

## STRATEGI PENGEMBANGAN INSTAGRAM PERPUSTAKAAN UGM KAMPUS JAKARTA SEBAGAI SARANA KOMUNIKASI DAN INFORMASI LAYANAN KEPADA PEMUSTAKA

*Oleh: Nova Indah Wijayanti*

Perpustakaan Universitas Gadjah Mada Kampus Jakarta

Email: nova\_indah@ugm.ac.id

### INTISARI

*Perubahan yang terjadi tiba-tiba, tidak secara alami dan tidak direncanakan akan membawa berbagai dampak. Hal ini terlihat dengan adanya pandemi global yang membawa dampak di berbagai aspek kehidupan. Pembatasan kegiatan sosial berskala besar dan mobilitas individu membuat berbagai pihak merespon dengan mencari solusi dari kondisi tersebut. Kunci yang harus dilakukan agar bisa bertahan dalam perubahan ini sehingga dapat mencapai tujuan adalah relate, repeat dan reframe. Pembatasan mobilitas di lingkungan perguruan tinggi ditinjau dari sisi positif yakni munculnya berbagai inovasi yang menjadi solusi di era pandemi ini. Perpustakaan sebagai support sistem di lingkungan perguruan tinggi dapat melakukan inovasi dalam layanan perpustakaan, salah satunya dengan mengoptimalkan akun media sosial instagram. Pengetahuan mengenai optimasi instagram diperlukan agar konten yang disebarakan tepat sasaran, salah satunya yaitu mengamati dashboard instagram untuk mengetahui kinerja akun. Pengetahuan tersebut dapat diperoleh melalui kursus online, webinar dan jejaring dalam komunitas media sosial. Strategi membuat manajemen konten diperlukan agar dapat membuat konten secara terstruktur dan mengetahui bagian masing-masing dari tim pengelola akun. Hasil yang diperoleh menunjukkan akun instagram @perpustakaan\_ugmjkt yakni jumlah follower meningkat secara signifikan yaitu di tahun 2021 ini dibandingkan tahun 2020 yaitu sebesar 120%. Tipe postingan yang disukai oleh follower terbanyak yaitu jenis konten knowledge sharing.*

**Kata kunci:** media sosial; instagram; strategi; konten; user engagement

#### A. PENDAHULUAN

Era pandemi yang telah berjalan selama kurun waktu satu tahun ini telah membawa dampak perubahan di berbagai bidang.

Banyak pihak yang akhirnya berani keluar dari “zona nyaman” untuk berubah adaptasi sesuai keadaan. Tujuannya agar terus bertahan dan dapat melakukan kegiatan selama masa

pandemi ini. Solusi tentang bagaimana menghadapi perubahan yang cepat, tiba-tiba dan tidak secara natural, telah ditulis oleh dari Alan Deutchman dalam bukunya yang berjudul *Change or Die* (Deutchman, 2007) yang mengatakan perubahan yang tiba-tiba bukan secara alami, ketika situasi menjadi kacau tidak seperti yang direncanakan, maka yang pertama kali harus dilakukan yakni mengetahui sumber permasalahan kemudian mengurai permasalahan dengan 3 kunci yaitu *relate*, *repeat*, dan *reframe*. Kunci pertama *relate* membentuk hubungan pertemanan baru (*networking*) dengan orang-orang di luar lingkungan yang diprediksi bisa membawa perubahan, harapan dan pengaruh yang lebih baik, terutama jika terjadi kendala di lingkungan asal dan tidak bisa berkembang. Kunci kedua *repeat* (mengulang), lingkungan dan jejaring (*networking*) yang baru membantu untuk belajar dan praktik hal baru, yang bahkan menjadikan sebagai kebiasaan baru (*habit*) dan memiliki ketrampilan yang dibutuhkan apabila berlatih secara berulang dan terus-menerus. Kunci ketiga *reframe* (membingkai ulang), jaringan pertemanan yang baru mempengaruhi

dalam proses berpikir terhadap situasi dan kondisi yang dialami, sehingga memiliki cara pandang baru yang akan membuat perbedaan dengan cara lama.

Pembatasan kegiatan tatap muka dan mobilitas untuk menuju tempat pendidikan menjadi masalah utama di lingkungan perguruan tinggi. Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi (DIKTI) merespon hal tersebut dengan menerbitkan *e-book* berjudul “Buku Pedoman Pendidikan Tinggi di Masa Pandemi” (Pendidikan Tinggi, 2020) berisi panduan proses pembelajaran pada masa pandemi. Buku tersebut mengulas bahwa COVID 19 ini sebagai momentum percepatan implementasi pendidikan jarak jauh dengan memanfaatkan teknologi informasi. Salah satu implementasi yang dilakukan oleh Dikti dengan menyediakan modul pembelajaran digital dan pelatihan bagi dosen pengajar di perguruan tinggi. Perguruan tinggi sebagai institusi dimudahkan dengan adanya dukungan dari dikti ini. Kendala yang dihadapi berupa jaringan internet dan infrastruktur pendukung yang belum merata di semua tempat. Kesiapan menghadapi *force major* ini tidak hanya dari sisi infrastruktur tetapi juga

dari sisi kelembagaan, sumber daya manusia dan sistem yang dijalankan. Adaptasi terjadi di berbagai unit pendukung di perguruan tinggi, salah satunya perpustakaan. Perpustakaan sebagai bagian penting terkait pembelajaran dituntut memberikan solusi terhadap kondisi perpustakaan dan kesiapan untuk mendukung pembelajaran daring. Implementasi dari ke tiga kunci menghadapi perubahan telah dilakukan oleh Perpustakaan UGM Kampus Jakarta khususnya di bidang dan komunikasi dan informasi dengan strategi membuat konten media sosial khususnya instagram perpustakaan yang dapat digunakan untuk keperluan informasi dan komunikasi perpustakaan yang dijabarkan pada makalah ini.

## B. PEMBAHASAN

### 1. Definisi

#### 1.1 Strategi

Michael E. Porter dalam bab di buku *HBR's Must Read: On strategy* (Review, 2010) membagi strategi menjadi 3 hal yaitu: 1. Menciptakan sesuatu yang unik dan bernilai (*valuable*) termasuk serangkaian aktifitas yang berbeda. 2. Efektif, memilih hal-

hal yang tidak perlu dilakukan. 3. Menciptakan aktifitas yang sesuai untuk perusahaan/organisasi. Penerapan ketiga hal ini dilakukan di masa pandemi ini. Organisasi/institusi melakukan analisis terhadap kekuatan dan kelemahan lembaganya, sehingga dapat memetakan permasalahan yang ada. Keuntungannya yakni masalah menjadi jelas dan ditemukan solusi untuk permasalahan tersebut. Organisasi/institusi dapat memilih kegiatan mana yang efektif dan menghentikan kegiatan yang tidak efektif dari segi waktu, biaya dan tenaga.

Strategi tiga kunci perubahan yang ditulis oleh (Deutchman, 2007) dapat diterapkan di perpustakaan untuk mendukung pembelajaran daring. Relate yaitu perpustakaan menjangkau networking dengan pihak-pihak yang akan mendukung membuat wajah baru dan layanan baru di perpustakaan. Repeat, SDM perpustakaan belajar hal baru sehingga bisa membuat inovasi di perpustakaan. Reframe, dilakukan oleh institusi perpustakaan yang

memiliki cara pandang baru yang adaptif dan solutif dalam menghadapi perubahan yang cepat dan dinamis, sehingga bisa terus memberikan layanan yang dibutuhkan oleh mahasiswa

Perpustakaan dapat melakukan pemetaan ide-ide baru yang dapat menjadi solusi permasalahan yang dengan menggunakan bantuan *software mapping*. Salah satu contoh *software mapping* menggunakan *software XMind*. *Software* ini merupakan alat bantu untuk pemetaan pikiran yang memiliki fitur lengkap dirancang untuk menghasilkan ide dan kreatifitas secara efisien (Sun, 2021). *Software* ini memiliki template yang dapat digunakan sesuai dengan tema kegiatan yang dilakukan. Contoh pemetaan literasi informasi (gambar 1). Gambar 1 menunjukkan pemetaan subyek *Information Literacy* dan hal yang terkait. Uraian masalah dengan model pemetaan seperti ini, subyek menjadi lebih mudah dipahami karena terlihat secara visual.

## 1.2 Instagram

Media sosial adalah platform *online* yang memungkinkan individu untuk menghubungi satu sama lain untuk komunikasi, kolaborasi dan berbagi konten. (Chan *et al.*, 2020). Media sosial seperti *Facebook* dan *Instagram* sudah banyak digunakan tidak hanya untuk kehidupan pribadi tetapi untuk organisasi dan bisnis yang terhubung dengan klien potensial untuk tujuan pemasaran dan komunikasi. Konsep *social proof* (bukti sosial) berlaku dalam media sosial yaitu fenomena psikologi di mana orang akan meniru tindakan orang lain karena menganggap tindakan ini bisa diterima, ketika orang lain melakukan. Konteks komunitas digital, pengaruh jumlah pengikut (*follower*), suka (*like*), komentar menjadi penting untuk mempengaruhi persepsi orang lain terhadap organisasi (Fong *et al.*, 2020). Namun, tujuan dari penggunaan media sosial sesungguhnya merupakan upaya untuk membangun loyalitas dengan klien potensial, dalam konteks perpustakaan

membangun kedekatan dengan pemustaka yang disebut sebagai modal sosial (*social capital*).

Modal sosial merupakan penjumlahan dari yang aktual dan potensi sumberdaya yang tertanam di dalamnya yang tersedia melalui jaringan hubungan individu atau unit sosial (OECD, 2016). Modal sosial juga dapat diartikan sebagai hubungan karena memiliki identitas yang sama dalam suatu lingkungan yang sama, jika diartikan di lingkungan perguruan tinggi yaitu mahasiswa. Kesamaan identitas yang menjadi modal sosial sama dengan memiliki kredibilitas dalam komunitas *online*, sehingga mahasiswa menjadikan perpustakaan sebagai pilihan tepat sebagai konten sumber informasi terpercaya dan merekomendasikan dengan orang lain. Akun Instagram milik sebuah organisasi memiliki tantangan bagaimana meningkatkan performa akun dan meningkatkan loyalitas audiennya. Strategi diperlukan untuk membangun konten yang dapat meningkatkan image building sesuai lembaga induknya

dan membangun kedekatan dengan audien. Salah satu strategi yang dapat digunakan untuk membuat konten dengan manajemen konten. Hal ini penting karena jumlah akun instagam di seluruh dunia sudah mencapai satu milyar, untuk Indonesia jumlah akun Instagram ada 61.610.000 (Pertiwi, 2019). Jumlah keseluruhan akun Instagram di dunia itu sebanyak 39% adalah milik influencer dengan pengikut lebih dari 15.000, jadi persaingan antar influencer sangat ketat. Hal ini menyebabkan pemilik akun terdorong untuk membuat konten yang berkualitas agar performa akunnya meningkat. Banyak influencer menggunakan aplikasi versi mobile untuk manajemen akun instagram agar lebih terstruktur dan dapat dilakukan otomasi untuk posting konten. Aplikasi Instagram ini bermanfaat untuk desain dan edit gambar/video saat dalam perjalanan, membuat kolasi dan gambar grafis, memantau performa akun dan respon pengguna (Hub, 2021).

Manajemen konten ini penting karena algoritma instagram mengalami perubahan dari waktu ke waktu. Ada 5 hal yang mempengaruhi algoritma instagram untuk feeds yaitu: minat, hubungan, waktu, frekuensi penggunaan dan *following*. Algoritma instagram bekerja untuk selalu menampilkan posting terbaru dari sisi waktu, karena jumlah akun Instagram sangat banyak maka sebuah postingan hanya akan terlihat beberapa detik di beranda *follower* (Sirlo, 2020)

## 2. Strategi Pembuatan Konten Instagram

### 2.1 Analisis Permasalahan

Kasus COVID 19 pertama kali diumumkan pada oleh pemerintah pada tanggal 2 Maret 2020 dengan risiko penularan hingga menyebabkan kematian, membuat beberapa pihak mengambil kebijakan terhadap kegiatan kerumunan masa seperti sekolah dan perkuliahan. Universitas Gadjah Mada (UGM) merespon hal tersebut dengan mengeluarkan kebijakan melalui

Surat Edaran Rektor No.1606/UN1.P/HKL/TR/2020 tentang Tanggap Darurat COVID -19 di lingkungan UGM. UGM menetapkan status awas dan melakukan tanggap darurat terhadap penanganan COVID 19. Implementasi dari tanggap darurat ini UGM menerapkan kebijakan WFH (*work from home*) dan WFO (*work from office*) dengan menerapkan protokol kesehatan bagi tenaga pendidik dan tenaga kependidikan agar tugas dan fungsi layanan UGM berjalan secara efektif dan efisien (UGM, 2020). Kebijakan ini juga untuk perkuliahan dan layanan pendukung dilakukan secara daring. UGM Kampus Jakarta sebagai kampus di luar domisili mengikuti kebijakan ini dengan melakukan layanan daring untuk semua kegiatan. Perpustakaan merespon hal ini dengan melakukan inventaris kondisi di lapangan sebagai terlihat dalam tabel 1.

Tabel 1 memperlihatkan paparan inventarisir kondisi perpustakaan yang kegiatan utamanya adalah layanan *onsite*

(luring) belum ada layanan daring maka diperlukan inovasi untuk melakukan layanan daring agar sesuai dengan kondisi pandemi yang membantu mahasiswa untuk memperoleh informasi tanpa datang langsung ke kampus. Pada makalah ini fokus terhadap pengembangan instagram perpustakaan. Akun Instagram Perpustakaan UGM Kampus Jakarta dibuat pada tanggal 3 Juni 2020, data ini bisa dilihat pertama kali posting di akun tersebut. Tujuan pembuatan akun adalah sebagai media komunikasi dan informasi layanan kepada pemustaka. Inovasi ini penting karena merupakan solusi perpustakaan tetap dapat melakukan layanan kepada pemustaka dengan memanfaatkan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi. Profil akun Perpustakaan UGM Kampus Jakarta dengan nama akun @perpustakaan\_ugmjkt (gambar 2).

A k u n i n s t a g r a m @perpustakaan\_ugmjkt diseting sebagai akun bisnis dengan kategori pendidikan. Seting bisnis

di akun instagram bermanfaat untuk mengetahui kinerja akun, karena dalam seting bisnis terdapat *dashboard* profesional yang memiliki laporan matrik performa postingan. Jumlah *follower* saat ini adalah 1.407 (data profil akun pada tanggal 1 Mei 2021). Peningkatan yang pesat karena belum ada setahun umur akun telah mencapai lebih dari 1.000 *follower*. Following akun @perpustakaan\_ugmjkt sejumlah 211 dengan melakukan follow terhadap akun-akun sejenis. Jumlah postingan hingga saat ini sebanyak 149 post. Pengembangan akun instagram yang dilakukan berfokus pada kekuatan dan peluang dengan menggunakan konsep Alan Deutnant yaitu *relate*, *repeat* dan *reframe*.

## 2.2 *Relate*

Perpustakaan melakukan analisis terhadap peluang dan kekuatan yang dimiliki untuk dapat melakukan inovasi. Konsep *relate* ini disesuaikan dengan SDM perpustakaan dengan cara melakukan jejaring untuk

meningkatkan performa kerja. SDM perpustakaan terdiri dari pustakawan satu orang dan staf perpustakaan 3 orang. Kegiatan layanan dibagi menjadi dua sesuai dengan kompetensi masing-masing, yaitu tersebut dalam tabel 2.

Pada masa awal pembuatan akun maka dilakukan *benchmarking* terhadap akun-akun sejenis dan menjalin jejaring dengan orang yang berkompeten baik secara internal maupun eksternal. Secara internal dilakukan komunikasi dan kerjasama dengan program studi di UGM Kampus Jakarta yakni dengan kolaborasi melalui berbagai kegiatan untuk mengetahui tentang teknis media sosial terutama Instagram dan Youtube channel. Jejaring juga dilakukan dengan menjalin hubungan yang baik pihak lain yaitu melakukan komunikasi dengan humas UGM sebagai *benchmarking* untuk mengetahui pengembangan media sosial dan panduan institusi dalam berkomunikasi di media sosial. Hal ini penting karena media

sosial menjadi representasi branding insititusi di mana Perpustakaan UGM Kampus Jakarta tidak terlepas dari induknya yaitu menjadi bagian dari Universitas Gadjah Mada.

Kegiatan jejaring dengan eksternal dilakukan dengan menjalin komunikasi dengan pihak lain yaitu berkomunikasi dan mendaftar sebagai FPPTI DKI (Forum Komunikasi Perpustakaan Perguruan Tinggi Indonesia) dan tergabung dalam komunitas di luar kampus yang mendukung pengembangan sosial dengan tujuan agar bisa mengeksplorasi ide dan meningkatkan kompetensi personal sebagai contoh: komunitas tentang teknis *broadcasting*, komunitas jurnalistik, komunitas fotografi, komunitas business coaching, komunitas animasi dan lain-lain. Kegiatan ini memiliki manfaat menambah pengetahuan, mengetahui kinerja instagram dan youtube, mengetahui tantangan dalam berkomunikasi dengan audien dan melatih staf untuk menciptakan ide-ide untuk membangun *engagement* dengan

audien. Staf telah mengikuti beberapa *online course* dan webinar terkait pengembangan sosial media untuk menambah pengetahuan seperti terlihat pada tabel 2.

Data kegiatan pada tabel 2 menunjukkan webinar ketrampilan *soft skill* yang diikuti oleh pustakawan dan staf perpustakaan khususnya yang terkait dengan media sosial. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan kompetensi yang dimiliki oleh SDM di perpustakaan, tema webinar yang dipilih disesuaikan dengan tujuan yang akan dicapai yaitu pengembangan sosial media sebagai sarana informasi dan komunikasi perpustakaan.

### 2.3 Repeat

Kegiatan ini berisi praktek pembuatan konten dan mengetahui performa instagram. Praktek keterampilan dan hal-hal baru akan memancing ide kreatif untuk dapat mengembangkan inovasi layanan perpustakaan. Langkah pertama yang dilakukan yakni koordinasi internal

Perpustakaan UGM Kampus Jakarta untuk pembagian tugas dan kerja. Komunikasi ini penting agar tim menjadi solid dan kompak sehingga memberikan motivasi untuk anggota tim bekerja dengan baik dan profesional, memiliki semangat untuk melakukan hal-hal baru. Komunikasi dilakukan melalui grup whatsapp untuk staf perpustakaan dan melakukan pertemuan rutin saat WFO bersamaan sebulan sekali untuk *sharing session*.

Manajemen Konten media sosial akun Instagram @perpustakaan\_ugmjikt (tabel 3) membagi dua hal yaitu pengelolaan akun dan desain konten. Indikator peningkatan *engagement follower* yakni respon terhadap setiap postingan yang dapat diketahui di *dashboard* akun instagram sehingga ditemukan formulasi konten jenis apa yang disukai dan bisa mempengaruhi persepsi audien. Kunci utama yang perlu di perhatikan yakni konsistensi posting konten, karena ini ada kaitannya dengan algoritma Instagram. Menurut

(Prinada, 2021) dalam artikel yang dimuat di tirto.id berjudul “Cara Kerja Algoritma Instagram 2021: Tingkatan Interest dan *Following*”. Ada 6 kunci yang berpengaruh dalam algoritma Instagram yaitu: 1) Ketertarikan (*interest*), yaitu jenis postingan yang disukai akan memiliki kecenderungan muncul di beranda, 2) Hubungan (*relation*), hubungan yang dekat dengan *follower* akan mendapat prioritas muncul dalam beranda, 3) Ketepatan waktu posting (*timeliness*) posting di waktu tepat akan berpotensi memperluas jangkauan, waktu yang tepat yaitu saat orang banyak akses Instagram di jam istirahat. 4) Frekuensi, instagram mengatur postingan terbaik secara kronologis saat kunjungan terakhir seseorang, 5) Mengikuti (*following*), semakin banyak mengikuti maka *feed* yang muncul banyak sehingga bersaing dengan banyak sekali akun, untuk itu tampilkan postingan terbaik agar orang tertarik untuk merespon, 6) Pemakaian (*usage*), algoritma instagram akan menunjukkan konten berdasarkan

informasi dari interaksi sebelumnya. Informasi tentang algoritma instagram dapat bermanfaat apabila pengelola akun mengenali perilaku *followernya* agar potensi respon *follower* dapat meningkat, respon *follower* yaitu berupa *like*, *comment* (komentar) dan simpan koleksi.

Perilaku *follower* dapat diketahui dari data demografi *follower* yang terdapat dalam *dashboard* instagram profesional dengan cara klik *dashboard* profesional kemudian pilih lihat semua insight, lanjut klik pemirsa anda, data untuk akun Instagram @perpustakaan\_ugmjkt (tabel 4).

Tabel 4 menunjukkan persona *follower* akun instagram @perpustakaan\_ugmjkt lokasi Indonesia, kota Jakarta, rentang usia 25-34, dengan gender sebagian besar laki-laki, hampir berimbang dengan perempuan dengan perbedaan 0,2%. Informasi tentang persona *follower* ini penting agar konten yang dibuat sesuai target. Keputusan untuk jadwal posting dilakukan setiap akhir pekan, hal

ini untuk melihat data rentang usia *follower* yakni rentang usia produktif sebagian besar sibuk kerja/kuliah di hari kerja.

Sesuai dengan teori dari (Deutchman, 2007), maka langkah *repeat* ini merupakan hal baru kebiasaan baru yang dilakukan staf perpustakaan yang biasanya melakukan layanan secara luring, dengan pengembangan akun Instagram ini maka mulai praktik baca data, membuat desain konten, dan hal-hal baru lain terkait media sosial. Hal ini menjadi suatu hal yang menyegarkan dan dapat meningkatkan performa kerja pustakawan dan staf perpustakaan. Tantangan melakukan kegiatan baru dialami karena sebelumnya melakukan kegiatan layanan yang sama dari tahun ke tahun sehingga diperlukan solusi bagaimana menyelaraskan ritme kerja kerja dari kantor menjadi bauran kerja dari kantor dan kerja dari rumah. Tantangan terbesar dalam media sosial yaitu respon yang tidak diharapkan dari *follower* misalnya postingan yang diunggah tidak

mendapat *like*, komentar dan jangkauan sedikit, untuk itu diperlukan beberapa kali praktik agar pesan yang disampaikan mendapat tanggapan dari *follower*.

#### 2.4 *Reframe*

*Reframe* adalah membingkai ulang dengan cara pandang baru terhadap situasi dan kondisi yang dialami agar dapat memberikan solusi dari permasalahan. Perubahan cara pandang baru ini sesuai dengan konsep PKO (Perilaku Kewargaan Organisasi) yaitu perilaku pilihan karyawan yang berada di luar tugas formal yang berdampak pada meningkatnya efektifitas kerja perusahaan (Putri, 2018) Kaitannya dengan perpustakaan yaitu perubahan sistem dan orientasi layanan, yang tadinya terbatas layanan teknis serta layanan peminjaman dan pengembalian buku saja, berubah perilaku menjadi layanan daring dengan memanfaatkan teknologi media sosial. Perubahan layanan ini mempengaruhi kebiasaan kerja yang menunggu mahasiswa datang, menjadi “jemput bola”

dengan menawarkan berbagai layanan yang dapat dilakukan perpustakaan. Konsep reframe di sini merupakan *psygological empowering* yang membawa dampak yang signifikan terhadap budaya kerja di perpustakaan.

Salah satu implementasi dari sudut pandang baru dengan membuat komunikasi dua arah dengan pengguna yang dipusatkan di media sosial. Perpustakaan UGM Kampus Jakarta memutuskan komunikasi berada pada satu pintu agar memudahkan dalam memberikan respon kepada pengguna dan dapat terarsip dengan baik. Salah satu informasi yang dibutuhkan dalam proses reframe ini yaitu respon *follower* terhadap setiap postingan, maupun komunikasi melalui *Direct Message* (DM) instagram. Data DM *instagram* adalah sebagai berikut (gambar 3).

Total jumlah DM di instagram sebanyak 160 dengan prosentase Gambar 3. Pertanyaan tentang akses tesis ini direspon dengan membuat langkah-langkah akses tesis dalam bentuk gambar/*image* yang memudahkan

mahasiswa mengikutinya. Analisis terhadap jenis posting yang mendapat respon dari *follower* diketahui dari serangkaian data yang sudah dikumpulkan. Data jumlah *follower* tahun 2020 ada 678, sedangkan data sekarang (6 Mei 2021) sudah 1.410, jadi meningkat lebih dari 100% laporan akhir tahun 2020 (Wijayanti, N., 2020). Data kinerja akun instagram @perpustakaan\_ugmjkt yang diketahui dari *dashboard profesional* (*dashboard admin*) terlihat pada gambar 4.

Data kinerja akun instagram tersebut terlihat *impressions* (impresi) akun IG @perpustakaan\_ugmjkt sebanyak 1.261 yaitu dengan jumlah jangkauan tertinggi di hari Minggu. Data *account reach* sebanyak 583 akun. Data *engagement* jenis postingan yang mendapat respon *follower* pada akun @perpustakaan\_ugmjkt seperti terlihat tabel 5.

Tabel 5 memperlihatkan data jenis posting yang memiliki *engagement* tertinggi baik di *follower* maupun di *timeline* akun-

akun yang berafiliasi dengan *follower* yang dapat terlihat di akun non *follower* karena algoritma instagram dan dapat muncul di beranda karena pencarian melalui *hashtag*. Reach artinya jumlah akun unik yang telah melihat konten, sedangkan impression adalah berapa kali *follower* melihat postingan dan ini tercatat di *dashboard* instagram (Dotnext, 2020). Matrik dari impression dan reach ini penting untuk mengetahui kinerja postingan, dapat dilihat pada setiap postingan dengan klik tombol *insight* dalam postingan yang akan diukur atau periode waktu tertentu yaitu dalam kurun waktu 7 hari, 30 hari, 6 bulan, 1 tahun atau 2 tahun yang lalu, hal ini tergantung pemilik akun akan melihat sejauh mana perbandingan tipe konten yang menarik *follower*. Informasi ini penting untuk mulai membangun social *engagement*. Tujuan utama posting konten adalah mendapatkan *engagement* berupa *like*, *comment* dan simpan koleksi, jika tidak ada *engagement* maka ada yang salah dengan konten

tersebut. Kaitannya dengan jumlah *impressions* dan *reach* adalah jika sebuah postingan mencapai jumlah sekian, maka secara logika *engagement* juga mendekati angka itu, jika tidak tercapai maka ada yang salah dengan konten dan perlu perbaikan. Tabel 5 reach, impression dan tertinggi adalah tentang *knowledge sharing* pada postingan yang sama (gambar 5).

Tipe postingan yang mendapat *engagement* tertinggi dalam kurun waktu 6 bulan terakhir adalah *knowledge sharing* berupa informasi webinar yang dibutuhkan mahasiswa yaitu tentang *literatur review*. Hal ini menggambarkan bahwa jenis postingan seperti ini yang dibutuhkan dan mendapat perhatian dari *follower* yaitu berupa pengetahuan yang diperlukan untuk mendukung studi.

### C. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pemaparan makalah dapat disimpulkan strategi pembuatan konten akun instagram perpustakaan dengan mengetahui

informasi yang dibutuhkan yaitu demografi *follower* dan data *dashboard* akun. Optimasi diperlukan agar kinerja instagram meningkat, pengetahuan mengenai optimasi ini dapat diperlolah melalui *soft skills* berupa kursus *online* atau webinar yang diselenggarakan berbagai insitusi. Konsep manajemen konten diperlukan sebagai langkah awal sebelum membuat formulasi yang tepat untuk keberhasilan suatu postingan. Formulasi strategi konten yaitu gabungan berbagai hal dari mulai ide, desain, tema konten dan gambar/video pendukung yang sesuai dengan konten dengan memperhatikan persona dan kebutuhan *follower*.

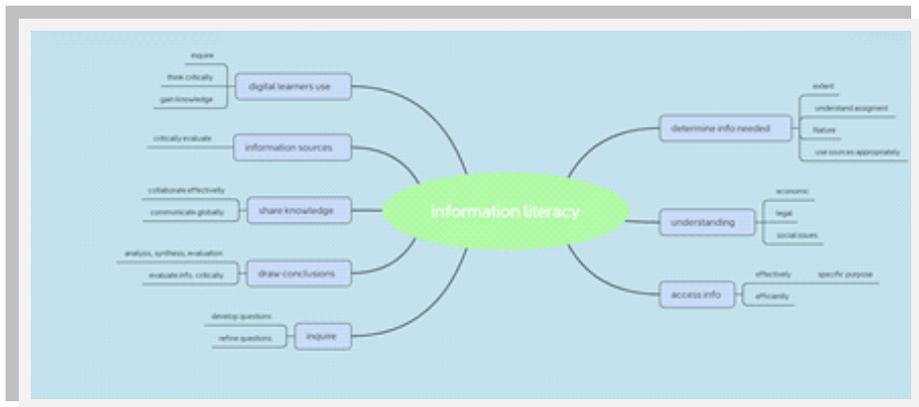
#### DAFTAR PUSTAKA

- Chan, T. T. W., Lam, A. H. C., & Chiu, D. K. W. (2020). From facebook to instagram: Exploring user engagement in an academic library. *Journal of Academic Librarianship*, 46(6), 102229. <https://doi.org/10.1016/j.acalib.2020.102229>
- Deutchman, A. (2007). *Change or die: the three keys to change in work and life*. Harper Collins.
- Dotnext. (2020). *Istilah reach dan impression instagram*. <https://dotnextdigital.com/istilah-reach-dan-impression-instagram/>
- Fong, K. C. H., Au, C. H., Lam, E. T. H., & Chiu, D. K. W. (2020). Social network services for academic libraries: A study based on social capital and social proof. *Journal of Academic Librarianship*, 46(1), 102091. <https://doi.org/10.1016/j.acalib.2019.102091>
- Hub, I. M. (2021). 12 of the Best *Instagram Management App*. <https://influencermarketinghub.com/instagram-management-apps/>
- OECD. (2016). *What is Social Capital?* <https://www.oecd.org/insights/37966934.pdf>
- Pendidikan Tinggi, D. J. (2020). *Buku pendidikan tinggi di masa pandemi COVID-19*. [www.dikti.kemdikbud.go.id](http://www.dikti.kemdikbud.go.id)
- Pertiwi, W. K. (2019). *Sebanyak inikah jumlah pengguna instagram di Indonesia?* <https://tekno.kompas.com/read/2019/12/23/14020057/sebanyak-inikah-jumlah-pengguna-instagram-di-indonesia#:~:text=Secara global%2C jumlah pengguna aktif,aktif mengunggah Stories tiap harinya.>

## Artikel

- Prinada, Y. (2021). *Cara kerja algoritma instagram 2021: Tingkat Interest & Following*. <https://tirto.id/cara-kerja-algoritma-instagram-2021-tingkat-interest-following-f9PG>
- Putri, P. A. I. Z. R. (2018). Hubungan antara psychological empowerment dengan perilaku kewargaan organisasi pada karyawan perusahaan distributor PT X. *Jurnal Empati*, 7(1), 3 5 2 – 3 6 1 . <https://garuda.ristekbrin.go.id/documents/detail/1444369>
- Review, H. B. (2010). *HBR's 10 must reads on strategy*. Harvard Business School.
- Sirclo. (2020). *Begini Algoritma Instagram di 2020*. <https://www.sirclo.com/begini-algoritma-instagram-di-2020/>
- Sun, B. (2021). *Idea grown on threes*. Xmind. <https://www.xmind.net/>
- UGM. (2020). Rektor UGM Keluarkan Surat Edaran Tanggap Darurat C O V I D - 1 9 . <https://ugm.ac.id/id/berita/19137-cegah-penyebaran-corona-ugm-izinkan-pegawai-kerja-dari-rumah>
- Wijayanti, N. (2020). *Laporan Perpustakaan UGM Kampus Jakarta 2020*.
- Xmind. (n.d.). *Information Literacy*. <https://www.xmind.net/m/yFhG/>

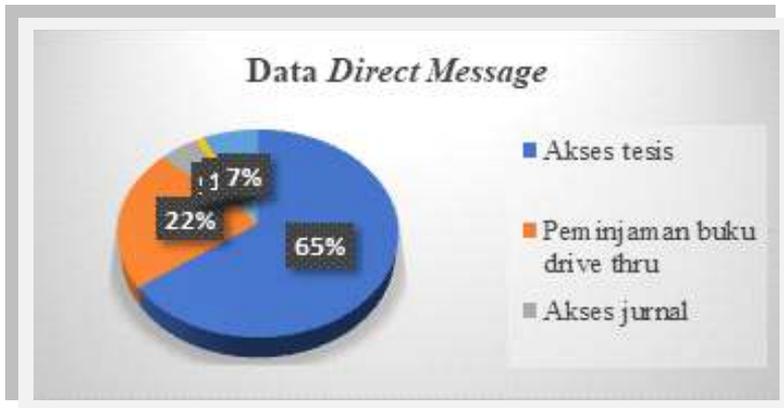
DAFTAR GAMBAR



Gambar 1. *Information Literacy* (Xmind, n.d.)



Gambar 2 Akun Instagram @perpustakaan\_ugmjkt (Data 1 Mei 2021)



Gambar 3. Data *Direct Message* Akun @perpustakaan\_ugmjkt (Juni 2020 -April 2021)



Gambar 4. Data *Reach* untuk 7 hari terakhir (data tanggal 22-28 April 2021)



Gambar 5. Postingan yang Memiliki *Engagement* Tertinggi

**DAFTAR TABEL**

Tabel 1. Inventarisir Kondisi Perpustakaan

No	Uraian	Rincian	Keterangan
1.	SDM Perpustakaan	Pustakawan Staf Perpustakaan	1 orang 4 orang
2.	Komunikasi	Email Telepon	Email UGM Telkom
3.	Promosi & informasi	Brosur tercetak	Tidak tentu jadwalnya
4.	Layanan	Peminjaman dan pengembalian buku Cek plagiarism	Manual Pustakawan
5.	Bimbingan pemustaka	<i>Library Skills</i>	Pustakawan
6.	Koleksi	Buku cetak Majalah dan jurnal cetak	2.990 Eksemplar Hadiah

Sumber: Data primer diolah tahun 2020

Tabel 2. Pembagian Kerja Layanan Perpustakaan

No	Tugas	Staf	Kompetensi
1.	Layanan <i>back office</i>	2 orang	Administrasi Teknis pepustakaan
2.	Pengembangan akun Media Sosial (Instagram)	2 orang	Komunikasi Hubungan masyarakat Jurnalistik Optimasi sosial media Fotografi Editing video Animasi Desain grafis Literasi informasi

Sumber: data primer diolah tahun 2020

Tabel 4. Manajemen Konten Akun Instagram

No	Uraian	Rincian	Keterangan
1	Pengelolaan akun Instagram	Manajemen admin	Ada admin khusus bertugas untuk akun Instagram semua layanan perpustakaan dipusatkan melalui Instagram perpustakaan
		Jadwal posting	1 minggu sekali setiap akhir pekan secara konsisten
		Konsep konten	5 W + 1 H ( <i>What, where, when, who, why, how</i> )
		Optimasi	Mengamati respon <i>follower</i>
		Laporan bulanan	Rekap performa akun
2	Desain konten	Desain <i>image feed &amp; story Caption</i>	Dengan <i>software canva for education</i> Membuat <i>copy writer</i>
		Riset hastag	Pemilihan hastag agar tepat sasaran dan memperluas jangkauan
		Konsep desain	Sesuai dengan panduan institusi

Sumber data primer diolah tahun 2020

Tabel 5. Data Demografi *Follower Instagram @perpustakaan\_ugmjkt*

No	Data	Jumlah
1.	Top lokasi seluruh dunia	
	Indonesia	98,5%
	Malaysia	0,3%
	Hongkong	0,3%
	Jepang	0,3%
	Mesir	0,1%
2.	Top Lokasi Indonesia	
	Jakarta	32,4%
	Yogyakarta	11,4%
	Bekasi	3,3%
	Depok	2,9%
	Tangerang	2,8%
3.	Rentang Usia	
	13-17	1,1%
	18-24	23,3%
	25-34	41,7%
	35-44	23,5%
	44-54	8%
	55-64	1,2%
65+	1%	
4.	Gender	
	Laki-laki	50,1%
	Perempuan	49,9%

Sumber: data primer tahun 2021