

Pemanfaatan Instagram sebagai Strategi Komunikasi Layanan Perpustakaan Perguruan Tinggi di Era Society 5.0: Studi Kasus Perpustakaan Universitas Ciputra Surabaya

Essy Marischa Nadia^{1*}), Andi Nur Khoffifah Maghfirah M²

¹Perpustakaan Universitas Ciputra Surabaya

²Perpustakaan STIE Ciputra Makassar

*) Korespondensi: essy.marischa@ciputra.ac.id

Abstract

[The Use of Instagram as a Communication Strategy for Academic Library Services in the Society 5.0 Era: A Case Study of Library Universitas Ciputra Surabaya] This study examines the use of Instagram as a communication strategy for the library services of Universitas Ciputra Surabaya in the Society 5.0 era and identifies service innovations reflected in the library's digital communication practices. The research employs a descriptive qualitative method with a content analysis approach toward 59 posts on the @uc_library account published from July 2024 to August 2025. Data were collected through non-participant observation of post categories, content characteristics, and audience engagement indicators, including likes, comments, and shares, and were complemented by a literature review relevant to the study. The results reveal that Instagram serves not merely as a publication channel, but also as a medium for service communication, information literacy dissemination, event promotion, and institutional image building. Among the identified categories, informative content was the most dominant, comprising 59.32% of the total posts, and showed the highest level of audience engagement, particularly when the content was practical, relevant, and visually communicative. These findings suggest that the effectiveness of library communication through Instagram is shaped more by the relevance and presentation of content than by posting frequency alone. In conclusion, Instagram represents a digital communication-based service innovation that supports the transformation of academic libraries toward more adaptive, interactive, and user-oriented services in the Society 5.0 era.

Keywords: Instagram; communication strategy; academic library; service innovation; Society 5.0

Abstrak

Penelitian ini mengkaji pemanfaatan Instagram sebagai strategi komunikasi layanan Perpustakaan Universitas Ciputra Surabaya di era Society 5.0 serta mengidentifikasi bentuk inovasi layanan yang tercermin dalam praktik komunikasi digital perpustakaan. Metode penelitian menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan analisis konten terhadap 59 unggahan akun Instagram @uc_library yang dipublikasikan pada periode Juli 2024 hingga Agustus 2025. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi nonpartisipan terhadap kategori unggahan, karakteristik konten, serta indikator keterlibatan audiens yang meliputi jumlah suka, komentar, dan bagikan. Data penelitian juga didukung oleh kajian literatur yang relevan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Instagram tidak hanya berfungsi sebagai media publikasi informasi, tetapi juga sebagai sarana komunikasi layanan, penyebaran literasi informasi, promosi kegiatan, serta penguatan citra institusi perpustakaan. Kategori konten informatif menjadi jenis konten yang paling dominan dengan proporsi sebesar 59,32% dari keseluruhan unggahan dan menunjukkan tingkat keterlibatan audiens yang paling tinggi, terutama pada konten yang bersifat praktis, relevan, dan disajikan secara visual komunikatif. Temuan ini mengindikasikan bahwa efektivitas komunikasi layanan perpustakaan melalui Instagram lebih dipengaruhi oleh relevansi dan strategi penyajian konten dibandingkan dengan frekuensi unggahan semata. Dengan demikian, Instagram dapat dipahami sebagai bentuk inovasi layanan berbasis komunikasi digital yang mendukung transformasi perpustakaan perguruan tinggi menuju layanan yang adaptif, interaktif, dan berorientasi pada kebutuhan pengguna di era Society 5.0.

Kata kunci: Instagram; strategi komunikasi; layanan perpustakaan; perpustakaan perguruan tinggi; Society 5.0.

1. Pendahuluan

Perkembangan teknologi digital telah mendorong perubahan mendasar dalam pola komunikasi, akses informasi, dan penyelenggaraan layanan di berbagai institusi, termasuk perpustakaan perguruan tinggi (Rohayati & Abdillah, 2024); (Yaraş & Kanatlı Öztürk, 2022). Dalam konteks Society 5.0, teknologi tidak hanya dipahami sebagai instrumen efisiensi, tetapi juga sebagai sarana untuk menghadirkan layanan yang lebih adaptif, *human-centered*, dan responsif terhadap kebutuhan pengguna. Hal ini sejalan dengan (Maljugić et al., 2024) yang menjelaskan bahwa Society 5.0 merupakan konsep masyarakat berpusat pada manusia yang mengintegrasikan ruang fisik dan ruang digital untuk meningkatkan kesejahteraan serta menyelesaikan masalah sosial. Perpustakaan sebagai lembaga penyedia informasi dituntut untuk menyesuaikan strategi layanannya dengan karakteristik masyarakat digital yang menghendaki akses informasi yang cepat, visual, dan interaktif (Noh, 2023); (Agboke & Undie, 2020).

Salah satu bentuk adaptasi tersebut adalah pemanfaatan media sosial sebagai kanal publikasi dan komunikasi layanan (Damayanti et al., 2023); (Agboke & Undie, 2020). Instagram menjadi platform yang banyak digunakan karena mampu menggabungkan elemen visual, teks singkat, video, dan fitur interaktif dalam satu ruang komunikasi (Kircaburun et al., 2020); (Drivas & Vraimaki, 2024). Bagi perpustakaan perguruan tinggi, Instagram tidak lagi sekadar digunakan untuk promosi, tetapi juga untuk menyebarluaskan informasi layanan, edukasi literasi informasi, publikasi kegiatan, dan membangun kedekatan dengan pemustaka (Miawani & Irawati, 2024); (Drivas & Vraimaki, 2024). Dalam perspektif Library 5.0, penggunaan media sosial mencerminkan transformasi perpustakaan menuju layanan berbasis teknologi yang tetap menempatkan kebutuhan pengguna sebagai pusat perhatian (Noh, 2023).

Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa media sosial telah menjadi instrumen penting dalam komunikasi layanan perpustakaan (Miawani & Irawati, 2024); (Agboke & Undie, 2020). Instagram, khususnya, berkembang dari media penyiaran informasi menjadi media yang lebih partisipatif dan responsif terhadap interaksi pengguna (Drivas & Vraimaki, 2024). Namun, pemanfaatan Instagram oleh perpustakaan perguruan tinggi di Indonesia masih perlu dikaji lebih mendalam, terutama dari sisi strategi konten, pola komunikasi, dan efektivitas keterlibatan pengguna (Damayanti et al., 2023); (Miawani & Irawati, 2024). Menurut Aras dan Colaklar (Suharso & Pramesti, 2020) pemanfaatan Instagram oleh perpustakaan perguruan tinggi dapat digunakan untuk memberi tahu pengguna tentang materi dan informasi baru seperti memberikan informasi tentang perpustakaan, mensosialisasikan acara, mendorong kampanye perpustakaan, dan melakukan kegiatan masyarakat dan budaya.

Penelitian ini berfokus pada akun Instagram Perpustakaan Universitas Ciputra Surabaya sebagai studi kasus. Pemilihan objek ini didasarkan pada konsistensi penggunaan Instagram sebagai media layanan dan publikasi digital oleh perpustakaan. Penelitian ini penting karena tidak hanya mendeskripsikan jenis konten yang dipublikasikan, tetapi juga menganalisis bagaimana konten tersebut berfungsi dalam membangun komunikasi layanan, keterlibatan pengguna, dan inovasi perpustakaan di era *Society 5.0* (Noh, 2023); (Rohayati & Abdillah, 2024).

Perpustakaan Universitas Ciputra Surabaya merupakan salah satu perpustakaan perguruan tinggi yang memanfaatkan Instagram sebagai media komunikasi dan publikasi layanan. Akun Instagram perpustakaan Universitas Ciputra Surabaya **@uc_library** digunakan untuk menyampaikan informasi layanan, promosi koleksi, pengumuman kegiatan, serta konten edukasi literasi informasi. Meski praktik ini sejalan dengan temuan mutakhir mengenai fungsi strategis media sosial bagi perpustakaan, studi yang mengulas secara rinci keterkaitan antara strategi komunikasi konten, bentuk layanan, dan dinamika interaksi pemustaka pada akun Instagram perpustakaan perguruan tinggi, khususnya dalam bingkai Society 5.0 masih jarang dikaji (Drivas & Vraimaki, 2024).

Kebaruan (novelty) penelitian ini terletak pada pengisian celah kajian tersebut melalui analisis deskriptif kualitatif yang tidak hanya mengidentifikasi bentuk pemanfaatan Instagram, tetapi juga mengaitkan: (a) strategi komunikasi berbasis konten (jenis pesan, format, konsistensi, dan tujuan komunikasi), (b) kreativitas layanan yang ditampilkan melalui desain informasi dan fitur interaktif, serta (c) pola interaksi digital antara perpustakaan dan pemustaka sebagai indikator layanan yang *human-centered* dalam konteks Society 5.0. Dengan demikian, penelitian ini tidak menempatkan Instagram sebatas kanal promosi, melainkan sebagai ruang praktik layanan komunikasi dua arah yang dapat dievaluasi melalui konten dan keterlibatan pengguna.

Berdasarkan uraian tersebut, tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pemanfaatan Instagram **@uc_library** sebagai strategi komunikasi layanan Perpustakaan Universitas Ciputra Surabaya dalam konteks Society 5.0. Secara khusus, penelitian ini bertujuan untuk: (1) mengidentifikasi jenis dan bentuk konten yang dipublikasikan pada akun Instagram **@uc_library**; (2) menganalisis strategi komunikasi layanan yang dibangun melalui konten Instagram perpustakaan; (3) mengkaji pola interaksi digital pemustaka melalui indikator keterlibatan seperti likes, komentar, dan share; serta (4) menjelaskan keterkaitan pemanfaatan Instagram dengan inovasi layanan perpustakaan yang adaptif, interaktif, dan berpusat pada pengguna di era Society 5.0.

2. Landasan Teori

Penelitian mengenai topik Instagram sebagai media komunikasi sudah pernah dilakukan oleh beberapa peneliti sebelumnya. Penelitian pertama oleh (Utomo, 2019) berjudul *Pemanfaatan Sosial Media Sebagai Bentuk Inovasi, Strategi Komunikasi dan Kreatifitas Layanan di Perpustakaan Perguruan Tinggi*. Tujuan dari penelitian ini bahwa media sosial bagi perpustakaan dapat mendorong para pustakawan untuk berinovasi untuk menciptakan bentuk-bentuk layanan baru yang belum ada sebelumnya di perpustakaan. Selain itu, media sosial juga dapat meningkatkan kreativitas seorang pustakawan untuk menciptakan layanan-layanan baru yang belum ada di perpustakaan sebelumnya. Kendala yang dihadapi yaitu kurang optimalnya penggunaan media sosial ini dapat dilihat dari kurangnya respon dari pemustaka atau calon pemustaka yang disebabkan karena beberapa hal, seperti kurang menariknya *content* yang ditampilkan di *account* media sosial dari perpustakaan atau adanya ketidaktahuan dari pemustaka atau calon pemustaka terhadap *account* media sosial yang dimiliki oleh perpustakaan. Hasil dari penelitian ini, dalam

memanfaatkan media sosial digunakan untuk membantu mengkomunikasikan segala bentuk informasi yang ada di perpustakaan. Baik itu informasi tentang kegiatan, layanan yang ada atau informasi yang berkaitan dengan koleksi yang ada di perpustakaan. Untuk itu, optimalisasi penggunaan media sosial di perpustakaan perlu dilakukan agar segala informasi yang ada dapat tersampaikan dengan baik. Penelitian kedua, dilakukan oleh (Zuniananta, 2021) dengan judul Penggunaan Media Sosial Sebagai Media Komunikasi Informasi Di Perpustakaan. Penelitian ini bertujuan untuk menguraikan bagaimana media sosial dapat digunakan oleh perpustakaan sebagai media komunikasi antara perpustakaan dengan pemustaka. Hasil dari penelitian ini, dengan menggunakan media sosial, perpustakaan dapat berkomunikasi dengan pengguna secara interaktif. Informasi yang diunggah perpustakaan melalui media sosial dapat dibagikan secara langsung oleh pengguna sehingga perpustakaan dapat menjangkau pengguna secara lebih luas. Perpustakaan juga memanfaatkan media sosial untuk mempromosikan layanan dan kegiatan perpustakaan, hal ini dapat menarik minat pengguna untuk datang dan ikut serta berpartisipasi memanfaatkan layanan dan kegiatan yang diselenggarakan oleh perpustakaan. Ketiga, penelitian dari (Aditya & Rohmah, 2024) berjudul Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Komunikasi dan Informasi Pemerintah Kota Samarinda. Hasil penelitian ini, agar Pemerintah kota Samarinda dalam pengelolaan Instagram Kota Samarinda lebih memaksimalkan kembali dalam monitoring media sosial Instagram sehingga status *verified* yang dapat diusahakan dan memaksimalkan penggunaan fitur-fitur untuk lebih menjangkau serta berinteraksi dengan masyarakat.

Perbedaan penelitian ini dengan ketiga penelitian sebelumnya adalah penelitian pertama lebih menekankan media sosial sebagai sarana inovasi dan kreativitas layanan di perpustakaan perguruan tinggi. Penelitian kedua membahas media sosial sebagai media komunikasi dan promosi perpustakaan secara lebih umum. Sementara itu, penelitian ketiga berbeda dari dua penelitian sebelumnya karena objeknya bukan perpustakaan, melainkan Pemerintah Kota Samarinda, serta fokusnya lebih spesifik pada penggunaan Instagram sebagai media komunikasi dan informasi kepada masyarakat. Sedangkan untuk Persamaan dari ketiga penelitian tersebut adalah sama-sama membahas media sosial sebagai media komunikasi dan informasi yang digunakan oleh lembaga untuk menjangkau publik, menyampaikan informasi, membangun interaksi, serta meningkatkan efektivitas layanan atau kegiatan lembaga.

2.1. Instagram

Instagram pada awalnya diciptakan oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger. Melalui situs resminya, Instagram mendefinisikan dirinya sebagai aplikasi berbagi foto dan video gratis yang dapat digunakan oleh pengguna telepon seluler pintar. Melalui aplikasi ini, pengguna dapat membagikan foto atau video kepada teman maupun pengikutnya. Selain itu, pengguna juga dapat berinteraksi dengan pengguna lain melalui aktivitas melihat, menyukai, dan mengomentari unggahan yang dibagikan. Sebagai media sosial, Instagram dibangun berdasarkan teknologi Web 2.0 yang memungkinkan penggunaannya untuk membuat, menyediakan, dan membagikan konten secara luas (Abdul Talib et al., 2017).

Instagram merupakan salah satu jenis media sosial yang berfokus pada konten visual, khususnya foto dan video. Platform ini memungkinkan pengguna untuk mengunggah, membagikan, serta melihat foto dan video secara daring. Untuk memahami Instagram secara menyeluruh, pengguna perlu mengenal berbagai fitur yang tersedia di dalamnya. Secara etimologis, istilah Instagram berasal dari gabungan kata “instan” dan “telegram”. Kata “instan” merujuk pada konsep kamera polaroid yang mampu menampilkan foto secara cepat, sedangkan kata “telegram” menggambarkan proses penyampaian informasi secara cepat kepada orang lain. Dengan demikian, Instagram dapat dipahami sebagai media yang memungkinkan pengguna membagikan gambar atau informasi secara cepat melalui jaringan internet (Adilla et al., 2023).

Instagram juga dikenal sebagai platform media sosial untuk berbagi foto dan video yang penggunaannya erat kaitannya dengan *smartphone* (Prajarini, 2020). Platform ini memiliki berbagai fitur menarik yang mendukung penyampaian informasi, komunikasi, serta interaksi antar pengguna. Saat ini, Instagram menyediakan beragam fitur yang menunjang aktivitas komunikasi dan penyebaran informasi, seperti *Instagram Story*, *Reels*, *Highlight*, *Live*, *Leave a Note*, serta *Instagram Analytics*.

Selain sebagai media berbagi foto dan video, Instagram juga memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk jejaring sosial milik Instagram sendiri. Aplikasi ini dikembangkan oleh Burbn, Inc., sebuah perusahaan rintisan berbasis teknologi yang berfokus pada pengembangan aplikasi untuk telepon genggam. Dalam perkembangannya, Instagram tidak hanya digunakan sebagai media komunikasi dan hiburan, tetapi juga sebagai media pemasaran. Melalui Instagram, produk barang maupun jasa dapat ditawarkan dengan cara mengunggah foto atau video singkat, sehingga calon konsumen dapat melihat berbagai jenis barang atau jasa yang ditawarkan (Rahmawati, 2016).

Dengan berbagai fitur yang dimilikinya, Instagram menjadi platform yang digunakan untuk berbagi informasi dan momen dalam bentuk foto, video, tulisan, filter digital, serta fitur interaktif lainnya. Di Indonesia, Instagram dimanfaatkan sebagai wadah untuk mencari inspirasi, berbagi momen perjalanan, menciptakan dan mengikuti tren, serta mengembangkan aktivitas bisnis (Prihatiningsih, 2017). Selain itu, unggahan yang dibagikan di Instagram juga ditujukan kepada masyarakat luas sebagai salah satu upaya untuk membentuk citra diri penggunanya (Sakti & Yulianto, 2018).

2.2. Strategi Komunikasi

Menurut Anwar dalam (Suryadi, 2021) strategi komunikasi merupakan kombinasi antara perencanaan dan pengelolaan komunikasi untuk mencapai tujuan tertentu. Konsep ini menjelaskan bahwa suatu rencana komunikasi perlu diterapkan secara tepat sesuai dengan situasi dan kondisi yang terjadi. Strategi komunikasi juga dapat dipahami sebagai proses berkelanjutan yang dipengaruhi oleh seluruh komponen komunikasi. Agar berjalan efektif, strategi komunikasi harus mempertimbangkan kondisi saat ini serta berbagai kemungkinan permasalahan yang dapat muncul pada masa mendatang. Dengan demikian,

strategi komunikasi memungkinkan audiens untuk beradaptasi secara cepat dan fleksibel terhadap metode komunikasi yang digunakan (Aisyah & Djohan, 2023).

Sejalan dengan hal tersebut, Effendy dalam (Utami et al., 2025) menjelaskan bahwa strategi komunikasi merupakan proses perencanaan dan pengelolaan komunikasi untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Strategi ini mencakup pengaturan mengenai pesan yang akan disampaikan, siapa yang menjadi sasaran komunikasi, serta media yang digunakan dalam proses penyampaian pesan. Menurut Onong Uchjana dalam (Santoso, 2020) strategi komunikasi yang baik harus disusun secara cermat, disesuaikan dengan kebutuhan audiens, serta memanfaatkan berbagai saluran komunikasi agar tujuan yang telah ditetapkan dapat tercapai secara optimal.

Menurut Rogers dalam (Hasan et al., 2023) strategi komunikasi memiliki peran penting pada era digital karena masyarakat memiliki banyak alternatif sumber informasi selain perpustakaan. Oleh sebab itu, penggunaan media sosial dan media daring lainnya secara kreatif sebagai sarana promosi dapat meningkatkan minat masyarakat, khususnya generasi muda, untuk mengunjungi perpustakaan.

(Aisyah & Djohan, 2023) menjelaskan bahwa strategi komunikasi yang diterapkan oleh pustakawan terdiri atas beberapa faktor, yaitu

1. Pesan (*Message*). Pesan yang disampaikan bersifat motivasi, persuasif, inspirasi, serta mengedukasi.
2. Media komunikasi (*Channels*), yang meliputi tatap muka (*Face to face*), media sosial, media massa lokal dan media cetak.
3. Waktu (*Time Frame*), merupakan strategi yang disusun dalam jangka pendek (mingguan/bulanan), menengah (semester), dan panjang (tahunan).
4. Sistem sosial, yang melibatkan mahasiswa, tenaga pendidik, tenaga kependidikan, organisasi kemahasiswaan.
5. Audiens (Kategori target/sasaran), terdiri dari 5 kategori, yaitu sebagai berikut: a) *Innovators* (duta baca, dosen, pelajar aktif). b) *Early Adopters* (Komunitas literasi, pemuda aktif). c) *Early Majority* (Pelajar umum, mahasiswa). d) *Late Majority* (Orang tua, warga yang jarang ke perpustakaan). e) *Laggards* (kelompok masyarakat yang tidak mau membaca, dapat didekati dengan pendekatan lokal atau kultural).

Berdasarkan beberapa pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi merupakan proses perencanaan dan pelaksanaan langkah-langkah komunikasi secara efektif dan efisien untuk mencapai tujuan tertentu. Strategi ini mencakup penentuan audiens yang tepat, penyusunan pesan yang sesuai, pemilihan media atau saluran komunikasi, serta pengelolaan waktu dan konteks penyampaian pesan. Dengan strategi komunikasi yang baik, pesan dapat dipahami, diterima, dan memberikan dampak sesuai dengan tujuan yang diharapkan.

2.3. Layanan Perpustakaan

Menurut (Luthfiyah, 2016) layanan perpustakaan pada hakikatnya merupakan kegiatan pemberian informasi kepada pemustaka serta penyediaan sarana penelusuran informasi yang tersedia di perpustakaan. Keberhasilan layanan perpustakaan juga didukung oleh peran petugas perpustakaan yang mampu membantu pemustaka dalam menemukan informasi yang dibutuhkan. Selain itu, fasilitas seperti ruang baca, ruang koleksi, dan sarana penelusuran informasi perlu disediakan agar dapat dimanfaatkan secara optimal oleh pemustaka. Dengan demikian, layanan perpustakaan tidak hanya berkaitan dengan kegiatan pelayanan secara langsung kepada masyarakat, tetapi juga mencerminkan keberhasilan pengelolaan perpustakaan. Keberhasilan perpustakaan sangat ditentukan oleh kualitas layanan perpustakaan yang diberikan kepada pemustaka. Kepuasan pemustaka terhadap layanan perpustakaan dapat dilihat dari sejauh mana layanan tersebut mampu memenuhi kebutuhan dan harapan mereka. Kepuasan pemustaka juga berpengaruh terhadap kinerja perpustakaan, baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, perpustakaan perlu mengoptimalkan layanan dan akses informasi melalui berbagai media agar dapat memberikan pelayanan yang baik kepada pemustaka (Luthfiyah, 2016).

Layanan perpustakaan berperan penting dalam memenuhi kebutuhan informasi masyarakat serta menghubungkan pemustaka dengan bahan pustaka yang sesuai dengan minat dan kebutuhannya. Secara umum, layanan perpustakaan dapat dipahami sebagai penyediaan informasi dan sarana penelusuran bagi pemustaka. (Rahmah, 2018) menyatakan bahwa layanan perpustakaan merupakan kegiatan yang memberikan kesempatan kepada pemustaka untuk memperoleh informasi sesuai kebutuhan dalam berbagai bentuk media secara optimal. Kegiatan tersebut dilaksanakan berdasarkan aturan yang telah ditetapkan. Dengan demikian, layanan perpustakaan dapat disimpulkan sebagai kegiatan yang dilakukan perpustakaan dalam menyediakan informasi koleksi kepada pemustaka agar mereka memperoleh informasi sesuai dengan kebutuhannya. Layanan perpustakaan mengacu pada kebutuhan pemustaka. Layanan yang baik adalah layanan yang mampu memenuhi kebutuhan dan harapan pemustaka secara tepat dan cepat. Setiap pemustaka yang datang ke perpustakaan memiliki harapan yang berbeda-beda terhadap layanan yang diterima. Oleh karena itu, kesesuaian antara harapan pemustaka dan kenyataan layanan yang diperoleh menjadi salah satu ukuran kualitas layanan. Layanan yang berkualitas merupakan aset penting dalam penyelenggaraan layanan perpustakaan (Rodin, 2015).

Selain itu, hasil penelitian menunjukkan bahwa layanan pustakawan yang ramah dapat menumbuhkan kepercayaan terhadap kompetensi profesional pustakawan, memperkuat kesan positif pemustaka, serta meningkatkan kualitas layanan perpustakaan (Chen et al., 2022). Dengan demikian, penyediaan layanan perpustakaan yang berkualitas sangat menentukan minat pemustaka untuk kembali memanfaatkan perpustakaan. Oleh karena itu, kualitas layanan perpustakaan menjadi salah satu aspek penting dalam pengelolaan perpustakaan.

2.4. Perpustakaan Perguruan Tinggi

Perpustakaan perguruan tinggi merupakan salah satu komponen penting dalam lingkungan perguruan tinggi yang berperan dalam memenuhi kebutuhan informasi guna menunjang kegiatan pendidikan, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat (Hapsari, 2019). Peran tersebut menjadikan perpustakaan sebagai bagian yang tidak terpisahkan dari keberlangsungan aktivitas akademik di perguruan tinggi. Tujuan perpustakaan perguruan tinggi antara lain adalah memenuhi kebutuhan informasi sivitas akademika, menyediakan berbagai bahan pustaka yang mendukung proses pencarian informasi, memberikan layanan yang relevan dan bermanfaat, menyediakan sumber informasi yang beragam, serta menjadi ruang belajar. Dengan demikian, perpustakaan tidak hanya berfungsi sebagai tempat membaca atau meminjam koleksi, tetapi juga sebagai pusat belajar bagi sivitas akademika (Zeng et al., 2015).

Perpustakaan juga merupakan institusi yang diperlukan oleh perguruan tinggi dalam mendukung terwujudnya visi dan misi perguruan tinggi, khususnya yang berkaitan dengan pelaksanaan Tri Dharma Perguruan Tinggi, yaitu pendidikan, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat. Dalam konteks tersebut, perpustakaan perguruan tinggi berperan sebagai penyedia layanan informasi yang mendukung terlaksananya Tri Dharma Perguruan Tinggi (Sudirman Anwar, 2019). Secara umum, perpustakaan perguruan tinggi berfungsi sebagai Unit Pelaksana Teknis (UPT) yang berada di bawah naungan rektorat. Tujuan utamanya adalah memberikan dukungan kepada sivitas akademika dalam memenuhi kebutuhan informasi, sekaligus menjadi pusat belajar dan ruang pembelajaran (Suharso et al., 2020).

Selain melayani kebutuhan informasi sivitas akademika di lingkungan perguruan tinggi, perpustakaan perguruan tinggi juga dapat memberikan layanan kepada masyarakat umum maupun sivitas akademika dari perguruan tinggi lain. Hal ini sejalan dengan istilah *library is a growing organism*, yang berarti bahwa perpustakaan merupakan lembaga yang terus berkembang mengikuti perubahan zaman. Oleh karena itu, seluruh kegiatan perpustakaan pada dasarnya diarahkan untuk memenuhi kebutuhan pemustaka. Seiring perkembangan zaman, perpustakaan juga dituntut untuk terus menyesuaikan layanan dengan kebutuhan penggunanya (Rahayu, 2015).

2.5. Society 5.0

Society 5.0 atau masyarakat super cerdas merupakan konsep yang digagas oleh Pemerintah Jepang dan diperkenalkan pada *World Economic Forum di Davos, Swiss*, pada 21 Januari 2019. Era Society 5.0 menuntut masyarakat untuk mampu menyelesaikan berbagai persoalan dan dinamika sosial dengan memanfaatkan teknologi, seperti *Internet of Things (IoT)*, kecerdasan buatan atau *artificial intelligence (AI)*, robotika, serta *big data* untuk memenuhi kebutuhan hidup manusia (Indarta et al., 2022).

Menurut (Wijonarko, 2020) Society 5.0 merupakan tatanan kehidupan yang berpusat pada manusia dan berbasis teknologi. Dalam era ini, teknologi menjadi bagian yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia. Kondisi tersebut menjadi tantangan tersendiri karena Society 5.0 menekankan pemanfaatan teknologi untuk menciptakan berbagai inovasi yang dapat mempermudah aktivitas dan pekerjaan manusia.

Perkembangan teknologi yang semakin canggih diharapkan mampu menghasilkan pembaruan dalam berbagai aspek kehidupan. Secara praktis, sistem digital berbasis teknologi modern saat ini bahkan telah mampu mengambil alih sebagian pekerjaan manusia (Al As'hal et al., 2021).

Saat ini, masyarakat hidup dalam era modern yang dikenal sebagai era Society 5.0, yaitu era yang menempatkan manusia sebagai pusat inovasi dan transformasi teknologi. Teknologi dalam konteks ini diharapkan mampu memberikan kontribusi terhadap peningkatan kualitas hidup, penyelesaian masalah sosial, dan kesejahteraan manusia (Tavares et al., 2022). Society 5.0 juga dipandang sebagai jawaban atas tantangan Revolusi Industri 4.0 melalui penciptaan nilai baru dari perkembangan teknologi maju. Tujuannya adalah untuk mengurangi kesenjangan antara permasalahan manusia dan kebutuhan ekonomi (Wahyuningtyas et al., 2023).

Selain itu, Society 5.0 juga dapat dipahami sebagai istilah yang menggambarkan kehidupan masa depan. Konsep masyarakat ini didasarkan pada pemanfaatan berbagai teknologi, seperti *machine learning*, *internet of things*, *big data*, komputasi awan, kriptografi, dan biometrik. Berbagai teknologi tersebut terintegrasi untuk menciptakan cara hidup baru yang lebih adaptif terhadap perkembangan zaman. Perubahan tersebut tentu akan memengaruhi nilai, pola pikir, dan perilaku manusia. Oleh karena itu, Society 5.0 membawa tantangan sekaligus peluang dalam berbagai bidang kehidupan (Althabhwani et al., 2022).

3. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif untuk memperoleh pemahaman yang mendalam mengenai pemanfaatan Instagram sebagai strategi komunikasi layanan perpustakaan perguruan tinggi di era Society 5.0 (Noh, 2023); (Rohayati & Abdillah, 2024). Pendekatan kualitatif dipilih karena memungkinkan peneliti memahami gambaran secara kontekstual melalui penafsiran terhadap makna, praktik komunikasi, dan bentuk penyajian konten yang muncul dalam aktivitas media sosial perpustakaan. Hal ini sejalan dengan (Putri, 2019) yang menggunakan pendekatan kualitatif untuk mendeskripsikan pemanfaatan media sosial perpustakaan, termasuk Instagram, Twitter, Facebook, dan YouTube, serta memahami pengelolaan media sosial melalui observasi dan wawancara. Pendekatan tersebut juga sejalan dengan (Evelina & Sari, 2023), yang menjelaskan bahwa penelitian deskriptif kualitatif digunakan untuk menjelaskan fenomena berdasarkan data yang dikumpulkan secara rinci, khususnya dalam kajian konten media sosial. Kerangka ini relevan untuk mengkaji praktik komunikasi digital perpustakaan dalam konteks transformasi layanan dan perkembangan konsep Library 5.0 serta Society 5.0 (Noh, 2023).

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis konten. Pendekatan ini digunakan untuk menganalisis pemanfaatan akun Instagram @uc_library milik Perpustakaan Universitas Ciputra Surabaya sebagai media publikasi layanan dan komunikasi digital perpustakaan. Objek dalam penelitian ini adalah akun Instagram @uc_library, sedangkan unit analisisnya berupa setiap unggahan Instagram beserta unsur-unsur yang menyertainya, meliputi judul konten, jenis konten, bentuk penyajian, serta indikator interaksi digital.

Data penelitian diperoleh dari unggahan akun Instagram @uc_library dalam periode Juli 2024 sampai Agustus 2025. Berdasarkan hasil observasi, terdapat 59 unggahan yang dianalisis dalam penelitian ini. Interaksi digital yang diamati meliputi jumlah likes, komentar, dan share sebagai representasi respons audiens terhadap konten yang dipublikasikan oleh perpustakaan.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui studi literatur dan observasi nonpartisipan. Studi literatur digunakan untuk membangun kerangka konseptual mengenai transformasi layanan perpustakaan, komunikasi digital, media sosial, dan Society 5.0. Sementara itu, observasi nonpartisipan dilakukan dengan mengamati secara langsung seluruh unggahan pada akun Instagram @uc_library beserta respons audiensnya, tanpa adanya keterlibatan peneliti dalam aktivitas pengelolaan akun yang diamati.

Tahap analisis data diawali dengan inventarisasi data, yaitu menempatkan satu unggahan sebagai satu unit analisis. Selanjutnya, unggahan diklasifikasikan berdasarkan jenis konten yang tercantum dalam data rekap, seperti *Informative Content*, *UC Library News*, *Giveaway*, *Podcast* Katalog, Prestasi, dan Informasi Buku. Setelah proses kategorisasi dilakukan, peneliti melakukan *coding* dan *recoding* untuk memastikan bahwa setiap unggahan berada pada kategori yang konsisten.

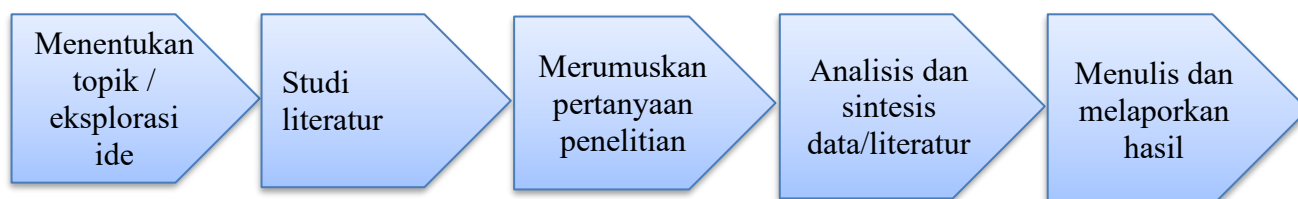
Pada tahap berikutnya, setiap unggahan dianalisis berdasarkan tema, bentuk penyajian, dan tujuan komunikasinya. Analisis ini dilakukan untuk mengidentifikasi fungsi pesan yang terkandung dalam unggahan, seperti penyampaian informasi layanan, edukasi literasi informasi, promosi kegiatan, promosi koleksi, serta penguatan citra institusi. Dengan demikian, proses analisis tidak hanya berfokus pada bentuk konten, tetapi juga pada makna dan fungsi komunikasi yang dibangun melalui media sosial perpustakaan.

Untuk memperkuat pembacaan terhadap respons audiens, penelitian ini juga menggunakan statistik deskriptif *engagement*. Statistik yang dihitung meliputi jumlah unggahan per kategori, total likes, total komentar, total *share*, rata-rata interaksi per unggahan, *engagement score*, dan *engagement rate*. Dalam penelitian ini, *engagement score* dihitung dari penjumlahan likes, komentar, dan *share*. Sementara itu, *engagement rate* digunakan untuk melihat proporsi keterlibatan audiens dibandingkan dengan jumlah pengikut akun @uc_library, yaitu sebanyak 9.823 pengikut. Penggunaan metrik ini tidak mengubah sifat penelitian menjadi kuantitatif, melainkan berfungsi sebagai data pendukung dalam memperkuat deskripsi kualitatif agar interpretasi mengenai efektivitas strategi komunikasi digital menjadi lebih terukur.

Analisis data selanjutnya mengikuti model analisis data kualitatif yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Reduksi data dilakukan dengan memilih, memilah, dan menyederhanakan informasi yang relevan dari unggahan Instagram, seperti tema konten, jenis konten, bentuk penyajian, dan interaksi pengguna. Penyajian data dilakukan dalam bentuk tabel, kategori, dan uraian deskriptif untuk menunjukkan pola unggahan serta pola interaksi audiens. Selanjutnya, penarikan kesimpulan dilakukan melalui interpretasi temuan untuk menjelaskan pemanfaatan Instagram sebagai media publikasi layanan, strategi komunikasi digital perpustakaan, serta bentuk inovasi layanan dalam konteks Society 5.0.

Keabsahan data dalam penelitian ini dijaga melalui triangulasi sumber, diskusi dengan rekan sejawat, dan dokumentasi proses penelitian secara sistematis. Triangulasi dilakukan dengan membandingkan hasil

observasi unggahan Instagram dengan temuan studi literatur dan konsep teoritis yang relevan. Diskusi sejawat dilakukan untuk menelaah hasil kategorisasi dan interpretasi data agar lebih objektif. Selain itu, seluruh proses analisis, mulai dari pengodean, *recording*, hingga interpretasi data, didokumentasikan secara sistematis. (Anim-Wright, 2024) menegaskan bahwa kredibilitas penelitian kualitatif dapat diperkuat melalui triangulasi, *peer debriefing*, dan dokumentasi proses penelitian yang jelas. Dengan demikian, langkah-langkah tersebut dilakukan untuk mengurangi subjektivitas peneliti sekaligus menjaga transparansi dan keabsahan temuan penelitian.



Sumber: Diadaptasi dari (Creswell, 2018)

4. Hasil dan Pembahasan

Hasil penelitian diperoleh melalui observasi terhadap konten Instagram Perpustakaan Universitas Ciputra Surabaya dan dianalisis secara deskriptif-analitis untuk mengidentifikasi bentuk konten, strategi komunikasi, serta implikasinya terhadap inovasi layanan perpustakaan. Praktik pemanfaatan media sosial perpustakaan dalam konteks layanan digital ini sejalan dengan transformasi perpustakaan menuju layanan berbasis teknologi dan interaksi digital (Library 5.0) yang menekankan keterlibatan pengguna serta adaptasi terhadap ekosistem informasi digital (Noh, 2023); (Rohayati & Abdillah, 2024).

Hasil observasi menunjukkan bahwa akun Instagram Perpustakaan Universitas Ciputra Surabaya berfungsi sebagai media komunikasi digital yang menyampaikan informasi layanan, koleksi, kegiatan perpustakaan, serta edukasi literasi informasi kepada sivitas akademika, khususnya mahasiswa. Instagram dimanfaatkan tidak hanya sebagai sarana promosi, tetapi juga sebagai kanal komunikasi yang memungkinkan penyampaian informasi secara cepat, visual, dan mudah diakses oleh pemustaka digital. Pola ini selaras dengan temuan penelitian bahwa media sosial, khususnya Instagram, semakin banyak dimanfaatkan perpustakaan akademik sebagai sarana diseminasi informasi layanan dan interaksi dengan pengguna (Miawani & Irawati, 2024); (Drivas & Vraimaki, 2024).

Tabel 1 Statistik Engagement Berdasarkan Kategori Konten

Kategori Konten	Jumlah Unggahan	Total Likes	Total Komentar	Total Share	Rata-rata Likes	Rata-rata Komentar	Rata-rata Share	Total Interaksi (Like+Komentar)	Rata-rata Interaksi/Post	Total Engagement Score (Like+Komentar+Share)	Rata-rata Engagement Score/Post
Informatif Content	35	38.551	150	224.231	1.101,46	4,29	6.406,60	38.701	1.105,74	262.932	7.512,34
UC Library News	12	713	33	93	59,42	2,75	7,75	746	62,17	839	69,92
Podcast Katalog	4	131	5	15	32,75	1,25	3,75	136	34,00	151	37,75
Giveaway	4	318	19	41	79,50	4,75	10,25	337	84,25	378	94,50
Prestasi	3	381	40	12	127,00	13,33	4,00	421	140,33	433	144,33
Informasi Buku	1	342	0	10	342,00	0,00	10,00	342	342,00	352	352,00

Sumber: olahan dari data unggahan Instagram perpustakaan Universitas Ciputra Surabaya

Tabel 2 Statistik Engagement Rate Dan Interaction Rate Berdasarkan Kategori Konten

Kategori Konten	Jumlah Unggahan	Rata-rata Likes	Rata-rata Komentar	Rata-rata Share	Rata-rata Interaksi (Like+Komentar)	Engagement Rate (%)	Rata-rata Engagement Score (Like+Komentar+Share)	Interaction Rate (%)
Informatif Content	35	1.101,46	4,29	6.406,60	1.105,74	11,26	7.512,34	76,47
UC Library News	12	59,42	2,75	7,75	62,17	0,63	69,92	0,71
Podcast Katalog	4	32,75	1,25	3,75	34,00	0,35	37,75	0,38
Giveaway	4	79,50	4,75	10,25	84,25	0,86	94,50	0,96

Kategori Konten	Jumlah Unggahan	Rata-rata Likes	Rata-rata Komentar	Rata-rata Share	Rata-rata Interaksi (Like+Komentar)	Engagement Rate (%)	Rata-rata Engagement Score (Like+Komentar+Share)	Interaction Rate (%)
Prestasi	3	127,00	13,33	4,00	140,33	1,43	144,33	1,47
Informasi Buku	1	342,00	0,00	10,00	342,00	3,48	352,00	3,58

Sumber: olahan dari data unggahan Instagram perpustakaan Universitas Ciputra Surabaya

Tabel 3 Proporsi unggahan berdasarkan kategori konten

Kategori Konten	Jumlah Unggahan	Proporsi (%)
Informatif Content	35	59,32
UC Library News	12	20,34
Podcast Katalog	4	6,78
Giveaway	4	6,78
Prestasi	3	5,08
Informasi Buku	1	1,69

Berdasarkan tabel di atas, kategori *Informatif Content* memiliki jumlah unggahan terbanyak yaitu 35 unggahan atau 59,32% dari total konten yang dipublikasikan. Kategori ini juga menghasilkan rata-rata interaksi tertinggi, yaitu 1.105,74 interaksi per unggahan dengan *engagement rate* sebesar 11,26%. Nilai tersebut jauh lebih tinggi dibanding kategori lainnya. Kategori Prestasi menunjukkan performa keterlibatan yang relatif stabil dengan *engagement rate* sebesar 1,43%, lebih tinggi dibanding kategori UC Library News, Podcast Katalog, maupun Giveaway. Hal ini mengindikasikan bahwa konten yang menampilkan pencapaian institusi atau pustakawan memiliki daya tarik tersendiri bagi audiens karena berkaitan dengan citra dan reputasi lembaga.

Untuk memperoleh gambaran yang lebih proporsional mengenai efektivitas konten, penelitian ini tidak hanya melihat jumlah unggahan, tetapi juga menganalisis keterlibatan audiens melalui statistik engagement (Drivas & Vraimaki, 2024). Hasil perhitungan menunjukkan bahwa kategori *Informatif Content* memiliki rata-rata interaksi tertinggi, yaitu 1.105,74 interaksi per unggahan, dengan *engagement rate* sebesar 11,26%. Nilai ini jauh lebih tinggi dibanding kategori lain. Namun, capaian tersebut perlu dibaca secara hati-hati karena dipengaruhi oleh beberapa unggahan dengan performa sangat tinggi, khususnya konten bertema AI, tutorial akademik, dan tips penggunaan aplikasi. Dengan demikian, rata-rata

kategori ini tidak sepenuhnya mencerminkan konsistensi performa seluruh unggahan, melainkan juga dipengaruhi oleh efek viralitas pada sejumlah post tertentu (Drivas & Vraimaki, 2024).

Jika dilihat pada kategori yang lebih stabil, *Prestasi* menunjukkan performa keterlibatan yang cukup baik dengan *engagement rate* sebesar 1,43%, lebih tinggi dibanding *Giveaway* sebesar 0,86%, *UC Library News* sebesar 0,63%, dan *Podcast Katalog* sebesar 0,35%. Temuan ini menunjukkan bahwa konten yang menampilkan pencapaian institusi atau pustakawan memiliki daya tarik yang relatif kuat karena berkaitan dengan citra, reputasi, dan legitimasi kelembagaan (Drivas & Vraimaki, 2024). Sementara itu, *Giveaway* tetap menunjukkan potensi partisipatif karena konten yang mengandung ajakan langsung cenderung lebih mampu mendorong respons pengguna dibanding konten berita institusional (Damayanti et al., 2023).

Sebaliknya, *Podcast Katalog* memiliki tingkat keterlibatan terendah, yaitu 0,35% (Data observasi akun Instagram Perpustakaan Universitas Ciputra Surabaya, 2024–2025). Hal ini mengindikasikan bahwa format podcast belum menjadi tipe konten yang paling diminati pada akun ini. Sementara itu, *Informasi Buku* hanya terdiri atas satu unggahan, sehingga belum cukup representatif untuk dijadikan dasar generalisasi. Meskipun demikian, unggahan tunggal tersebut menghasilkan *engagement rate* sebesar 3,48%, yang menunjukkan bahwa konten rekomendasi koleksi memiliki potensi untuk meningkatkan minat pengguna terhadap layanan perpustakaan apabila dipublikasikan secara lebih konsisten.

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa Instagram berfungsi sebagai media komunikasi layanan yang tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga membentuk pengalaman layanan digital yang lebih dekat dengan karakteristik pemustaka (Noh, 2023); (Drivas & Vraimaki, 2024). Penggunaan format grafis, *reels*, dan video pendek mencerminkan upaya perpustakaan menyesuaikan pesan dengan pola konsumsi media digital mahasiswa yang cenderung visual, cepat, dan interaktif (Kircaburun et al., 2020). Pola ini selaras dengan gagasan *Library 5.0* yang menekankan integrasi teknologi dengan orientasi pada kebutuhan pengguna (Noh, 2023). Dalam konteks *Society 5.0*, pemanfaatan Instagram oleh perpustakaan dapat dipahami sebagai bentuk transformasi layanan yang berusaha menggabungkan fungsi informasi, edukasi, promosi, dan interaksi dalam satu kanal digital (Rohayati & Abdillah, 2024). Perpustakaan tidak lagi hanya menjadi penyedia koleksi, tetapi juga aktor komunikasi yang aktif membangun hubungan dengan pemustaka melalui konten digital yang kontekstual (Miawani & Irawati, 2024); (Drivas & Vraimaki, 2024).

Meskipun Instagram memiliki keunggulan sebagai media komunikasi visual yang cepat dan mudah diakses, penggunaannya sebagai media layanan perpustakaan memiliki sejumlah keterbatasan (Drivas & Vraimaki, 2024); (Agboke & Undie, 2020). Pertama, tidak semua pemustaka menggunakan Instagram sebagai sumber utama informasi akademik (Kircaburun et al., 2020). Kedua, format informasi yang singkat dan visual dapat menyebabkan penyederhanaan pesan layanan yang sebenarnya kompleks (Damayanti et al., 2023). Ketiga, aliran konten di media sosial menyebabkan informasi penting berpotensi tenggelam oleh unggahan baru (Drivas, 2024).

Selain itu, interpretasi terhadap keterlibatan pengguna juga perlu dilakukan secara hati-hati karena angka *likes*, komentar, dan *share* dipengaruhi oleh algoritma Instagram dan pola distribusi platform (Drivas & Vraimaki, 2024). Jangkauan unggahan tidak sepenuhnya ditentukan oleh kualitas konten, tetapi juga oleh

waktu tayang, format visual, dan mekanisme distribusi algoritmik (Kircaburun et al., 2020); (Drivas & Vraimaki, 2024). Oleh karena itu, indikator *engagement* perlu dipahami sebagai ukuran awal keterlibatan audiens, bukan sebagai satu-satunya ukuran efektivitas komunikasi (Drivas & Vraimaki, 2024).

5. Simpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa Instagram berperan sebagai strategi komunikasi layanan Perpustakaan Universitas Ciputra Surabaya dalam konteks transformasi perpustakaan di era Society 5.0. Melalui media sosial tersebut, perpustakaan tidak hanya menyampaikan informasi layanan, tetapi juga menjalankan fungsi edukasi literasi informasi, promosi kegiatan, penguatan citra institusi, serta membangun interaksi dengan pemustaka secara lebih terbuka dan komunikatif. Pemanfaatan format konten visual seperti grafis, foto, dan video pendek menunjukkan upaya perpustakaan menyesuaikan pola komunikasi dengan karakteristik pengguna digital yang cenderung mengakses informasi secara cepat, visual, dan interaktif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kategori *Informatif Content* merupakan jenis konten yang paling dominan sekaligus menghasilkan tingkat keterlibatan audiens tertinggi dibandingkan kategori konten lainnya. Konten yang bersifat praktis, aplikatif, dan relevan dengan kebutuhan akademik pengguna terbukti lebih mampu menarik perhatian dan mendorong interaksi pengguna. Temuan ini mengindikasikan bahwa efektivitas komunikasi layanan perpustakaan melalui Instagram lebih dipengaruhi oleh relevansi isi, strategi penyajian konten, dan bentuk visualisasi informasi dibandingkan dengan frekuensi publikasi semata. Dengan demikian, pemanfaatan Instagram dapat dipahami sebagai bentuk inovasi layanan komunikasi digital yang mendukung transformasi perpustakaan perguruan tinggi menuju layanan yang lebih adaptif, interaktif, dan berorientasi pada pengguna. Namun demikian, penggunaan Instagram sebagai media layanan tetap perlu disertai kesadaran terhadap keterbatasan platform, terutama terkait algoritma distribusi konten dan jangkauan informasi yang tidak selalu stabil.

Daftar Pustaka

- Abdul Talib, Yurita Yakimin, & Rafeah Mat Saat. (2017). *Social Proof in Social Media Shopping: An Experimental Design Research*. SHS Web of Conferences.
- Adilla, N., Zuhri, R. A., & Elvina, S. (2023). Implementasi Penggunaan Media Sosial Instagram dalam Perpustakaan Perguruan Tinggi. *Sci-Tech Journal*, 2(2), 217–232. <https://doi.org/10.56709/stj.v2i2.82>
- Aditya, I. P., & Rohmah, A. N. (2024). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Komunikasi dan Informasi Pemerintah Kota Samarinda. *EJournal Ilmu Komunikasi*, 12(2), 29–38.
- Agboke, A. L., & Undie, F. N. (2020). The Use of Social Media Among Library Professionals and Patrons: A Review of Literature. *International Journal of Academic Library and Information Science*, 8(4), 116–120.
- Aisyah, S., & Djohan, Z. (2023). Strategi Komunikasi Pustakawan dalam Promosi Penyebarluasan

- Informasi di UPT Perpustakaan Universitas Hasanuddin Makassar. *Jurnal JUPITER*, 18(1), 58–70.
- Al As'hal, A. 'Azhim, Faiza, I., Sasmitasari, A., & Wicaksono, M. F. (2021). STRATEGI TEKNOLOGI AUGMENTED REALITY (AR) SEBAGAI UPAYA MEMBANGUN BRAND EQUITY PERPUSTAKAAN DI ERA SOCIETY 5.0. *Publication Library and Information Science*, 5(1), 18–34. <https://doi.org/10.24269/pls.v5i1.3854>
- Althabhwani, N. M., Zainol, Z. A., & Bagheri, P. (2022). Society 5.0: A New Challenge to Legal Norms. *Sriwijaya Law Review*, 41–54. <https://doi.org/10.28946/slrev.Vol6.Iss1.1415.pp41-54>
- Anim-Wright, K. (2024). Trustworthiness and Rigor in Qualitative Research in the Marketing Discipline. *Journal of Humanities, Arts and Social Science*, 8(1), 41–53. <https://doi.org/10.26855/jhass.2024.01.007>
- Chen, Y.-C., Ho, C.-C., & Kuo, S.-M. (2022). Service Quality of and User Satisfaction with Non-State-Owned Academic Libraries in China: Integrating the Fuzzy Delphi Method with the Kano Approach. *Sustainability*, 14(14), 8506. <https://doi.org/10.3390/su14148506>
- Creswell, J. W. , & P. C. N. (2018). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches* (4th ed.). Sage.
- Damayanti, A., Delima, I. D., & Suseno, A. (2023). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Informasi dan Publikasi (Studi Deskriptif Kualitatif pada Akun Instagram @rumahkimkotatangerang). *Jurnal PIKMA : Publikasi Ilmu Komunikasi Media Dan Cinema*, 6(1), 173–190. <https://doi.org/10.24076/pikma.v6i1.1308>
- Drivas, I., & Vraimaki, E. (2024). Unveiling the Feed: Academic libraries' Instagram Unpacked. *The Journal of Academic Librarianship*, 50(5), 102924. <https://doi.org/10.1016/j.acalib.2024.102924>
- Evelina, L. W., & Sari, S. D. S. R. (2023). Educating Vegan Lifestyle on Social Media for Young Generation Healthy Life. *E3S Web of Conferences*, 388, 04003. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202338804003>
- Hapsari, D. (2019). Tantangan Perpustakaan Perguruan Tinggi di Era Disrupsi. *Pustakaloka*, 11(1), 151. <https://doi.org/10.21154/pustakaloka.v11i1.1599>
- Hasan, K., Utami, A., Eni, S., Izzah, N., & Cahya Ramadhan, S. (2023). KOMUNIKASI DI ERA DIGITAL: ANALISIS MEDIA KONVENSIONAL VS NEW MEDIA PADA KALANGAN MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS MALIKUSSALEH ANGKATAN 2021. *Jurnal Komunikasi Pemberdayaan*, 2(1), 56–63. <https://doi.org/10.47431/jkp.v2i1.302>
- Indarta, Y., Jalinus, N., Waskito, W., Samala, A. D., Riyanda, A. R., & Adi, N. H. (2022). Relevansi Kurikulum Merdeka Belajar dengan Model Pembelajaran Abad 21 dalam Perkembangan Era Society 5.0. *EDUKATIF: JURNAL ILMU PENDIDIKAN*, 4(2), 3011–3024. <https://doi.org/10.31004/edukatif.v4i2.2589>
- Kircaburun, K., Alhabash, S., Tosuntaş, Ş. B., & Griffiths, M. D. (2020). Uses and Gratifications of

- Problematic Social Media Use Among University Students: a Simultaneous Examination of the Big Five of Personality Traits, Social Media Platforms, and Social Media Use Motives. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 18(3), 525–547. <https://doi.org/10.1007/s11469-018-9940-6>
- Luthfiah, F. (2016). MANAJEMEN PERPUSTAKAAN DALAM MENINGKATKAN LAYANAN PERPUSTAKAAN. *El-Idare: Journal of Islamic Education Management*, 1(2), 189–202.
- Maljugić, B., Čočkaló, D., Bakator, M., & Stanisavljev, S. (2024). The Role of the Quality Management Process within Society 5.0. *Societies*, 14(7), 111. <https://doi.org/10.3390/soc14070111>
- Miawani, B. N., & Irawati, I. (2024). Utilization of Instagram Social Media to Disseminate Information Regarding Library Collections. *JUPI (Jurnal Ilmu Perpustakaan Dan Informasi)*, 9(1), 21. <https://doi.org/10.30829/jupi.v9i1.17954>
- Noh, Y. (2023). A study on the Discussion on Library 5.0 and the Generation of Library 1.0 to Library 5.0. *Journal of Librarianship and Information Science*, 55(4), 889–905. <https://doi.org/10.1177/09610006221106183>
- Prajarini, D. (2020). *Media Sosial Periklanan - Instagram*. CV BUDI UTAMA.
- Prihatiningsih, W. (2017). MOTIF PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DI KALANGAN REMAJA. *Communication*, 8(1), 51. <https://doi.org/10.36080/comm.v8i1.651>
- Putri, D. A. (2019). Social Media Utilization in Universitas Indonesia Library. *Jurnal Ilmu Informasi, Perpustakaan, Dan Kearsipan*, 21(1). <https://doi.org/10.7454/jipk.v21i1.140>
- Rahayu, L. (2015). *Dasar-dasar Layanan Perpustakaan*. Universitas Terbuka.
- Rahmah, E. (2018). *Akses dan Layanan Perpustakaan: Teori dan Aplikasi*. Prenadamedia Group.
- Rahmawati, Dewi. (2016). *Pemilihan dan Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Online (Studi Deskriptif Kualitatif pada Akun Instagram @FreezyBrowniezz*. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.
- Rodin, R. (2015). URGENSI KUALITAS PELAYANAN PERPUSTAKAAN PERGURUAN TINGGI. *Jurnal Kajian Informasi Dan Perpustakaan*, 3(1), 101. <https://doi.org/10.24198/jkip.v3i1.10274>
- Rohayati, Y., & Abdillah, A. (2024). Digital Transformation for Era Society 5.0 and Resilience: Urgent Issues from Indonesia. *Societies*, 14(12), 266. <https://doi.org/10.3390/soc14120266>
- Sakti, B. C., & Yulianto, M. (2018). Penggunaan Media Sosial Instagram dalam Pembentukan Identitas Diri Remaja. *Interaksi Online*, 6(4), 409–501.
- Santoso, D. (2020). Strategi Komunikasi dalam Meningkatkan Literasi Digital di Era Teknologi. *Jurnal Komunikasi Dan Informasi*, 5(2), 120–134.
- Sudirman Anwar, D. (2019). *Manajemen Perpustakaan. Tembilahan*. Indragiri Dot Com.
- Suharso, P., Arifiyana, I. P., & Wasdiana, M. D. (2020). Layanan Perpustakaan Perguruan Tinggi dalam Menghadapi Pandemi Covid-19. *Anuva: Jurnal Kajian Budaya, Perpustakaan, Dan*

- Informasi*, 4(2), 271–286. <https://doi.org/10.14710/anuva.4.2.271-286>
- Suharso, P., & Pramesti, A. N. (2020). Promosi Perpustakaan Melalui Instagram: Studi di Perpustakaan Universitas Airlangga. *Publication Library and Information Science*, 3(2), 66. <https://doi.org/10.24269/pls.v3i2.2074>
- Suryadi, E. (2021). *Strategi Komunikasi Sebuah Analisis Teori dan Praktis di Era Global*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Tavares, M. C., Azevedo, G., & Marques, R. P. (2022). The Challenges and Opportunities of Era 5.0 for a More Humanistic and Sustainable Society—A Literature Review. *Societies*, 12(6), 149. <https://doi.org/10.3390/soc12060149>
- Utami, A., Deddy Satria M, Cut Andyna, Zahari, & Masriadi. (2025). Strategi Komunikasi Pustakawan Dalam Meningkatkan Literasi Membaca Di Perpustakaan Umum Kota Lhokseumawe. *PESHUM: Jurnal Pendidikan, Sosial Dan Humaniora*, 4(6), 10310–10325. <https://doi.org/10.56799/peshum.v4i6.12892>
- Utomo, E. P. (2019). Pemanfaatan Sosial Media Sebagai Bentuk Inovasi, Strategi Komunikasi dan Kreativitas Layanan di Perpustakaan Perguruan Tinggi. *Tik Ilmeu : Jurnal Ilmu Perpustakaan Dan Informasi*, 3(1), 27. <https://doi.org/10.29240/tik.v3i1.627>
- Wahyuningtyas, R., Disastra, G., & Rismayani, R. (2023). Toward cooperative competitiveness for community development in Economic Society 5.0. *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, 17(3), 594–620. <https://doi.org/10.1108/JEC-10-2021-0149>
- Wijonarko, W. (2020). HOW TO IMPROVE LIBRARIANS PROFESSIONALITY IN ERA O F SOCIETY 5.0? *Indonesian Journal of Librarianship*, 54–65. <https://doi.org/10.33701/ijolib.v1i1.1050>
- Yaraş, Z., & Kanatlı Öztürk, F. (2022). Society 5.0 in Human Technology Integration: Digital Transformation in Educational Organizations. *International Journal of Progressive Education*, 18(1), 458–474. <https://doi.org/10.29329/ijpe.2022.426.26>
- Zeng, W., Zhang, J., Li, Y., & Qu, P. (2015). The Study on Media Access Control Protocol for Wireless Network in Library. *International Journal of Distributed Sensor Networks*, 11(8), 792542. <https://doi.org/10.1155/2015/792542>
- Zuniananta, L. E. (2021). Penggunaan Media Sosial Sebagai Media Komunikasi Informasi di Perpustakaan. *Jurnal Ilmu Perpustakaan*, 10(4), 37–42.