

PENGELOLAAN AKUN INSTAGRAM SEBAGAI DISEMINASI INFORMASI DI PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

Yudi Tegar Wardana^{1*}, Fransiska Timoria Samosir², Diyas Widiyarti³

^{1*}teegar09@gmail.com, ²ftsamosir@unib.ac.id, ³diyas.widiyarti@unib.ac.id

Perpustakaan dan Sains Informasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Bengkulu

Keyword:

**Instagram,
Diseminasi
Informasi,
Media Sosial**

Article Info :

**Submitted
date**

2024-12-26

**Revised
date**

2025-01-09

**Accepted
date**

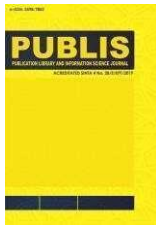
2025-01-13

Abstract

The Instagram account of the Muhammadiyah University of Yogyakarta Library, which was initially used for internal purposes, has become increasingly important after the COVID-19 pandemic as a means of improving communication and disseminating information. The study aims to evaluate the use of the Muhammadiyah University of Yogyakarta Library Instagram account as a medium for disseminating information to students, staff, and the general public. The formulation of the research problem is how to manage and utilize the UMY Library Instagram account in disseminating information, and to what extent this platform can increase user engagement. The method used is descriptive qualitative by analyzing data through observation of uploaded content and user interactions on the Instagram account. The results of the study show that the UMY Library routinely shares three main types of content: informative, educative, entertainment. The use of hashtags such as #PerpusUMY expands the reach of content, while upload designs that are consistent with UMY's distinctive colors and logos make it easier to identify. Account management is carried out by the library team who collaborate in planning and uploading content. The results of this study show that the UMY Library Instagram account has been effectively used as a means of disseminating information and interacting with users. A new thing found in this study is the importance of using interactive features such as Stories, Q&A, polling, and live streaming to facilitate direct communication with users to increase audience engagement.

Abstrak

Akun Instagram Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, yang awalnya digunakan untuk keperluan internal, semakin penting setelah pandemi COVID-19 sebagai sarana meningkatkan komunikasi dan penyebaran informasi. Penelitian bertujuan untuk mengevaluasi penggunaan akun Instagram Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta sebagai media diseminasi informasi kepada mahasiswa, staf, dan masyarakat umum. Rumusan masalah penelitian bagaimana pengelolaan dan pemanfaatan akun Instagram Perpustakaan UMY dalam menyebarkan informasi, serta sejauh mana platform ini dapat meningkatkan keterlibatan pengguna. Metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan menganalisis data melalui observasi terhadap konten yang diunggah dan interaksi pengguna di akun Instagram. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Perpustakaan UMY secara rutin membagikan tiga jenis konten utama: *informative, educative, entertainment*. Penggunaan hashtag seperti #PerpusUMY memperluas jangkauan konten, sementara desain unggahan yang konsisten dengan warna dan logo khas UMY memudahkan identifikasi. Pengelolaan akun dilakukan oleh tim perpustakaan yang berkolaborasi dalam merencanakan dan mengunggah konten. Hasil penelitian ini akun Instagram Perpustakaan UMY

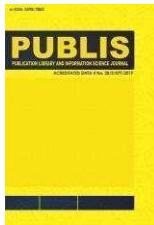


PENDAHULUAN

Era digital telah menjadikan media sosial sebagai sarana utama bagi mahasiswa untuk mengakses informasi dengan mudah, cepat, dan efisien guna mendukung keberhasilan akademik mereka. Kemampuan mencari dan memilih informasi yang relevan serta tepercaya menjadi keterampilan penting, karena hal ini mempengaruhi efisiensi waktu dan kualitas hasil akademik. Internet, sebagai sumber informasi utama, menawarkan kemudahan dan kecepatan akses yang menjadikannya pilihan utama bagi mahasiswa. Kondisi ini menantang perpustakaan universitas untuk beradaptasi, karena mahasiswa cenderung lebih memilih media daring yang praktis. Oleh karena itu, perpustakaan perlu menyesuaikan layanan mereka agar tetap relevan dengan kebutuhan mahasiswa dalam era akses informasi digital (Qurotianti, 2020).

Data terbaru dari *rri.co.id* pada bulan may tahun 2024 menunjukkan bahwa Indonesia memiliki sekitar 112 juta pengguna Instagram, setara dengan 47,3% dari total populasi, dengan mayoritas pengguna adalah wanita (54,5%), sementara pria menyumbang 45,5% (Panggabean, 2024). Kelompok usia dominan pengguna Instagram, yaitu 15–34 tahun, menjadi target penting dalam berbagai kampanye media sosial. Melihat potensi ini, Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta memanfaatkan Instagram sebagai media strategis untuk menyebarkan informasi penting. Platform ini memungkinkan perpustakaan menjangkau audiens yang lebih luas, seperti mahasiswa, dosen, dan masyarakat umum, untuk menyampaikan layanan, kegiatan akademik maupun non-akademik, serta program unggulan. Selain itu, Instagram mempermudah komunikasi interaktif dengan komunitas kampus dan publik, sehingga informasi dapat diakses lebih cepat dan efektif. Strategi ini terbukti sukses, dibuktikan dengan penghargaan sebagai akun Instagram terbaik dalam Forum Perpustakaan PT Muhammadiyah dan 'Aisiyyah (*umy.ac.id*, 2024).

Akun Instagram Universitas Muhammadiyah Yogyakarta pertama kali dibuat pada awal tahun 2018 sebagai bagian dari pemanfaatan media sosial untuk meningkatkan komunikasi dan penyebaran informasi secara lebih luas. Awalnya,



PUBLIS JOURNAL

Publication Library and Information Science

ISSN 2598-7852

Volume 9 Number 1 May 2025

<http://journal.umpo.ac.id/index.php/PUBLIS>

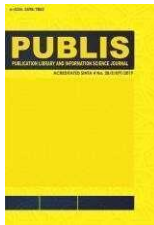
penggunaan akun ini masih terbatas hanya untuk keperluan internal, namun seiring waktu, terutama setelah pandemi COVID-19, popularitas dan pentingnya akun Instagram ini meningkat secara signifikan. Perubahan pola komunikasi yang terjadi selama masa pandemi, di mana interaksi fisik sangat dibatasi, mendorong perpustakaan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta untuk memanfaatkan media sosial, terutama Instagram, sebagai saluran dalam menyampaikan informasi akademik, pengumuman, dan promosi program-program perpustakaan. Dengan demikian, Instagram menjadi media penting bagi perpustakaan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dalam menjangkau publik internal, seperti mahasiswa dan dosen, serta publik eksternal.

Gambar 1. Akun instagram perpustakaan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Sumber: https://www.instagram.com/perpustakaan_umy Penelitian 2024

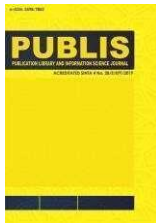
Berdasarkan wawancara dengan ketua pengelola akun Instagram, Akun Instagram Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta resmi dibuat pada tahun 2018, baru mulai aktif digunakan secara intensif pada tahun 2020, terutama sejak masa pandemi COVID-19. Masa pandemi mendorong perpustakaan untuk mengoptimalkan media sosial sebagai sarana utama dalam berkomunikasi dan menyebarluaskan informasi kepada sivitas akademika. akun Instagram Universitas Muhammadiyah Yogyakarta semakin aktif mengunggah konten harian. Mulai Januari 2024, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta menerapkan strategi konten terencana dengan target satu unggahan setiap hari berupa feed, reels, atau stories. Konten ini mencakup informasi untuk mahasiswa, dosen, dan masyarakat umum.



Feed dan reels dijadwalkan pada Senin dan Kamis, sedangkan stories pada setiap hari untuk menjaga variasi. Strategi ini bertujuan menjaga relevansi akun dan memberikan manfaat optimal bagi pengguna dengan konten yang konsisten dan informatif. Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta berupaya memenuhi kebutuhan informasi pengguna dan memperkuat posisinya sebagai digital.

Berdasarkan hasil pengamatan penulis dan wawancara dengan pustakawan, diketahui bahwa akun media sosial Instagram Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta mengalami kurangnya respons dari followers saat siaran langsung (live), story Instagram, dan postingan. Selain itu, terdapat juga penurunan dalam inspirasi konten yang akan ditampilkan di Instagram Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Hal ini juga disebabkan oleh pustakawan yang melakukan double job, yaitu mengelola Instagram sekaligus menjalankan tugas lainnya, sehingga waktu yang tersedia terbagi dan menghambat konsentrasi dalam pembuatan konten.

Instagram Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta memiliki tiga konten value utama dalam menyebarkan informasi. *Informative* berfokus pada penyampaian informasi terkini tentang layanan dan kegiatan perpustakaan, seperti perubahan jam layanan, fasilitas baru, dan acara khusus. Tujuannya adalah memastikan mahasiswa dapat memanfaatkan layanan perpustakaan secara maksimal dan menjadikan perpustakaan sebagai sumber informasi yang efektif. *Educative*, dan *entertainment* dirancang untuk mendukung proses akademik mahasiswa dengan menyediakan konten berupa panduan penyelesaian tugas, ringkasan kegiatan mingguan, dan tips pemanfaatan fasilitas perpustakaan. Melalui konten ini, perpustakaan berperan aktif dalam membantu keterampilan akademik dan mempererat hubungan dengan mahasiswa. *entertainment* bertujuan meningkatkan keterlibatan pengikut melalui konten yang santai namun informatif, seperti rekomendasi film dan buku serta informasi menarik seputar kehidupan mahasiswa. Pendekatan ini diharapkan dapat membangun interaksi kuat antara mahasiswa dan perpustakaan, menciptakan suasana akrab, dan memperkuat peran

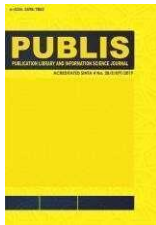


perpustakaan dalam kehidupan akademik.

Peneliti mengambil tiga hasil penelitian sebelumnya yang relevan dengan permasalahan yang dirumuskan. Hal tersebut dilakukan dalam penelitian untuk dapat mengambil informasi dari penelitian sebelumnya sebagai referensi dalam penelitian

Prawira (2024) penelitian yang dilakukan dengan judul penelitian “Strategi Diseminasi Informasi Melalui Instagram Oleh Dinas Komunikasi Dan Informatika Provinsi Sumatera Barat” . penelitian ini bertujuan mengelola informasi publik melalui platform media sosial Instagram. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk melihat faktor-faktor yang mendukung dan menghambat proses diseminasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa diseminasi informasi melalui Instagram cukup berhasil, meskipun ada tantangan seperti kurangnya minat masyarakat terhadap konten pemerintah, keterbatasan staf, dan anggaran yang minim. Instagram dianggap potensial untuk menjangkau generasi muda dan profesional. Studi ini menggunakan kerangka ASOCA untuk menganalisis strategi secara menyeluruh, menunjukkan bahwa konten visual, storytelling, dan interaksi langsung dengan publik efektif meningkatkan keterlibatan. Mahmudah (2020) dalam penelitian yang dilakukan dengan penelitian “Pengelolaan Konten Media Sosial Korporat Pada Instagram Sebuah Pusat Perbelanjaan”. Penelitian ini bertujuan untuk Pengelolaan konten media sosial berfungsi sebagai sarana komunikasi antara perusahaan dan audiensnya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini ialah deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Hasil dari penelitian ini adalah Dalam pengelolaan konten korporat di Instagram, elemen share, optimize, dan manage menjadi fokus utama. Ini dimulai dengan memahami tujuan penggunaan platform, kemudian menjadwalkan posting serta menggunakan fitur-fiturnya, dan diakhiri dengan membuat laporan.

Insan (2018) penelitian yang dilakukan dengan judul penelitian “Diseminasi Informasi Berbasis Media Sosial pada Perpustakaan Digital Budaya Indonesia”. Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana media sosial, khususnya Twitter, dimanfaatkan oleh Perpustakaan Digital Budaya Indonesia



dalam mendukung kegiatan dan penyebaran informasi budaya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif untuk memperoleh gambaran yang mendalam mengenai pemanfaatan media sosial tersebut. Hasil dari penelitian ini menunjukkan Beberapa kategori menggambarkan penggunaan Twitter sebagai media untuk mempromosikan Perpustakaan Digital Budaya Indonesia 39,60% sebagai media promosi perpustakaan digital, 26,73% sebagai media penyebaran pengetahuan lokal, dan 21,78% sebagai media informasi umum.

Penelitian ini memiliki beberapa perbedaan mendasar dibandingkan penelitian terdahulu di berbagai aspek. Dari segi lokasi, penelitian sebelumnya umumnya berfokus pada perpustakaan umum atau perguruan tinggi negeri, sementara penelitian ini secara khusus mengkaji Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Dalam hal metodologi, penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk menganalisis pengelolaan akun instagram perpustakaan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Selain itu, Melihat konten yang didesiminasi lebih disesuaikan dengan kebutuhan mahasiswa, mencakup evaluasi terhadap kesesuaian konten serta efektivitasnya dalam mendukung pemahaman pemustaka

Penelitian ini bertujuan mengevaluasi penggunaan akun Instagram Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta sebagai media diseminasi informasi, dengan fokus pada bagaimana platform ini dimanfaatkan untuk menyebarkan informasi kepada mahasiswa, staf, dan masyarakat umum.

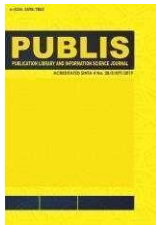
METODE

Gambar 2. Bagan Alur Penelitian



Sumber: Penelitian 2024

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif untuk memahami pengelolaan akun Instagram Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dalam diseminasi informasi. Lokasi penelitian di Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dengan fokus pada akun Instagram resmi perpustakaan. Pengumpulan data dilakukan melalui tiga cara: observasi langsung pada akun *@perpustakaan_umy*, wawancara dengan pengelola akun dan followers, dan dokumentasi. Observasi meliputi pengamatan pola posting dan interaksi dengan pengikut. Wawancara dilakukan secara mendalam untuk menggali strategi konten, tujuan penyebaran informasi, dan kendala pengelolaan akun. Penulis juga menggunakan teknik *Purposeful sampling* atau bisa disebut purposive sampling, maka dari pada itu penulis bisa menetapkan beberapa informan yang sesuai dengan karakteristik penelitian ini. Dokumentasi mencakup pengumpulan bukti postingan dan data statistik interaksi. Analisis data melalui tahap reduksi, penyajian, dan penarikan kesimpulan. Metode triangulasi digunakan untuk memastikan keakuratan data dengan membandingkan informasi dari berbagai sumber. Penelitian bertujuan menghasilkan pemahaman komprehensif tentang pemanfaatan Instagram sebagai media komunikasi dan penyebaran informasi perpustakaan (Rusandi & Muhammad Rusli, 2021).



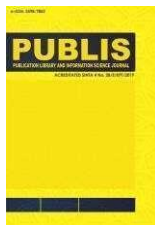
HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengelolaan Akun Instagram Di Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta @Perpustakaan_umy

Dalam rangka memenuhi kebutuhan informasi pengguna, perpustakaan dituntut untuk beradaptasi dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi. Penggunaan teknologi informasi dan komunikasi di perpustakaan dapat mempermudah berbagai tugas pustakawan, seperti pengelolaan koleksi, penyediaan akses informasi, serta pelayanan referensi secara (Junaedi & Mazidah, 2024). Namun, penerapan teknologi ini tidak serta-merta menggantikan peran penting pustakawan sebagai pengelola informasi yang memiliki pengetahuan khusus, kemampuan analisis, serta kemampuan interaksi langsung dengan pengguna untuk memahami kebutuhan informasi secara lebih mendalam. Penggunaan teknologi informasi dan komunikasi dianggap sebagai kemajuan perpustakaan dalam menyesuaikan diri dengan kebutuhan informasi di era modern ini (Sutoto, 2018). Salah satu cara yang efektif untuk memenuhi kebutuhan informasi masyarakat adalah dengan memanfaatkan media sosial yang populer. Melalui media sosial, perpustakaan dapat lebih mudah menjangkau pengguna dan menyebarkan informasi dengan cepat dan luas.

Media sosial didefinisikan sebagai sumber informasi online yang digunakan untuk mengedukasi masyarakat tentang produk, layanan, dan membangun citra merek. Platform ini memungkinkan penyebaran informasi secara luas dan interaktif, sehingga memudahkan pengguna untuk memahami dan mengenali suatu produk atau layanan (Yusuf & Rahman, 2023). Banyaknya pengguna yang memakai Instagram juga dimanfaatkan oleh berbagai instansi, menjadikannya sebagai alat publikasi informasi dengan ribuan pengikut. Salah satunya dilakukan oleh Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta melalui akun Instagram @perpustakaan_umy. Pengelolaan mediasosial Instagram oleh perpustakaan ini merupakan cara untuk mempertahankan perannya sebagai penyedia informasi yang dapat diakses dan dimanfaatkan oleh penggunanya.

Pengelolaan Instagram sebagai media diseminasi informasi dilakukan oleh



PUBLIS JOURNAL

Publication Library and Information Science

ISSN 2598-7852

Volume 9 Number 1 May 2025

<http://journal.umpo.ac.id/index.php/PUBLIS>

Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta melalui akun @perpustakaan_umy. Upaya ini dilakukan untuk memperluas jangkauan informasi karena media sosial memungkinkan akses yang lebih luas dan cepat. Pengelolaan media sosial Instagram di lingkungan perguruan tinggi memiliki peran penting, yaitu meningkatkan akses informasi, keterlibatan pengguna, dan promosi layanan. Instagram mempermudah penyebaran informasi terkait layanan, acara, dan pembaruan perpustakaan secara *real-time*. Selain itu, platform ini juga membantu membentuk citra perpustakaan sebagai institusi modern yang relevan bagi generasi muda. Tidak hanya itu, Instagram juga efektif digunakan untuk kegiatan edukasi, seperti memberikan tips akademik dan literasi digital yang bermanfaat bagi mahasiswa. Dalam pengelolaan Instagram Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, terdapat beberapa unsur yang berkontribusi terhadap keberhasilan strategi ini. Salah satu pendekatan yang digunakan adalah teori *The Circular Model of SOME* yang dikembangkan oleh Regina Luttrell. Teori ini terdiri dari empat tahapan (Bin Rohmad & Suranto, 2024), yaitu:

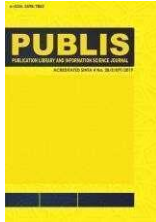
1. Membagikan (*Share*)

Gambar 3. Konten *Value, informative, educative, entertainment*



Sumber: https://www.instagram.com/perpustakaan_umy Penelitian 2024

Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta secara rutin membagikan tiga jenis konten utama, yaitu informative, educative, dan entertainment. Konten *informative* berisi informasi penting seperti perubahan jam operasional, pengumuman acara, atau layanan baru di perpustakaan. Konten *educative* memberikan panduan praktis, seperti cara menggunakan layanan



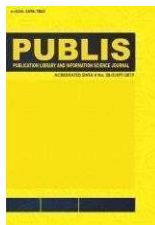
perpustakaan atau tips menyelesaikan tugas kuliah. Sementara itu, konten *entertainment* bertujuan untuk menarik perhatian pengguna dengan cara yang santai, seperti rekomendasi buku, fakta menarik, atau kuis interaktif. Semua konten ini dibagikan melalui fitur *Feed*, *Stories*, dan *Reels* di Instagram, sehingga dapat menjangkau lebih banyak pengguna. Berdasarkan penelitian Josvian Vito Gradianto Pada tahap *Share*, merupakan bentuk komunikasi yang menggunakan media untuk menyebarkan pesan kepada *follower* berupa informasi terkait edukasi tentang produk atau jasa suatu perusahaan. menekankan pada tahap *Share* terdapat tiga aspek kunci yang sangat penting untuk diperhatikan, mulai dari *participate*, *connect* and *build trust* (Gradianto & Andiansari, 2024).

2. Mengoptimalkan (*Optimize*)

Tim perpustakaan memastikan waktu unggah konten dilakukan pada saat audiens aktif, seperti saat jam makan siang atau setelah Magrib. Untuk memperluas jangkauan, mereka menggunakan *hashtag* khusus seperti #PerpusUMY agar konten mudah ditemukan. Selain itu, desain setiap unggahan dibuat menarik dengan warna dan logo khas UMY yang konsisten, sehingga mudah dikenali pengguna. Tim juga menggunakan data dari fitur *insight Instagram* untuk mengevaluasi performa unggahan, seperti jumlah tayangan atau interaksi. Informasi ini digunakan untuk memperbaiki strategi agar konten semakin menarik bagi pengguna. Hal ini Berdasarkan penelitian Rifky Wildan Herdiansyah Pada tahap *optimize* merupakan suatu proses pelaksanaan suatu program yang tersusun guna memenuhi target tujuan, sehingga dapat meningkatnya kinerja secara optimal dalam membagikan pesan kepada publik Terdapat dua aspek penting pada tahap mengoptimalkan ini yang perlu dipahami, yakni *listen & learn* dan *take part in authentic conversations* (Herdiansyah & Anugrah, 2023).

3. Mengelola (*Manage*)

Gambar 4. Konten Desain dan Visual



PUBLIS JOURNAL

Publication Library and Information Science

ISSN 2598-7852

Volume 9 Number 1 May 2025

<http://journal.umpo.ac.id/index.php/PUBLIS>

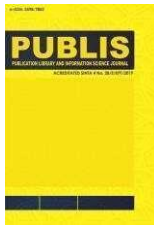


Sumber: https://www.instagram.com/perpustakaan_umpenelitian2024

Pengelolaan akun dilakukan oleh tim perpustakaan yang bekerja sama dalam merencanakan, membuat, dan mengunggah konten. Setiap anggota memiliki peran tertentu, seperti menulis teks unggahan, membuat desain grafis, atau memantau interaksi dengan audiens. Unggahan konten dijadwalkan secara teratur, misalnya *Feed* dan *Reels* diunggah dua kali seminggu, sedangkan *Stories* dipublikasikan setiap hari. Namun, ada tantangan yang dihadapi, seperti keterbatasan waktu pengelola karena mereka juga harus menyelesaikan tugas utama lainnya. Meskipun begitu, perpustakaan tetap berusaha memanfaatkan Instagram secara maksimal sebagai media penyebaran informasi. Penelitian dilakukan (Rosada & Diniati, 2024) mengatakan bahwa tahap manage adalah melakukan pemantauan secara berkala dan mengukur tindakan.

4. Melibatkan (*Engage*)

Perpustakaan menggunakan fitur interaktif di Instagram, seperti *Q&A*, polling, dan *IG Live*, untuk meningkatkan keterlibatan pengguna. Misalnya, melalui *IG Live*, perpustakaan dapat berinteraksi langsung dengan audiens, menjawab pertanyaan, dan menjelaskan layanan yang tersedia. Fitur *Reels* juga digunakan untuk menyampaikan informasi secara singkat dan kreatif, seperti tips akademik atau promosi acara. Perpustakaan juga menerima masukan dari pengguna melalui komentar atau pesan langsung (*direct message*), yang kemudian dijadikan bahan evaluasi untuk memperbaiki konten. Dengan cara ini, perpustakaan tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga membangun hubungan yang dekat dengan audiensnya, terutama mahasiswa. *Engage*, pada tahap yang terakhir ini menekankan pentingnya berinteraksi secara aktif dengan pengikut di akun media



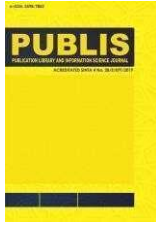
sosial, memperkuat hubungan dengan pengikut melalui repson yang cepat. Dimana hal ini akan meningkatkan exposure dan mengajak pengikut untuk berinteraksi agar mengoptimalkan pengguna media sosial instagram (Gradianto & Andiansari, 2024).

Diseminasi Informasi Media Sosial Instagram Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta @Perpustakaan_Umy

Pemanfaatan *Instagram* sebagai media diseminasi informasi juga dilakukan oleh Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta melalui akun *@perpustakaan_umy*. Langkah ini diambil sebagai solusi atas keterbatasan ruang gerak yang tidak memungkinkan penyebaran informasi perpustakaan secara *offline*, terutama saat pandemi Covid-19. Pentingnya penyebaran informasi ini juga bertujuan untuk mempertahankan eksistensi perpustakaan di kalangan mahasiswa, terutama dalam kondisi pandemi dan era globalisasi. *Media sosial* dipandang sebagai salah satu sarana terbaik untuk menyebarluaskan informasi secara *real-time*. Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan pengelola *media sosial Instagram* Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta terkait langkah-langkah penyebaran informasi, ditemukan beberapa unsur untuk mencapai kesuksesan diseminasi informasi. Menurut Ordonez dan Serrat, diseminasi informasi terdiri atas lima unsur (Maliha & Anwar, 2023), yaitu :

1. Komunikator (*Source*)

Tim Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta menentukan tanggung jawab sebagai komunikator di Instagram dengan menunjuk empat pengelola akun yang dipimpin oleh satu ketua pengelola. Seluruh pengelola bertanggung jawab dalam pembuatan dan penyebaran konten, termasuk membuat postingan di *Reels*, *Feed*, dan *Stories*, melakukan *repost* dari akun unit Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, serta membalas DM dan komentar. Dalam menjalankan tugas, mereka memastikan konten sesuai dengan kebutuhan pengguna, seperti menyajikan tips, trik, dan tutorial yang bermanfaat bagi mahasiswa. Pengelola berperan sebagai sumber informasi yang dapat dipercaya dan memastikan pesan yang disampaikan relevan, mudah dipahami, dan dapat memenuhi kebutuhan audiens. Penelitian yang dilakukan oleh Indah Hariyani



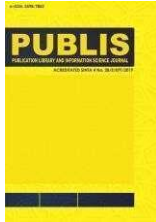
mengatakan bahwa Komunikator merupakan sumber penyebaran informasi baik individu maupun kelompok yang merupakan pihak dalam penyampaian informasi tersebut atau penyedia informasi. Sumber dalam proses diseminasi harus jelas dan dapat dipercaya serta memiliki kredibilitas. Hal ini untuk mendukung proses disebarkannya informasi yang harus sudah di validasi kebenarannya, maka dari itu informasi harus keluar dari sumber yang ahli dibidangnya (Hariyani & Erwina, 2023).

2. Pesan (*Content*)

Proses pemilihan dan pembuatan konten yang dipublikasikan di Instagram perpustakaan didasarkan pada konten value yang dibuat, permintaan pemustaka melalui komentar dan DM, serta evaluasi konten yang belum tersedia. Dari wawancara dengan pengelola media sosial Instagram Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, tim pengelola juga mempertimbangkan tren atau hal-hal yang sedang viral, termasuk penggunaan *sound* yang sedang populer. Kriteria penilaian konten yang layak diunggah mencakup ketidakberadaan unsur SARA dan manfaat bagi pemustaka (Tasmara & Sulistyanta, 2023). Untuk memastikan konten yang dipublikasikan menarik minat audiens, tim mengikuti tren terkini, menggunakan *sound* yang banyak diminati, serta desain visual yang enak dipandang. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Yunus Winoto dan Firda Ainadya Nur'Fadilla, terutama dalam perencanaan pesan. Dalam proses diseminasi informasi, content berperan sebagai unsur utama yang mencakup segala bentuk pesan yang disampaikan oleh komunikator. Pesan tersebut disusun dalam simbol atau representasi tertentu yang dapat dipahami, diinterpretasikan, dan diterima oleh khalayak sesuai dengan makna (Winoto & Nur'Fadilla, 2022).

3. Konteks (*Context*)

Tim Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta menentukan waktu yang tepat untuk mempublikasikan konten di Instagram berdasarkan kebiasaan pemustaka, seperti pada saat jam makan siang dan setelah salat Magrib, saat pemustaka lebih aktif mengakses *media sosial* (Bagas Nova Saputra & Saiddaeni,



2024) . Untuk menyesuaikan konten dengan kebutuhan dan minat pemustaka, tim secara aktif memantau interaksi di media sosial, termasuk komentar, pesan langsung (DM), dan umpan balik dari pemustaka. Melalui pemantauan interaksi di media sosial, tim dapat mengidentifikasi topik yang sering dibicarakan atau diminati oleh pemustaka, seperti kebutuhan informasi terkait akademik, acara kampus, atau teknologi baru. Tim juga memahami perubahan kebutuhan informasi dengan menganalisis pertanyaan yang diajukan oleh pemustaka melalui WhatsApp admin, DM, atau kolom komentar Instagram, yang kemudian menjadi dasar pembuatan konten. Berdasarkan hasil penelitian dari Indah Hariyani dan Wina Erwina Konteks (*context*) pada tahap ini diartikan sebagai faktor diluar orang yang berkomunikasi, seperti aspek fisik, aspek psikologi, aspek sosial, dan aspek waktu Indikator paling umum untuk mengklasifikasikan berdasarkan konteksnya atau tingkatnya yaitu jumlah peserta yang terlibat pada komunikasi tersebut (Hariyani & Erwina, 2023).

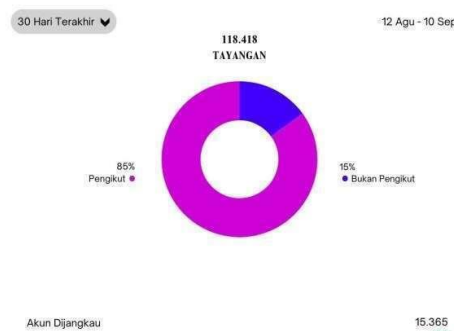
4. Media (*Medium*)

Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta memilih Instagram sebagai media utama untuk menyebarkan informasi karena platform ini sangat populer di kalangan mahasiswa, sehingga memudahkan dalam menjangkau audiens. Instagram yang fokus pada konten visual seperti gambar dan video, memungkinkan informasi disampaikan dengan cara yang menarik dan mudah dipahami. Fitur *interaktif* seperti *Stories* Pengguna dapat menambahkan foto atau video sementara yang hilang dalam 24 jam, dilengkapi dengan elemen interaktif seperti polling, pertanyaan, atau kuis., *Q&A*, *polling*, dan *live streaming* memfasilitasi komunikasi langsung dengan pengguna. Selain itu, Instagram juga menawarkan kemudahan pengelolaan konten melalui *fitur Reels* dan *Highlights*, yang memungkinkan informasi diakses kapan saja. Fitur-fitur ini digunakan untuk menyampaikan informasi secara efektif, seperti melalui *Reels* untuk video kreatif, *Stories* untuk pengumuman terkini dan interaksi langsung, serta *Feed* untuk menyimpan informasi penting. Dengan memanfaatkan berbagai fitur ini, perpustakaan dapat menyesuaikan strategi penyampaian informasi sesuai dengan kebutuhan pengguna. Strategi ini juga membantu

meningkatkan keterlibatan pengguna sehingga informasi yang tersebar (Sasmitaratri, 2021). Media dapat diartikan sebagai perantara dalam menyampaikan informasi dari komunikator kepada penerima. Open Library pada penelitian Ilma Maliha memanfaatkan website untuk menyebarkan materi pembelajaran, sementara Perpustakaan UMY menggunakan Instagram sebagai sarana penyampaian informasi (Maliha & Anwar, 2023).

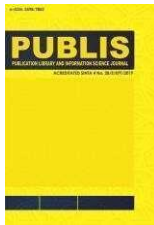
5. Penerima (User)

Gambar 5. *Diagram Tayangan Instagram Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta*



Sumber: https://www.instagram.com/perpustakaan_umpo Penelitian 2024

Berdasarkan Gambar 4, data statistik periode 12 Agustus hingga 10 September 2024 menunjukkan bahwa akun Instagram Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta mencatat 118.418 tayangan konten dan menjangkau 15.365 akun, dengan 85% di antaranya merupakan pengikut dan 15% bukan pengikut. Angka ini mengindikasikan efektivitas yang cukup baik dalam menarik perhatian audiens. Target utama konten ini adalah mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta sebagai pengguna utama, dengan fokus pada penyampaian informasi terkait layanan, koleksi, kegiatan, dan program perpustakaan. Selain itu, dosen dan staf akademik juga menjadi sasaran untuk mendukung kebutuhan akademik mereka, seperti informasi penelitian atau referensi. Calon mahasiswa dan masyarakat umum turut dijangkau untuk



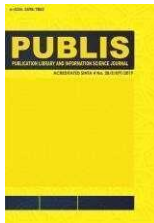
mempromosikan fasilitas perpustakaan, kampanye literasi, dan budaya membaca. Efektivitas penyampaian informasi diukur melalui fitur insight Instagram, meskipun pengukuran yang lebih mendalam belum dilakukan. Berdasarkan penelitian Encang Saepudin tahap Penerima user Dalam diseminasi informasi, penerima informasi dapat diidentifikasi sejak awal perencanaan diseminasi. penerima pesan dalam kegiatan diseminasi menjadi salah satu komponen sebagai target penerima pesan sekaligus dapat menentukan keberhasilan proses diseminasi seperti dengan melihat respon (Saepudin & Sugito, 2024)

KESIMPULAN

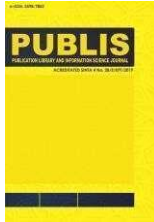
Berdasarkan tujuan untuk Penelitian ini mengevaluasi penggunaan akun Instagram Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta sebagai media diseminasi informasi, dengan fokus pada bagaimana platform ini dimanfaatkan untuk menyebarkan informasi kepada mahasiswa, staf, dan masyarakat umum. Dengan memperhatikan *Share, Optimize, Manage, Engage*. Dapat digambarkan Melalui tahapan Komunikator, Pesan, Konteks, media Dan Penerima. Tahap pengamatan, peneliti melaksanakan observasi langsung ke lokasi dan melakukan wawancara dengan Pustakawan. Tahap refleksi meliputi kegiatan pengkajian, pengamatan, dan analisis dari hasil tindakan yang telah dilaksanakan dengan mengacu pada data yang telah diakumulasikan pada tahap pengamatan. Dalam data interaksi menunjukkan bahwa platform ini efektif dalam menjangkau mahasiswa, staf, dan masyarakat umum, dengan mayoritas audiens berasal dari pengikut akun perpustakaan, yang menunjukkan tingginya keterlibatan pengguna dalam mengakses informasi yang disediakan. Kesimpulan yang dapat diambil bahwa Pengelolaan akun instagram perpustakaan Universitas Muhammadiyah Jogjakarta efektif sebagai media Diseminasi Informasi perpustakaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Bagas Nova Saputra, & Saiddaeni. (2024). Manajemen Media Sosial Lembaga Pendidikan Islam : Studi Pada SMP IT Taqiyya Rosyida Kartasura. *Indonesian Journal of Islamic Educational Review*, 1(1), 22–37. <https://doi.org/10.58230/ijer.v1i1.42>
- Bin Rohmad, M. H., & Suranto, S. (2024). Manajemen media sosial (studi kasus pada akun Instagram @kemendag). *Lektor: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(4), 394–



405. <https://doi.org/10.21831/lektur.v6i4.20979>
- Gradianto, J. V., Andiansari, P., Yogyakarta, T., & Yogyakarta, U. T. (2024). Pengelolaan Akun Media Sosial Instagram @ Keretaapaikita Oleh Public Relations Pt . Kereta. *Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Sosial Dan Informasi* Volume, 9(3), 713–729.
- Hariyani, I., & Erwina, W. (2023). *Rancang bangun Model Diseminasi Informasi pada Tradisi Suraan di Kampung Cireundeu Cimahi Selatan untuk mendukung literasi Budaya*. 2(1), 18–29. <https://jurnal.arkainstitute.co.id/index.php/nautical/article/view/674>
- Herdiansyah, R. W., Anugrah, D., & Ma'arif, A. A. (2023). Pengelolaan Digital Public Relations Dalam Meningkatkan Brand Image @sma1bantaruweg. *Reputation Jurnal Hubungan Masyarakat*, 8(1), 23–42. <https://doi.org/10.15575/reputation.v8i1.29852>
- Junaedi, & Mazidah. (2024). Promosi Perpustakaan Melalui Media Sosial Instagram di UPT Pusat Perpustakaan UIN Raden Mas Said Surakarta. *Information Science and Library*, 4(2), 74. <https://doi.org/10.26623/jisl.v4i2.9070>
- Mahmudah, S. M., & Rahayu, M. (2020). Pengelolaan Konten Media Sosial Korporat pada Instagram Sebuah Pusat Perbelanjaan. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 2(1), 1–9. <https://doi.org/10.33366/jkn.v2i1.39>
- Maliha, I., & Anwar, R. K. (2023). Penerapan Layanan Opencourseware Open Library Telkom University sebagai Media Pembelajaran Gratis. *Jurnal Pustaka Ilmiah*, 9(1), 21. <https://doi.org/10.20961/jpi.v9i1.71725>
- Panggabean, A. D. (2024). *Data Jumlah Pengguna Instagram di Indonesia Pada Tahun 2024*. Rri.Co.Id. <https://www.rri.co.id/ipitek/721570/ini-data-statistik-penggunaan-media-sosial-masyarakat-indonesia-tahun-2024>
- Prawira, M. D. P. Y. (2024). DISEMINASI INFORMASI PELAYANAN PARIWISATA MELALUI WEBSITE DI DINAS PARIWISATA DAN KEBUDAYAAN KABUPATEN OGAN KOMERING ULU PROVINSI SUMATERA SELATAN. *Sustainability (Switzerland)*, 11(1), 1–14. http://eprints.ipdn.ac.id/18648/1/REPOSITORY_AZZAM.pdf
- Qurotianti, A. (2020). Penerapan Blended Librarian di Era Digital (Studi Kasus di Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta). *Lentera Pustaka: Jurnal Kajian Ilmu Perpustakaan, Informasi Dan Kearsipan*, 6(1), 13–22. <https://doi.org/10.14710/lenpust.v6i1.27876>
- Rahmat Fadhli, Husein Saeful Insan, M. I. (2018). Diseminasi Informasi Berbasis Media Sosial Pada Perpustakaan Digital Budaya Indonesia. *Seminar Nasional Prodi Ilmu Perpustakaan UM Literasi Digital Dari Pustakawan Untuk Merawat Kebhinekaan Malang, 10 Oktober 2018*, 60–68.
- Rosada, A., & Diniati, A. (2024). *Analisis Pengelolaan Konten Instagram @ Bukittinggiku Sebagai Pusat*. 11(3), 3269–3274.
- Rusandi, & Muhammad Rusli. (2021). Merancang Penelitian Kualitatif Dasar/Deskriptif dan Studi Kasus. *Al-Ubudiyah: Jurnal Pendidikan Dan Studi Islam*, 2(1), 48–60. <https://doi.org/10.55623/au.v2i1.18>
- Saepudin, E., & Sugito. (2024). *Video Company Profile sebagai Media Diseminasi Informasi Potensi Desa Jemah*. 4, 5412–5431. [32](https://j-</p></div><div data-bbox=)



innovative.org/index.php/Innovative/article/view/12652

- Sasmitaratri, A. V. (2021). Penggunaan Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Upt Perpustakaan Universitas Diponegoro. *Jurnal Ilmu Perpustakaan*, 10(3), 10–17.
- Sutoto, I. (2018). B . Pengembangan Perpustakaan. *Buletin Perpustakaan Universitas Islam Indonesia*, 1(1), 71–82.
- Tasmara, A., & Sulistyanta. (2023). Penegakan Hukum Terkait Distribusi Konten Bermuatan SARA Berdasarkan Hukum Positif di Indonesia. *Eksekusi: Jurnal Ilmu Hukum Dan Administrasi Negara*, 1(3), 82–90.
- umy.ac.id. (2024). *Perpustakaan UMY Raih Juara Instagram Terbaik di FPPTMA AWARDS 2024*. Web Perpustakaan UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA. <https://www.umi.ac.id/perpustakaan-umi-raih-juara-instagram-terbaik-di-fpptma-awards-2024>
- Winoto, Y., & Nur'Fadilla, F. A. (2022). Rancang Bangun Model Diseminasi Informasi Pada Destinasi Pariwisata Budaya Situs Bojong Galuh Karangkamulyan Kabupaten Ciamis. *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 27(2), 114.
- Yusuf, F., Rahman, H., Rahmi, S., & Lismayani, A. (2023). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Komunikasi, Informasi, Dan Dokumentasi: Pendidikan Di Majelis Taklim Annur Sejahtera. *JHP2M: Jurnal Hasil-Hasil Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 2, 1–8.