

---

## **Penggunaan Web 2.0 sebagai Media Promosi Perpustakaan Perguruan Tinggi di Indonesia**

### *The Usage of Web 2.0 as a Media Promotion in Indonesia University Libraries*

**Nove E. Variant Anna<sup>1</sup>**

**Program Studi Teknisi Perpustakaan, Fakultas Vokasi, Universitas Airlangga**

#### **Abstrak**

Penggunaan web 2.0 sudah menjadi tren saat ini, salah satunya adalah untuk media promosi bagi organisasi termasuk perpustakaan perguruan tinggi. Pertumbuhan web 2.0 sebagai media promosi perpustakaan seiring dengan munculnya e-library/digital library. Tujuan dari paper ini adalah untuk (1) mendeskripsikan penggunaan web 2.0 untuk media promosi perpustakaan perguruan tinggi di Indonesia. (2) menjelaskan informasi apa saja yang terkandung dalam media 2.0 tersebut. (3) mendeskripsikan keaktifan dalam melakukan promosi melalui web 2.0 tersebut. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Penggalan data dilakukan melalui observasi website perpustakaan, dan dilakukan pada 40 perpustakaan perguruan tinggi di seluruh Indonesia yang menggunakan web 2.0 untuk mempromosikan informasi/program/kegiatan di perpustakaan. Hasil dari penelitian ini adalah penggunaan web 2.0 yang banyak digunakan oleh perpustakaan untuk mempromosikan perpustakaan antara lain melalui facebook, tweeter, dan flickr. Informasi yang terkandung dalam media sosial tersebut terkait agenda/event yang dilakukan oleh perpustakaan, promosi buku terbaru, user education, dan literasi informasi. Perpustakaan yang menggunakan media jejaring sosial untuk media promosi, sebagian kurang menganggap secara serius pentingnya media tersebut, sebagian sudah sangat aktif dalam menggunakan media jejaring sosial untuk mempromosikan perpustakaan.

**Kata kunci:** promosi perpustakaan, web 2.0, media sosial, promosi perpustakaan perguruan tinggi.

#### **Abstract**

The usage of web 2.0 has become popular among young people in Indonesia. One of the purpose of using web 2.0 is for promotion in some university libraries. The emerging of the web 2.0 as promotional media is corelating with the development of digital library. The paper aims are (1) to describe the usage of web 2.0 for academic libraries promotion. (2) to describe the information / content of those web 2.0. (3) to describe the promotion activity through web 2.0. This research population is all university libraries in Indonesia, but only 40 university librraries that conduct promotion through web 2.0. The website observation is done between May-July 2013. The research results are (1) the university libraries in Indonesia are use facebook, twitter, and flickr to promote library programs and interaction with users. The web 2.0 consist of information about new book release, user education, general information about library services, and information literacy. (3) some of univerity libraries taking seriously and actively promote their library services, but some of them are don't use the web 2.0.

**Keywords:** library promotion, web 2.0, social media, academic library promotion.

---

<sup>1</sup> Korespondensi: Nove E. Variant Anna. Program Studi Teknisi Perpustakaan, Fakultas Vokasi, Universitas Airlangga. Jalan Srikana 65. Telp: +62315047754. Email: nove\_hartanto@yahoo.co.uk

Perpustakaan perguruan tinggi tidak ubahnya seperti jantung bagi sebuah perguruan tinggi, dimana seluruh kegiatan akademik yang dilakukan oleh civitas akademika didukung penuh oleh perpustakaan perguruan tinggi, seperti mendukung kegiatan penelitian dengan menyediakan sumber-sumber ilmiah, menyediakan fasilitas diskusi, dan mendukung kreativitas mahasiswa dan dosen. Perpustakaan perguruan tinggi kaya akan sumber informasi ilmiah yang bisa dimanfaatkan baik secara langsung maupun online. Namun, kenyataannya masih banyak civitas akademika yang lebih memilih sumber informasi yang berasal dari google dari pada database perpustakaan dengan alasan kemudahan penggunaan dan kecepatan, sedangkan untuk kehandalan dan ketepatan hasil pencarian pengguna masih mengandalkan database perpustakaan (Georgas, 2013). Melihat betapa kuatnya kompetitor perpustakaan perguruan tinggi dalam memberikan akses ke sumber informasi secara instant, ditunjang dengan keterbukaan informasi di internet membuat perpustakaan harus bisa mengimbangi sumber-sumber informasi tersebut. Salah satunya dengan membangun digital library / digital repository, memperbanyak pembelian koleksi database journal, e-book, dan membangun OPAC yang ramah pengguna (Anna, 2013). Namun kekuatan sumber informasi yang telah dibangun tidak serta merta mampu menarik pengguna untuk beralih ke database perpustakaan atau menggunakan layanan perpustakaan lainnya.

Sebetulnya perpustakaan sama dengan perusahaan pada umumnya yang perlu melakukan promosi layanan, produk, dan membangun hubungan yang baik dengan pengguna. Beberapa contoh bentuk promosi yang bisa dilakukan perpustakaan adalah dengan memberikan hadiah, membuat poster, dan book display (Hosny, Powell, Heller, 2008). Melalui promosi juga bisa membangun kesadaran pengguna terhadap perpustakaan juga mampu merubah perilaku pengguna (Abram, 2007). Cara promosi di atas masih tergolong tradisional yang masih berorientasi pada bentuk-bentuk promosi secara fisik. Saat ini di Amerika banyak perpustakaan yang menggunakan teknologi web 2.0 untuk kegiatan promosi dan publik relation (Rogers, 2009). Penggunaan media 2.0 juga sangat bervariasi mulai dari blog dan microblog, RSS, wikis, social media, podcast, dan lain-lain (Mahmood, 2011). Blog merupakan salah satu web 2.0 yang paling populer digunakan oleh perpustakaan baik untuk promosi maupun berkomunikasi dengan komunitas selain Instant Messenger (Chua & Goh, 2010), RSS feed juga banyak digunakan oleh perpustakaan untuk menyampaikan informasi tentang perpustakaan kepada pengguna (Harinarayana & Raju, 2010).

Promosi melalui web 2.0 bisa mencakup tentang layanan dan produk perpustakaan (Abram, 2007), online referensi (Harinarayana & Raju, 2012), promosi open akses karya ilmiah yang dimiliki perpustakaan (Jain, 2012). Selain itu kebutuhan untuk menumbuhkan kesadaran pengguna dan membina hubungan yang positif antara perpustakaan dan pengguna, bahkan bisa mendukung perubahan perilaku pengguna (Abram, 2007).

Namun masih banyak perpustakaan perguruan tinggi yang belum memaksimalkan penggunaan web 2.0 sebagai sarana promosi bagi perpustakaan (Kaur, 2009). Perpustakaan perguruan tinggi seharusnya mulai memikirkan penggunaan web 2.0 untuk mempromosikan perpustakaan mereka (Torabi, 2011). Demikian juga yang terjadi pada perpustakaan perguruan tinggi di Indonesia, sudah ada beberapa perpustakaan yang menggunakan web 2.0 sebagai media promosi, namun banyak juga yang belum menggunakan. Paper ini bertujuan untuk mengeksplorasi penggunaan web 2.0 sebagai media promosi yang dilakukan oleh perpustakaan perguruan tinggi di Indonesia antara lain dengan mengidentifikasi jenis-jenis web 2.0 yang digunakan oleh perpustakaan perguruan tinggi, bentuk promosi yang dilakukan serta informasi yang disampaikan.

Karakteristik web 2.0 adalah interaktivitasnya yang memungkinkan pengguna untuk berpartisipasi dalam berkontribusi, mengorganisir, dan menciptakan konten. Beberapa fungsi web 2.0 yang muncul antara lain untuk mendukung aktivitas seperti (1) publishing online, yakni dengan menggunakan blog dan wiki, (2) syndicating content, dengan menggunakan web feeds dan podcast, (3) Organising information dengan social bookmarking dan sharing & tagging photos, (4)

Connecting people dengan menggunakan situs-situs jejaring social seperti facebook dan twitter, (5) linked data, penggunaan cloud computing aplikasi google docs, dan semantic web seperti (Shelly & Fridenberg, 2011).

Berikut adalah analisis SWOT untuk penggunaan sosial media di perpustakaan. Kekuatan, sosial media bisa diakses secara gratis oleh semua orang, sosial media mudah untuk digunakan dan cepat (saat itu juga), disini perpustakaan bisa menjangkau penggunaannya dengan waktu yang cepat dan efisien. Pengguna bisa berkontribusi dan mengeluarkan idenya untuk kemajuan perpustakaan, sosial media juga bisa menjadi media bagi pustakawan untuk berpikir innovative (out of the box), dan pengontrolan yang mudah terhadap konten di sosial media oleh admin yang telah ditunjuk. Kemudahan komunikasi antara perpustakaan dan pengguna merupakan kekuatan utama dari sosial media.

Kelemahan sosial media adalah keterbatasan pada desain, dimana dalam menggunakan sosial media kita harus mengikuti template yang tersedia, keterbatasan informasi yang kita masukkan seperti di twitter yang hanya memuat 140 karakter, beberapa sosial media membutuhkan prose's download, dimana ini bisa menjadikan masalah bagi organisasi yang tidak memiliki kapasitas internet berkecepatan tinggi, munculnya kesulitan dalam proses penyimpanan file/dokumen dalam sosial media. Namun banyak kesempatan yang bisa diambil dari sosial media ini.

Sebelum masuk ke promosi perpustakaan 2.0, konsep library 2.0 muncul terlebih dahulu sejak tahun 2005 yang dikenalkan oleh Michael Casey dalam blognya librarycrunch, dimana casey membahas mengenai web 2.0 dan kemungkinan untuk mengintegrasikan ke dalam perpustakaan. Library 2.0 lebih mengarah pada popularitas, folksonomi, pengguna sebagai pencipta dan partisipan, dan pengguna memberikan rekomendasi.(Le Deuff, 2011). Beberapa alat 2.0 yang banyak digunakan di perpustakaan antara lain blog, ask librarian, social networks, social bookmarking, dan wikis. (Le Deuff, 2011).

Sebagian besar kegiatan promosi di perpustakaan perguruan tinggi adalah untuk mempromosikan koleksi, layanan referensi, instruksi penggunaan perpustakaan, acara yang diadakan oleh perpustakaan dan pameran. Dalam setiap kegiatan promosi secara tradisional adalah dengan mengharapkan para pengguna akan menggunakan perpustakaan, berbeda dengan konsep promosi modern yang lebih mengutamakan bagaimana perpustakaan bisa menyesuaikan dengan kehidupan dan kebutuhan pengguna (Matthews, 2009). Jadi promosi perpustakaan dengan menggunakan web 2.0 adalah kegiatan promosi yang memanfaatkan alat-alat 2.0 seperti blog, social network, RSS, instant messenger, social bookmarking, dan wiki.

### **Metode Penelitian**

Metode yang dipakai adalah penelitian survey. Penelitian melibatkan sampel sebanyak 40 website perpustakaan universitas yang menggunakan web 2.0 sebagai media promosi. Data dikumpulkan melalui observasi website perpustakaan dalam kurun waktu Mei-Juli 2013. Adapun hal-hal yang diobservasi antara lain jenis-jenis web 2.0 yang digunakan untuk media promosi, isi informasi, dan uptodateness dari web-web tersebut. Jumlah website perpustakaan perguruan tinggi yang dijadikan obyek dalam penelitian ini adalah 40 website. Terdiri dari 18 perpustakaan perguruan tinggi negeri dan 22 perpustakaan perguruan tinggi swasta. Adapun data yang telah ditemukan berdasarkan hasil observasi terhadap web 2.0 yang terdapat pada website perpustakaan.

**Hasil**

Temuan data akan disajikan sebagai berikut:

Tabel 1. Jenis Web 2.0 yang Digunakan

Web 2.0	Frekwensi	Prosentase
Facebook	28	70
Twitter	19	47.5
RSS	14	35
Flickr	4	10
Youtube	8	20
Instant Messaging	8	20

Berdasarkan tabel di atas, web 2.0 yang paling banyak digunakan oleh perpustakaan adalah facebook, yakni digunakan oleh 28 perpustakaan di Indonesia. Berdasarkan data yang dirilis oleh facebook saat ini terdapat 64 juta pengguna facebook di Indonesia, dan menempatkan Indonesia pada lima besar negara pengguna facebook di dunia (Grazela, 2013). Bisa diasumsikan bahwa semua pengguna internet di Indonesia memiliki akun facebook, karena berdasarkan data dari internetworldstats pada tahun 2012, pengguna internet di Indonesia mencapai 55 juta pengguna. Dengan melihat banyaknya pengguna facebook, banyak perpustakaan perguruan tinggi yang memanfaatkan kesempatan ini untuk menjangkau pengguna melalui media jejaring social ini. Penggunaan facebook di perpustakaan juga memudahkan komunikasi antar perpustakaan dan pengguna, memudahkan penyebaran informasi, dan lebih hemat. Facebook juga mudah diakses karena aplikasi facebook sudah terintegrasi dengan smartphone, sehingga pengguna tidak harus menggunakan komputer untuk terhubung dengan media jejaring sosial ini.

Twitter menjadi media jejaring social kedua yang digunakan oleh 19 perpustakaan untuk mempromosikan perpustakaan dengan cepat. Tidak jauh berbeda dengan pengguna facebook, pengguna twitter di Indonesia juga menempati lima besar di dunia sebanyak 19,5 juta pengguna. Dengan menggunakan twitter, perpustakaan bisa menyebarkan informasi ke audience lebih luas dan cepat. Selanjutnya, RSS feed berada di peringkat tiga dan digunakan oleh 14 (35%) perpustakaan perguruan tinggi di Indonesia. Sedangkan flickr hanya digunakan oleh empat perpustakaan, dan youtube bersamaan dengan Instant Messaging digunakan oleh 20% perpustakaan perguruan tinggi.

Merujuk pada data di atas, penggunaan web 2.0 di perpustakaan perguruan tinggi di Indonesia kurang bervariasi, jika perpustakaan lain banyak yang menggunakan blog, microblog (tumblr), aplikasi foto sharing terbaru (pinterest). Penggunaan aplikasi 2.0 yang bervariasi bisa memberikan banyak pilihan bagi pengguna untuk tetap mendapatkan berita terupdate dari perpustakaan.

RECORD AND LIBRARY  
JOURNAL

Tabel 2. Informasi yang Terkandung dalam Web 2.0

Facebook	Twitter	RSS	Flickr	Youtube	IM
-Kegiatan perpustakaan	-Kegiatan perpustakaan	-Kegiatan perpustakaan	-Foto kegiatan perpustakaan	-Literasi informasi	-Yahoo Messenger
-Layanan perpustakaan	-Layanan perpustakaan	-Layanan perpustakaan		-Profil perpustakaan	-Library call
-Foto kegiatan perpustakaan	-Kritik dan saran	-Jurnal Perpustakaan			-Hallo library
-Agenda perpustakaan	-Profile perpustakaan	-Artikel atau berita			
-Jadwal operasional perpustakaan	-Jadwal operasional perpustakaan	-Koleksi digital			
-Daftar buku baru	-Daftar buku baru				
-Kata mutiara / motivasi	-Tanya jawab tentang perpustakaan				
-Lowongan kerja					

Berdasarkan tabel di atas, penggunaan web 2.0 berisi informasi kegiatan yang telah dan akan dilakukan oleh perpustakaan. Jejaring sosial facebook paling banyak digunakan untuk menyebarkan informasi terkait kegiatan perpustakaan. Selain kegiatan perpustakaan terdapat informasi mengenai koleksi terbaru perpustakaan dan jurnal perpustakaan. Facebook dan twitter menyebarkan informasi yang sama karena fungsi kedua media jejaring sosial tersebut hampir sama. Sedangkan flickr sebagai aplikasi penyedia photo sharing lebih banyak memberikan informasi terkait foto-foto tentang kegiatan perpustakaan, demikian juga dengan youtube yang memberikan video profil perpustakaan serta video berupa panduan menggunakan perpustakaan bagi pengguna.

Intensitas penggunaan web 2.0 oleh perpustakaan masih kurang melihat banyak media 2.0 yang tidak di up date secara reguler, bahkan ada beberapa aplikasi yang berisi informasi lama. Penggunaan web 2.0 juga kurang intensif, karena sebagian besar perpustakaan hanya menggunakan fasilitas 2.0 hanya sebagai pelengkap dan kurang memanfaatkan secara serius terutama untuk kegiatan promosi dan komunikasi dengan pengguna secara formal.

### Simpulan

Penggunaan web 2.0 oleh perpustakaan perguruan tinggi di Indonesia sudah dimulai sejak akhir tahun 2000an, dan menggunakan web 2.0 yang cukup bervariasi seperti Facebook, Twitter, Flickr, Youtube, RSS, dan IM, kecuali penggunaan blog yang belum diadopsi oleh perpustakaan. Adapun informasi yang terkandung dalam web 2.0 sebagian besar adalah pengumuman tentang kegiatan yang akan dilakukan oleh perpustakaan dan agenda perpustakaan, foto – foto kegiatan perpustakaan, video profil perpustakaan, dan menyediakan wadah berinteraksi antara pengguna dan perpustakaan melalui IM. Intensitas dan keaktifan dalam penggunaan web 2.0 untuk kegiatan

promosi, banyak perpustakaan yang masih kurang memantain informasi yang mereka sampaikan. Oleh karena itu rekomendasi bagi perpustakaan agar memanfaatkan web 2.0 sebagai media promosi kegiatan perpustakaan, dengan memberikan perhatian yang lebih serius terhadap penggunaan web 2.0 serta pengelolaannya serta meningkatkan penggunaan web 2.0 untuk menjalin hubungan/komunikasi dengan pengguna.

### Referensi

- Abram, S. (2007). *Can this 2.0 stuff help libraries with promotion?*. Retrieved from [http://www.imakenews.com/sirsi/e\\_article000862006.cfm?x=bb11cggk,b5ptdpv0](http://www.imakenews.com/sirsi/e_article000862006.cfm?x=bb11cggk,b5ptdpv0)
- Chua, A.Y. K., Goh, D.H. (2010). A study of web 2.0 applications in library websites. *Library and Information Science Research*, 32(3).
- Georgas, H. (2013). Google vs. the library: student preferences and perceptions when doing research using google and a federated search tool. *Portal: Libraries and Academy*, 13(2). 165-185. Retrieved from [http://www.press.jhu.edu/journals/portal\\_libraries\\_and\\_the\\_academy/portal\\_pre\\_print/current/articles/13.2georgas.pdf](http://www.press.jhu.edu/journals/portal_libraries_and_the_academy/portal_pre_print/current/articles/13.2georgas.pdf)
- Grazella, M. (2013, Juni 18). Facebook has 64m active Indonesian users. *The Jakarta Post*. Retrieved from <http://www.thejakartapost.com/news/2013/06/18/facebookhas64mactiveindonesianusers.html>
- Harinarayana, N.S., Raju, N.V. (2010). Web 2.0 features in university library websites. *Electronic Library*, 28(1).
- Hosny, H., Powell, J.P., Heller, R. (2008). Promoting library services at fintel library (Roanoke college). *Virginia Libraries July-September*. Retrieved from [http://scholar.lib.vt.edu/ejournals/VALib/v54\\_n3/hosny.pdf](http://scholar.lib.vt.edu/ejournals/VALib/v54_n3/hosny.pdf)
- Jain, P. (2012). Promoting open access to research in academic libraries. *Library Philosophy and Practice*, 5(1). Retrieved from <http://digitalcommons.unl.edu/cgi/viewcontent.cgi?article1811&context=libphilprac>
- Kaur, K. (2009). Marketing the academic library on the web. *Library Manajemen*, 30(6/7), 454-468.
- Le deuff, O. (2011). *The library 2.0: origins of the concept, evolutions, perceptions and realities: Marketing libraries in a web 2.0 world*.
- Mahmood, K. (2011). *Impact of web 2.0 technologies on US academic libraries*. (Postdoctoral Research). LA: University of California (UCLA). Retrieved from [http://www.academia.edu/1191162/Impact\\_of\\_Web\\_2.0\\_technologies\\_on\\_US\\_academic\\_libraries\\_A\\_study\\_of\\_ARL\\_libraries](http://www.academia.edu/1191162/Impact_of_Web_2.0_technologies_on_US_academic_libraries_A_study_of_ARL_libraries)
- Matthews, B. (2009). *Marketing today's academic library: a bold new approach to communicating with students*. USA: American Library Association.
- Shelly, C. F. (2011). *Web 2.0 concept and application*.
- Torabi, N. (2011). Academic libraries should consider a strategic approach to promotion and marketing of e-book. *Evidence Based Library and Information Practice*, 6(4). Retrieved from <http://ejournals.library.ualberta.ca/index.php/EBLIP/article/view/11625>
- Rogers, C.R. (2009). *Social media, libraries, and web 2.0: how American libraries are using new tools for public relations and to attract users*. Retrieved from [http://www.statelibrary.sc.gov/docs/pr/201202\\_com\\_social\\_media\\_survey\\_dec\\_2011.pdf](http://www.statelibrary.sc.gov/docs/pr/201202_com_social_media_survey_dec_2011.pdf)