi: [trimega@ub.ac.id](mailto:trimega@ub.ac.id)

Diajukan: 30-01-2018; Direview: 26-02-2018; Diterima: 15-03-2018; Direvisi: 16-05-2018

### **ABSTRACT**

The rise of the use of social networking media instagram among modern society, especially among teenagers make the social networking media is very popular today. One of the utilization of information technology in the library is by using social media for various library interests. Included in the college library. One of the topics of promotional issues is through a film adapted from the novel. Therefore the vocational reading room using social media instagram as a communication service with users who no other is a vocational student. The targets in this campaign are the increasing number of Instagram Spreadsheet Readers, likes, comments, and hashtag # 4FAMERuangbacavokasi. In this research, researchers use qualitative research methods. Data collection is done using observation and interview techniques. Qualitative research is used because data collection is done when the research is more to throw an object such as photo challenge contest with the theme "Fascinating Read Movie Like". After the photo challenge is completed the researchers also held an interview about how the opinion of the participants in the race held in the vocational reading room. The result of this research is the implementation cycle conducted by researchers as much as four cycles. The first cycle applied 12 times post, second cycle applied 8 times post, third cycle applied 10 post and fourth cycle only 1 post. Within a period of three weeks photo challenge was held, there are eleven followers who follow this photo challenge contest. Of the total participants are drawn four winners with the most like, the most interesting photos and comments.

### **ABSTRAK**

Maraknya penggunaan media jejaring sosial instagram di kalangan masyarakat modern khususnya di kalangan remaja menjadikan media jejaring sosial tersebut sangat populer saat ini. Salah satu pemanfaatan teknologi informasi di perpustakaan, yaitu menggunakan media sosial untuk berbagai kepentingan perpustakaan, termasuk di perpustakaan perguruan tinggi. Salah satu topik isu promosi yakni melalui film yang diadaptasi dari novel. Oleh karena itu, ruang baca vokasi menggunakan media sosial instagram sebagai jasa komunikasi dengan penggunaannya yaitu mahasiswa vokasi. Target dalam promosi ini adalah meningkatnya jumlah pengikut Instagram Ruang Baca Vokasi, suka, komen, dan penggunaan hashtag #4FAMERuangbacavokasi. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif. Pengambilan sumber data dilakukan menggunakan teknik observasi dan wawancara. Penelitian kualitatif digunakan karena pengambilan data dilakukan ketika penelitian lebih kepada melemparkan suatu objek seperti lomba *photo challenge* dengan tema "Fascinating Read Movie Like". Setelah *photo challenge* tersebut selesai peneliti mengadakan wawancara tentang bagaimana pendapat pemustaka dalam lomba yang diadakan di ruang baca vokasi. Hasil penelitian ini berupa siklus penerapan yang dilakukan oleh peneliti sebanyak empat siklus. Siklus pertama diterapkan 12 kali postingan, siklus kedua diterapkan 8 kali postingan, siklus ketiga diterapkan 10 postingan, dan siklus keempat hanya 1 postingan. Dalam waktu tiga minggu *photo challenge* ini diselenggarakan, ada sebelas pengikut yang mengikuti lomba *photo challenge* ini. Dari keseluruhan peserta diambil empat pemenang dengan *like* terbanyak, foto, dan komentar paling menarik.

**Keyword:** Social media library; Library; Instagram; Promotion; Reading corner

## 1. PENDAHULUAN

Internet bukan merupakan suatu hal yang baru bagi masyarakat Indonesia. Masyarakat tentunya masih mengingat bahwa sebelumnya internet hanya digunakan untuk berkirim pesan melalui *email* dan mencari informasi melalui *browsing*. Seiring dengan perkembangannya, internet mampu menciptakan suatu jaringan baru melalui media sosial. Media sosial merupakan salah satu media *online* yang penggunaanya dapat mencari informasi, berkomunikasi, dan menjangkau pertemanan dengan aplikasi yang dimilikinya seperti Facebook, Twitter, dan Instagram. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia/APJII (2016) menyebutkan bahwa penggunaan internet terbesar adalah mengakses media sosial (97,4%), dengan menggunakan Facebook (54%), Instagram (15%), Youtube (11%), Google (6%), dan Twitter (5,5%).

Mengacu data tersebut, media sosial dapat menjadi salah satu sarana untuk mempromosikan perpustakaan. Hasil survei di Amerika dan India terhadap 497 responden menyebutkan bahwa lebih dari 70% perpustakaan telah menggunakan media sosial. Dari jumlah tersebut, 60% perpustakaan telah menggunakan media sosial selama tiga tahun atau lebih dan sekitar 30% pustakawan mem-*posting* setiap hari (Taylor & Francis dalam Kurniasih, 2016). Data tersebut menunjukkan bahwa pustakawan di luar negeri sudah memanfaatkan media sosial untuk mempromosikan layanan perpustakaan. Promosi merupakan metode untuk mempengaruhi sikap dan perilaku penerima serta pertukaran informasi antar lembaga/organisasi dan juga membujuk konsumen untuk bereaksi terhadap layanan yang akan diterima. Promosi merupakan kegiatan penting untuk dilakukan di perpustakaan, salah satunya di perpustakaan perguruan tinggi.

Perpustakaan perguruan tinggi merupakan jantung bagi sebuah perguruan tinggi. Setiap kegiatan akademik yang dilakukan civitas akademika didukung oleh perpustakaan, seperti mendukung kegiatan penelitian dengan menyediakan sumber-sumber ilmiah. Pada kenyataannya, sivitas akademika yang lebih memilih untuk mencari sumber informasi dari Google daripada perpustakaan dengan alasan bahwa mencari informasi melalui Google lebih mudah dan cepat. Melihat kuatnya kompetitor perpustakaan perguruan tinggi dalam memberikan informasi membuat perpustakaan harus bisa mempromosikan layanan serta koleksinya. Pada dasarnya perpustakaan sama dengan perusahaan yang perlu melakukan promosi layanan, produk, dan mampu membangun hubungan baik dengan pengguna.

Salah satu manfaat penggunaan media sosial di perpustakaan, yaitu sebagai sarana promosi. Pawit dalam Purwanti (2010) mengatakan bahwa promosi perpustakaan bertujuan memperkenalkan segala sumber-sumber informasi yang dimiliki perpustakaan kepada masyarakat sehingga mereka berminat memanfaatkannya secara optimal. Promosi perpustakaan adalah aktivitas memperkenalkan perpustakaan dari segi fasilitas, koleksi, jenis layanan, dan manfaat yang diperoleh pemustaka secara terperinci. Promosi memiliki peran penting pada sebuah perpustakaan, yaitu sebagai wadah untuk memperlihatkan kepada pengguna terhadap koleksi yang dimiliki serta layanan yang ada di perpustakaan.

Terkait dengan promosi di perpustakaan, salah satu topik yang menarik adalah promosi melalui film yang diadaptasi dari novel. Di tahun 2014, sebanyak tujuh dari sepuluh film dengan perolehan jumlah penonton terbanyak berasal dari adaptasi novel/buku. Ketujuh judul film tersebut adalah *Haji Backpacker*, *Supernova*, *Assalamu'alaikum Beijing*, *99 Cahaya di Langit Eropa (part 2)*, *Marmut Merah Jambu*, *Mimpi Sejuta Dolar*, dan *Hijrah Cinta*. Film-film tersebut berhasil meraih ratusan ribu hingga lebih dari satu juta penonton. Fenomena tersebut merupakan proses yang memiliki istilah disebut ekranisasi, yaitu proses di mana suatu

karya diangkat dalam bentuk film, baik itu film layar lebar/bioskop maupun film atau serial layar kaca/televise (Woodrich, 2017).

Ruang Baca Vokasi Universitas Brawijaya (selanjutnya disebut Ruang BACA Vokasi UB) merupakan salah satu bentuk dari perpustakaan perguruan tinggi yang didirikan pada bulan November 2016 dan dibuka pada tanggal 20 Februari 2017. Jumlah koleksi di ruang baca ini sebanyak 798 judul dan 1058 eksemplar. Pengunjung ruang baca ini rata-rata perhari 17 mahasiswa. Program pendidikan vokasi ini memiliki jumlah mahasiswa dari angkatan tahun 2014 hingga 2016 sebanyak 2199 mahasiswa. Untuk memperkenalkan layanan Ruang BACA Vokasi UB kepada mahasiswa maka perlu melakukan promosi perpustakaan melalui media sosial.

Data dari APJII (2016) menunjukkan bahwa pengguna tertinggi media sosial adalah remaja yang berusia 20 hingga 24 tahun. Hal tersebut sesuai dengan rentang usia dari mahasiswa vokasi yang rata-rata berusia 20-21 tahun. Kegiatan promosi ini dilakukan dengan Instagram, aplikasi media sosial khusus untuk berbagi foto. Dengan menggunakan Instagram, berbagai kegiatan yang berhubungan ruang baca vokasi, seperti koleksi dan kegiatan pengolahan buku dapat di bagikan secara luas. Promosi di Instagram dapat dilakukan dengan berbagai cara misalnya dengan menggunakan *hashtag* yang memudahkan para pengguna untuk mencari foto dengan menggunakan "kata kunci". Melalui cara ini diharapkan pengunjung di Ruang BACA Vokasi UB semakin meningkat. Setelah menerapkan kegiatan promosi ruang baca di Instagram dengan *hashtag* sebagai kata kunci, jumlah *followers* dari 162 orang menjadi 203 orang (meningkat secara signifikan 100%) dengan jumlah rata-rata pengunjung per-hari 10 orang menjadi 20 orang lebih.

Program penerapan promosi ruang baca vokasi ingin menunjukkan sesuai dengan topik isu mengenai tentang membaca buku sama menariknya seperti menonton film. Sehingga menciptakan tantangan yaitu 4FAME yang berarti 4 novel difilmkan dijadikan sebagai hadiah untuk 4 pemenang. 4FAME memiliki kepanjangan *Fascinating Read Movie Like* artinya membaca sama menariknya seperti menonton film. Dalam kegiatan *challenge* 4FAME ini, peneliti membuat ketentuan tantangan:

- 1) Peserta harus mem-*follow* akun *Instagram* Ruang Baca Vokasi UB @ruangbacavokasiub;
- 2) Me-*repost* poster 4FAME di akun *Instagram* peserta dan *mention* minimal 2 orang teman peserta untuk ikut;
- 3) Memberikan komentar singkat tentang salah satu buku yang dibaca oleh peserta di Ruang BACA Vokasi UB dan satu novel yang sudah difilmkan serta pernah dibaca oleh peserta kemudian dan di-*upload* di *Instagram*;
- 4) Ketentuan *posting* foto:
  - a) foto diri peserta di ruang baca vokasi;
  - b) foto buku yang telah dibaca peserta di ruang baca vokasi;
  - c) foto novel yang telah difilmkan dan pernah dibaca peserta sebelumnya;
- 5) *Tag* minimal 2 orang teman peserta, *tag* akun @ruangbacavokasiub dan tambahkan *hashtag* #4FAMERuangbacavokasiub
- 6) Bagi peserta jangan mengunci akun *instagram*nya;
- 7) Terbuka untuk seluruh mahasiswa.

Adapun kriteria pemenang, yaitu *like* terbanyak foto dan komentar buku yang sudah dibaca di Ruang BACA Vokasi UB dan novel yang telah dibaca serta empat novel yang sudah difilmkan sebagai hadiah untuk pemenang *challenge* 4FAME, yaitu:

- Juara 1: Critical Eleven
- Juara 2: Dilan 1
- Juara 3: Dilan 2
- Juara 4: Hujan Bulan Juni

## 2. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Perpustakaan Perguruan Tinggi

Menurut Sulisty-Basuki (1991), perpustakaan perguruan tinggi adalah perpustakaan yang terdapat pada perguruan tinggi, badan bawahannya maupun lembaga yang berafiliasi dengan perguruan tinggi, dengan tujuan utama membantu perguruan tinggi mencapai tujuannya. Hal yang sama dikatakan Martoatmojo dalam Yuventia (2012) bahwa perguruan tinggi adalah perpustakaan yang berada dalam suatu perguruan tinggi dan memberikan pelayanan kepada seluruh civitas akademika perguruan tinggi, yang terdiri atas mahasiswa, dosen, peneliti, guru besar, pimpinan serta staf administrasi dan akademik untuk menunjang tri dharma perguruan tinggi (pendidikan, penelitian, dan pengabdian masyarakat).

Menurut Yuventia (2012), fungsi perpustakaan perguruan tinggi menurut Standar Nasional Indonesia, yaitu; (1) lembaga pengelola sumber-sumber informasi; lembaga pelayanan dan pendayagunaan informasi; (2) wahana rekreasi berbasis ilmu pengetahuan; (3) lembaga pendukung pendidikan (mencerdaskan bangsa); dan (4) lembaga pelestari khasanah budaya bangsa. Kemudian diperkuat oleh Surat Keputusan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan No. 0103/o/1981 bahwa fungsi perpustakaan perguruan tinggi sebagai pusat kegiatan belajar-mengajar, pusat penelitian, dan pusat informasi bagi pelaksanaan tri dharma perguruan tinggi.

### 2.2 Promosi Perpustakaan

Sutarno (2006) menjelaskan beberapa sasaran promosi perpustakaan, yaitu mempromosikan atau memberitahukan agar masyarakat tahu dan kenal; mengingatkan agar masyarakat selalu ingat; dan menarik perhatian agar masyarakat tertarik kepada perpustakaan. Tujuan promosi perpustakaan agar pemustaka mengetahui keberadaan perpustakaan serta hal-hal yang bersangkutan dengan perpustakaan seperti layanan, koleksi, dan fasilitas yang ada di perpustakaan. Setelah pemustaka mengetahui tentang perpustakaan diharapkan pemustaka dapat mengingat dan tertarik dengan perpustakaan.

Sosialisasi atau pemasyarakatan perpustakaan melalui promosi perpustakaan merupakan hal yang penting, terutama untuk perpustakaan yang masih kurang dikenal oleh masyarakat. Bagi perpustakaan yang sudah dikenal oleh masyarakat dan sudah ramai dikunjungi, kegiatan promosi tetap diperlukan guna mempertahankan dan menjaga keberlangsungannya (Sutarno, 2006). Kegiatan promosi perpustakaan dapat dilakukan dengan berbagai cara, diantaranya menyebarkan brosur dan iklan melalui internet. Internet dengan berbagai kelebihanannya, merupakan media komunikatif yang interaktif sehingga dapat digunakan untuk melakukan kegiatan promosi perpustakaan.

### 2.3 Media Sosial Instagram untuk Perpustakaan

Menurut Jones dalam Kurniasih (2016), media sosial adalah sebuah kategori dari media *online* di mana seseorang dapat berbicara, berpartisipasi, berbagi, jaringan, dan *bookmark* secara *online*. Media sosial mencakup struktur sosial yang didalamnya orang-orang dapat

saling berinteraksi antara satu dengan yang lain. Jenis media sosial ada empat, yaitu *social news*, *social sharing*, *social network*, dan *social bookmaning*. *Social news* menyediakan fitur untuk para pembacanya agar dapat memilih dan memberi komentar pada berita tersebut. *Social sharing* menyediakan fitur untuk membuat, mengunggah dan membagikan foto dan video dengan orang lain. *Social network* memberikan kesempatan kepada orang-orang untuk saling terhubung antara satu dengan yang lainnya sehingga mereka dapat terus mengikuti informasi terbaru satu dengan yang lainnya.

Manfaat dari penggunaan media sosial sebagai sarana: (1) promosi adalah dapat meraih target audien yang lebih luas dengan biaya yang murah; (2) meningkatkan interaksi dengan pengguna; (3) meningkatkan pengguna perpustakaan melalui kegiatan promosi di media sosial; (4) menghemat waktu dan biaya penyebaran informasi; (5) mendapatkan umpan balik secara langsung lebih cepat; dan (6) membantu dalam meningkatkan citra perpustakaan/menjaga reputasi perpustakaan (Kurniasih, 2016). Melalui media sosial, perpustakaan dapat mempromosikan koleksi dan layanannya melalui komunikasi dua arah. Perpustakaan dapat berinteraksi dengan masyarakat melalui media sosial, menyampaikan informasi, memberikan pendidikan pemakai, hingga menjawab pertanyaan dari pemustaka. Salah satu media sosial yang dapat digunakan perpustakaan untuk promosi adalah Instagram.

Instagram merupakan salah satu jenis media sosial yang dapat dimanfaatkan oleh pustakawan untuk memasarkan perpustakaan. Sebagai situs yang komunikatif serta interaktif dikalangan mahasiswa, Instagram menjadi sarana yang tepat untuk mempublikasikan dan menginformasikan berbagai kegiatan yang ada di perpustakaan kepada pemustaka dalam bentuk foto dan video. Hal yang harus diperhatikan dalam penggunaan Instagram sebagai sarana promosi adalah komitmen pustakawan untuk selalu memberikan informasi kepada pemustaka, memberikan *update* terbaru pada akun instagramnya setidaknya seminggu sekali. Apabila Instagram tidak dikelola dengan baik maka akan sia-sia, menjadi tidak efektif, dan ditinggalkan oleh pengikut Instagram.

### 3. METODE

Penelitian ini menggunakan data kualitatif. Metode penelitiannya menggunakan landasan filsafat positivisme, untuk mengetahui kondisi objek alamiah. Pengambilan data dilakukan dengan menggunakan teknik observasi dan wawancara. Penelitian kualitatif digunakan karena pengambilan datanya dilakukan ketika peneliti melemparkan suatu objek kepada peserta lomba *photo challenge* dengan tema “*Fascinating Read Movie Like*”. Setelah *photo challenge* selesai, peneliti mengadakan wawancara tentang bagaimana pendapat pemustaka dalam lomba yang diadakan di Ruang BACA Vokasi UB UB.

## 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 4.1 Deskripsi Siklus Pertama

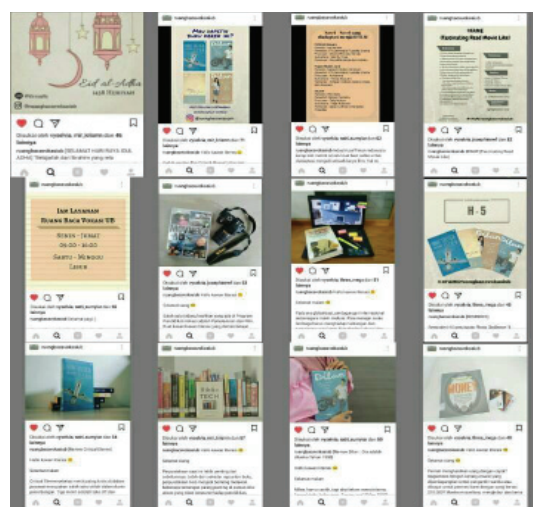
Pada siklus pertama, peneliti melaksanakan penerapan sebanyak 12 kali dalam satu minggu, yang terjadwal sebagai berikut (Tabel 1).

Tabel 1. Penerapan Siklus Pertama

Siklus	Waktu Penerapan	Posting
Minggu Pertama	Jumat, 01 September 2017	Hari Raya Idul Adha
	Sabtu, 02 September 2017	Poster 1
	Minggu, 03 September 2017	Pembahasan <i>movie books</i>

Senin, 04 September 2017	Poster 4 FAME ( <i>Fascinating Read Movie Like</i> )
Selasa, 05 September 2017	Jam layanan ruang baca vokasi
Rabu, 06 September 2017	Koleksi buku bidang keahlian pertelevisian dan film
Rabu, 06 September 2017	Koleksi buku bidang keahlian sekretaris
Kamis, 07 September 2017	Reminder H-5 <i>Photo Challenge</i>
Kamis, 07 September 2017	Review <i>Critical Eleven</i>
Jumat, 08 September 2017	Koleksi buku bidang keahlian perpustakaan dan arsip
Jumat, 08 September 2017	Review <i>Dilan: Dia adalah Dilanku</i> tahun 1990
Minggu, 10 September 2017	Koleksi buku bidang keahlian perbankan

Hasil postingan siklus pertama, dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Postingan siklus pertama

Pada hari pertama penerapan, peneliti mem-*posting* gambar ucapan selamat hari raya Idul Adha sampai koleksi buku bidang keahlian perbankan, mulai dari tanggal 1 - 10 September 2017, alasannya pada tanggal 1 september 2017 bertepatan Hari raya Idul Adha pada postingan hari pertama sampai dengan 10 september 2017 peneliti lebih banyak mem-*posting* tentang informasi tentang 4FAME *challenge* dikarenakan ingin lebih mempromosikan lomba yang sedang diadakan Ruang Baca Vokasi UB.

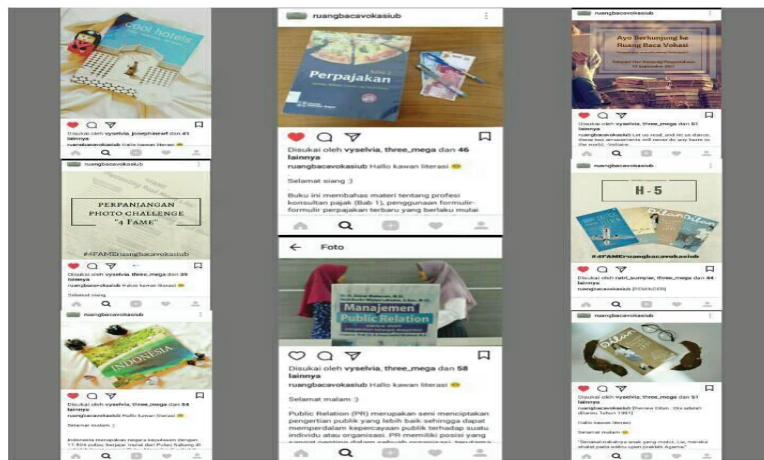
#### 4.2 Deskripsi Siklus Kedua

Pada siklus kedua, peneliti melaksanakan penerapan sebanyak 8 kali dalam satu minggu, yang terjadwal sebagai berikut (Tabel 2).

**Tabel 2. Penerapan Siklus Kedua**

Siklus	Waktu Penerapan	Posting
Minggu Kedua	Senin, 11 September 2017	Koleksi buku bidang keahlian perhotelan
	Selasa, 12 September 2017	Perpanjangan <i>Photo Challenge</i>
	Selasa, 12 September 2017	Koleksi buku pariwisata
	Rabu, 13 September 2017	Koleksi buku perpajakan
	Rabu, 13 September 2017	Koleksi buku <i>public relation</i>
	Kamis, 14 September 2017	Ucapan hari kunjungan perpustakaan
	Jumat 15 September 2017	H-5 Penutupan <i>Photo Challenge</i>
	Jumat, 15 September 2017	Review Dilan 2

Hasil postingan siklus kedua, dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Postingan siklus kedua

Dalam siklus kedua peneliti lebih banyak memposting tentang koleksi buku bidang keahlian yang ada di Vokasi sebab dengan adanya postingan tersebut pengikut instagram Ruang Baca Vokasi UB mengetahui koleksi yang ada di ruang baca dan berminat untuk berkunjung serta posting poster tentang hari kunjungan perpustakaan yang bertepatan tanggal 15 September 2017.

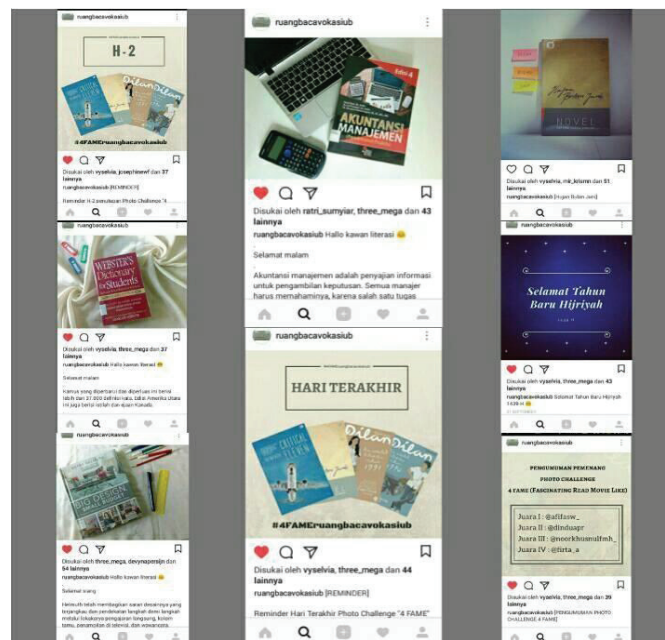
### 4.3 Deskripsi Siklus Ketiga

Pada siklus ketiga, peneliti melaksanakan penerapan sebanyak 10 kali dalam satu minggu, yang terjadwal sebagai berikut (Tabel 3).

**Tabel 3. Penerapan Siklus Ketiga**

Siklus	Waktu Penerapan	Posting
Minggu ketiga	Senin, 18 September 2017	H-2 Penutupan <i>Photo Challenge</i>
	Senin, 18 September 2017	Koleksi buku bahasa Inggris
	Selasa, 19 September 2017	Koleksi buku desain interior
	Selasa, 19 September 2017	Koleksi buku akuntansi
	Rabu, 20 September 2017	Hari terakhir <i>Photo Challenge</i>
	Rabu, 20 September 2017	Review <i>Hujan Bulan Juni</i>
	Kamis, 21 September 2017	Ucapan selamat tahun baru hijriyah
	Jumat, 22 September 2017	Pengumuman pemenang

Hasil postingan siklus ketiga, dapat dilihat pada Gambar 3.



Gambar 3. Postingan siklus ketiga

Pada siklus yang terakhir postingan lebih ke reminder tentang 4FAME (Fascinating Read Movie Like) yang dibuat ruang baca, disebabkan pada minggu ini juga adanya pengumuman siapa saja yang menang dan mendapatkan hadiah. Serta bertepatan pada bulan hijriyah maka Instagram ruang baca hanya memposting tentang poster yang berkaitan dengan Tahun baru Hijriyah.

#### 4.4 Deskripsi Siklus Keempat

Pada siklus keempat peneliti melaksanakan postingan sebanyak 1 kali, yang terjadwal sebagai berikut (Tabel 4).



Tabel 4. Penerapan Siklus Keempat

Siklus	Waktu Penerapan	Posting
Minggu keempat	Senin, 25 September 2017	Foto penyerahan hadiah pada pemenang

Hasil postingan siklus keempat, dapat dilihat pada Gambar 4.



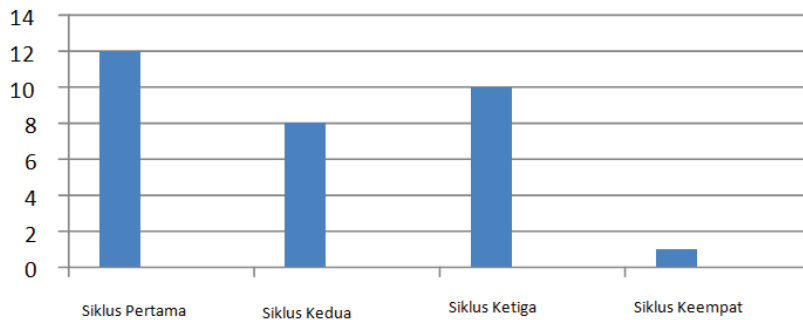
Gambar 4. Postingan siklus keempat

Pada siklus keempat peneliti hanya memposting sekali, yaitu tentang penyerahan hadiah kepada para pemenang *challenge* 4FAME (*Fascinating Read Movie Like*). Dari 262 pengikut Instagram Ruang Baca Vokasi UB ada 11 akun Instagram yang mengikuti *challenge* 4FAME, yaitu *firta\_a*, *afifasw\_*, *yunihardiana*, *dinduapr*, *vyselvia*, *amorenaruth*, *chintia\_hery*, *noorkhusnulfmh\_*, *putrianjar*, *elmaliazahna*, *nandifaairmayuari*. Adapun pemanang dari *challeng* 4FAME, yaitu juara 1: *afifasw\_* dengan 538 suka dan 13 komentar; juara 2: *dinduapr* dengan 180 suka dan 32 komentar; juara 3 : *noorkhusnulfmh\_* dengan 130 suka dan 11 komentar; juara 4: *firta\_a* dengan 119 suka dan 18 komentar. Dari keempat pemenang telah memenuhi kriteria yang dibuat oleh peneliti.

#### 4.5 Evaluasi

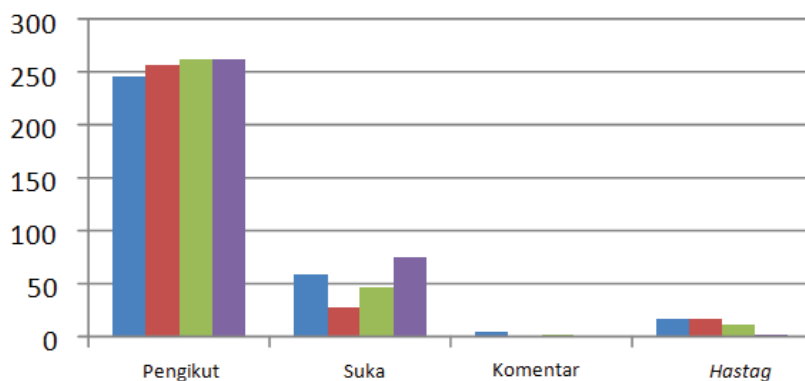
Pada pelaksanaan penerapan siklus 1 respon dari pengguna Instagram cukup baik, dilihat dari peningkatan pengikut yang cukup pesat dari 203 pengikut menjadi 262 pengikut. Pada poin suka mengalami pasang surut, dari total 29 postingan ada 18 foto yang sudah mencapai target dan 11 foto yang belum mencapai target. Foto yang mencapai target, yaitu poster persuasif, pembahasan *movie books*, poster 4 FAME (*Fascinating Read Movie Like*), Jam layanan ruang baca vokasi UB, koleksi buku bidang keahlian pertelevisian dan film, koleksi buku bidang keahlian sekretaris, review *Critical Eleven*, koleksi buku bidang keahlian perpustakaan dan arsip, review *Dilan: Dia adalah Dilanku* tahun 1990, koleksi buku bidang

keahlian perbankan, koleksi buku pariwisata, koleksi buku *public relation*, ucapan hari kunjung perpustakaan, review *Dilan 2*, koleksi buku desain interior, review *Hujan Bulan Juni*, foto penyerahan hadiah *challenge* pada pemenang. Kemudian yang belum mencapai target yaitu Hari Raya Idul Adha, *reminder H-5 Photo Challenge*, koleksi buku bidang keahlian perhotelan, perpanjangan *Photo Challenge*, Koleksi buku perpajakan, H5 penutupan *Photo Challenge*, H-2 penutupan *Photo Challenge*, koleksi buku bahasa inggris, koleksi buku akuntansi, hari terakhir *Photo Challenge*, ucapan Selamat Tahun Baru Hijriyah, pengumuman pemenang. Gambar 1 menunjukkan grafik keseluruhan postingan dan perkembangan pengikut, suka, komentar, dan *hashtag* per-siklus.



Gambar 1. Keseluruhan postingan

Berdasarkan Gambar 1 terlihat bahwa fluktuasi dari jumlah postingan yang didapat selama penerapan siklus pertama sampai keempat. Siklus pertama ada 12 postingan, karena peneliti ingin lebih mengenalkan *challenge 4FAME* kepada pengikut di Instagram. Siklus kedua ada 8 postingan, karena adanya perpanjangan waktu dalam lomba karya ilmiah dari panitia, yang mana *challenge 4FAME* yang diadakan Ruang Baca Vokasi UB seharusnya dilakukan hanya 2 minggu dan jadwal postingan yang sudah dibuat oleh peneliti, kemudian peneliti merubah jadwal postingan dan menambah jumlah postingan, yang seharusnya penutupan lomba tanggal 12 September dan pengumuman *challenge 4FAME* tanggal 14 September menjadi penutupan lomba tanggal 20 September dan pengumuman lomba menjadi tanggal 22 September. Siklus ketiga ada 10 postingan, karena ada perpanjangan *challenge 4FAME* dan pada siklus ketiga peneliti mengingatkan kembali tentang *challenge 4FAME* yang akan ditutup dan terakhir siklus keempat ada 1 postingan, karena hanya memposting tentang pemberian hadiah kepada pemenang. Data perkembangan pengikut, suka, komentar, dan *hashtag* dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Perkembangan pengikut, suka, komentar, dan *hashtag*

Berdasarkan Gambar 2 dapat disimpulkan bahwa pengikut Instagram Ruang Baca Vokasi UB cukup mengalami peningkatan dari siklus pertama dari 200 pengikut meningkat sebanyak 246 pengikut, siklus kedua dari 246 pengikut meningkat sebanyak 257 pengikut, siklus ketiga dari 257 pengikut meningkat sebanyak 262 pengikut dan siklus keempat tetap 262 pengikut. Selanjutnya suka (*like*) mengalami fluktuasi dari semua *like* setiap siklus dijumlah dan dirata-rata, siklus pertama 59 suka, siklus kedua 27 suka, siklus ketiga 46 dan pengecualian pada siklus keempat, karena hanya 1 kali posting dan dalam postingan tersebut memperoleh suka sebanyak 75 suka. Sedangkan komentar tidak ada peningkatan yang signifikan dari siklus pertama postingan yang dikomentari yaitu postingan tentang poster persuasif memperoleh 3 komentar dan postingan poster 4FAME memperoleh 2 komentar sehingga menjadi 5 komentar dalam siklus pertama, siklus kedua tidak ada komentar selama beberapa postingan, siklus ketiga mendapatkan 2 komentar pada postingan review novel *Hujan Bulan Juni* dan siklus keempat juga tidak ada komentar. Sedangkan penggunaan *hashtag* cenderung menurun, di mana peneliti melihat penggunaan *hashtag* dalam satu siklus/minggu sebanyak 16 *hashtag* dari siklus pertama dan siklus kedua, siklus ketiga memperoleh 11 *hashtag* dan siklus keempat 1 *hashtag*. Tabel 5 di bawah ini menunjukkan hasil dan deskripsi wawancara tentang *Photo Challenge*.

Tabel 5. Deskripsi Wawancara tentang *Photo Challenge*

No	Nama Akun	Deskripsi Respon
1	Dinduapr	Sejak saya masuk ke kelas untuk pertama di mata kuliahku, terus dibilangin dosen kalo ada akun instagram ruang baca. Karena selain saya menyukai hadiah yang ditawarkan, saya juga sangat mendukung challenge ini. Saya juga menginformasi dengan membuat ig story dan merepost info photo challenge ini. Pernah (berkunjung ke ruang baca) untuk mengerjakan tugas. Sudah bagus (photo challenge). Tapi promosinya kurang jadi peminatnya kurang banyak kak.
2	firta_a	Sejak kakak-kakak dari ruang baca promosi ke kelas saat pendaftaran volunteer ruang baca vokasi. Awalnya hanya coba-coba karena itu photo challenge pertama yang saya ikuti. Saya mengajak temanteman saya untuk ikutan. Sering (berkunjung ke ruang baca) kak. Biasanya saat pergantian jam kuliah dan saya malas untuk bolak-balik kos-kampus. Biasanya baca buku atau mengerjakan tugas. Dari segi hadiah bukunya itu menarik, pesyaratan tidak ribet.
3	noorkhusnulfmh_	Kapan ya lupa kak, kalo gak salah pas awal dibuat kak. Ditawarin temen untuk ikutan itu, terus juga hadiahnya novel jadi ya ikutan. Pernah, misalnya ada tugas yang nyuruh untuk ke ruang baca. Tertarik sih kak tapi saya dalam mereview buku masih belum baik. Saya informasikan dengan merepost ulang info challenge ruang baca di akun ig saya. Tidak terlalu sering (berkunjung ke ruang baca). Bagus kak (photo challenge) bisa dilaksanakan tahun depan lagi sama hadiahnya bisa bervariasi juga.
4	anisaclou_27	Sejak dapat info dari teman saya. Kemarin saya merepost saya menginfokan ke teman teman lewat WA, line, dan IG. Sebenarnya tertarik ka tapi saya udah telat. Alhamdulillah bisa dibilang sering (berkunjung ke ruang baca). Menurut saya cukup menarik.
5	Riffkinanda	Sekitar 3 minggu yg lalu, awal bulan ini. Seingat saya antara akhir bulan agustus atau bulan september. Saya selalu melihat postingan dari

		ruang baca vokasi, hanya saja mungkin saya terlewatkan postingan tentang lomba sebelumnya. Lombanya menarik dan saya baru pertama kali ini tau tentang lomba photo challenge kayak gini. Fotonya keren-keren.
6	cyintya_rean	Sejak April 2017. Karena ada beberapa persyaratan yang tidak bisa di penuhi, saya tidak mempunyai novel yang pernah di filmkan. Saya tidak menginformasikannya. Bagus tapi sebaiknya persyaratan yang diberikan jangan terlalu banyak.
7	Alalfiaah	Sejak sekitar 2 bulan yang lalu. Dari saya sendiri. Maksudnya tau di explore instagram. Saya malu. Dan ga pede aja. Follower saya sedikit dan pasti yang like sedikit. Menginformasikan teman-teman untuk ikut juga melalui komunikasi langsung. Tidak sering. Untuk keperluan mencari referensi tugas kuliah atau sekedar baca. Untuk promosi ruang baca sih sangat positif. Selain menarik mahasiswa untuk meningkatkan minat baca, photo challenge juga memberikan inovasi bagi mahasiswa untuk senantiasa mengambil keputusan untuk terus membaca. Ruang baca sendiri cukup inovatif membuat photo challenge ini.
8	Febianfelix	
9	Heldapebita	Kira-kira bulan Maret. Saya lupa. Saya mengetahui challenge ini. Saya tidak ikut karena tidak terbiasa berfoto. Iya, saya menginformasikan kepada teman-teman. Hampir tiap hari ke ruang baca. Hadiahnya jangan hanya novel seperti itu. Menurut saya minimal novel Tere Liye atau Harry Potter.
10	chintia_hery	Sejak satu atau dua bulan setelah ruang baca dibuka. Karena novelnya bagus dan ingin dapet novel tersebut. Iya saya menginformasikan dengan komunikasi langsung. Iya, sering ke ruang baca. Sudah bagus, hanya saja dari mahasiswa kurang banyak tertarik padahal menurut saya novel-novelnya sudah cukup bagus.

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat diketahui bahwa berbagai macam alasan para pengguna media sosial Instagram untuk mengikuti *Photo Challenge* ini. Dari sepuluh orang yang diwawancarai, terdapat empat orang yang mengikuti *Photo Challenge*. Alasan mereka bervariasi. Ada seorang pengguna yang menyukai hadiah sehingga tertarik untuk mengikuti acara. Selain itu juga ada yang “iseng” (karena diajak teman) dan ada juga yang benar-benar ingin mendapatkan hadiah novel. Dari keempat pengguna menginformasikan *Photo Challenge* ini dengan cara membuat *instastory* di akun Instagram masing-masing dan menginformasikannya secara langsung.

Sementara itu, keenam pengguna lain mengaku juga mengetahui dan memberikan *like* pada postingan *Photo Challenge* di akun Instagram Ruang Baca Vokasi. Bahkan mereka juga menginformasikan *Photo Challenge* kepada pengguna lain dengan *me-repost* poster, membagikan ke akun media sosial lain, dan mengkomunikasikan secara langsung kepada teman-teman yang menggunakan media sosial Instagram—meskipun mereka tidak mengikuti *Photo Challenge*. Mereka beralasan bahwa dirinya belum baik dalam membuat komentar terhadap sebuah buku, tidak bisa memenuhi persyaratan (tidak mempunyai novel yang pernah difilmkan), tidak terbiasa berfoto, malu atau tidak percaya diri.

Berkaitan dengan fenomena di atas terlihat bahwa perilaku dan karakter dari pemustaka adalah generasi *digital native*. Ada beberapa tantangan bagi pustakawan perguruan tinggi terkait dengan hal ini, diantaranya:

- 1) Bagaimana menyikapi perubahan aktivitas dari yang berbasis manual ke digital dan melayani pemustaka tersebut agar sesuai dengan karakter dan perilakunya. Hal ini dapat diatasi jika pustakawan memahami dan mampu mengoperasionalkan perpustakaan digital dan memanfaatkan berbagai media untuk peningkatan layanan perpustakaan.
- 2) Bahwa perpustakaan digital membutuhkan infrastruktur ICT, berupa *hardware* dan *software*. Masalah utama infrastruktur adalah investasi sumber daya manusia. Pustakawan tidak dapat menyelesaikan masalah ini seorang diri karena perpustakaan merupakan organisasi pendukung dari suatu organisasi yang lebih tinggi hirarkinya.

Suwardi (2015) mengatakan bahwa pustakawan perguruan tinggi perlu melakukan adaptasi yang sesuai dengan perilaku dan kebutuhan pemustaka *digital natives*, dengan tindakan atau sikap sebagai berikut:

- 1) responsif (dengarkan lingkungan), pada kasus ini lingkungan perpustakaan berada pada perguruan tinggi pendidikan Vokasi UB;
- 2) adaptif/fleksibel terhadap perubahan lingkungan yang terjadi di Ruang Baca Vokasi UB, yang memiliki pemustaka dengan karakteristik pengguna media sosial aktif;
- 3) proaktif dan dapat mengelola media sosial agar dapat selalu berinteraksi dan menyebarkan informasi kepada pemustakanya;
- 4) kolaboratif, perubahan pada diri pustakawan perlu ditularkan pada lingkungan yang lebih luas ke lingkungan kerjanya;
- 5) mengembangkan kompetensi, kecepatan perubahan, dan dinamika perubahan sosial ekonomi yang menuntut adanya kualifikasi pustakawan yang memiliki kompetensi mengelola perubahan dalam pemanfaatan teknologi informasi dan media sosial.

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa perpustakaan dan pustakawan harus tetap dapat menjalankan tujuan perpustakaan sesuai dengan perkembangan zaman. Pustakawan harus mampu menggunakan dan memanfaatkan media sosial untuk memenuhi berbagai tujuan dan kebutuhan informasi pemustaka. Layanan melalui media sosial dapat dilakukan dengan cara komunikasi dua arah dan ada umpan balik dari pengguna perpustakaan. Selain itu, media sosial juga menawarkan berbagai macam cara untuk mempromosikan layanan perpustakaan, diantaranya melalui tulisan/*caption*, foto, atau *story*—sehingga pustakawan dapat memilih cara promosi untuk menarik banyak pengunjung perpustakaan.

## 5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan di atas diketahui ada empat siklus. Siklus pertama diterapkan 12 kali postingan, siklus kedua diterapkan 8 kali postingan, siklus ketiga diterapkan 10 postingan dan siklus keempat hanya 1 postingan. Dalam kurun waktu tiga minggu *Photo Challenge* diselenggarakan, terdapat sebelas pengikut yang mengikuti lomba *Photo Challenge*. Dari keseluruhan peserta diambil empat pemenang dengan *like* terbanyak, foto, dan komentar paling menarik. Sebagai saran, pustakawan perlu menggunakan media sosial untuk sarana promosi layanan perpustakaan karena dampaknya cukup tinggi untuk meningkatkan jumlah pengunjung perpustakaan..

## DAFTAR PUSTAKA

- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. 2016. Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet.
- Kotler, Philip. 1996. *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian*. Jakarta: Erlangga.
- Kurniasih, Nuning. 2016. Optimalisasi Penggunaan Media Sosial untuk Perpustakaan. *Makalah Seminar Nasional "Komunikasi, Informasi, dan Perpustakaan di Era Global"*. Bandung. Di [https://www.academia.edu/17289773/Optimalisasi\\_Penggunaan\\_Media\\_Sosial\\_untuk\\_Perpustakaan](https://www.academia.edu/17289773/Optimalisasi_Penggunaan_Media_Sosial_untuk_Perpustakaan) (akses 15 Maret 2017).
- Purwanti, Arini Eka. 2010. *Pemanfaatan Facebook Sebagai Sarana Promosi Perpustakaan: Studi Kasus Perpustakaan Forum Indonesia Membaca*. Depok: Universitas Indonesia.
- Rahmawati, Dewi. 2016. Pemilihan dan Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Online (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun Instagram @FreezyBrowniezz). Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.
- Riza, Faizal Ahmad Adhy, Suryadi, dan Agung Suprpto. 2015. Strategi Promosi Perpustakaan Khusus (Studi pada Perpustakaan Bank Indonesia Surabaya). *Jurnal Administrasi Publik*, 3(12).
- Ruang Baca Vokasi. 2017. "Ruang Baca Vokasi". Di <https://www.instagram.com/ruangbacavokasi/?hl=en> (akses 17 Juli 2017).
- Sudarmini, Euis dan Mansjur Surya. 2001. Pemasaran Jasa Perpustakaan dan Informasi. *Jurnal Perpustakaan Pertanian*. Bogor: Balai Penelitian dan Pengembangan Pertanian.
- Sulistyo-Basuki. 1991. *Pengantar Ilmu Perpustakaan*. Jakarta: Gramedia.
- Sutarno NS. 2006. *Manajemen Perpustakaan: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Sagung Seto.
- Suwardi. 2015. Pustakawan untuk *Digital Natives Generations* di Perpustakaan Perguruan Tinggi: Tinjauan Singkat Terhadap Perubahan Lingkungan Perpustakaan. Di <https://swdkarto.files.wordpress.com/2015/11/pustakawanudng.pdf> (akses 5 Maret 2018).
- Wasike, Jotham. Social Media Ethical Issues: Role of a Librarian. *Library Hi Tech News*, Volume 30, Number 1, pp. 8-16.
- Woodrich, Christopher. 2017. Adaptasi Novel ke Film: Praktik Ekranisasi di Nusantara, 1927-2014. *Cinemapoetica*. Di <https://cinemapoetica.com/adaptasi-novel-ke-film-praktik-ekranisasi-di-nusantara-1927-2014/> (akses 5 April 2017).
- Yuventia, Yuniwati. 2012. Standarisasi Perpustakaan Perguruan Tinggi. Semarang: Universitas Diponegoro. Di <https://digilib.undip.ac.id> (akses 3 April 2017).