

## TINJAUAN SISTEMATIS TENTANG PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL UNTUK PROMOSI PERPUSTAKAAN AKADEMIK

**Dita Garnita**

Universitas Indonesia  
Email: garnita.dita@ui.ac.id

**Indira Irawati**

Universitas Indonesia  
Email: sindirairawati@yahoo.com

**Abstract:** *This study aims to collect, summarize, analyze, and synthesize information about the use of social media for the promotion of academic libraries in journal articles, undergraduate theses, master theses, and dissertations published in 2012-2021. Researchers conducted a literature search on several online databases subscribed to by the University of Indonesia (Science Direct, Emerald, and ProQuest), open access journal articles indexed at Garuda Ristekbrin, as well as undergraduate theses, theses, and dissertations from the UI Library website (lib.ui.ac.id). The selection process resulted in 14 documents for analysis. The results showed that the most widely used social media for library promotion are Facebook, Instagram, Twitter, and YouTube. The content that users are most interested in is in the form of images and videos. Promotion of libraries on social media can be done in the form of sharing information, promoting services, activities, and collections, providing social media-based services, and quizzes. Challenges faced include lack of competence, high workload of staff, privacy and identity theft issues, slow internet speeds, and frequent power outages. The results of this study can be used by the library to develop its promotion strategy. In addition, researchers who are interested in studying library promotion through social media can look at the results of this study to choose methods and perspectives that have not been used before.*

**Keywords:** *systematic review; social media; promotion; library.*

**Abstrak:** Penelitian ini bertujuan untuk mengumpulkan, merangkum, melakukan analisis, dan sintesis informasi tentang penggunaan media sosial untuk promosi perpustakaan akademik pada artikel jurnal, skripsi, tesis, dan disertasi yang terbit dalam kurun waktu tahun 2012-2021. Peneliti melakukan penelusuran literatur pada beberapa *online database* yang dilanggan Universitas Indonesia (Science Direct, Emerald, dan ProQuest), artikel jurnal *open access* yang terindeks di Garuda Ristekbrin, serta skripsi, tesis, dan disertasi dari situs Perpustakaan Universitas Indonesia (lib.ui.ac.id). Proses seleksi menghasilkan 14 dokumen untuk dianalisis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial yang banyak digunakan untuk promosi perpustakaan adalah Facebook, Instagram, Twitter, dan

YouTube. Konten yang paling diminati pengguna yaitu dalam bentuk gambar dan video. Promosi perpustakaan di media sosial dapat dilakukan dalam bentuk berbagi informasi, promosi layanan, kegiatan, dan koleksi, menyediakan layanan berbasis media sosial, serta mengadakan kuis. Tantangan yang dihadapi antara lain jumlah, kompetensi, dan beban kerja staf, masalah privasi dan pencurian identitas, kecepatan internet yang lambat, dan pemadaman listrik yang sering terjadi. Hasil penelitian ini dapat digunakan oleh perpustakaan untuk mengembangkan strategi promosinya. Selain itu, peneliti yang tertarik untuk mengkaji tentang promosi perpustakaan melalui media sosial dapat melihat hasil penelitian ini untuk memilih metode dan perspektif yang belum pernah digunakan sebelumnya.

**Kata Kunci:** tinjauan sistematis; media sosial; promosi; perpustakaan

## **PENDAHULUAN**

Pada awal abad ke-21, terjadi pergeseran fungsi internet. Sebelumnya, internet hanya menjadi tempat untuk memperoleh informasi. Kini, pengguna juga dapat berkontribusi dalam membuat konten di internet, dan melakukan interaksi dengan sesama pengguna internet. Adanya komponen partisipasi dan interaksi pengguna ini memunculkan istilah Web 2.0 atau media sosial.

Media sosial adalah tempat di dunia maya di mana pengguna dapat berinteraksi secara bebas, berbagi, dan berdiskusi. Konten media sosial dapat berisi kata-kata (teks), gambar, video, maupun audio. Selain berbagi konten, pengguna juga dapat melakukan percakapan personal melalui media sosial<sup>1</sup>.

Saat ini, sebagian besar pengguna internet telah menggunakan media sosial secara aktif. Hampir seluruh pengguna media sosial mengaksesnya melalui ponsel. Menurut laporan bertajuk *Digital 2021: April Global Statshot Report* yang dirilis *We Are Social dan Hootsuite*, terdapat 4,33 milyar pengguna aktif media sosial. Jumlah ini setara dengan lebih dari separuh populasi dunia. Media sosial yang paling banyak digunakan di dunia yaitu WhatsApp, Facebook, Instagram, Twitter, dan FB Messenger. Di Indonesia, terdapat 170 juta pengguna aktif media sosial. Artinya, 61,8% dari seluruh populasi Indonesia telah menggunakan media

---

<sup>1</sup> Curtis 2014 dalam R.E. Rubin dan J. Janes, *Foundations of Library and Information Science, Fourth Edition* (American Library Association, 2017), [https://books.google.co.id/books?id=muk\\_DwAAQBAJ](https://books.google.co.id/books?id=muk_DwAAQBAJ).

sosial. Media sosial yang paling sering digunakan adalah YouTube, WhatsApp, Instagram, Facebook, dan Twitter<sup>2</sup>.

Selain digunakan oleh masyarakat umum untuk berbagi konten, media sosial juga digunakan perpustakaan untuk menyebarkan informasi kepada pemustaka terkait layanan, koleksi, dan kegiatannya. Perpustakaan juga dapat memanfaatkan media sosial untuk berinteraksi dengan pengguna, memberikan pendidikan literasi digital, serta menampung saran dan kritik sehingga dapat memperkuat hubungan dengan pengguna<sup>3</sup>. Sebanyak 89,86% asosiasi perpustakaan di benua Amerika telah menggunakan media sosial. Media yang paling banyak digunakan antara lain Facebook, Twitter, LinkedIn, dan blog<sup>4</sup>.

Sementara itu, di Indonesia, media sosial yang sering dimanfaatkan perpustakaan adalah Facebook, Twitter, dan Instagram. Sayangnya, belum semua perpustakaan di Indonesia memanfaatkan media sosial secara optimal untuk mempromosikan layanan dan koleksinya. Hal ini diakibatkan kurangnya waktu dan sumber daya manusia yang mengelola akun media sosial perpustakaan<sup>5</sup>. Maka dari itu, perpustakaan perlu mengetahui bagaimana pengelolaan media sosial yang efektif untuk promosi dan interaksi dengan pengguna.

Untuk mempelajari hal tersebut, beberapa studi terdahulu telah mengkaji media sosial menggunakan teknik *systematic review* (tinjauan sistematis). Beberapa penelitian tinjauan sistematis terdahulu telah ada yang mengkaji penggunaan media sosial untuk berbagi pengetahuan. Tinjauan sistematis tersebut dituangkan dalam bentuk artikel jurnal yang dipublikasikan di beberapa pangkalan data daring.

Hosen dkk.<sup>6</sup> meneliti tentang motivasi pelajar dan pengaruh media sosial terhadap aktivitas berbagi pengetahuan dan prestasi belajar. Penelitian tersebut

---

<sup>2</sup> Simon Kemp, "Digital 2021 April Statshot Report," DataReportal – Global Digital Insights, 21 April 2021, <https://datareportal.com/reports/digital-2021-april-global-statshot>.

<sup>3</sup> Rubin dan Janes, *Foundations of Library and Information Science, Fourth Edition*.

<sup>4</sup> Akhtar Hussain, "Adoption of Web 2.0 in library associations in the presence of social media," *Program* 49, no. 2 (1 Januari 2015): 151–69, <https://doi.org/10.1108/PROG-02-2013-0007>.

<sup>5</sup> Yeni Budi Rachman dan Dinda Ayunindia Putri, "Social Media Application in Indonesian Academic Libraries.," *Webology* 15, no. 1 (2018).

<sup>6</sup> "Individual motivation and social media influence on student knowledge sharing and learning performance: Evidence from an emerging economy," *Computers & Education* 172 (1 Oktober 2021): 104262, <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2021.104262>.

menyatakan bahwa media sosial memiliki dampak positif terhadap perilaku berbagi pengetahuan siswa. Selain itu, ada pula penelitian Ahmed dkk.<sup>7</sup> yang menyatakan bahwa masyarakat secara aktif mencari informasi, berbagi informasi, dan berinteraksi di media sosial melalui berbagai perspektif, antara lain perspektif bisnis, kesehatan, pendidikan, manajemen bencana, dan pengembangan kompetensi. Penggunaan media sosial untuk berbagi pengetahuan dalam perspektif organisasi dibahas dalam penelitian Kwayu, Abubakre, dan Lai<sup>8</sup>. Hasil penelitian tersebut mengemukakan bahwa media sosial digunakan oleh individu di organisasi untuk berbagi pengetahuan secara informal. Selain itu, media sosial juga dimanfaatkan untuk koordinasi seputar operasional sehari-hari organisasi. Aktivitas berbagi pengetahuan di media sosial juga dipengaruhi oleh interaksi sosial antar anggota grup.

Selain untuk berbagi pengetahuan secara internal, media sosial juga dapat digunakan untuk promosi dan komunikasi kepada pengguna, misalnya untuk promosi dan komunikasi oleh instansi pelayanan kesehatan ke masyarakat luas<sup>9</sup>. Di kalangan pustakawan, media sosial dapat digunakan untuk pengembangan kompetensi profesional, seperti yang dikemukakan dalam penelitian Luo dan Hostetler<sup>10</sup>. Hasil penelitian tersebut menyebutkan bahwa media sosial memiliki potensi untuk diadopsi sebagai sarana pengembangan kompetensi, terutama pada area yang memiliki infrastruktur, dukungan, dan sumber daya yang terbatas.

Berdasarkan pemaparan di atas, dapat disimpulkan bahwa penggunaan media sosial telah banyak diteliti. Meskipun demikian, penulis belum menemukan artikel jurnal dengan teknik *systematic review* yang secara spesifik meneliti tentang penggunaan media sosial oleh perpustakaan. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk melakukan tinjauan sistematis mengenai penggunaan media sosial

---

<sup>7</sup> "Social media for knowledge-sharing: A systematic literature review," *Telematics and Informatics* 37 (1 April 2019): 72–112, <https://doi.org/10.1016/j.tele.2018.01.015>.

<sup>8</sup> "The influence of informal social media practices on knowledge sharing and work processes within organizations," *International Journal of Information Management* 58 (1 Juni 2021): 102280, <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102280>.

<sup>9</sup> S Anne Moorhead dkk., "A new dimension of health care: systematic review of the uses, benefits, and limitations of social media for health communication," *Journal of medical Internet research* 15, no. 4 (2013): e85.

<sup>10</sup> "Making professional development more social: A systematic review of librarians' professional development through social media," *The Journal of Academic Librarianship* 46, no. 5 (1 September 2020): 102193, <https://doi.org/10.1016/j.acalib.2020.102193>.

untuk promosi perpustakaan. Penelitian ini akan berfokus pada perpustakaan akademik, karena 64,8% pengguna media sosial di Indonesia berusia 18-34 tahun<sup>11</sup>, atau sesuai dengan kelompok usia rata-rata mahasiswa program sarjana dan magister.

Permasalahan dalam penelitian ini adalah media sosial telah banyak digunakan secara aktif, baik oleh individu maupun organisasi. Perpustakaan di Indonesia juga telah banyak yang memiliki akun media sosial. Sayangnya, media sosial di perpustakaan belum dimanfaatkan secara optimal karena kurangnya jumlah, kompetensi, dan waktu yang dikhususkan untuk mengelola media sosial.

Penelitian ini bertujuan untuk mengumpulkan, merangkum, melakukan analisis, dan sintesis informasi tentang penggunaan media sosial untuk promosi perpustakaan akademik pada artikel jurnal, skripsi, tesis, dan disertasi yang terbit dalam kurun waktu tahun 2012-2021. Penulis berharap hasil penelitian ini dapat berkontribusi terhadap ilmu perpustakaan dan informasi, khususnya mengenai promosi perpustakaan melalui media sosial. Melalui tinjauan sistematis, kita juga dapat mengetahui keterbatasan dan *gap* penelitian saat ini mengenai media sosial di perpustakaan akademik, sehingga dapat memberikan ide mengenai topik yang belum banyak diteliti. Selain itu, hasil penelitian ini juga dapat menambah pengetahuan pustakawan mengenai pengelolaan media sosial, sehingga perpustakaan akademik dapat meningkatkan promosi layanannya.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini merupakan tinjauan sistematis dengan pendekatan kualitatif untuk memahami makna fenomena dan hubungannya melalui penyelidikan yang mendalam<sup>12</sup>. Tinjauan sistematis dapat didefinisikan sebagai metode pengumpulan, sintesis, dan evaluasi yang sistematis dan transparan mengenai

---

<sup>11</sup> Kemp, "Digital 2021 April Statshot Report."

<sup>12</sup> D. Gough, S. Oliver, dan J. Thomas, *An Introduction to Systematic Reviews* (SAGE Publications, 2017), <https://books.google.co.id/books?id=41sCDgAAQBAJ>.

temuan penelitian tentang topik tertentu<sup>13</sup>. Penelitian ini disajikan dengan mempertimbangkan PRISMA 2020 *Checklist*<sup>14</sup>.

### Pertanyaan Penelitian

Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengumpulkan, merangkum, melakukan analisis, dan sintesis informasi tentang penggunaan media sosial untuk promosi perpustakaan akademik. Untuk mencapai tujuan tersebut, penulis merumuskan pertanyaan penelitian menggunakan strategi PICO (*Population, Intervention, Comparison, dan Outcome*)<sup>15</sup>. Berikut ini deskripsi komponen PICO pada tinjauan sistematis mengenai penggunaan media sosial di perpustakaan.

**Tabel 1.**  
**Deskripsi Komponen PICO**

<b>Komponen</b>	<b>Deskripsi</b>	<b>Kata Kunci</b>
<i>Population</i>	Perpustakaan akademik	<i>Academic librar*</i> , <i>university librar*</i> , perpustakaan akademik, perpustakaan universitas, perpustakaan perguruan tinggi
<i>Intervention</i>	Promosi perpustakaan melalui media sosial	<ul style="list-style-type: none"><li>• <i>Social media</i>, media sosial, jejaring sosial, Twitter, tweet, Instagram, Facebook, WhatsApp, Telegram</li><li>• Promosi, pemasaran, publikasi, publisitas, <i>marketing</i>, <i>promotion</i>, <i>publicity</i></li></ul>
<i>Comparison</i>	-	
<i>Outcome</i>	Aktivitas pengguna dan perpustakaan di media sosial, jenis konten, tantangan	-

<sup>13</sup> Sweet dan Moynihan 2007 dalam J. Jesson, L. Matheson, dan F.M. Lacey, *Doing Your Literature Review: Traditional and Systematic Techniques* (SAGE Publications, 2011), <https://books.google.co.id/books?id=NAYrLb8qsd4C>.

<sup>14</sup> Matthew J Page dkk., "The PRISMA 2020 statement: an updated guideline for reporting systematic reviews," *BMJ* 372 (29 Maret 2021): n71, <https://doi.org/10.1136/bmj.n71>.

<sup>15</sup> Cristina Maméidio da Costa Santos, Cibele Andruccioli de Mattos Pimenta, dan Moacyr Roberto Cuce Nobre, "The PICO strategy for the research question construction and evidence search," *Revista latino-americana de enfermagem* 15, no. 3 (2007): 508–11.

Berdasarkan tabel di atas, penulis merumuskan beberapa pertanyaan penelitian sebagai berikut.

1. Apa saja media sosial yang digunakan untuk promosi perpustakaan akademik?
2. Aktivitas apa yang dilakukan oleh perpustakaan akademik di media sosial?
3. Apa saja jenis konten yang ada di media sosial perpustakaan akademik?
4. Tantangan apa yang dihadapi perpustakaan akademik dalam mengelola media sosial?

### **Kriteria Inklusi dan Eksklusi**

Kriteria inklusi dan eksklusi disusun agar dokumen yang dipilih berisi topik yang berkaitan dengan penelitian. Dokumen yang dikumpulkan merupakan artikel jurnal, skripsi, tesis, dan disertasi berbahasa Indonesia dan Inggris terbitan tahun 2012-2021, yang terkait dengan topik penggunaan media sosial untuk promosi perpustakaan akademik. Berikut ini kriteria inklusi dan eksklusi penelitian.

**Tabel 2.**  
**Kriteria Inklusi dan Eksklusi**

<b>Kriteria Inklusi</b>	<b>Kriteria Eksklusi</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Dokumen merupakan artikel jurnal, skripsi, tesis, dan disertasi</li><li>• Tersedia dalam bentuk <i>full-text</i></li><li>• Dokumen digital dipublikasikan secara daring pada pangkalan data yang ditelusuri</li><li>• Terbit pada tahun 2012-2021</li><li>• Berbahasa Indonesia atau Inggris</li><li>• Berhubungan dengan topik penelitian</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Prosiding, makalah, laporan penelitian, dan dokumen lain yang tidak termasuk kriteria inklusi</li><li>• Tidak tersedia dalam bentuk <i>full-text</i></li><li>• Dokumen hanya tersedia dalam versi tercetak atau dipublikasikan di luar database yang ditelusuri</li><li>• Terbit sebelum tahun 2012</li><li>• Ditulis dalam bahasa selain bahasa Inggris atau Indonesia</li><li>• Tidak terkait dengan pertanyaan penelitian</li></ul>

### Sumber Informasi

Peneliti melakukan penelusuran literatur pada beberapa pangkalan data yang dilanggan Universitas Indonesia (Science Direct, Emerald, dan ProQuest) serta artikel jurnal akses terbuka yang terindeks di Garuda Ristekbrin. Selain itu, penulis juga melakukan penelusuran di situs Perpustakaan Universitas Indonesia (lib.ui.ac.id) untuk mencari skripsi, tesis, dan disertasi yang terkait topik media sosial dan perpustakaan. Pangkalan data dan situs tersebut dipilih karena memiliki informasi yang relevan dan lengkap terkait topik media sosial dan perpustakaan.

### Strategi Penelusuran

Berdasarkan deskripsi komponen PICO pada Tabel 1, penulis merumuskan kata kunci penelusuran literatur. Kosa kata yang memiliki arti sama (sinonim) digabungkan menggunakan *Boolean operator* OR, sedangkan kosa kata yang memiliki makna berbeda digabungkan menggunakan AND. Berikut ini kata kunci penelusuran yang digunakan. Penggunaan *Boolean operator* bertujuan untuk membuat hasil penelusuran lebih spesifik, sesuai dengan topik penelitian.

**Tabel 3.**  
**Kata Kunci Penelusuran**

Komponen	Kata Kunci	Kata Kunci Penelusuran
<i>Population</i>	<i>Academic librar*</i> , <i>university librar*</i> , perpustakaan akademik, perpustakaan universitas, perpustakaan perguruan tinggi	("academic librar*" OR "university librar*" OR "perpustakaan akademik" OR "perpustakaan perguruan tinggi" OR "perpustakaan universitas")
<i>Intervention</i>	<ul style="list-style-type: none"><li><i>Social media</i>, media sosial, jejaring sosial, Twitter, tweet, Instagram, Facebook, WhatsApp, Telegram</li><li>Promosi, pemasaran, publikasi, publisitas, <i>marketing</i>, <i>promotion</i>, <i>publicity</i></li></ul>	AND ("social media" OR "media sosial" OR "jejaring sosial" OR twitter OR tweet OR Instagram OR facebook OR WhatsApp) AND (promosi OR pemasaran OR publikasi OR publisitas OR <i>marketing</i> OR <i>promotion</i> OR <i>publicity</i> )



Selain menggunakan *Boolean operator*, menu *filter* juga dapat dimanfaatkan untuk mempersempit hasil pencarian. Kata kunci pada Tabel 3 di atas beserta menu *filter* digunakan untuk penelusuran artikel jurnal di *database* Emerald, ProQuest, dan Science Direct. Sementara itu, untuk pencarian pada *lib.ui.ac.id* dan Garuda Ristekbrin, penelusuran dilakukan tanpa menggunakan *Boolean operator*, kemudian dilakukan eksklusi dan inklusi secara manual tanpa bantuan menu *filter*.

**Tabel 4.**  
**Strategi Penelusuran**  
**Pada Pangkalan Data Emerald, ProQuest, dan Science Direct**

<b>Database</b>	<b>Lokasi Penelusuran Kata Kunci</b>	<b>Filter yang Digunakan</b>
Emerald	Abstrak	<ul style="list-style-type: none"><li>• Akses: <i>Full text</i>,</li><li>• Tipe: <i>Article</i></li><li>• Tahun terbit: 2012-2021</li></ul>
ProQuest	Abstrak	<ul style="list-style-type: none"><li>• Akses: <i>Full text, Peer reviewed</i></li><li>• Tipe: <i>Scholarly journals, Article</i></li><li>• Tahun terbit: 2012-2021</li><li>• Bahasa: Inggris</li></ul>
Science Direct	Judul, abstrak, kata kunci	<ul style="list-style-type: none"><li>• Akses: <i>Subscribed Journals</i></li><li>• Tahun terbit: 2012-2021</li><li>• Tipe: <i>Research Article</i></li></ul>

Untuk memastikan agar dokumen sesuai dengan pertanyaan penelitian, dilakukan penilaian kualitas yang diadaptasi dari Busalim dan Husin<sup>16</sup>, yang terdiri dari empat kriteria. Berdasarkan hasil penilaian pada Tabel 5, ada dua dokumen yang dikeluarkan, yaitu dengan kode D6 dan D17 karena pembahasan artikel yang terlalu general, D9 karena topik penelitian tersebut tidak terkait dengan perpustakaan akademik, dan D12 karena artikel tidak menjelaskan metode penelitian yang digunakan.

<sup>16</sup> "Understanding social commerce: A systematic literature review and directions for further research," *International Journal of Information Management* 36, no. 6, Part A (1 Desember 2016): 1075–88, <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2016.06.005>.

**Tabel 5.**  
**Penilaian Kualitas Dokumen**

<b>Kode</b>	<b>Penulis</b>	<b>P1</b>	<b>P2</b>	<b>P3</b>	<b>P4</b>
D1	AlAwadhi dan Al-Daihani 2019 <sup>17</sup>	✓	✓	✓	✓
D2	Amelia 2018 <sup>18</sup>	✓		✓	
D3	Budu dkk. 2020 <sup>19</sup>	✓	✓	✓	✓
D4	Chan 2012 <sup>20</sup>	✓	✓	✓	✓
D5	T. T. W. Chan, Lam, dan Chiu 2020 <sup>21</sup>	✓	✓	✓	✓
D6	Dikeluarkan				
D7	Islamy 2020 <sup>22</sup>	✓	✓	✓	
D8	Istiana 2017 <sup>23</sup>	✓	✓	✓	✓
D9	Dikeluarkan				
D10	L. Luo, Wang, dan Han 2013 <sup>24</sup>	✓	✓	✓	✓
D11	Martutik 2018 <sup>25</sup>	✓	✓	✓	✓
D12	Dikeluarkan				
D13	Putri 2018 <sup>26</sup>	✓	✓	✓	✓
D14	Suharso 2020 <sup>27</sup>	✓	✓	✓	✓
D15	Supriyanto 2019 <sup>28</sup>	✓	✓	✓	✓
D16	Xu dkk. 2015 <sup>29</sup>	✓	✓	✓	✓
D17	Dikeluarkan				
D18	Zhu 2016 <sup>30</sup>	✓	✓	✓	✓

**Kriteria Penilaian:**

- P1. Apakah topik penelitian terkait dengan penggunaan media sosial untuk promosi perpustakaan akademik?  
 P2. Apakah metodologi penelitian dideskripsikan secara jelas?  
 P3. Apakah metode pengumpulan data dideskripsikan secara jelas?  
 P4. Apakah tahap analisis data dideskripsikan secara jelas?

<sup>17</sup> AlAwadhi dan Al-Daihani 2019

<sup>18</sup> Amelia 2018

<sup>19</sup> Budu dkk. 2020

<sup>20</sup> Chan 2012

<sup>21</sup> T. T. W. Chan, Lam, dan Chiu 2020

<sup>22</sup> Islamy 2020

<sup>23</sup> Istiana 2017

<sup>24</sup> L. Luo, Wang, dan Han 2013

<sup>25</sup> Martutik 2018

<sup>26</sup> Putri 2018

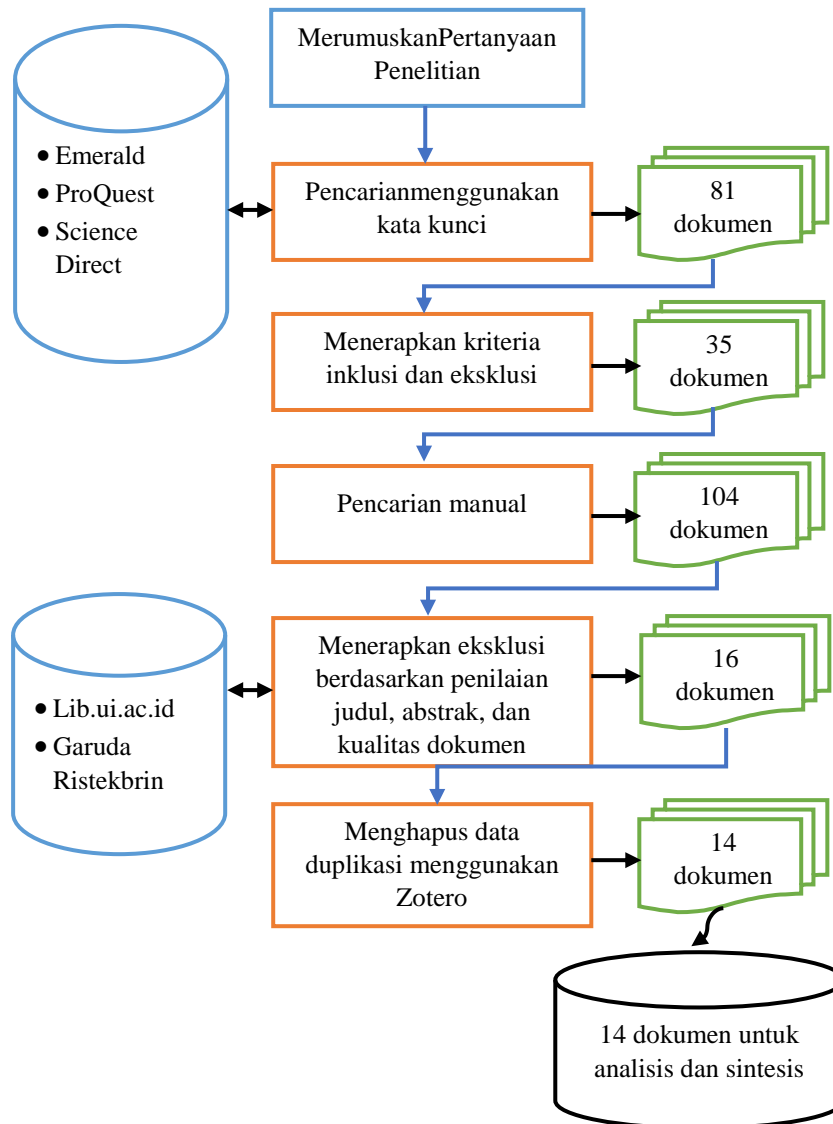
<sup>27</sup> Suharso 2020

<sup>28</sup> Supriyanto 2019

<sup>29</sup> Xu dkk. 2015

<sup>30</sup> Zhu 2016

**Gambar 1.**  
**Proses Seleksi Dokumen**  
*Diagram diadaptasi dari Ahmed dkk. <sup>31</sup>*



Setelah dokumen yang memenuhi kriteria inklusi dan eksklusi didapatkan, selanjutnya dilakukan proses eliminasi data duplikasi dengan menggunakan bantuan aplikasi pengelola referensi Zotero. Proses seleksi menghasilkan 14 dokumen untuk dianalisis dan sintesis. Berikut ini jumlah dokumen hasil akhir proses seleksi berdasarkan pangkalan data.

<sup>31</sup> “Social media for knowledge-sharing: A systematic literature review.”

**Tabel 6.**  
**Jumlah Dokumen Hasil Seleksi Berdasarkan Pangkalan Data**

<b>Pangkalan Data</b>	<b>Jumlah</b>
Garuda Ristekbrin	6 artikel jurnal
Emerald	4 artikel jurnal
Science Direct	2 artikel jurnal
ProQuest	1 artikel jurnal
Lib.ui.ac.id	1 skripsi

## **KAJIAN TEORI**

Media sosial atau Web 2.0 merupakan media virtual yang memiliki komponen partisipasi dan interaksi antar pengguna. Istilah media sosial merujuk pada berbagai media daring, seperti blog, forum, jejaring sosial, *microblog*, media berbagi foto dan video, serta media kolaborasi di bidang bisnis dan *gaming*<sup>32</sup>. Di bidang bisnis dan instansi pelayanan masyarakat seperti perpustakaan, media sosial dapat digunakan untuk berkomunikasi dengan pengguna atau konsumen. Interaksi di media sosial dapat membangun kedekatan emosional pengguna dengan perpustakaan. Pengguna yang memiliki hubungan baik dengan perpustakaan dapat menyebarkan kembali pengalaman positif mereka kepada orang lain (*word of mouth*) dan menarik pengguna baru<sup>33</sup>.

Selain untuk berkomunikasi dan berbagi pengetahuan, media sosial juga memiliki manfaat lainnya. Dari segi waktu dan biaya, media sosial merupakan media yang dapat menjangkau banyak pengguna internet dalam waktu singkat dan dengan biaya yang relatif rendah. Media sosial juga memungkinkan adanya kolaborasi dalam menciptakan, memperbarui, dan merevisi pengetahuan yang ada di internet<sup>34</sup>. Berikut ini aktivitas yang dapat dilakukan oleh perpustakaan di berbagai jenis media sosial.

<sup>32</sup> Thomas Aichner dkk., "Twenty-five years of social media: a review of social media applications and definitions from 1994 to 2019," *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking* 24, no. 4 (2021): 215–22.

<sup>33</sup> Aichner dkk.

<sup>34</sup> Elisa Arrigo, "Social media marketing in luxury brands," *Management Research Review* 41, no. 6 (1 Januari 2018): 657–79, <https://doi.org/10.1108/MRR-04-2017-0134>.

**Tabel 7.**  
**Aktivitas yang dapat Dilakukan Perpustakaan di Media Sosial**

<b>Blog</b>	<b>Situs Jejaring Sosial</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Memberikan informasi terbaru mengenai perpustakaan;</li><li>• Memberikan pengumuman mengenai layanan perpustakaan terbaru;</li><li>• Memperkenalkan dan mengulas koleksi terbaru;</li><li>• Melakukan promosi layanan, fasilitas, dan koleksi perpustakaan; dan melakukan interaksi dan diskusi dengan pengguna</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Berkomunikasi dengan pengguna;</li><li>• Melakukan promosi layanan perpustakaan;</li><li>• Memperkuat hubungan dengan pengguna;</li><li>• Memberikan pendidikan literasi digital kepada pengguna.</li></ul>

Dalam menjalankan promosi melalui media sosial, ada beberapa tantangan yang dihadapi, antara lain perkembangan media sosial yang sangat cepat, sumber daya yang terbatas, dan kurangnya dukungan dari internal organisasi<sup>35</sup>. Untuk mengatasi tantangan tersebut, perlu disusun strategi promosi yang menarik bagi pengguna, dengan menggunakan media sosial yang banyak dikunjungi dan mengidentifikasi jenis konten yang disukai pengguna. Hal ini sesuai dengan teori penggunaan dan pemenuhan kebutuhan yang mempelajari aspek pemenuhan kebutuhan sebagai motivasi pengguna memanfaatkan media sosial<sup>36</sup>. Selain itu, untuk mengatasi masalah sumber daya yang terbatas, pengelola media sosial dapat memanfaatkan fitur yang mendukung pengunggahan secara otomatis<sup>37</sup>.

## **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Dari proses penelusuran dan seleksi, terdapat 14 dokumen yang akan dianalisis. Dari dokumen tersebut, dikumpulkan data berupa kode dokumen, nama penulis, tahun terbit, judul karya, metode yang digunakan, hasil penelitian, dan

<sup>35</sup> Maryke S Steffens dkk., "Using social media for vaccination promotion: Practices and challenges," *DIGITAL HEALTH* 6 (2020): 2055207620970785.

<sup>36</sup> Anabel Quan-Haase dan Alyson L Young, "The uses and gratifications (U&G) approach as a lens for studying social media practice," *The handbook of media and mass communication theory* 1 (2014): 269–86.

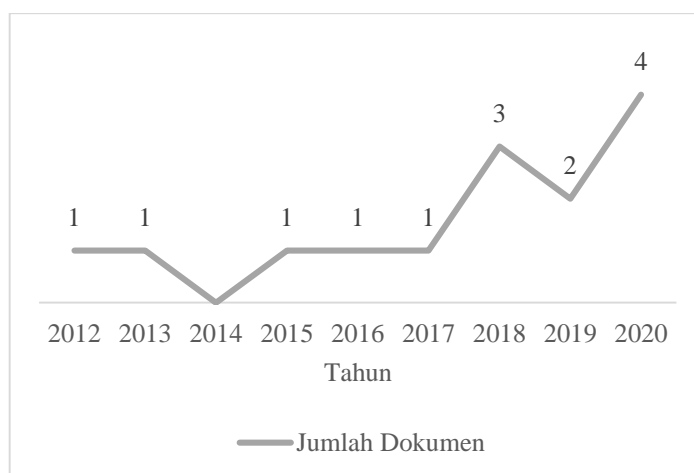
<sup>37</sup> Christy Ashley dan Tracy Tuten, "Creative strategies in social media marketing: An exploratory study of branded social content and consumer engagement," *Psychology & Marketing* 32, no. 1 (2015): 15–27.

kesimpulan. Setelah mengumpulkan data yang diperlukan, penulis menganalisis dan membandingkan temuan yang ada, sehingga dapat diambil kesimpulan yang memenuhi tujuan penelitian.

### **Gambaran Umum**

Dari 16 dokumen yang akan dianalisis, terdapat sembilan dokumen berbahasa Indonesia dan delapan dokumen berbahasa Inggris. Terdapat empat artikel jurnal yang terbit pada tahun 2020 (D3, D5, D7, D14), dua artikel yang terbit pada 2019 (D1, D15), dua artikel dan satu skripsi terbitan tahun 2018 (D2, D11, D13), dan masing-masing satu artikel yang terbit pada tahun 2017 (D8), 2016 (D18), 2015 (D16), 2013 (D10), dan 2012 (D4).

**Gambar 2.**  
**Jumlah Dokumen Berdasarkan Tahun Terbit**



Berdasarkan penerbit, seluruh artikel jurnal yang dianalisis dipublikasikan pada jurnal nasional dan internasional yang membahas ilmu perpustakaan, informasi, dan kepastakawanan. Masing-masing terdapat dua artikel yang terbit di jurnal *Library Hi Tech* (D10, D18), *Library Management* (D1, D4), dan *The Journal of Academic Librarianship* (D5, D16). Selain itu, ada pula masing-masing satu artikel yang terbit di jurnal *Bibliotika* (D11), *Edulib* (D14), *Indonesian Journal of Academic Librarianship* (D15), *Libraria* (D8), *Library Philosophy and Practice* (D3), *Libria* (D2), *Nusantara Journal of Information and Library Studies*

(D7). Selain artikel jurnal, ada pula satu skripsi yang dipublikasikan di lib.ui.ac.id (D13).

### **Lokasi Penelitian**

Pada tinjauan sistematis ini dokumen yang dianalisis berasal dari enam negara. Tabel 8 menunjukkan data asal negara dan nama perpustakaan yang diteliti. Data tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar riset mengenai media sosial untuk promosi perpustakaan yang dianalisis di artikel ini berasal dari kawasan Asia Pasifik.

**Gambar 3.**  
**Persebaran Lokasi Penelitian mengenai Media Sosial  
untuk Promosi Perpustakaan**



**Tabel 8.**  
**Lokasi Penelitian**

<b>Kode Dokumen</b>	<b>Lokasi Penelitian</b>	<b>Perpustakaan yang Diteliti</b>
D1	Kuwait	Perpustakaan akademik di Kuwait
D2	Indonesia	Pusat Studi Sosial Asia Tenggara, Universitas Gadjah Mada
D3	Ghana	University of Ghana
D4	Hong Kong	The Hong Kong Baptist University
D5	Hong Kong	The University of Hong Kong
D7	Indonesia	Institut Seni Indonesia Surakarta
D8	Indonesia	Fakulas Geografi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, dan Fakultas Pertanian Universitas Gadjah Mada

Kode Dokumen	Lokasi Penelitian	Perpustakaan yang Diteliti
D10	China	Tsinghua University
D11	Indonesia	Universitas Indonesia dan Universitas Airlangga
D13	Indonesia	Universitas Indonesia
D14	Indonesia	Universitas Indonesia, Universitas Gadjah Mada, dan Institut Teknologi Bandung
D15	Indonesia	UIN Sunan Ampel
D16	China	Perpustakaan akademik di China
D18	China	Jinan University

### Metodologi

Sebagian besar dokumen yang dianalisis menggunakan metode kualitatif. Penelitian Amelia<sup>38</sup>, Islamy<sup>39</sup>, Istiana<sup>40</sup>, L. Luo, Wang, dan Han<sup>41</sup>, Putri<sup>42</sup>, dan Zhu<sup>43</sup> mengkaji tentang penggunaan media sosial di berbagai instansi dengan pendekatan studi kasus. Data yang diperoleh melalui observasi, wawancara, studi literatur, dan dokumentasi data media sosial dianalisis secara deskriptif. Selain penelitian di atas, ada pula penelitian kualitatif yang dilakukan oleh Suharso<sup>44</sup>, yang menganalisis data media sosial menggunakan analisis SWOT.

Beberapa penelitian menggunakan teknik analisis isi terhadap konten media sosial perpustakaan. Analisis isi tersebut ada yang dilakukan dengan pendekatan kuantitatif<sup>45</sup> maupun kualitatif<sup>46</sup>. Artikel Chan, Lam, dan Chiu<sup>47</sup> merupakan penelitian *mixed-method* yang melakukan analisis isi atas data media sosial, yang didukung dengan *feedback* pengguna melalui wawancara. Selain

<sup>38</sup> “Promosi Perpustakaan Pusat Studi Sosial Asia Tenggara Universitas Gadjah Mada Yogyakarta Melalui Media Sosial.”

<sup>39</sup> “Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Layanan Perpustakaan Institut Seni Indonesia Surakarta.”

<sup>40</sup> “Penggunaan Media Sosial Oleh Perpustakaan.”

<sup>41</sup> “Marketing via social media: a case study.”

<sup>42</sup> “Pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi pada perpustakaan Universitas Indonesia.”

<sup>43</sup> “The Application of Social Media in Outreach of Academic Libraries’ Resources and Services.”

<sup>44</sup> “Pemanfaatan Media Sosial Instagram Pada Perpustakaan Perguruan Tinggi.”

<sup>45</sup> Martutik, “Konten Akun Media Sosial Twitter Perpustakaan Universitas Perguruan Tinggi Di Indonesia.”

<sup>46</sup> Xu dkk., “Applications of Mobile Social Media: WeChat Among Academic Libraries in China.”

<sup>47</sup> “From Facebook to Instagram: Exploring user engagement in an academic library.”



analisis isi, data media sosial juga dapat dianalisis metriknya, seperti yang dilakukan oleh Chan<sup>48</sup>.

Metode lain yang populer dalam penelitian mengenai media sosial di perpustakaan yaitu penelitian kuantitatif dengan pengumpulan data melalui survei. Metode ini digunakan oleh AlAwadhi dan Al-Daihani<sup>49</sup>, Budu dkk.<sup>50</sup>, dan Supriyanto<sup>51</sup>. Data survei pada penelitian tersebut dianalisis secara deskriptif (memberikan gambaran) dan inferensial (mengetahui hubungan).

**Tabel 9.**  
**Metode Penelitian, Teknik Pengumpulan Data, dan Analisis Data**

No	Metode Penelitian	Teknik Pengumpulan Data	Analisis Data
D1	Kuantitatif	Survei	Analisis deskriptif dan inferensial
D2	Kualitatif	Observasi (Studi Kasus)	Analisis deskriptif kualitatif
D3	Kuantitatif	Survei	Analisis inferensial
D4	Kuantitatif	Dokumentasi data media sosial	Analisis metrik media sosial
D5	<i>Mixed-method</i>	Dokumentasi data media sosial, wawancara	Analisis isi
D7	Kualitatif	Observasi, studi literatur, dokumentasi dan wawancara	Analisis interaktif
D8	Kualitatif	Studi pustaka, Dokumentasi data media sosial	Analisis deskriptif
D10	Kualitatif	Observasi (Studi Kasus)	Analisis deskriptif
D11	Kuantitatif	Data media sosial	Analisis isi
D13	Kualitatif	Dokumentasi data media sosial, wawancara	Analisis deskriptif kualitatif
D14	Kualitatif	Dokumentasi data media sosial	Analisis SWOT
D15	Kuantitatif	Survei, Wawancara, Observasi	Analisis deskriptif
D16	Kualitatif	Dokumentasi data media sosial	Analisis isi
D18	Kualitatif	Observasi (Studi Kasus)	Analisis deskriptif kualitatif

<sup>48</sup> "Marketing the academic library with online social network advertising."

<sup>49</sup> "Marketing Academic Library Information Services Using Social Media."

<sup>50</sup> "Leveraging Social Media Platforms in Marketing Library Services In Ghanaian Universities."

<sup>51</sup> "Strategi pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi perpustakaan: Studi analisis persepsi pemustaka tentang efektifitas pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi layanan Perpustakaan UIN Sunan Ampel."

## Pembahasan

Dalam melakukan promosi, ada berbagai jenis media sosial yang dapat dimanfaatkan perpustakaan. Media sosial yang banyak digunakan perpustakaan yaitu Facebook, Instagram, Twitter dan YouTube. Khusus pada perpustakaan di Cina, media sosial tersebut tidak tersedia, sehingga perpustakaan menggunakan media yang memiliki karakteristik serupa yaitu WeChat, Weibo, RenRen, dan Youko. Media sosial tersebut memiliki karakteristik yang mirip dengan WhatsApp, Twitter, Facebook, dan YouTube.

**Tabel 10.**  
**Media Sosial yang Digunakan untuk Promosi Perpustakaan Akademik**

Media Sosial	Referensi
Facebook	AlAwadhi dan Al-Daihani (2019), Amelia (2018), Chan (2012), Chan, Lam, dan Chiu (2020), Islamy (2020), Istiana (2017), Supriyanto (2018)
Instagram	AlAwadhi dan Al-Daihani (2019), Amelia (2018), Chan, Lam, dan Chiu (2020), Putri (2018), Suharso (2020), Supriyanto (2018)
Twitter	AlAwadhi dan Al-Daihani (2019), Amelia (2018), Martutik (2018), Putri (2018)
YouTube	AlAwadhi dan Al-Daihani (2019), Amelia (2018), Budu dkk. (2020)
Blog	Amelia (2018), Budu dkk. (2020)
WeChat	Xu dkk. (2015), Zhu (2016)
LinkedIn	Budu dkk. (2020)
RenRen	Luo, Wang, dan Han (2013)
Weibo	Luo, Wang, dan Han (2013)
Youko	Luo, Wang, dan Han (2013)

Media sosial dapat digunakan untuk mempublikasikan berbagai macam konten, mulai dari teks, gambar, suara, dan video. Mahasiswa generasi muda (kelahiran tahun 2000-an) juga cenderung lebih menyukai media sosial Instagram yang merupakan platform berbagi foto dan video <sup>52</sup>. Konten dalam bentuk teks

<sup>52</sup> Chan, Lam, dan Chiu, "From Facebook to Instagram: Exploring user engagement in an academic library."

yang disertai gambar lebih disukai karena pengguna lebih cepat menangkap informasi yang disampaikan dalam bentuk visual<sup>53</sup>.

Selain gambar atau foto, konten dalam bentuk video juga banyak disukai pengguna. Tsinghua University melakukan promosi perpustakaan melalui video (kisah bersambung) berjudul *Falling in Love with The Library*. Video tentang penggunaan perpustakaan yang dikemas dalam kisah romantis ini diunggah di media sosial Youku, dan berhasil meningkatkan pengikut dan interaksi di akun Weibo perpustakaan. Video ini mempromosikan perpustakaan dengan gaya yang ringan, segar, dan penuh humor. Hal ini membantu mahasiswa untuk dapat melihat perpustakaan sebagai tempat yang bersahabat<sup>54</sup>.

Ada beberapa aktivitas yang dapat dilakukan perpustakaan dalam upaya promosi di media sosial. Perpustakaan dapat menggunakan media sosial untuk berbagi informasi, promosi layanan dan kegiatan, serta menjangkau pengguna dan non pengguna<sup>55</sup>. Media sosial sebagai media promosi dinilai lebih efektif dibandingkan media lainnya seperti surel, poster, *leaflet*, situs web, dan *newsletter*. Hal ini karena pengguna mengakses media sosial secara rutin setiap hari<sup>56</sup>.

Untuk mempromosikan koleksi, perpustakaan juga dapat menyajikan resensi buku secara singkat di media sosial<sup>57</sup>. Di Perpustakaan UGM, resensi buku dikemas dalam rubrik *#bookmark* di Instagram<sup>58</sup>. Promosi koleksi juga dilakukan pada *platform* WeChat. Pada Perpustakaan Jinan University, penyedia sumber daya elektronik menyediakan menu berisi tautan koleksi elektronik di WeChat, sehingga memudahkan pengguna untuk mengakses informasi<sup>59</sup>.

Perpustakaan juga dapat menggunakan media sosial sebagai sarana memberikan layanan pada pengguna. Perpustakaan UIN Sunan Ampel menggunakan Facebook dan Instagram untuk memberikan layanan konsultasi

---

<sup>53</sup> Martutik, "Konten Akun Media Sosial Twitter Perpustakaan Universitas Perguruan Tinggi Di Indonesia."

<sup>54</sup> Luo, Wang, dan Han, "Marketing via social media: a case study."

<sup>55</sup> AlAwadhi dan Al-Daihani, "Marketing Academic Library Information Services Using Social Media."

<sup>56</sup> Chan, Lam, dan Chiu, "From Facebook to Instagram: Exploring user engagement in an academic library."

<sup>57</sup> Amelia, "Promosi Perpustakaan Pusat Studi Sosial Asia Tenggara Universitas Gadjah Mada Yogyakarta Melalui Media Sosial."

<sup>58</sup> Suharso dan Muntiah, "Pemanfaatan Media Sosial Instagram Pada Perpustakaan Perguruan Tinggi."

<sup>59</sup> Zhu, "The Application of Social Media in Outreach of Academic Libraries' Resources and Services."

dengan pustakawan<sup>60</sup>. Untuk menjaga agar pengguna tetap puas dalam mengakses layanan perpustakaan melalui media sosial, perpustakaan perlu merespon permintaan pengguna sesegera mungkin<sup>61</sup>. Untuk dapat memastikan pengguna mendapatkan tanggapan dengan cepat, beberapa perpustakaan akademik di Cina mengoptimalkan penggunaan WeChat dengan fitur pengenalan teks yang memungkinkan WeChat mengirimkan respon otomatis berdasarkan teks yang dikirimkan pengguna. Selain itu, ada pula perpustakaan yang mengintegrasikan OPAC dengan WeChat, sehingga pengguna dapat mengecek daftar peminjaman, mencari di katalog, memperpanjang masa pinjam, dan mengganti *password* keanggotaan perpustakaan di WeChat<sup>62</sup>.

Untuk menarik lebih banyak pengikut di media sosial, perpustakaan dapat mengunggah konten yang lebih beragam dan lebih menarik<sup>63</sup>. Perpustakaan juga dapat memanfaatkan fitur *sponsored post* atau *stories* di media sosial seperti yang dilakukan oleh Perpustakaan Hong Kong Baptist University (HKBU) di Facebook. Strategi *sponsored stories* terbukti efektif dalam menambah pengikut baru di Facebook Fan Page Perpustakaan HKBU<sup>64</sup>. Selain itu, perpustakaan juga dapat mengadakan kuis (*giveaway*) bagi pengikut akun media sosial, seperti yang dilakukan oleh Perpustakaan UI<sup>65</sup>.

Dalam mengelola media sosial, tentunya ada tantangan yang dihadapi perpustakaan. Perpustakaan terkadang hanya memiliki sedikit staf, bahkan ada yang hanya memiliki satu staf, sehingga mereka tidak memiliki jumlah SDM yang memadai untuk mengelola media sosial. Selain itu, kompetensi staf juga terbatas, khususnya dalam menciptakan dan mengelola konten video<sup>66</sup>. Tingginya beban kerja SDM juga menyebabkan staf tidak bisa mengelola media sosial secara rutin,

---

<sup>60</sup> Supriyanto, "Strategi pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi perpustakaan: Studi analisis persepsi pustakawan tentang efektifitas pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi layanan Perpustakaan UIN Sunan Ampel."

<sup>61</sup> Istiana, "Penggunaan Media Sosial Oleh Perpustakaan."

<sup>62</sup> Xu dkk., "Applications of Mobile Social Media: WeChat Among Academic Libraries in China."

<sup>63</sup> Chan, Lam, dan Chiu, "From Facebook to Instagram: Exploring user engagement in an academic library."

<sup>64</sup> Chan, "Marketing the academic library with online social network advertising."

<sup>65</sup> Putri, "Pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi pada perpustakaan Universitas Indonesia."

<sup>66</sup> Amelia, "Promosi Perpustakaan Pusat Studi Sosial Asia Tenggara Universitas Gadjah Mada Yogyakarta Melalui Media Sosial."

sehingga menyebabkan banyak pesan pengguna yang terlambat ditanggapi<sup>67</sup>. Selain faktor SDM, tantangan lain yang dihadapi antara lain kurangnya kesempatan staf mendapatkan pelatihan tentang pengelolaan media sosial, masalah privasi dan pencurian identitas, kecepatan internet yang lambat, dan pemadaman listrik yang sering terjadi<sup>68</sup>.

## **PENUTUP**

Penelitian ini mengkaji studi terdahulu terkait penggunaan media sosial untuk promosi perpustakaan akademik. Berdasarkan hasil tinjauan sistematis, peneliti dapat mengidentifikasi jenis media sosial yang sering digunakan perpustakaan, aktivitas dan konten yang diunggah perpustakaan, serta tantangan yang dihadapi dalam melakukan promosi melalui media sosial. Perpustakaan perlu menyesuaikan strategi promosi di media sosial dengan jenis media dan konten yang disukai pengguna. Untuk mengatasi tantangan di bidang SDM, perpustakaan dapat memberikan pelatihan pengelolaan media sosial pada stafnya, atau merekrut mahasiswa magang yang dapat membantu menciptakan dan mengelola konten promosi di media sosial. Perpustakaan di Indonesia juga dapat belajar dari perpustakaan di Cina yang telah mengembangkan layanan media sosial dengan respon otomatis dan layanan yang dapat diakses mandiri oleh pengguna.

Studi terdahulu terkait penggunaan media sosial untuk promosi perpustakaan akademik memiliki beberapa keterbatasan. Penelitian studi kasus dengan pendekatan kualitatif dan analisis deskriptif sudah sangat banyak dilaksanakan. Penelitian selanjutnya dapat menggunakan metode penelitian dan analisis lainnya. Selain itu, peneliti selanjutnya juga dapat mengkaji penggunaan media sosial untuk promosi dari segi pengguna, sehingga sudut pandang yang dibahas tidak hanya dari sisi perpustakaan saja.

---

<sup>67</sup> Putri, "Pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi pada perpustakaan Universitas Indonesia."

<sup>68</sup> Budu dkk., "Leveraging Social Media Platforms in Marketing Library Services In Ghanaian Universities."

## DAFTAR RUJUKAN

- Ahmed, Yunis Ali, Mohammad Nazir Ahmad, Norasnita Ahmad, dan Nor Hidayati Zakaria. "Social media for knowledge-sharing: A systematic literature review." *Telematics and Informatics* 37 (1 April 2019): 72–112. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2018.01.015>.
- Aichner, Thomas, Matthias Grünfelder, Oswin Maurer, dan Deni Jegeni. "Twenty-five years of social media: a review of social media applications and definitions from 1994 to 2019." *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking* 24, no. 4 (2021): 215–22.
- AlAwadhi, Suha, dan Sultan M Al-Daihani. "Marketing Academic Library Information Services Using Social Media." *Library Management* 40, no. 3/4 (2019): 228–39. <https://doi.org/10.1108/LM-12-2017-0132>.
- Amelia, Nadia. "Promosi Perpustakaan Pusat Studi Sosial Asia Tenggara Universitas Gadjah Mada Yogyakarta Melalui Media Sosial." *LIBRIA*, no. Vol 10, No 1 (2018): LIBRIA : LIBRARY of UIN Ar-Raniry (2018): 48–63.
- Arrigo, Elisa. "Social media marketing in luxury brands." *Management Research Review* 41, no. 6 (1 Januari 2018): 657–79. <https://doi.org/10.1108/MRR-04-2017-0134>.
- Ashley, Christy, dan Tracy Tuten. "Creative strategies in social media marketing: An exploratory study of branded social content and consumer engagement." *Psychology & Marketing* 32, no. 1 (2015): 15–27.
- Budu, Stephen, Pearl Joan Korkuvi, Samuel Owusu-Ansah, dan Francis Yeboah. "Leveraging Social Media Platforms in Marketing Library Services In Ghanaian Universities." *Library Philosophy and Practice*, September 2020, 109–28.
- Busalim, Abdelsalam H., dan Ab Razak Che Hussin. "Understanding social commerce: A systematic literature review and directions for further research." *International Journal of Information Management* 36, no. 6, Part A (1 Desember 2016): 1075–88. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2016.06.005>.
- Chan, Christopher. "Marketing the academic library with online social network advertising." *Library Management* 33, no. 8/9 (1 Januari 2012): 479–89. <https://doi.org/10.1108/01435121211279849>.
- Chan, Tammy Tim Wai, Apple Hiu Ching Lam, dan Dickson K.W. Chiu. "From Facebook to Instagram: Exploring user engagement in an academic library." *The Journal of Academic Librarianship* 46, no. 6 (1 November 2020): 102229. <https://doi.org/10.1016/j.acalib.2020.102229>.
- Gough, D., S. Oliver, dan J. Thomas. *An Introduction to Systematic Reviews*. SAGE Publications, 2017. <https://books.google.co.id/books?id=41sCDgAAQBAJ>.
- Hosen, Mosharrof, Samuel Ogbeibu, Beena Giridharan, Tat-Huei Cham, Weng Marc Lim, dan Justin Paul. "Individual motivation and social media influence on student knowledge sharing and learning performance:

- Evidence from an emerging economy.” *Computers & Education* 172 (1 Oktober 2021): 104262. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2021.104262>.
- Hussain, Akhtar. “Adoption of Web 2.0 in library associations in the presence of social media.” *Program* 49, no. 2 (1 Januari 2015): 151–69. <https://doi.org/10.1108/PROG-02-2013-0007>.
- Islamy, M. Ali Nurhasan; Laksmiwati, Ika. “Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Layanan Perpustakaan Institut Seni Indonesia Surakarta.” *Nusantara Journal of Information and Library Studies (N-JILS)*, no. Vol 3, No 1 (2020): Juni 2020 (2020): 75–87.
- Istiana, Purwani. “Penggunaan Media Sosial Oleh Perpustakaan.” *LIBRARIA*, no. Vol 5, No 1 (2017): LIBRARIA (2017): 69–86.
- Jesson, J., L. Matheson, dan F.M. Lacey. *Doing Your Literature Review: Traditional and Systematic Techniques*. SAGE Publications, 2011. <https://books.google.co.id/books?id=NAYrLb8qsd4C>.
- Kemp, Simon. “Digital 2021 April Statshot Report.” DataReportal – Global Digital Insights, 21 April 2021. <https://datareportal.com/reports/digital-2021-april-global-statshot>.
- Kwayu, Shirumisha, Mumin Abubakre, dan Banita Lal. “The influence of informal social media practices on knowledge sharing and work processes within organizations.” *International Journal of Information Management* 58 (1 Juni 2021): 102280. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102280>.
- Luo, Lili, Yuan Wang, dan Lifeng Han. “Marketing via social media: a case study.” *Library Hi Tech* 31, no. 3 (1 Januari 2013): 455–66. <https://doi.org/10.1108/LHT-12-2012-0141>.
- Luo, Tian, dan Kirsten Hostetler. “Making professional development more social: A systematic review of librarians’ professional development through social media.” *The Journal of Academic Librarianship* 46, no. 5 (1 September 2020): 102193. <https://doi.org/10.1016/j.acalib.2020.102193>.
- Martutik, Martutik; Akbar, M. Taufikurrahman; Safii, Moh. “Konten Akun Media Sosial Twitter Perpustakaan Universitas Perguruan Tinggi Di Indonesia.” *BIBLIOTIKA: Jurnal Kajian Perpustakaan dan Informasi*, no. Vol 2, No 1 (2018) (2018): 41–49.
- Moorhead, S Anne, Diane E Hazlett, Laura Harrison, Jennifer K Carroll, Anthea Irwin, dan Ciska Hoving. “A new dimension of health care: systematic review of the uses, benefits, and limitations of social media for health communication.” *Journal of medical Internet research* 15, no. 4 (2013): e85.
- Page, Matthew J, Joanne E McKenzie, Patrick M Bossuyt, Isabelle Boutron, Tammy C Hoffmann, Cynthia D Mulrow, Larissa Shamseer, dkk. “The PRISMA 2020 statement: an updated guideline for reporting systematic reviews.” *BMJ* 372 (29 Maret 2021): n71. <https://doi.org/10.1136/bmj.n71>.
- Putri, Dinda Ayunindia. “Pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi pada perpustakaan Universitas Indonesia.” Skripsi, Universitas Indonesia, 2018.
- Quan-Haase, Anabel, dan Alyson L Young. “The uses and gratifications (U&G) approach as a lens for studying social media practice.” *The handbook of media and mass communication theory* 1 (2014): 269–86.

- Rachman, Yeni Budi, dan Dinda Ayunindia Putri. "Social Media Application in Indonesian Academic Libraries." *Webology* 15, no. 1 (2018).
- Rubin, R.E., dan J. Janes. *Foundations of Library and Information Science, Fourth Edition*. American Library Association, 2017. [https://books.google.co.id/books?id=muk\\_DwAAQBAJ](https://books.google.co.id/books?id=muk_DwAAQBAJ).
- Santos, Cristina Mamédio da Costa, Cibele Andrucio de Mattos Pimenta, dan Moacyr Roberto Cuce Nobre. "The PICO strategy for the research question construction and evidence search." *Revista latino-americana de enfermagem* 15, no. 3 (2007): 508–11.
- Steffens, Maryke S, Adam G Dunn, Julie Leask, dan Kerrie E Wiley. "Using social media for vaccination promotion: Practices and challenges." *DIGITAL HEALTH* 6 (2020): 2055207620970785.
- Suharso, Putut, dan Ayu Muntiah. "Pemanfaatan Media Sosial Instagram Pada Perpustakaan Perguruan Tinggi." *EduLib*, no. Vol 10, No 1 (2020) (2020). <https://ejournal.upi.edu/index.php/edulib/article/view/20984>.
- Supriyanto, Hary. "Strategi pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi perpustakaan: Studi analisis persepsi pemustaka tentang efektifitas pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi layanan Perpustakaan UIN Sunan Ampel." *IJAL (Indonesian Journal of Academic Librarianship)*, no. Vol. 3 No. 1 (2019): OCTOBER (2019): 33–45.
- Xu, Jianhua, Qi Kang, Zhiqiang Song, dan Christopher Peter Clarke. "Applications of Mobile Social Media: WeChat Among Academic Libraries in China." *The Journal of Academic Librarianship* 41, no. 1 (1 Januari 2015): 21–30. <https://doi.org/10.1016/j.acalib.2014.10.012>.
- Zhu, Qiandong. "The Application of Social Media in Outreach of Academic Libraries' Resources and Services." *Library Hi Tech* 34, no. 4 (2016): 615–24. <https://doi.org/10.1108/LHT-05-2016-0055>.



## LAMPIRAN

### Ringkasan Hasil Penelitian

No	Judul Karya	Nama Publikasi	Penulis	Tujuan	Hasil
D1	<i>Marketing academic library information services using social media</i>	Library Management	<sup>69</sup>	Mengetahui penggunaan media sosial untuk promosi perpustakaan akademik di Kuwait	<p>Penggunaan media sosial di perpustakaan akademik di Kuwait masih tergolong rendah. Meskipun demikian, pengguna memiliki persepsi bahwa media sosial penting untuk promosi perpustakaan. Media sosial yang paling diminati pengguna adalah Twitter, Instagram, Facebook, dan YouTube. Twitter merupakan media yang paling populer untuk berbagi informasi, promosi layanan dan kegiatan, serta menjangkau pengguna dan non pengguna.</p> <p>Penelitian ini juga mengkaji mengenai faktor yang berhubungan dengan adaptasi media sosial di perpustakaan. Faktor yang berpengaruh adalah daya guna media sosial dalam promosi, dan bisa tidaknya media tersebut digunakan untuk analisis kebutuhan dan penilaian kepuasan pengguna.</p> <p>Manajemen perpustakaan perlu memanfaatkan fitur media sosial untuk promosi koleksi dan layanan.</p>
D2	Promosi Perpustakaan Pusat Studi Sosial Asia Tenggara Universitas Gadjah Mada Yogyakarta Melalui Media Sosial	LIBRIA	<sup>70</sup>	Mengetahui media sosial yang digunakan; Mengetahui kendala yang dihadapi pustakawan dalam melakukan promosi perpustakaan	Media sosial yang digunakan Perpustakaan PSSAT UGM adalah blog, Facebook, Instagram, Twitter, dan YouTube. Konten yang diunggah di media sosial antara lain informasi tentang profil, kontak, kegiatan, koleksi terbaru, layanan, prosedur pendaftaran anggota, lowongan mahasiswa magang, resensi buku, foto aktivitas, dan video promosi perpustakaan. Kendala yang dihadapi dalam melakukan

<sup>69</sup> AlAwadhi dan Al-Daihani 2019

<sup>70</sup> Amelia 2018

**Dita Garnita, Indira Irawati, Tinjauan Sistematis Tentang Penggunaan Media...**

No	Judul Karya	Nama Publikasi	Penulis	Tujuan	Hasil
				melalui media sosial	promosi antara lain kurangnya SDM perpustakaan yang khusus mengelola promosi, dan kurangnya kompetensi dalam mengembangkan dan mengisi konten, terutama konten video.
D3	<i>Leveraging Social Media Platforms in Library Marketing Services In Ghanaian Universities</i>	Library Philosophy and Practice	<sup>71</sup>	Menilai persepsi pengguna terhadap esensi, efektivitas, dan kegunaan media sosial dalam promosi perpustakaan; Mengidentifikasi tantangan yang dihadapi.	Terdapat hubungan yang positif antara efektivita penggunaan media sosial dengan persepsi pengguna dan daya guna media sosial. Media sosial merupakan sarana yang sangat penting dan akan sangat membantu perpustakaan dalam promosi apabila digunakan dengan baik. Dengan adanya media sosial, perpustakaan dapat berbagi informasi dengan efektif tanpa mengenal batas ruang dan waktu. Beberapa media sosial yang direkomendasikan untuk digunakan antara lain Facebook, LinkedIn, Blogging, YouTube, dan <i>online group</i> .  Ada beberapa tantangan yang perlu diwaspadai antara lain kurangnya kesempatan staf mendapatkan pelatihan tentang pengelolaan media sosial, masalah privasi dan pencurian identitas, kecepatan internet yang kurang, dan sering terjadi pemadaman listrik. Oleh karena itu, perpustakaan perlu mengadakan pelatihan bagi staf, mengunggah informasi ke media sosial secara rutin, dan menyusun rencana promosi. Selain itu, perpustakaan juga perlu memperhatikan <i>user interface</i> media sosial agar lebih menarik bagi pengguna.
D4	<i>Marketing the academic library with online social network advertising</i>	Library Management	<sup>72</sup>	Menyelidiki efektivitas beberapa jenis iklan promosi koleksi dan layanan perpustakaan akademik di Facebook	Artikel ini membahas praktik promosi Perpustakaan HKBU melalui iklan di Facebook. Strategi yang digunakan yaitu menggunakan fitur <i>sponsored stories</i> , <i>wide targeting</i> atau menargetkan audiens yang luas (menargetkan teman Facebook dari pengikut saat ini), dan mempromosikan layanan perpustakaan melalui iklan tersebut.

<sup>71</sup> Budu dkk. 2020

<sup>72</sup> Chan 2012

No	Judul Karya	Nama Publikasi	Penulis	Tujuan	Hasil
					<p>Strategi <i>sponsored stories</i> terbukti efektif dalam menambah pengikut baru di Facebook Fan Page Perpustakaan HKBU. Biaya yang dikeluarkan adalah \$1 per pengikut baru. Sementara itu, iklan dengan strategi <i>wide targeting</i> banyak menarik perhatian pengguna media sosial. Namun, hanya sedikit pengguna yang melihat iklan tersebut, yang kemudian mengikuti Facebook Perpustakaan HKBU, sehingga dari segi biaya per pengguna baru lebih mahal. Agar promosi perpustakaan melalui iklan lebih efektif, maka sebaiknya iklan tersebut ditargetkan kepada sebanyak mungkin pengguna.</p>
					<p>Beberapa topik yang sering diunggah di Facebook dan Instagram Perpustakaan HKU adalah berita perpustakaan, promosi, operasional perpustakaan, dan kegiatan perpustakaan. Pengguna perpustakaan lebih banyak berinteraksi di Instagram (lima kali lipat) dibandingkan dengan di Facebook. Unggahan yang paling populer di Facebook adalah tentang promosi dan kegiatan bedah buku perpustakaan.</p>
D5	<i>From Facebook to Instagram: Exploring user engagement in an academic library</i>	The Journal of Academic Librarianship	73	Mengetahui efektivitas penggunaan Facebook dan Instagram di perpustakaan	<p>Jenis konten yang paling sering diunggah di Facebook dan Instagram adalah foto. Instagram paling banyak digunakan oleh pengguna yang berusia muda (kelahiran tahun 2000-an) sedangkan Facebook lebih banyak digunakan oleh pengguna yang lahir di tahun 80-an dan 90-an.</p> <p>Agar lebih menarik bagi pengguna, perpustakaan perlu membuat jenis konten yang lebih menarik dan beragam. Menurut pengguna, foto dan video yang diunggah di media sosial Perpustakaan HKU kurang menarik. Pengguna menyarankan perpustakaan membuat video <i>live</i>, <i>stories</i>, dan <i>hashtag</i> agar menarik lebih banyak pengguna.</p>

<sup>73</sup> T. T. W. Chan, Lam, dan Chiu 2020

**Dita Garnita, Indira Irawati, Tinjauan Sistematis Tentang Penggunaan Media...**

No	Judul Karya	Nama Publikasi	Penulis	Tujuan	Hasil
					<p>Pengguna yang disurvei juga mengekspresikan perhatiannya tentang meningkatnya beban kerja staf, karena untuk mengelola media sosial perlu banyak waktu, tenaga, dan kompetensi yang memadai.</p> <p>Pengguna menyatakan bahwa promosi melalui media sosial lebih efektif dibandingkan media lainnya seperti e-mail, poster, leaflet, website, dan newsletter. Hal ini karena pengguna mengakses media sosial secara rutin setiap hari. Perpustakaan juga perlu memperhatikan mahasiswa internasional, jenis media sosial apa yang sering mereka gunakan.</p>
D7	Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Layanan Perpustakaan Seni Indonesia Surakarta	Nusantara Journal of Information and Library Studies (N-JILS)	<sup>74</sup>	Mengetahui manfaat dan kegunaan Facebook dalam promosi perpustakaan	Dalam melakukan promosi, Perpustakaan ISI Surakarta memanfaatkan Facebook. Media sosial digunakan karena mampu memberikan kemudahan sarana informasi. Media sosial ini sangat mudah digunakan oleh pustakawan. Pustakawan perlu memiliki kompetensi dalam komunikasi interpersonal, agar mampu berinteraksi, berbagi informasi, merespon, dan memberikan umpan balik pada pengguna.
D8	Penggunaan Sosial Oleh Perpustakaan	Media Oleh LIBRARIA	<sup>75</sup>	Mengetahui frekuensi dan aktivitas penggunaan Facebook	Penelitian ini mengkaji penggunaan media sosial Facebook pada Perpustakaan Fakultas Geografi, Pertanian, dan ISIPOL UGM. Perpustakaan ISIPOL paling banyak melakukan pengunggahan konten dibanding perpustakaan lainnya. Media sosial digunakan untuk berbagai keperluan, antara lain menginformasikan koleksi baru perpustakaan, mempromosikan layanan dan kegiatan perpustakaan, berita kegiatan yang telah dilakukan, mengembangkan jasa layanan sirkulasi, menyampaikan informasi kegiatan internal perpustakaan, mempromosikan kegiatan perpustakaan lain, menginformasikan info

<sup>74</sup> Islamy 2020

<sup>75</sup> Istiana 2017

No	Judul Karya	Nama Publikasi	Penulis	Tujuan	Hasil
					penting, dan menyapa pengguna.  Dari segi efektivitas penggunaannya, Facebook dinilai lebih efektif dan efisien dalam berbagi informasi, karena pengguna cukup responsive terhadap informasi yang diunggah. Melalui Facebook, pustakawan dapat selalu terhubung dengan pengguna, menjangkau pengguna yang lebih luas. Meningkatkan kualitas layanan, dan meningkatkan perhatian pengguna.  Untuk itu, perpustakaan perlu mengunggah informasi secara rutin ke media sosial. Kemudian, perpustakaan juga perlu merespon tanggapan pengguna sesegera mungkin.
D10	<i>Marketing via social media: a case study</i>	Library Hi Tech	76	Memberikan gambaran tentang proyek pemasaran video online di perpustakaan akademik; Menjelaskan cara paling efektif menggunakan media sosial dalam kampanye pemasaran perpustakaan	Tsinghua University melakukan promosi perpustakaan melalui video (kisah bersambung) berjudul <i>Falling in Love with The Library</i> . Video tentang penggunaan perpustakaan yang dikemas dalam kisah romantis ini diunggah di media sosial Youku. Pembuatan video ini melibatkan empat mahasiswa dan tiga pustakawan sebagai supervisor. Video ini dipromosikan melalui website, poster, kartu pos, pembatas buku, serta media sosial RenRen dan Weibo. Video ini berhasil meningkatkan pengikut dan interaksi di akun Weibo perpustakaan. Video ini mempromosikan perpustakaan dengan gaya yang ringan, segar, dan penuh humor. Hal ini membantu mahasiswa untuk dapat melihat perpustakaan sebagai tempat yang bersahabat. Selain itu, ada pula pesan tentang perilaku yang perlu dihindari, misalnya dilarang menyembunyikan buku, namun dengan cara yang penuh humor.

<sup>76</sup>

L. Luo, Wang, dan Han 2013

**Dita Garnita, Indira Irawati, Tinjauan Sistematis Tentang Penggunaan Media...**

No	Judul Karya	Nama Publikasi	Penulis	Tujuan	Hasil
D11	Konten Akun Media Sosial Twitter Perpustakaan Universitas Perguruan Tinggi di Indonesia	BIBLIOTIKA : Jurnal Kajian Perpustakaan dan Informasi	<sup>77</sup>	Mendeskripsikan konten akun media sosial Twitter Perpustakaan yang termasuk dalam katagori sifat konten, layanan perpustakaan, dan bentuk berita	Penelitian ini mengkaji penggunaan Twitter di Perpustakaan Universitas Indonesia dan Universitas Airlangga dengan melihat <i>metrics</i> ( <i>like</i> , <i>retweet</i> , komentar, pengikut) dan jenis konten. Topik yang banyak diminati (tercermin dari jumlah <i>like</i> , <i>retweet</i> , dan komentar) adalah layanan humas perpustakaan, kegiatan perpustakaan, layanan akademik dan non akademik, serta informasi layanan bimbingan pemakai. Interaksi pengguna dipengaruhi juga oleh banyaknya arus informasi dari perpustakaan. Jenis konten yang paling disukai adalah dalam bentuk tulisan bergambar. Hal ini karena pengguna lebih cepat menangkap informasi yang disampaikan dalam bentuk visual.
D13	Pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi pada perpustakaan Universitas Indonesi	Perpustakaan UI	<sup>78</sup>	Mendeskripsikan pemanfaatan media sosial Twitter dan Instagram perpustakaan	Twitter dan Instagram merupakan media sosial yang paling aktif digunakan untuk promosi oleh Perpustakaan UI. Pada media sosial, perpustakaan memberikan informasi terbaru, mempromosikan koleksi baru, memberikan informasi tentang sumber daya elektronik, serta menyediakan kuis bagi pengguna. Selain untuk promosi, media sosial juga digunakan untuk menampung saran dan keluhan pengguna sebagai bahan evaluasi guna meningkatkan layanan perpustakaan. Kendala yang dihadapi antara lain tingginya beban kerja staf sehingga terkadang tidak dapat mengelola media sosial secara rutin.
D14	Pemanfaatan Media Sosial Instagram pada Perpustakaan Perguruan Tinggi	Edulib	<sup>79</sup>	Mengetahui pemanfaatan media sosial Instagram pada perpustakaan perguruan tinggi di	Penelitian ini mengkaji penggunaan Instagram Perpustakaan UI, UGM, dan ITB. Jenis konten yang diunggah yaitu informasi kegiatan, publikasi kegiatan internal, konten ucapan, informasi perpustakaan, dan pengetahuan umum. Beberapa konten kreatif yang

<sup>77</sup> Martutik 2018

<sup>78</sup> Putri 2018

<sup>79</sup> Suharso 2020

No	Judul Karya	Nama Publikasi	Penulis	Tujuan	Hasil
				Indonesia	ada di Instagram Perpustakaan UI, UGM, dan ITB antara lain adanya kuis bagi pengguna, ucapan hari besar yang juga berfungsi sebagai promosi kegiatan, rubrik #RabuSeru berisi fakta menarik perpustakaan, dan rubrik #bookmark berisi rekomendasi bacaan.  Penelitian ini juga melakukan analisis SWOT untuk menilai efektivitas penggunaan media sosial. Dari segi <i>strength</i> , kekuatan media sosial yaitu dapat menjangkau banyak pengguna dengan cepat, menghemat biaya promosi, konsisten dalam publikasi konten. Kelemahan media sosial yaitu kendala desain dan keterbatasan jumlah informasi. Peluang yang ada antara lain interaksi dengan pengguna secara langsung sehingga perpustakaan dapat mengetahui kebutuhan dan keinginan pengguna. Selain itu, adanya generasi digital native sebagai pengelola media sosial juga bisa menjadi peluang untuk penggunaan media sosial yang lebih baik. Sementara itu, ancaman yang muncul adalah risiko peretasan dan kebocoran data pribadi.
D15	Strategi pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi perpustakaan: Studi analisis persepsi pemustaka tentang efektifitas pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi layanan Perpustakaan UIN Sunan Ampel	IJAL (Indonesian Journal of Academic Librarianship)	<sup>80</sup>	Mengetahui media sosial apa saja dan strategi yang digunakan perpustakaan dalam upaya penyebaran promosi layana; Mengetahui persepsi mahasiswa tentang efektifitas pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi layanan perpustakaan	Pada Perpustakaan UIN Sunan Ampel, media sosial yang sering digunakan yaitu Facebook dan Instagram. Strategi yang dilakukan dalam pemanfaatan media sosial untuk promosi antara lain menunjuk administrator akun media sosial, membuat konten yang bervariasi ( <i>stories</i> , informasi layanan, lomba, liputan kegiatan, pengumuman, dan ucapan). Selain itu perpustakaan juga memberikan konsultasi <i>online</i> melalui media sosial. Pengguna juga memiliki persepsi bahwa media sosial bermanfaat sebagai sarana promosi perpustakaan.

<sup>80</sup> Supriyanto 2019

**Dita Garnita, Indira Irawati, Tinjauan Sistematis Tentang Penggunaan Media...**

No	Judul Karya	Nama Publikasi	Penulis	Tujuan	Hasil
D16	<i>Applications of Mobile Social Media: WeChat Among Academic Libraries in China</i>	The Journal of Academic Librarianship	<sup>81</sup>	Mengidentifikasi bagaimana WeChat diterapkan di perpustakaan akademik; Mengetahui tingkat penggunaan; Menggambarkan karakteristik penggunaan; Memberikan saran praktis	<p>Penelitian ini mengkaji tentang penggunaan WeChat di perpustakaan akademik di Cina. Beberapa fitur yang ada antara lain tampilan ikon WeChat dan informasi penggunaannya pada situs perpustakaan, menu publikasi informasi pada WeChat. Melalui media sosial ini, perpustakaan menyebarkan informasi yang berbeda sesuai kelompok target. Beberapa perpustakaan telah memberikan respon yang cepat (30 menit-24 jam) terhadap pertanyaan pengguna. Namun, masih banyak yang tidak rutin merespon.</p> <p>Selain fitur standar, perpustakaan juga menggunakan fitur <i>advanced</i>, antara lain pengenalan teks untuk mendapatkan balasan otomatis, integrasi OPAC terhadap We Chat sehingga pengguna dapat mengecek daftar peminjaman, mencari di katalog, memperpanjang masa pinjam, dan mengganti password di WeChat. Fitur ini dikembangkan oleh Tencent. Kendala dalam menggunakannya adalah pustakawan yang mengelola perlu memiliki kompetensi yang memadai di bidang teknologi informasi.</p> <p>Ada lima tipe interaksi pengguna di WeChat, yaitu akuisisi informasi, penyebaran informasi, berbagi informasi, komunikasi, dan penggunaan layanan mandiri. Agar pengguna puas dalam menggunakan media sosial, perpustakaan perlu berkomunikasi dengan baik dan cepat memberikan respon.</p>
D18	<i>The application of social media in outreach of academic</i>	Library Hi Tech	<sup>82</sup>	Memberikan gambaran penerapan akun WeChat untuk berbagi informasi	Pengembangan layanan Perpustakaan Jinan University melalui WeChat dilakukan dengan melakukan analisis kebutuhan pengguna. Penggunaan WeChat dapat dioptimalkan oleh perpustakaan

<sup>81</sup> Xu dkk. 2015

<sup>82</sup> Zhu 2016



No	Judul Karya	Nama Publikasi	Penulis	Tujuan	Hasil
	<i>libraries' resources and services</i>			tentang perpustakaan	menggunakan API yang dikembangkan Tencent, atau membangun aplikasi secara mandiri. Selain itu, adapula menu yang disediakan penyedia sumber daya elektronik, sehingga pengguna dapat mengakses koleksi elektronik secara mandiri melalui menu di WeChat.