



PERAN *PUBLIC INFORMATION OFFICERS* DALAM KOMUNIKASI LAYANAN PERPUSTAKAAN DIGITAL MELALUI *FACEBOOK*

Purwadi^{1*}, Irwansyah²

¹Biro Kerja Sama, Hukum, dan Humas, Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia

^{1,2}Departemen Ilmu Komunikasi – FISIP, Universitas Indonesia

Korespondensi*: purwadi.lipi@gmail.com

Diajukan: 25-10-2018; Direview: 29-12-2018; Diterima: 20-02-2019; Direvisi: 14-05-2019

ABSTRACT

This study aims to find out communication models on analog versus digital library services through Facebook; and the important role of PIO in digital library services. This study uses a qualitative descriptive method with literature studies. This study shows that there has been a shift in the model and role of library service communication from analog to digital. This can be seen from the role of PIO as: (1) digital library information content creators; (2) digital library promotional content creators; (3) communication managers and disseminator on information and promotions on social media (in the context of this article is Facebook); and (4) communication links between leaders and audiences. The recommendation of this study is that library managers must recognize the importance of a new communication model in library management through Facebook.

ABSTRAK

Kajian ini bertujuan untuk mengetahui model komunikasi pada layanan perpustakaan analog versus digital melalui *Facebook*; dan peran penting PIO dalam layanan perpustakaan digital. Kajian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan studi literatur. Kajian ini menunjukkan bahwa telah terjadi pergeseran model dan peran komunikasi layanan perpustakaan dari analog ke digital. Hal tersebut terlihat dari peran PIO sebagai: (1) pembuat konten informasi perpustakaan digital; (2) pembuat konten promosi perpustakaan digital; (3) manajer komunikasi dan penyebarluas informasi dan promosi di media sosial (dalam konteks artikel ini adalah *Facebook*); dan (4) penghubung komunikasi antara pimpinan dengan khalayak. Adapun rekomendasi kajian ini adalah pengelola perpustakaan harus menyadari pentingnya model komunikasi baru dalam pengelolaan perpustakaan melalui *Facebook*.

Keywords: Public information officer; Communication; Digital Library; Dissemination; Promotion; Facebook

1. PENDAHULUAN

Perubahan tatanan media tradisional ke media baru (Internet atau siber) membawa perubahan besar bagi tatanan sosial di masyarakat. Perubahan tersebut dapat digambarkan sebagai situasi hibridisasi atau percampuran antara manusia dengan teknologi. Irwansyah (2018) melihat bahwa era sekarang merupakan era yang mengantarkan manusia ke era pascamanusia—segala keputusan akan tergantung pada keputusan dari manusia itu sendiri. *Pertama*, teknologi itu terpisah betul dengan manusia dan digunakan jika diperlukan saja. *Kedua*, teknologi bisa melekat dengan manusia, namun antara manusia dan teknologi memiliki karakteristik masing-masing. *Ketiga*, manusia dan teknologi menjadi satu kesatuan sehingga saling tergantung.

Dari konteks hibridisasi ini, beberapa tahun belakangan media Internet mendorong kehadiran media sosial sebagai wujud dari media digital. Kehadiran media sosial (berbasis digital) menghadirkan ruang baru yang disebut dengan ruang digital. Ruang ini pun mengubah tatanan kehidupan dalam segala lini komunikasi. Tak terkecuali, lini komunikasi pemerintahan seperti layanan perpustakaan pemerintah berbasis digital. Lembaga (seperti perpustakaan digital) juga telah menggunakan strategi komunikasi media sosial untuk memansiasi lembaganya. Microsoft menunjukkan bahwa mereka “ingin menunjukkan bahwa orang-orang dalam lembaga peduli dan bersemangat tentang pekerjaan mereka” (Efimova & Grudin, 2008). Selain itu, tanggapan dari pengguna media sosial mengungkapkan mereka menganggap lembaga sebagai sumber informasi yang kredibel dan berharga (Lotan *et al.*, 2011).

Jika berkaca pada sistem pemerintahan dalam ruang analog atau konvensional, kehadiran media digital membawa perubahan signifikan. Sistem pemerintahan mulai secara perlahan bergerak menuju ruang tersebut. Penggunaan teknologi media baru dalam pemerintahan pada awalnya hanya digunakan sebagai metode komunikasi satu arah, yang memungkinkan warga dapat mengakses layanan atau mengambil informasi. *Platform* digital menekankan pada interaktivitas dan konten yang kreatif untuk mendorong pertukaran informasi dua arah (Kingsley, 2010; Graham, 2014).

Bertot, Jaeger, & Grimes (2010), media sosial telah mengubah secara drastis cara dunia berkomunikasi. Komponen komunikasi instan, langsung, dan interaktif yang disediakan oleh media sosial sangat bermanfaat bagi pemerintah di semua tingkatan karena media sosial memberi ruang agar menjadi lebih transparan, partisipatif, dan kolaboratif dengan khalayak (Bonsón, Royo, & Ratkai, 2015). Penggunaan media sosial meningkatkan kemampuan pemerintah untuk berinteraksi dengan melibatkan khalayak. Bentuk hubungan publik pemerintah yang lebih terbuka yang disediakan oleh penggunaan media sosial sangat bermanfaat bagi pemerintah. Sebuah survei menunjukkan bahwa dua pertiga orang dewasa menggunakan *platform* media sosial (Smith, 2011; Graham, 2014); dan 40 persen pengguna internet secara *online* berkeinginan mendapatkan informasi tentang operasional pemerintahan (Raine, 2011; Graham, 2014).

Karena semakin banyak khalayak (masyarakat) yang masuk ruang digital via *online* untuk mendapatkan informasi, kehadiran *Public Information Officers* (PIO) atau Petugas/Pejabat Informasi Publik (PIO) menjadi sangat penting, termasuk dalam suatu layanan perpustakaan digital. Penulis mengidentifikasi ada empat peran penting dari keberadaan PIO, yakni: (1) PIO sebagai pembuat konten informasi perpustakaan digital; (2) PIO sebagai pembuat konten promosi perpustakaan digital; (3) PIO sebagai pengatur komunikasi dan penyebarluas informasi dan promosi di media sosial (*Facebook*); dan (4) PIO sebagai jembatan komunikasi antara pimpinan dengan khalayak. Penelitian ini membahas tentang penggunaan media sosial sebagai salah satu media digital dalam bidang pemerintahan, khususnya optimasi komunikasi dan promosi layanan perpustakaan digital dan peran PIO dalam optimasi pemanfaatannya. Selain itu, dibahas juga tentang perkembangan model komunikasi layanan perpustakaan analog versus digital, serta identifikasi peran PIO dalam promosi perpustakaan digital di Indonesia melalui *Facebook*.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Facebook

Media sosial telah didefinisikan oleh Kaplan & Haenlein (2010) sebagai "sekelompok aplikasi berbasis internet yang membangun pondasi ideologi dan teknologi Web 2.0 dan yang

memungkinkan penciptaan dan pertukaran konten buatan pengguna" (Picazo-Vela, Fernandez-Haddad, & Luna-Reyes, 2016). Dengan menggunakan saluran aplikasi itu, pengguna dapat mengunggah pembaruan status, mengomentari status orang lain dan menandai pengguna lain, di antara aktivitas lainnya (Davenport, Bergman, Bergman, & Fearington, 2014; Java, Song, Finin, & Tseng, 2007).

Salah satu media sosial yang paling banyak digunakan di dunia dan di Indonesia adalah *Facebook*. *Facebook* pertama kali diluncurkan pada Februari 2004. Pendiri *Facebook* adalah Mark Zuckerberg bersama rekannya dari mahasiswa Universitas Harvard, yakni Eduardo Saverin, Andrew McCollum, Dustin Moskovitz, dan Chris Hughes. *Facebook* berkantor pusat di Menlo Park, California, Amerika Serikat (Wikipedia, 2018). Jumlah pengguna aktif bulanan *Facebook* menurut laporan perusahaan kuartal IV 2017 adalah 2,1 miliar, sedangkan pengguna aktif harian *Facebook* sekitar 1,4 miliar (Detik.com, 2018). Untuk menjadi pengguna *Facebook*, seseorang harus mendaftar hingga mendapatkan akun. Setelah akun aktif, pengguna dapat memakai *Facebook*, mulai dari membuat profil, mencari dan menambah teman, berkirim dan menerima pesan, serta mendapatkan notifikasi setiap aktivitas yang dijalankan dalam situs itu. Selain itu, pengguna dapat membuat *group*, bergabung ke *group* tertentu, serta mengelompokkan teman sesuai dengan keinginan (Wikipedia, 2018).

2.2 Perpustakaan Digital

Wahono (1998) mengatakan bahwa perpustakaan digital dimulai sejak tahun 1990 yang diawali dengan kegiatan riset dengan bantuan teknologi jaringan komputer untuk akses informasi jarak jauh dalam waktu yang singkat. Awal mula penelitian perpustakaan digital diawali dengan: (1) pendigitalan dokumen dan pembangunan *database* untuk dokumen digital; serta (2) hak cipta dari dokumen, *payment system*, *customer system*, dan perangkat aplikasi lainnya. Perpustakaan digital menurut *Digital Library Federation (DLF)*, yakni organisasi yang menyediakan sumber daya (koleksi karya) secara digital untuk diakses oleh khalayak maupun komunitas tertentu. Sumber daya selain koleksi karya juga ada staf khusus dalam pengelolaannya. Beragam sumber daya ini dipilih, disusun, dan ditawarkan secara akses intelektual guna menafsirkan, menjaga integritas, serta memastikan dari waktu ke waktu sumber daya itu tersedia untuk diakses kapanpun (Basuki, 2003).

Keberadaan perpustakaan digital juga tidak terlepas dengan unsur komunikasi antara para pelaku di dalamnya, yakni pengelola dan pengguna. Model komunikasi di dalam perpustakaan digital pun ditingkatkan dari waktu ke waktu untuk mencapai kualitas layanan yang diharapkan. Manga, Sumule, & Jaya (2017), disebutkan bahwa model komunikasi yang digunakan oleh pustakawan dalam meningkatkan pelayanan terdiri tiga jenis, antara lain komunikasi satu arah, dua arah, dan multi arah. Dari ketiga model komunikasi yang digunakan tersebut, model komunikasi satu arah dan dua arah yang dominan digunakan dan mendukung peningkatan dalam mutu pelayanan perpustakaan digital. Nashihuddin (2016) mengatakan bahwa perpustakaan digital memerlukan media sosial, seperti *Facebook* untuk melakukan promosi. Media sosial ini dioptimalkan pustakawan untuk menginformasikan hal-hal yang telah dilakukan oleh perpustakaan dan mempromosikan produk dan jasa lembaga. Konten promosi layanan perpustakaan di *Facebook* dapat berupa sumber daya dan layanan perpustakaan, cara pemesanan informasi *online*, jasa pelatihan, dan dokumentasi kegiatan.

2.3 Public Information Officer

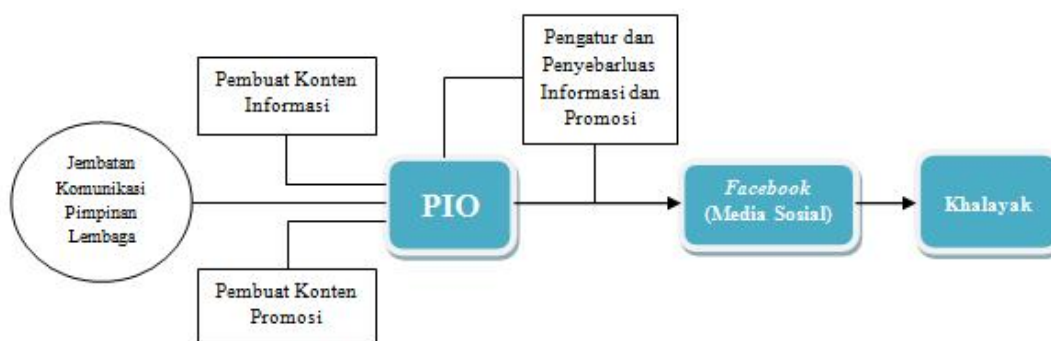
Carpenter & Lertpratchya (2016) mengatakan bahwa komunikator media sosial dapat diperankan oleh seorang *Public Information Officer* (PIO). Komunikator media sosial adalah anggota lembaga yang mewakili lembaga, melibatkan publik, dan menerbitkan informasi atas nama lembaga pada *platform* media sosial. Peran ini telah ada karena perwakilan lembaga memandang media sosial sebagai komponen penting dari upaya komunikasi mereka (Lovejoy & Saxton, 2012; Wright & Hinson, 2013). Sementara itu, PIO didefinisikan sebagai petugas (komunikator media sosial) yang memiliki tugas dan fungsi utama dalam menyebarkan informasi dan promosi lembaga, mengatur dan menjembatani dialog lembaga (dalam hal ini perpustakaan digital) dengan khalayak serta menarik keterlibatan khalayak itu sendiri. PIO berupaya menghilangkan hambatan-hambatan yang ada dalam komunikasi di dunia digital. Dalam sisi konvensional atau analog, PIO secara konseptual masih dijalankan oleh orang atau petugas. Konsep PIO akan menjadi lain jika memasuki ruang digital. Dalam hal ini, PIO dapat dijalankan oleh avatar-avatars yang akan bekerja secara otomatis.

Peran PIO

Linton (1936), mengatakan bahwa “teori peran menggambarkan interaksi sosial dalam terminologi aktor-aktor yang bermain sesuai dengan apa-apa yang ditetapkan oleh budaya. Sesuai dengan teori ini, harapan peran merupakan pemahaman bersama yang menuntun kita untuk berperilaku dalam kehidupan sehari-hari”. Soekanto (2009) mendefinisikan peran sebagai proses dinamis kedudukan (status). Jika seseorang melaksanakan hak dan kewajibannya sesuai dengan kedudukannya, dia menjalankan suatu peranan. Penggunaan teori peran adalah untuk mencermati bagaimana seseorang, yang berada dalam posisi yang baru dikembangkan, dapat berintegrasi dengan budaya organisasi atau lembaga. Posisi baru ini adalah PIO. Teori peran digunakan untuk mengidentifikasi peran PIO dan penjabaran model perannya seperti apa. PIO adalah seseorang yang memiliki peran vital dalam suatu organisasi atau lembaga, baik analog maupun digital. Peran PIO ini ke depan akan semakin signifikan karena ruang digital semakin terbuka lebar di masa mendatang dengan kehadiran jenis media digital yang lebih beragam (Carpenter & Lertpratchya, 2016).

PIO biasanya dikelompokkan dalam kelompok atau tim tersendiri dalam suatu lembaga. Akses informasi PIO langsung menuju puncak pimpinan lembaga karena mengingat perannya yang signifikan. Jumlah sebuah kelompok PIO umumnya hanya beberapa orang saja atau bisa disebut dalam kelompok kecil. Biasanya, para PIO merupakan orang-orang pilihan dan berkompotensi tinggi dalam lembaga. Kondisi PIO yang dijelaskan tersebut juga berlaku terhadap sebuah perpustakaan digital.

Berdasarkan landasan teori di atas, dapat diidentifikasi empat peran utama PIO, yaitu: (1) PIO sebagai pembuat konten informasi perpustakaan digital; (2) PIO sebagai pembuat konten promosi perpustakaan digital; (3) PIO sebagai pengatur komunikasi dan penyebarluasan informasi dan promosi di media sosial; dan (4) PIO sebagai jembatan komunikasi antara pimpinan dengan khalayak (Gambar 1).



Gambar 1. Empat peran utama PIO

Keempat peran tersebut, memiliki fungsi penting dalam pengaturan hubungan dengan khalayak yang dimediasi oleh media digital, dalam hal ini adalah media sosial *Facebook*.

2.4 Teori Kompleksitas dan Model Komunikasi

Qvortrup (2006) mengatakan bahwa kompleksitas adalah konsep yang relatif. Di era digital, kompleksitas memberikan ruang yang kompleks bagi pengetahuan sosial untuk diarsipkan dalam *meta-archive*. Pengetahuan dapat diakses melalui mesin pencari, sesuai dengan kriteria pencarian yang ditentukan oleh kekuatan teknis, politik, dan ekonomi. Era digital ditandai dengan adanya komputer dan internet yang dicirikan sebagai jaringan digital komputer yang memiliki sistem multi-semantik. Kemudian, sisi utama yang dikedepankan adalah mengintegrasikan semua media yang dikenal ke dalam satu sistem multimedia yang terkonvergensi.

Komputer dan jaringan digital adalah media yang dapat meng-*copy* media lain – media mono-semantik dan memiliki sejumlah fitur tetap. Sedangkan media digital memiliki fitur yang tidak terbatas. Media digital mempunyai kemampuan untuk mereproduksi dirinya sendiri melalui protokol tetap dan hipertekstualitas, yaitu kemampuannya untuk membuat tautan antar *node* dalam jaringan digital. Hal ini merepresentasikan sistem media yang dinamis dan berkembang sendiri dengan kemampuan untuk mengembangkan kompleksitas internal. Dengan meningkatnya kompleksitas internal, maka akan mampu mengelola kompleksitas eksternal (Qvortrup, 2006).

Kehadiran internet juga memunculkan permasalahan yang kompleks. Dalam kehidupan sehari-hari, setiap orang tidak dapat lepas dari internet, setiap orang kewalahan dengan kapasitas *input* yang tidak terbatas. Dari sisi ini, teori kompleksitas berperan penting untuk menganalisis perubahan model komunikasi. Peran internet yang kompleks di era digital sehingga dapat dimaknai dengan baik (Qvortrup, 2006).

3. METODE

Metode yang digunakan dalam kajian ini adalah deskriptif-kualitatif. Menurut Whitney (1960) metode tersebut merupakan pencarian fakta dengan interpretasi yang tepat. Sugiyono (2005) mengatakan bahwa metode deskriptifkualitatif adalah suatu metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian, tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas. Tujuan penggunaan metode itu adalah untuk menggambarkan secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat, dan hubungan antar-fenomena yang dikaji. Jenis data artikel kajian ini adalah kualitatif. Sumber

data kajian ini adalah studi literatur. Hasibuan (2007) melihat studi literatur berisi beberapa hal, yaitu: (1) uraian tentang teori yang relevan; dan (2) temuan serta bahan penelitian lain sebagai bahan untuk landasan kajian.

Pengumpulan data dilakukan dengan cara klasifikasi dan tabulasi. Klasifikasi dilakukan dengan cara mengelompokkan hasil penelusuran literatur dan mereview isi literatur berdasarkan pokok bahasan. Tabulasi data dilakukan dengan membuat tabel yang berisi pernyataan penting (dari penulis artikel) dan relevan dengan pokok bahasan. Tabel berisi artikel yang dikelompokkan menurut kesamaan topik dan isi, yaitu media sosial dalam konteks komunikasi media digital, pemerintahan, lembaga dan korporat, serta komunikasi dalam perspektif perpustakaan. Tabel 1 menunjukkan beberapa literatur yang menjadi bahan pembahasan kajian ini.

Tabel 1. Daftar Literatur Penelitian

Penulis	Tahun	Judul Artikel
Qvortrup	2006	Understanding New Digital Media
Yulianti	2010	Penerapan Teknologi Informasi dan Komunikasi Perpustakaan bagi Mahasiswa Melalui E-Library
Rohanda	2013	Landasan Ilmiah Ilmu Informasi Perpustakaan dalam Perspektif Ilmu Komunikasi
Graham	2014	Government Communication in the Digital Age: Social Media's Effect on Local Government Public Relations
Bonsón, Royo, & Ratkai	2015	Citizens' Engagement on Local Governments' Facebook Sites An Empirical Analysis: The Impact of Different Media and Content Types in Western Europe
Yadav, Joshi, & Rahman	2015	Mobile Social Media: The New Hybrid Element of Digital Marketing Communications
Picazo-Vela, Fernandez-Haddad, & Luna-Reyes	2016	Opening The Black Box: Developing Strategies to Use Social Media in Government
Carpenter & Lertpratchya	2016	A Qualitative and Quantitative Study of Social Media Communicators: An Extension of Role Theory to Digital Media Workers
Manga, Sumule, & Jaya	2017	Pola Komunikasi Pustakawan dalam Meningkatkan Pelayanan
Anwar & Rusmana	2017	Komunikasi Digital Berbentuk Media Sosial dalam Meningkatkan Kompetensi Bagi Kepala, Pustakawan, dan Tenaga Pengelola Perpustakaan

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil *Literature Review*

Pada bagian ini, penulis menyajikan intisari penelitian berdasarkan hasil studi literatur (Tabel 2).

Tabel 2. Intisari Artikel Penelitian

Penulis	Intisari Artikel
Picazo-Vela, Fernandez-Haddad, & Luna-Reyes (2016)	Artikel jurnal ini memaparkan bahwa pemerintah telah secara luas mengadopsi media sosial sebagai alat untuk berkomunikasi dan terlibat dengan warga negara atau sebagai alat untuk penyampaian layanan. Adopsi media sosial tersebut didorong oleh tren teknologi dan dilakukan dengan berbagai strategi <i>trial and error</i> , imitasi, dan pertukaran pengetahuan informal dan formal. Media sosial adalah contoh sistem sosiomaterial. Untuk memanfaatkan keberadaannya, pemerintah perlu berkolaborasi dengan banyak

	aktor individu dan organisasi dalam penciptaan sebuah pesan untuk mencapai tujuan yang diinginkan.
Bonsón, Royo, & Ratkai (2015)	Artikel jurnal ini memaparkan tentang dampak media sosial dari jenis konten yang diunggah di <i>platform</i> media sosial. Penelitian berusaha mengukur efek media dan kontennya dalam laman <i>Facebook</i> di pemerintah daerah Eropa Barat. Hasilnya adalah masyarakat atau khalayak aktif melibatkan diri untuk berdiskusi dan berpartisipasi dalam media sosial <i>Facebook</i> . Hal ini mempertegas bahwa media sosial membantu untuk memberdayakan warga dalam konteks komunikasi di media digital.
Graham (2014)	Artikel jurnal ini membahas tentang <i>booming</i> media sosial yang membuat perubahan drastis dalam komunikasi. Komponen komunikasi instan, langsung, dan interaktif yang disediakan oleh media sosial sangat bermanfaat bagi pemerintah di semua tingkatan karena media sosial memberi ruang agar menjadi lebih transparan, partisipatif, dan kolaboratif dengan warga. Penggunaan media sosial meningkatkan kemampuan pemerintah untuk berinteraksi dengan dan melibatkan khalayak. Bentuk hubungan publik pemerintah yang lebih terbuka yang disediakan oleh penggunaan media sosial sangat bermanfaat bagi pemerintah. Karena semakin banyak warga yang <i>online</i> untuk mendapatkan informasi, petugas informasi publik (PIO) harus menyadari kenyataan ini. Sebuah survei terbaru menunjukkan bahwa dua pertiga orang dewasa menggunakan <i>platform</i> media sosial. Selain itu, 40 persen pengguna Internet secara <i>online</i> untuk mendapatkan informasi tentang operasional pemerintahan.
Carpenter & Lertprachya (2016)	Artikel jurnal ini memaparkan tentang komunikator media sosial yang bisa diperankan oleh seorang PIO. PIO merupakan petugas (komunikator media sosial) yang memiliki tugas dan fungsi utama dalam menyebarluaskan informasi dan promosi lembaga, mengatur dan menjembatani dialog lembaga dengan khalayak, serta menarik keterlibatan khalayak itu sendiri. PIO pada dasarnya berupaya menghilangkan hambatan-hambatan yang ada dalam komunikasi di dunia digital. Di lain hal, diulas juga tentang penggunaan teori peran untuk mencermati bagaimana seseorang, yang berada dalam posisi yang baru dikembangkan, dapat berintegrasi dengan budaya organisasi atau lembaga. Posisi baru ini adalah PIO. Secara peran, PIO memiliki peran penting dalam suatu lembaga yang saling bersinergi dengan peran lainnya sesuai pembagian kerja. Pembagian kerja ini memungkinkan lembaga untuk berfungsi pada tingkat optimal. Teori peran berfungsi pula untuk menunjukkan bagaimana perilaku sering dikaitkan dengan harapan khalayak, rekan kerja, dan manajemen.
Yadav, Joshi, & Rahman (2015)	Artikel jurnal ini fokus pada pentingnya aplikasi media sosial seluler di arena promosi digital saat ini. Selain itu, juga mengarah kepada pengembangan wawasan penting di media sosial seluler, yang sangat bermanfaat bagi promosi secara keseluruhan, baik untuk organisasi atau lembaga, maupun perusahaan atau kalangan bisnis lainnya. Dalam artikel ini juga dijelaskan tentang <i>mobile marketing</i> dan <i>mobile social media</i> . Konsep tersebut relevan jika diterapkan dalam komunikasi dan promosi pada perpustakaan digital.
Qvortrup (2006)	Artikel jurnal ini menjelaskan salah satu konsep penting, yaitu tentang konsep dasar teori kompleksitas. Pada dasarnya, kompleksitas adalah konsep yang relatif. Teori ini menyoroti tentang konsep kompleksitas di era digital, yakni era digital

	<p>memberikan ruang yang kompleks bagi pengetahuan sosial untuk diarsipkan dalam 'meta-archive'; pengetahuan dapat diakses melalui mesin pencari (<i>search engines</i>), sesuai dengan kriteria pencarian yang ditentukan oleh kekuatan teknis, politik dan ekonomi. Secara teknis, ukuran komunitas komunikasi adalah global. Pada kenyataannya, itu ditentukan oleh akses elektronik ke jaringan digital.</p> <p>Artikel itu juga menyebutkan bahwa internet dapat menghasilkan permasalahan yang kompleks. Di satu sisi dalam kehidupan sehari-hari, setiap orang tidak dapat lepas dari internet. Pada saat yang sama, setiap orang juga kewalahan dengan kapasitas input yang tidak terbatas. Teori kompleksitas berperan penting untuk menganalisis perubahan model komunikasi karena peran internet yang kompleks di era digital tersebut agar dapat dimaknai dengan baik</p>
Manga, Sumule, & Jaya (2017)	<p>Artikel jurnal ini mengetengahkan tentang pola komunikasi yang digunakan oleh pustakawan dalam meningkatkan pelayanan, yaitu model (pola) komunikasi satu arah, model komunikasi dua arah, serta model komunikasi multi arah. Dari ketiga model komunikasi yang digunakan pustakawan dalam pelayanan, model komunikasi satu arah dan dua arah yang dominan digunakan dan mendukung peningkatan dalam mutu pelayanan.</p>
Anwar & Rusmana (2017)	<p>Sistem komunikasi digital dalam bentuk media sosial merupakan sebuah cara berkomunikasi yang sangat berbeda dengan sistem komunikasi analog atau sistem komunikasi konvensional. Pesan digital yang dapat dengan mudah dibentuk, dikemas dan disajikan, dengan daya tarik yang tinggi, telah mampu menciptakan reaksi yang luar biasa dan memberikan dampak yang sangat besar dan luas, walaupun pesan itu tidak penting, tidak ada guna dan manfaatnya. Untuk itu diperlukan pengkajian yang sangat serius tentang sistem komunikasi digital agar dampaknya dapat dikendalikan. Sehingga para pengelola perpustakaan dapat menggunakan komunikasi digital melalui media sosial secara bijak, khususnya demi kepentingan perpustakaan dalam bentuk apapun.</p>
Rohanda (2013)	<p>Artikel jurnal ini memandang Ilmu Informasi dan Perpustakaan dalam perspektif komunikasi. Tulisan memperlihatkan adanya korelasi yang saling terhubung antara ilmu komunikasi dengan ilmu informasi dan perpustakaan. Ini menjadi landasan dalam konsep keterkaitan komunikasi dengan perpustakaan digital.</p>
Yulianti (2010)	<p>Artikel dalam jurnal ini mengulas peranan Teknologi Informasi (TI) dalam berbagai lini di perpustakaan. Sebagai contoh, penerapan TI telah merambah manajemen perpustakaan hingga digitalisasi data koleksi karya dan lainnya. Artikel ini membantu penulis memahami perpustakaan, khususnya dalam konteks perpustakaan digital.</p>

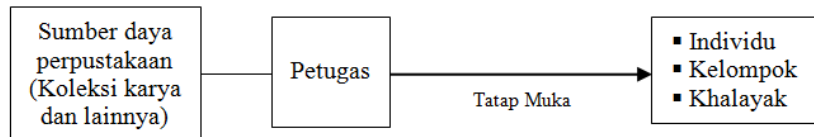
4.2 Pembahasan

4.2.1 Model Komunikasi Layanan Perpustakaan Analog Versus Digital

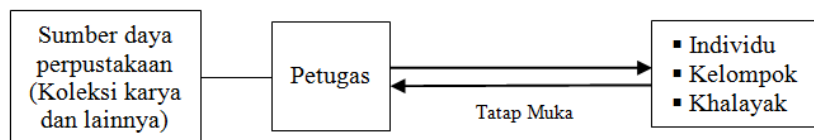
Watzlawick, Beavin, & Jackson (1967) mengemukakan bahwa komunikasi analog adalah komunikasi yang paling konvensional. Komunikasi analog sama dengan komunikasi tatap muka. Dalam komunikasi jenis ini, unsurnya adalah: (1) unsur pesan (isi pembicaraan); (2) intonasi suara; dan (3) gestur (*body language*). Dari pengertian analog tersebut, komunikasi pada layanan perpustakaan analog tentu berpegang pada prinsip itu. Layanan analog marak dilakukan sebelum tahun 1990 dan setelahnya adalah layanan teknologi dan media digital.

Pada tinjauan pustaka (2.2) disebutkan bahwa model komunikasi yang digunakan oleh pustakawan dalam meningkatkan pelayanan terdiri tiga jenis, antara lain komunikasi satu arah, dua arah, dan multi arah. Dari tiga jenis model ini, penulis mengidentifikasi bahwa komunikasi analog terjadi hanya pada model satu arah dan dua arah (Gambar 2).

Model Komunikasi Satu Arah



Model Komunikasi Dua Arah

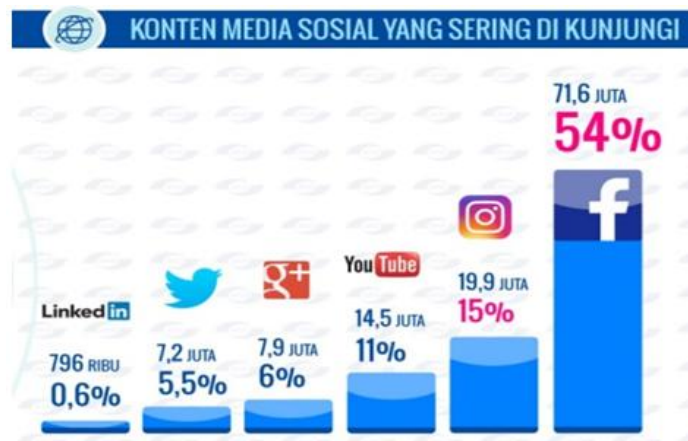


Gambar 2. Model komunikasi analog dalam konteks layanan perpustakaan

Dari gambar di atas, dapat dilihat bahwa model komunikasi satu arah terjadi manakala petugas bertatap muka langsung dengan individu/kelompok/khalayak hanya bertujuan mengkomunikasikan sesuatu, baik informasi (pengumuman) maupun promosi. Tidak ada umpan balik dalam model komunikasi tersebut. Misalnya adalah seorang petugas memberikan promosi produk perpustakaan yang baru kepada sekelompok orang yang berkunjung ke perpustakaan tanpa ada interaksi timbal-balik.

Untuk model komunikasi dua arah, dapat dicermati bahwa model ini mengedepankan komunikasi interaktif tatap muka antara petugas dengan individu/kelompok/khalayak sebagai pengguna jasa perpustakaan. Kuncinya adalah ada umpan balik langsung dari model komunikasi jenis ini. Contohnya adalah seorang pelanggan perpustakaan datang ke perpustakaan secara langsung, kemudian meminjam buku kepada petugas, dan membacanya di ruangan. Proses komunikasi terjadi secara langsung ketika pelanggan dan petugas saling berinteraksi dalam meminjam buku serta menunjukkan ruangan baca atau yang lainnya.

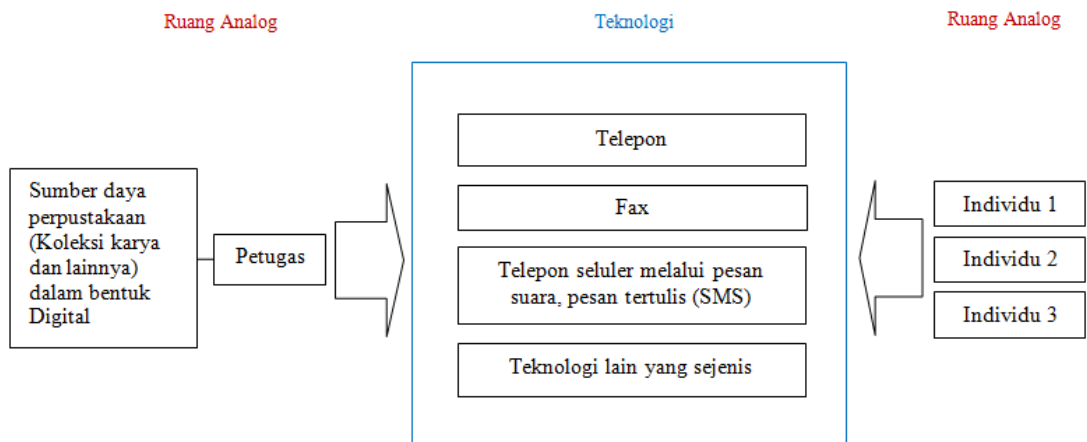
Seiring dengan perkembangan teknologi, komunikasi analog mulai tergeser oleh komunikasi lewat kehadiran teknologi seperti telepon, telepon seluler, fax, media baru (internet) dan belakangan menjadi media digital dengan kemunculan media sosial *Facebook*. Berdasarkan data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia/APJII 2017, media sosial tersebut digunakan oleh sekitar 71,6 juta jiwa atau 54% dari pengguna media sosial di Indonesia (Gambar 3).



Gambar 3. Infografis media sosial yang sering dikunjungi (APJII, 2017)

Kehadiran *Facebook* membuat manusia hidup di era dunia digital atau maya. Hal ini tentu diikuti oleh model komunikasinya dan merambah juga ke konteks komunikasi perpustakaan digital. Untuk memaknainya, komunikasi digital pada dasarnya dimediasi oleh teknologi. Terjadi percampuran antara dunia analog (manusia) itu sendiri dengan dunia digital. Penulis menghubungkannya dengan model komunikasi dengan landasan teori kompleksitas pada bagian tinjauan pustaka sebelumnya dan juga model komunikasi multi arah. Model komunikasi itu digambarkan sebagai berikut (Gambar 4 dan Gambar 5).

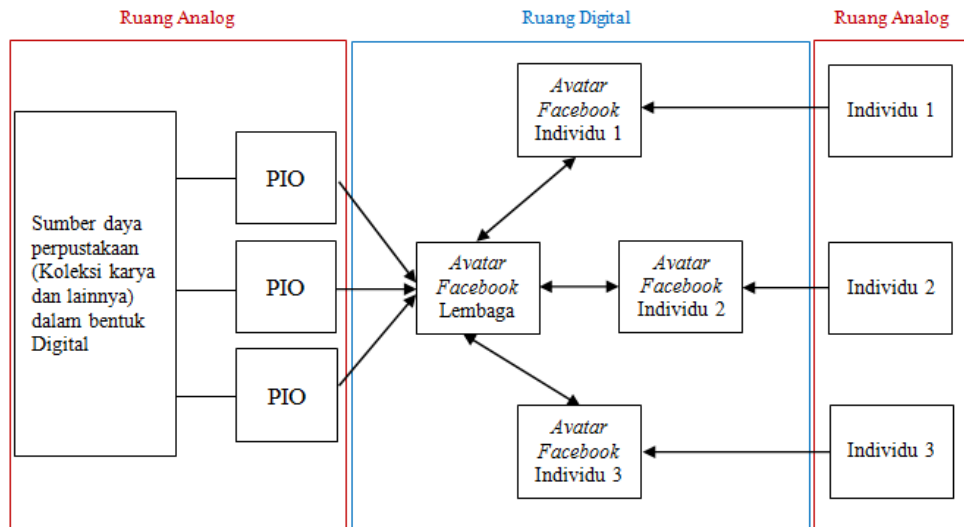
Level A



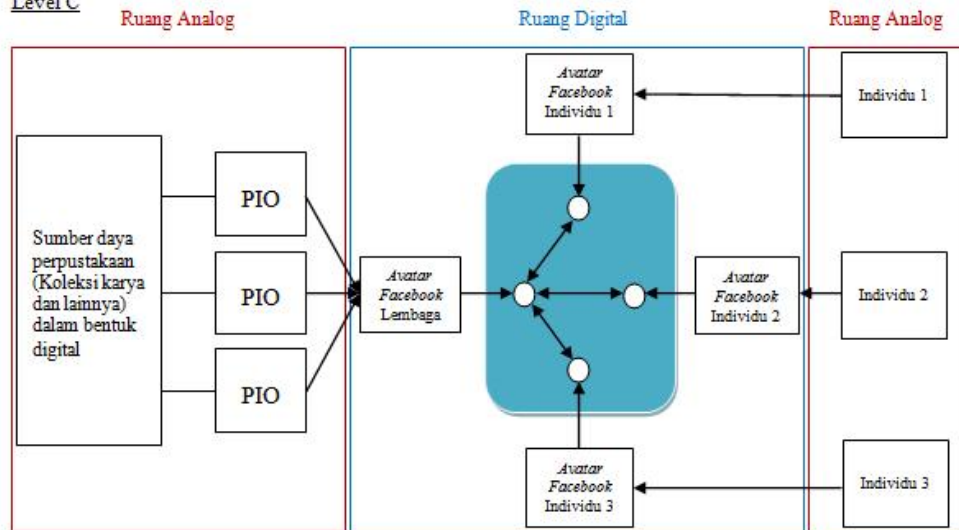
Gambar 4. Model komunikasi dimediasi teknologi komunikasi perpustakaan digital

Gambar 4 menunjukkan bahwa model komunikasi dimediasi oleh teknologi komunikasi disebutkan sebagai level A. Model ini jelas sudah lazim dan banyak digunakan dalam komunikasi dan layanan perpustakaan digital. Teknologi sebagai perantara komunikasi dan layanan. Penulis menyebut selain peran teknologi, peran lainnya dijalankan oleh petugas, belum disebut PIO. Pada level analog dan level A ini, petugas lebih berperan hanya sebagai jembatan komunikasi semata, berbeda dengan PIO yang lebih kompleks perannya. Penulis hanya membahas sekilas dua level itu karena sudah banyak dibahas oleh artikel jurnal lainnya. Penulis lebih fokus membahas model komunikasi level B dan C, di mana PIO berperan penting dalam hal ini (Gambar 5).

Level B



Level C



Keterangan:

○ Avatar yang dibuat oleh avatar

Gambar 5. Model komunikasi di media digital Facebook dalam Konteks Layanan Perpustakaan Digital

Gambar 5 diperlihatkan dua level komunikasi yang berbeda. Level B, komunikasi merupakan ranah percampuran antara analog dan digital. Dalam konteks komunikasi layanan perpustakaan digital, PIO login ke dalam Facebook lembaga dan menjadi avatar lembaga. Kemudian avatar Facebook lembaga mulai berinteraksi dengan berbagai individu (dicontohkan individu 1, 2, dan 3) yang juga login ke Facebook dan menjadi avatar masing-masing individu.

Avatar Facebook lembaga dengan para avatar individu (yang membutuhkan layanan) saling berkomunikasi di Facebook. Komunikasi tidak lagi berlangsung satu arah tetapi sudah banyak arah dalam waktu yang bersamaan. Sebagai contoh jika ada tiga avatar individu yang membutuhkan komunikasi untuk layanan informasi, promosi, atau yang lainnya dalam waktu

bersamaan, maka avatar lembaga yang dikelola oleh lebih dari satu atau beberapa PIO dapat melayaninya dalam waktu bersamaan.

Pada level C terlihat bahwa lebih kompleks, karena setelah avatar *Facebook* lembaga dan para avatar *Facebook* individu berinteraksi. Avatar *Facebook* lembaga membuat avatar lagi dan mengotomatisasi proses komunikasi. Sebaliknya, para avatar *Facebook* individu juga membuat avatar lagi. Jadi, interaksi membentuk media baru di ruang digital. Ciri komunikasi layanan di ruang digital baru ini adalah otomatisasi. Contohnya adalah ketika ada proses komunikasi menanyakan sesuatu kepada avatar *Facebook* lembaga, maka avatar secara otomatis menyediakan jawaban dari avatar penanya (apakah avatar itu masih dikendalikan individu pemiliknya atau sudah diotomatisasi).

Model komunikasi level B dan level C telah hadir pada berbagai perpustakaan di Indonesia. Dalam aplikasinya, model komunikasi level B sudah banyak dijalankan oleh berbagai lembaga perpustakaan di Indonesia. Contohnya, sebagian besar lembaga perpustakaan (yang masih analog maupun sudah digital) menggunakan media sosial, khususnya *Facebook* untuk berkomunikasi dan memberikan layanan kepada khalayaknya, seperti Perpustakaan Nasional RI dan Perpustakaan Pusat Dokumentasi dan Informasi - Ilmiah Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia/PDII LIPI (Gambar 6 dan Gambar 7).



Gambar 6. *Fanpage Facebook* Perpustakaan Nasional RI
(Sumber: <https://web.facebook.com/ayokeperpusnas/>)



Gambar 7. *Fanpage Facebook* PDII LIPI
(Sumber: <https://web.facebook.com/PDII-LIPI-245669185519292/>)

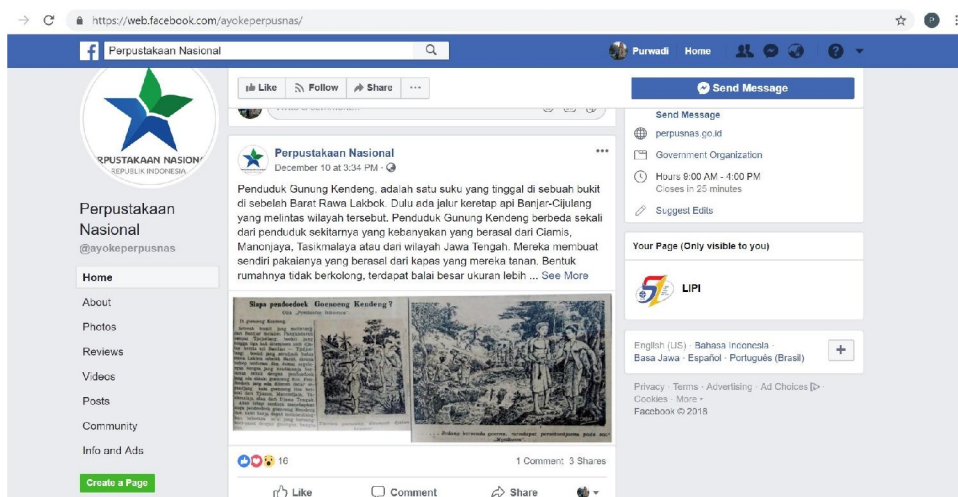
Berdasarkan hasil identifikasi penulis, diketahui bahwa kedua institusi ini belum sampai level otomatisasi secara menyeluruh, hanya sebagian saja yang sudah mengalami otomatisasi, selebihnya keterlibatan PIO masih ada.

4.2.2 Peran Penting PIO dalam Layanan Perpustakaan Digital

Dalam salah satu landasan teori (teori peran) yang telah diulas dalam bagian tinjauan pustaka, PIO adalah seseorang yang memiliki peran vital dalam suatu organisasi atau lembaga, baik analog maupun digital. Setidaknya dijelaskan bahwa ada empat peran utama yang diembannya. Secara lebih detail, penulis mengidentifikasi dan menjabarkan peran itu sebagai berikut.

1) PIO sebagai pembuat konten informasi perpustakaan digital

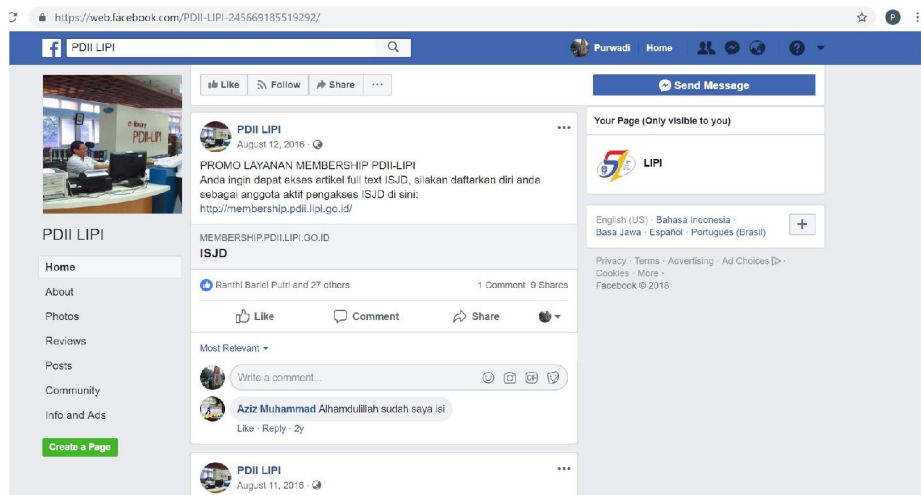
Peran PIO ini berhubungan dengan pembuatan konten, khususnya informasi tentang lembaga perpustakaan. Jenis informasi yang dibuat umumnya terdiri dari: (1) informasi sumber daya perpustakaan (koleksi karya dan sebagainya); (2) pengumuman; (3) informasi kegiatan; (4) galeri foto; dan (5) konten video. Salah satu contoh konten yang diproduksi PIO adalah konten pada *fanpage Facebook* Perpustakaan Nasional RI (Gambar 8).



Gambar 8. Konten promosi pada *fanpage facebook* Perpustakaan Nasional RI (Sumber: <https://web.facebook.com/ayokeperpusnas/>)

2) PIO sebagai pembuat konten promosi perpustakaan digital

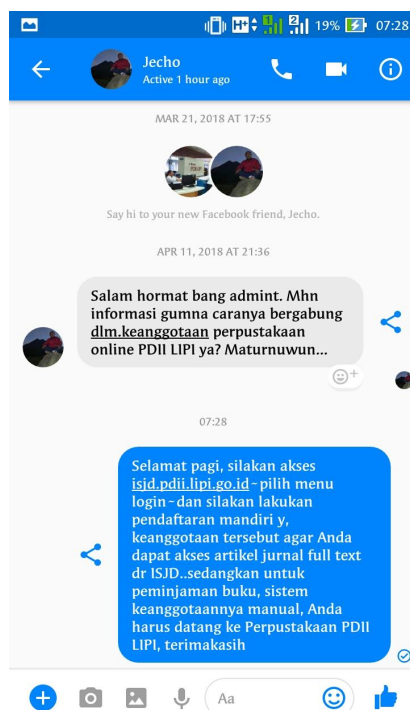
Tidak jauh berbeda dengan peran pada poin (a), PIO pada sisi ini lebih spesifik membuat konten-konten untuk promosi perpustakaan digital. Bentuk konten hampir mirip dengan poin (a), namun konten promosi berbeda dengan informasi yang disampaikan. Konten ini mengajak khalayak untuk terlibat aktif dalam *fanpage Facebook* maupun kegiatan yang diselenggarakan oleh perpustakaan. Unsur komunikasi dari sisi *marketing* cukup kental. Salah satu contohnya adalah *posting-an* pada *fanpage Facebook* PDII LIPI (Gambar 9).



Gambar 9. Konten Promosi pada *fanpage Facebook* PDII LIPI
(Sumber: <https://web.facebook.com/PDII-LIPI-245669185519292/>)

3) PIO sebagai pengatur komunikasi dan penyebarluas informasi dan promosi di media sosial

Dalam hal ini, PIO berperan mengatur dengan memilih dan memutuskan informasi (konten informasi atau promosi) yang layak tayang di *fanpage Facebook*. Hal ini tentunya perlu persetujuan dari pimpinan untuk informasi yang sensitif atau tanpa persetujuan pimpinan untuk informasi yang sesuai otoritas PIO. Setelah ada keputusan informasi tentang informasi yang ditayangkan, maka PIO menyebarkan informasi melalui akun *fanpage Facebook*. PIO juga mengatur interaksi antara lembaga dengan khalayak yang meminta layanan atau yang ingin berkomunikasi dengan lembaga. Penulis mencontohkan peran PIO ini adalah seorang pustakawan dari PDII LIPI, yang menjalankan tugas sebagai pengelola *fanpage Facebook*. Sebagai PIO, pustakawan berperan mengatur dan menyebarkan konten informasi dan promosi di *fanpage* yang dikelolanya. Pustakawan juga aktif berkomunikasi dengan khalayak yang meminta layanan informasi digital ke Perpustakaan PDII LIPI. Salah satu contoh percakapannya sebagai berikut (Gambar 10).



Gambar 10. Layanan Komunikasi melalui *Fanpage Facebook* PDII LIPI

- 4) PIO sebagai jembatan komunikasi antara pimpinan dengan khalayak
 PIO merupakan petugas/pejabat yang mempunyai hak eksklusif untuk berkomunikasi kapapun dengan pimpinan tertinggi lembaga atau kalangan pimpinan tinggi lembaga untuk suatu keputusan penting terkait informasi yang ada di *fanpage Facebook*. Hak ini biasanya jarang dimiliki oleh anggota lain di lembaga. PIO menjembatani komunikasi khalayak tertentu yang berkepentingan langsung dengan pimpinan lembaga, di mana menyalurkan sarana komunikasinya lewat *Facebook*. Jenis informasi yang ada dalam komunikasi ini adalah informasi penting yang sensitif, seperti informasi *hoax* yang beredar terkait pimpinan atau organisasi, atau informasi sejenis lainnya.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan di atas dapat disimpulkan bahwa telah terjadi pergeseran model komunikasi layanan perpustakaan dari analog ke digital. Hasil identifikasi diketahui ada empat peran penting PIO dalam konteks komunikasi layanan informasi dan promosi perpustakaan digital melalui *Facebook*, yaitu: (a) PIO sebagai pembuat konten informasi perpustakaan digital; (b) PIO sebagai pembuat konten promosi perpustakaan digital; (c) PIO sebagai pengatur komunikasi dan penyebarluas informasi dan promosi di media sosial *Facebook*; (d) PIO sebagai jembatan komunikasi antara pimpinan dengan khalayak. Rekomendasi yang dimunculkan kepada para pengelola perpustakaan adalah mereka harus menyadari dan mulai menerapkan model komunikasi yang baru dalam pengelolaan perpustakaan, khususnya mengoptimalkan pemanfaatan *Facebook* sebagai media atau bahkan menggunakan semua media sosial yang ada. Pimpinan atau manajemen perpustakaan harus menempatkan PIO sebagai bagian penting lembaga yang ke depan bertransformasi ke dunia digital.

6. UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada para pimpinan dan pengelola beasiswa Saintek Kementerian Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi (Ristekdikti) yang telah memberikan dukungan dan menjadi sponsor dalam penulisan. Tak lupa pula, ucapan terima kasih juga disampaikan kepada para pimpinan dan pihak-pihak terkait lainnya di Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (LIPI) dan Departemen Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Indonesia yang telah mendukung atas terbitnya artikel ini. Artikel ini memberikan pengayaan pengetahuan dan menjadi referensi bagi akademisi dan khalayak luas tentang peran penting PIO dalam komunikasi layanan perpustakaan digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, R.K. & Rusmana, A. 2017. Komunikasi Digital Berbentuk Media Sosial dalam Meningkatkan Kompetensi bagi Kepala, Pustakawan, dan Tenaga Pengelola Perpustakaan. *Jurnal Aplikasi untuk Masyarakat*, Vol.6, No.3, 204-208.
- Basuki, S. 2003. Digital Libraries in Indonesia with Special Emphasis to Academic Libraries. *Jurnal Dokumentasi dan Informasi*, 27(2), 9-17.
- Bertot, J. C., Jaeger, P. T., & Grimes, J. M. 2010. Using ICTs to Create A Culture of Transparency: E-Government and Social Media as Openness and Anti-Corruption Tools for Societies. *Government Information Quarterly*, 27, 264-271.
- Bonsón, E., Royo, S., & Ratkai, M. 2015. Citizens' Engagement on Local Governments' Facebook Sites. An Empirical Analysis: The Impact of Different Media and Content Types in Western Europe. *Government Information Quarterly*, 32(1), 52–62. <https://doi.org/10.1016/j.giq.2014.11.001>.
- Carpenter, S., & Lertpratchya, A. P. 2016. A Qualitative and Quantitative Study of Social Media Communicators: An Extension of Role Theory to Digital Media Workers. *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 60(3), 448–464. <https://doi.org/10.1080/08838151.2016.1203317>.
- Davenport, S., Bergman, S., Bergman, J., & Fearington, M. 2014. Twitter Versus Facebook: Exploring the Role of Narcissism in The Motives and Usage of Different Social Media Platforms. *Computers in Human Behavior*, 32, 212-220. <http://dx.doi.org/10.1016/j.chb.2013.12.011>.
- Detik.com. 2018. *Berapa Jumlah Pengguna Facebook Sekarang?* Di <https://inet.detik.com/cyberlife/d-3844923/berapa-jumlah-pengguna-facebook-sekarang> (akses 25 Oktober 2018).
- Efimova, L., & Grudin, J. 2008. Crossing Boundaries: Digital Literacy in Enterprises. *In Digital literacies: Concepts, Policies, Practices* (203–227). New York: Peter Lang.
- Graham, M.W. 2014. Government Communication in The Digital Age: Social Media's Effect on Local Government Public Relations. *Public Relations Inquiry*, Vol. 3(3), 361-376.
- Hasibuan, Z. A. 2007. *Metodologi Penelitian pada Bidang Ilmu Komputer dan Teknologi Informasi: Konsep, Teknik, dan Aplikasi*. Jakarta: Universitas Indonesia.
- Irwansyah. 2018. *Moda Komunikasi di Era Pascamanusia*. Di <http://m.mediaindonesia.com/read/detail/171259-moda-komunikasi-di-era-pascamanusia> (akses 18 Oktober 2018).
- Java, A., Song, X., Finin, T., & Tseng, B. 2007. Why We Twitter: Understanding Microblogging Usage and Communities. *In Proceedings of the 9th WebKDD and 1st SNA-KDD 2007 Workshop on Web Mining and Social Network Analysis, San Jose, CA*. <http://dx.doi.org/10.1145/1348549.1348556>.
- Kaplan, A., & Haenlein, M. 2010. Users of the world, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59-68. <http://dx.doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>.
- Kingsley C. 2010. *Making the Most of Social Media: 7 Lessons from Successful Cities*. Philadelphia, PA: Fels Institute of Government, University of Pennsylvania.

- Linton, R. 1936. *The Study of Man*. New York, NY: D. Appleton-Century Company.
- Lotan, G., Graeff, E., Ananny, M., Gaffney, D., Pearce, I., & Boyd, D. 2011. The Arab Spring the Revolutions Were Tweeted: Information Flows During the 2011 Tunisian and Egyptian Revolutions. *International Journal of Communication*, 5, 1375–1405.
- Lovejoy, K., & Saxton, G.D. 2012. Information, Community, and Action: How Nonprofit Organizations Use Social Media. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 17, 337–353. doi:10.1111/j.1083-6101.2012.01576.x.
- Manga, E., Sumule, G.M., & Jaya, A. 2017. Pola Komunikasi Pustakawan dalam Meningkatkan Pelayanan. *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Informasi*, Vol.2, No.3.
- Nashihuddin, W. 2016. Promosi Layanan Perpustakaan Khusus melalui Media Sosial dan Kegiatan Sosialisasi: Tinjauan Kegiatan Promosi di PDII-LIPI. *Conference Paper*. Di <https://www.researchgate.net/publication/313312786> (akses 25 Oktober 2018).
- Picazo-Vela, S., Fernandez-Haddad, M., & Luna-Reyes, L. F. 2016. Opening The Black Box: Developing Strategies to Use Social Media in Government. *Government Information Quarterly*, 33(4), 693–704. <https://doi.org/10.1016/j.giq.2016.08.004>.
- Qvortrup, L. 2006. Understanding New Digital Media. *European Journal of Communication*, 21(3), 345–356. <https://doi.org/10.1177/0267323106066639>.
- Raine, L. 2011. *Social Media and Civic Life*. Diperoleh 25 Maret 2013 dari <http://www.pewInternet.org/Presentations/2011/Oct/NASCIO.aspx>.
- Rohanda. 2013. Landasan Ilmiah Ilmu Informasi Perpustakaan dalam Perspektif Ilmu Komunikasi. *Jurnal Kajian Informasi & Perpustakaan*, Vol.1, No.1, Juni, 9-20.
- Smith, A. 2011. *Why Americans Use Social Media*. Di <http://www.pewInternet.org/Reports/2011/Why-Americans-Use-Social-Media.aspx> (akses 25 Oktober 2018).
- Soekanto, S. 2009. *Sosiologi Suatu Pengantar, Edisi Baru*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Sugiyono. 2005. *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: Alfabeta.
- Wahono, R. S. 1998. Digital Library: Challenges and Roles Toward 21st Century. In *Science Meeting, Indonesian Student for Science and Technology in Japan*.
- Watzlawick, P., Beavin, J.H., & Jackson, D. D. 1967. *Pragmatics of Human Communication: A Study of Interactional Patterns, Pathologies, and Paradoxes*, 48-54. New York: Norton.
- Whitney, F. 1960. *The Element of Research*. New York: Prentice-Hall, Inc.
- Wikipedia. 2018. *Facebook*. Di <https://id.wikipedia.org/wiki/Facebook> (akses 25 Oktober 2018).
- Wright, D. K., & Hinson, M. D. 2013. An Updated Examination of Social and Emerging Media Use in Public Relations Practice: A Longitudinal Analysis Between 2006 and 2013. *Public Relations Journal*, 7, 1-39.
- Yadav, M., Joshi, Y., & Rahman, Z. 2015. Mobile Social Media: The New Hybrid Element of Digital Marketing Communications. *Procedia - Social and Behavior Sciences* 189, 335-343.
- Yulianti, L. 2010. Penerapan Teknologi Informasi dan Komunikasi Perpustakaan bagi Mahasiswa melalui *E-Library*. *Jurnal Media Infotama*, Vol.5, No.1.