



# MENGAMBIL MANFAAT MEDIA SOSIAL DALAM PENGEMBANGAN LAYANAN

Cahyana Kumbul Widada<sup>1\*</sup>

<sup>1</sup> Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Surakarta

\*Korespondensi: [ckw144@ums.ac.id](mailto:ckw144@ums.ac.id)

Disubmit : 09-09-2017  
Direview : 16-09-2017  
Direvisi : 21-12-2017  
Diterima : 09-01-2018

## ABSTRACT

Information technology has brought changes in all aspects of life in today's modern world. The Internet is becoming more popular and familiar as a source of information. Social media is a medium on the internet that allows users to represent themselves as well as interact, cooperate, share, communicate with other users and form a virtual social bond. The type of social media with all its characteristics brings a positive influence in building the service model. In research at Library of Muhammadiyah University of Surakarta (UMS) the users of social media Facebook (29%), Youtube (22%), Instagram (21%), Twitter (17%), Blog (7%), and wiki (4%). Facebook is the most popular of social media, allowing it to be developed as a means of meeting and online discussions that interact with each other.

## ABSTRAK

Teknologi informasi telah membawa perubahan seluruh aspek kehidupan bagi dunia modern saat ini. Internet semakin populer dan familiar sebagai sumber informasi. Media sosial merupakan media di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerjasama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain dan membentuk ikatan sosial secara *virtual*. Jenis media sosial dengan segala karakteristiknya membawa pengaruh positif dalam membangun model pelayanan. Dalam penelitian di Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Surakarta (UMS) pengguna media sosial *facebook* (29%), *Youtube* (22%), *Instagram* (21%), *twitter* (17%), *Blog* (7%), dan *wiki* (4%). *Facebook* merupakan media sosial paling populer dan paling banyak diminati, memungkinkan untuk dikembangkan sebagai sarana *meeting* dan diskusi online yang saling berinteraksi satu sama lain.

**Keywords:** *Social media; library services; service development.*

## 1. PENDAHULUAN

Pergantian peradaban industrialisasi menuju era informasi sedang terjadi. Konsep kebutuhan manusia pun berubah, informasi menggeser kebutuhan-kebutuhan lain. Pada masa era industrialisasi, penentu kekuatan adalah kepemilikan sumber daya manusia dan alam yang mampu merubah produk-produk industri. Namun di era informasi, informasi menjadi semakin seksi untuk terus diburu sebagai bentuk eksistensi kehidupan. Di era informasi, ketinggalan informasi menjadi sebuah aib yang mencoreng sendi-sendi kehidupan manusia. Kini zaman semakin akomodatif terhadap kebutuhan informasi. Manusia semakin dimanjakan atas kondisi ini, tidak lagi ada batasan untuk memperoleh informasi. Informasi mudah dijangkau dengan sangat luas, kapan saja, dan dimana saja. Perkembangan berbagai alat komunikasi terjadi dari hari ke hari. Tidak hanya mampu mengomunikasikan informasi secara verbal dan visual, namun mampu memberikan fasilitas untuk mengakses berbagai informasi dari berbagai sumber informasi yang tersedia. Informasi muncul dengan cepat dan dengan jumlah banyak bak air bah melanda daratan. Hal ini diartikan sebagai "*information overload*" yang merupakan terjadinya kelebihan jumlah informasi yang tersedia dan membuat pemrosesan dan penyerapan informasi menjadi sulit bagi seseorang untuk menyeleksi.



Berkomunikasi berarti seorang pengirim pesan menyampaikan pesan melalui media pesan dan kemudian diterima oleh penerima pesan. Ketika disebut media maka akan memberikan gambaran bahwa sarana dan teknologi untuk menyampaikan pesan. Misalnya koran merupakan representasi dari media cetak, radio yang merupakan media audio, televisi sebagai media audio-visual, dan internet merupakan representasi dari media online atau di dalam jaringan. Banyaknya informasi bisa membawa masyarakat ke hal-hal yang tidak produktif karena fokus mereka tidak pada apa yang seharusnya dilakukan. Banyak informasi yang tidak sehat atau tidak bermanfaat bagi setiap individu. Belajar memilah dan memilih informasi merupakan tindakan yang perlu dilakukan (Budiargo, 2015).

Perkembangan teknologi baru di bidang komputer dan informasi membawa dua hal sekaligus, yaitu harapan dan kekuatiran, khususnya di kalangan pihak yang mengelola dan memanfaatkan sumber daya berupa data, informasi, dan pengetahuan. Pada dunia perpustakaan, perpustakaan digital lahir karena adanya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi ini. Perubahan tersebut dari kulit sampai isi, dari perubahan teknis hingga pergeseran paradigma, dan dari perubahan sederhana hingga ke perubahan kompleks (Pendit *et al*, 2007).

Media Sosial merupakan medium di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerjasama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara virtual. Jadi bersosial berarti *cognition* (pengenalan), komunikasi (*communication*), dan kerjasama (*co-operation*) (Nasrullah, 2015). Media sosial telah menjadikan keterlibatan masyarakat global dengan memiliki kesempatan yang sama (*flat*). Media sosial juga telah mampu mewujudkan kolaborasi manusia tanpa batasan waktu dan tempat. Media sosial merupakan alat komunikasi *reversible* generasi sekarang (Kamil, 2014).

Ciri khas atau karakteristik media sosial dijelaskan berbagai teori namun penulis mengambil dari Nasrullah (2015) sebagai berikut:

1. Jaringan

Jaringan (*network*) berarti infrastruktur komputer (*hardware*) yang menghubungkan komputer yang satu dengan yang lain. Hubungan atau koneksi sangat urgen karena dengan adanya koneksi maka terjadi komunikasi antar komputer melalui jaringan tersebut. Media sosial memiliki karakter jaringan sosial, membentuk jaringan antara penggunanya, baik kenal atau tidak. Mekanisme teknologi inilah yang akan membentuk ikatan sosial. Media sosial terbangun dari struktur sosial yang terbentuk di dalam jaringan atau internet. Jaringan dari sisi lain yaitu jaringan sosial di media sosial terbentuk melalui perangkat teknologi, internet tidak sekedar alat (*tool*). Internet memberikan andil terhadap munculnya ikatan sosial melalui interaksi internet. Nilai-nilai dalam masyarakat virtual sampai dalam struktur sosial secara *online*.

2. Informasi

Informasi menjadi entitas yang amat penting dari media sosial karena mereka *sharing* dengan informasi dari konten yang mereka sebarakan melalui jaringan yang ada. Mereka berhubungan satu sama lain melalui konten informasi. Jadi Informasi menjadi komoditas dalam masyarakat informasi (*information society*). Informasi diproduksi, disebarakan, dipertukarkan, dikemas ulang, disimpan, dan dikonsumsi yang menjadikan informasi sebagai produk yang bernilai sebagai bentuk baru dari kapitalisme produk. Informasi dalam media sosial memiliki ciri bahwa informasi yang dikodekan (*encoding*) yang kemudian didistribusikan melalui berbagai perangkat sampai dapat diakses oleh pengguna (*decoding*). Informasi inilah yang menjadi sarana saling berinteraksi satu sama lain. Dari sisi lain, informasi menjadi komoditas yang ada di media sosial. Setiap anggota yang ingin bergabung harus menyertakan identitas pribadinya. Data ini pula

yang menjadi representasi dari identitas dari pengguna. Jadi informasi menjadi hal yang sangat urgen karena memang saling dikonsumsi antar anggotanya.

3. Arsip

Arsip menjadi karakter bahwa informasi yang sudah diunggah akan tersimpan dan siap untuk diakses setiap saat. Bahkan dalam proses penyimpanan bisa terjadi kapitalisasi penyimpanan tidak hanya di tempat kapan memproduksi informasi tersebut tetapi dapat disimpan oleh orang yang pernah mengaksesnya dan melakukan proses penyimpanan.

4. Interaksi

Terbentuknya jaringan komunikasi antar pengguna menunjukkan bahwa interaksi antar pengguna tersebut tidak sekedar memperluas hubungan pertemanan atau *follower* (pengikut) di dunia maya, tetapi dapat memberikan tanda emosi (*emotion icon*), mengomentari, mendesain ulang informasi bahkan *men-share* media lain dengan aplikasi lain pula. Di sisi lain, interaksi tidak sebagaimana pada media lama, penerima hanya menerima tidak dapat langsung memberikan respon atau tidak dapat mengemas kembali informasi yang ada kemudian *men-share*-nya. Interaksi ini juga tidak mengenal waktu, ruang, gender wilayah dan lain sebagainya.

5. Simulasi Sosial

Simulasi terjadi sebagaimana terjadi dalam kenyataan berinteraksi di dunia nyata, namun walaupun tidak merupakan realitas, tetapi itulah yang terjadi pada realitas tersendiri dalam media sosial. Simulasi terjadi bila terjadi komunikasi melalui antarmuka (*interface*) harus masuk (*login*) terlebih dahulu. Kemudian pengguna pun harus melibatkan keterbukaan identitas yang tidak saja dibaca oleh pengguna yang sedang mengakses tetapi bisa diakses oleh siapa saja.

6. Konten oleh Pengguna

Konten merupakan ciri dari pemilik akun media sosial. Konten juga dimungkinkan diproduksi oleh pengguna lain. Di mana pengguna di satu sisi sebagai produsen konten tetapi di sisi lain juga menjadi konsumen konten tersebut.

7. Penyebaran (*Share/sharing*)

Medium ini tidak hanya menghasilkan konten yang dibangun dari dan dikonsumsi oleh penggunanya, tetapi juga didistribusikan sekaligus dikembangkan oleh penggunanya. Penyebaran dapat melalui kontennya dan juga melalui perangkatnya yang dapat memperluas jangkauan konten tersebut. Umumnya media sosial mempunyai fasilitas tombol *share* pada perangkatnya.

Dalam buku tersebut juga dijelaskan jenis media sosial meliputi:

1. Media Jejaring Sosial (*Social Networking*)

Media sosial jenis ini merupakan yang paling populer karena memungkinkan anggotanya saling berinteraksi berupa teks, foto, gambar, dan video. Ciri khas dari jejaring sosial ini, setiap pengguna membentuk jaringan pertemanan baik terhadap pengguna yang sudah ada atau jejaring pertemanan baru. Pertemanan ini didasarkan pada sesuatu yang sama misalnya hobi, pandangan politik, asal sekolah, atau profesi. Media jejaring sosial yang saat ini populer adalah *Facebook*, [Linkedin](#), [Google Plus](#). Jenis *Relationship Networks* pun dapat terjadi untuk tujuan tertentu seperti mencari pekerjaan, biro jodoh, dan hubungan profesi. Dalam media sosial juga mempunyai ciri khas misalnya *Facebook Page*, [Instagram](#) atau akun [Twitter](#).

2. Jurnal *Online* (*Blog*)

Blog merupakan media sosial situs pribadi yang berisi tautan ke situs lain yang dianggap menarik dan diperbaharui setiap harinya. Blog memungkinkan penggunanya

untuk mengunggah aktivitas keseharian, saling mengomentari dan berbagi, baik tautan web lain, informasi dan sebagainya. Blog dapat menjadi pesaing media massa konvensional. Blog umumnya dikelola sendiri (*personal homepages*) dan dalam perkembangannya perusahaan mulai melirik untuk mengomunikasikan konten kepada para pelanggannya memanfaatkan halaman *weblog* gratis, seperti *WordPress* dan *Blogspot*.

3. Jurnal Online Sederhana atau Microblog (*Microblogging*)

Merupakan jenis media sosial yang memfasilitasi pengguna untuk menulis dan mempublikasikan aktivitas maupun pendapatnya. Seperti halnya Twitter yang hanya menyediakan 140 karakter dapat mempromosikan pandangan, pendapat sampai membahas *trending topic* dan turut pula berkicau dengan tagar (*hashtag*) tertentu.

4. Media Berbagi (*Media Sharing*)

Yaitu situs media sosial yang memungkinkan untuk berbagi dengan media berupa teks, audio, video dan sebagainya.

5. Penanda Sosial (*Social Bookmarking*)

Merupakan media sosial yang berfungsi untuk mengorganisasi, menyimpan, mengelola, dan mencari informasi berita tertentu secara *online*. Media sosial ini sering memuat juga informasi berapa banyak situs yang memuat konten tersebut yang sudah diakses.

6. Media Konten Bersama atau *Wiki*

Merupakan media konten bersama karena kontennya merupakan kolaborasi bersama. Media ini hanya menyediakan perangkat lunak yang bisa dimasuki oleh siapa saja untuk mengisi, menyunting bahkan mengomentari sebuah tema yang dijelaskan. Media ini terbagi menjadi dua jenis, yaitu wiki publik dan privasi. Yang privasi biasanya seperti ada moderatornya.

Media sosial memberikan kontribusi babak baru dalam peradaban ilmu pengetahuan. Ilmu Pengetahuan tidak lagi menjadi monopoli para pemikir atau ilmuan di institusi keilmuan, tetapi semua orang yang ikut terkoneksi dalam jejaring sosial global pun bisa memberikan sumbangsih sekaligus menikmatinya. Dengan hadirnya beragam jenis media sosial dengan segala karakternya, memberikan dampak keefektifan dan keefisienan waktu, tidak perlu kopi darat untuk menuangkan ide dan berdiskusi panjang lebar tanpa batasan waktu dan jarak, cukup dengan PC atau *smartphone* (Kamil, 2014).

Media sosial atau *medsos* seakan telah mengubah wajah jurnalistik. Jurnalisme penuh akurasi dan tahapan berganti dengan jurnalisme serba cepat tanpa memperdulikan sumber berita dan akurasi berita. *Medsos* seakan telah menggusur “kemampuan jurnalisme” dengan wajah dan gayanya. Setiap orang dapat membuat akun *medsos* dan menggunakannya sebagai alat menyampaikan berita. Orang merasa tergugah dengan ketinggalan berita sehingga mereka pun ikut berpartisipasi menjadi pengabar berita dengan akun yang dimiliki. Terus bersambung dan ini menjadi berkembang nyaris menjadi *trending* seluruh masyarakat atau rakyat ikut andil dalam menyebarkan berita (*citizen journalism*).

Tentunya kesadaran akan pentingnya informasi menjadi hal yang menarik untuk dikaji. Tentu ada hal positif dan negatif, namun itulah yang membuat menarik dan orang pun menjadi serasa butuh. Sebuah ciri khas dari *medsos* yang telah mendorong perubahan perilaku sosial sekarang ini karena berita tersebut bersifat langsung (*real-time*), interaktif, berita terdokumentasi dengan baik, dan sebagai pengelola media dapat langsung berperan sebagai jurnalis, editor, pemimpin redaksi dan distributor sekaligus menjadi *feedbacker* dari sebuah berita (Widada, 2017).

Budaya siber (*cyberculture*) adalah praktik sosial maupun nilai-nilai dari komunikasi dan interaksi antar pengguna yang muncul di ruang siber dari hubungan antar manusia dan teknologi maupun antar manusia dengan perantara teknologi. Budaya itu diproduksi, didistribusikan, dan dikonsumsi melalui jaringan internet dan jaringan yang terbentuk antar pengguna. Media sosial (*medsos*) merupakan ruang terjadinya interaksi tersebut (Nasrullah, 2015). Salah satu kelebihan yang diberikan oleh media sosial adalah kemudahan untuk mempertemukan sekumpulan orang dengan minat yang sama. Tidak peduli seberapa spesifik pun hobi yang dicari, saat ini sudah cukup banyak komunitas yang berkembang dengan bantuan media sosial. Misalnya *Facebook Groups*, *Linkedin Groups*, dan *Google+ communities*.

## 2. METODE

Pertama data penelitian ini mengambil informasi awal dari harian Kompas Senin 24 Oktober 2016 yang memaparkan data menarik sebagai gambaran awal oleh penulis. Kompas *me-release* survei Asosiasi Penyelenggara Jaringan [Internet](#) Indonesia (APJII) tentang jumlah perkembangan penduduk Indonesia yang menggunakan jaringan internet sebagai sarana mendapatkan informasi melalui perangkat teknologi informasi. Kedua, penelitian ini juga melengkapi data lebih spesifik dengan menggunakan sampel sebanyak seratus responden dari pemustaka di Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Surakarta (UMS). Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan angket sederhana yang diberikan kepada Pemustaka yang datang di Perpustakaan UMS. Pemilihan responden didasarkan pada pemustaka yang membawa *Smartphone* maupun *laptop* serta pemustaka yang sedang atau terbiasa akses komputer di Perpustakaan UMS. Data direkapitulasi dalam tabel kemudian dianalisa.

Hipotesis penelitian ini menyatakan bahwa responden dari pemustaka baik yang jenis kelamin laki-laki dan perempuan. Responden menyampaikan jawaban jenis media sosial yang diakses serta motivasi apa yang mendorong akses situs media sosial apakah hanya sekedar *update* informasi, melakukan pertemananan *online*, mengakses atau mengiklankan suatu produk, melakukan proses pembelajaran untuk tugas-tugas kuliah dan penelitian, berekreasi secara *online*, bahkan menuangkan ide-ide perubahan dalam masyarakat.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Data dari Asosiasi Penyelenggara Jaringan Internet Indonesia (APJII) menyatakan bahwa lebih dari setengah penduduk Indonesia kini telah tersambung dengan jaringan internet (132,7 juta orang) dari total jumlah penduduk Indonesia sebesar 256,2 juta orang (Widiartanto, 2016). Peningkatan cukup pesat pada angka 51,8% dibandingkan jumlah pengguna internet pada tahun 2014 lalu dengan jumlah 88 juta. Peningkatan ini didorong oleh perkembangan infrastruktur teknologi informasi dan mudahnya mendapatkan *smartphone* atau perangkat genggam (*gadget*), lihat Tabel 1.

**Tabel 1. Penduduk Indonesia dalam Mengakses Internet**

Jumlah Penduduk (juta)	Jumlah Penduduk (%)	Aktivitas Akses
67,2	50,7	melalui perangkat genggam dan komputer
63,1	47,6	mengakses dari <i>smartphone</i>
2,2	1,7	mengakses hanya dari komputer.

Sumber: Harian Kompas 24 Oktober 2016

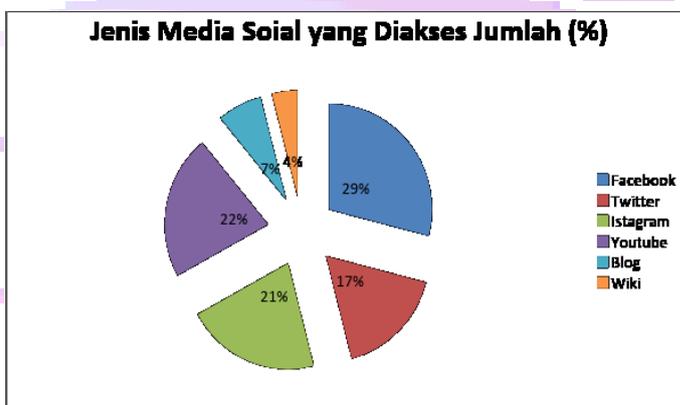
Data penelitian ini diambil dari 100 (seratus) pemustaka di Perpustakaan UMS, laki-laki berjumlah 44 orang dan perempuan berjumlah 56 orang, lihat Table 2.

**Tabel 2. Karakteristik Responden Pengguna Internet Berdasarkan Gender**

Gender	Jumlah	Prosentase (%)
Laki-laki	44	44
Perempuan	56	56
Jumlah	100	100

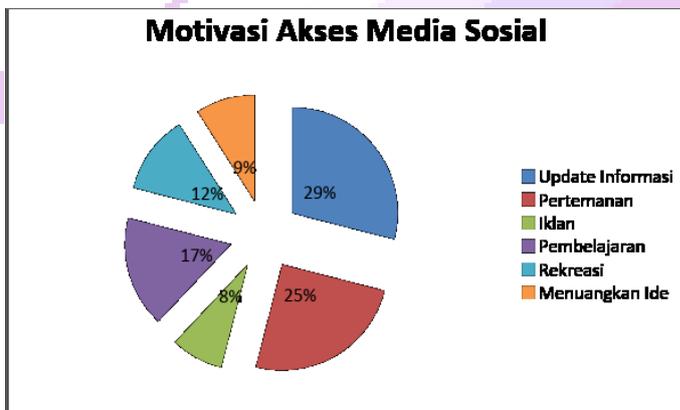
Sumber: Data Penelitian Perpustakaan UMS April 2017

Peneliti mengamati para responden tersebut yaitu responden yang membawa *smartphone* dan atau laptop atau pemustaka yang terbiasa akses komputer di ruang komputer Perpustakaan UMS. Media sosial yang populer oleh para responden adalah *Facebook* (29%), *Youtube* (22%), *Instagram* (21%), *Twitter* (17%), *Blog* (7%), dan *Wiki* (4%). Gambar 1 menunjukkan prosentase jenis media sosial yang diakses oleh para responden.



**Gambar 1. Jenis Media Sosial yang Diakses**

Gambar 2 memperlihatkan bahwa motivasi dalam mengakses media sosial sangatlah beragam. Motivasi tersebut antara lain untuk mendapatkan dan meng-*update* informasi sebesar 29%, pertemanan (25%), proses pembelajaran misal akses jurnal online dan mencari tugas-tugas kuliah (17%), kegiatan yang bersifat rekreatif seperti melihat film, chatting, dan sebagainya (12%), mencoba menuangkan ide-ide konstruktif dalam permasalahan bangsa dan masyarakat (9%) dan beriklan *online* (8%).



**Gambar 2. Motivasi Akses Media Sosial**

Data-data yang diperoleh dari penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial merupakan media di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerjasama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain dan membentuk ikatan sosial secara *virtual*. Makna tersebut merujuk pada makna bersosial yaitu pengenalan (*connition*), komunikasi (*communication*) dan kerjasama (*co-operation*) (Nasrullah, 2015). Mereka telah melakukan pengenalan melalui model petemanan misalnya, sangat jelas mereka juga melakukan komunikasi baik langsung dengan tanggapan, atau dengan tanggapan yang tertunda (*pending*). Mereka menawarkan produk, menyampaikan ide-perubahan melalui diskusi online atau dalam group-grup tertentu serta melakukan proses pencarian informasi baik hanya untuk rekreasi, kemas ulang di share kembali, mencari bahan-bahan pembelajaran dan penelitian.

Data di atas juga sejalan dengan data dari Kominfo yang dirilis oleh harian Kompas pada tanggal 24 Oktober 2014. Disampaikan dari data pengguna internet (*netter*) di seluruh dunia, Indonesia menempati urutan ke 6 dan akan semakin bertambah pada tahun mendatang. Hal ini ditunjang dengan berkembangnya Ponsel cerdas (*smartphone*) dan koneksi *broadband mobile* yang makin terjangkau sehingga mendorong pertumbuhan akses internet di negara-negara yang tidak bisa mengandalkan *fixed line* termasuk Indonesia.

Sebagai data tambahan yang dirilis Suara Muhammadiyah No 02 Th 102 melaporkan hasil survei dari INFID (*International NGO Forum on Indonesia Developmen*) pada bulan Oktober 2016 pada 1200 responden berusia 15-30 tahun di Bandung, Yogyakarta, Surakarta, Surabaya, Pontianak dan Makasar. Dari total responden yang mengakses internet mencapai 60.4 %. 87.8 persennya mengakses internet melalui handphone. Aktivitas yang sering dilakukan sebesar 31.3% untuk akses *medsos* dan *Facebook* menempati urutan teratas (64.8%) sebagai laman media sosial yang paling sering dikunjungi selanjutnya youtube 6,3%, twitter 5,9% blgspot 0,5% dan lain-lain.

Data lain menyampaikan bahwa aktifitas *netter* paling populer adalah akses media sosial (31%) urutan kedua komunikasi elektronik lewat email (21.8%), selanjutnya akses portal berita (18.1%) dan menonton film lewat youtube (13,2%) sisanya yang lain. Halaman jejaring sosial atau media sosial paling populer adalah Facebook (64.8%), Youtube (6,3%), twitter(5.9%), blogspot (0,5%) dan sebagainya. Untuk melakukan akses internet netter paling besar menggunakan smarphone (87,8%), jasa warung internet (5,8%), jaringan internet di rumah (3,6%), dan jaringan internet kantor (1,6%).

*Facebook* merupakan jejaring social (*social network*) yang dapat dimanfaatkan oleh para pengguna untuk saling mengenal dan berkomunikasi dalam berbagai keperluan dan juga bersifat rekreasi. Facebook memang bukan yang pertama tetapi Facebook saat ini paling populer dan paling banyak digunakan terbukti pada penelitian di atas. *Facebook* digunakan sebagai tempat untuk mencari informasi, pertemanan, rekreasi online, relasi bisnis, penjualan barang, membuat grup dalam komunitas pembelajaran.

Hasil servey ini menunjukkan bahwa masyarakat terutama masyarakat kampus sedang menikmati perubahan budaya. Mereka sekarang mengalami ketergantungan kebutuhan informasi. Hidup mereka sangatlah tergantung dengan sarana akses informasi berupa *gadget*. Mereka mengisi waktu luangnya untuk berkoneksi dengan pihak lain bahkan memang menggantungkan hidupnya dari komunikasi online.

*Facebook* merupakan [layanan jejaring sosial](#) sebagai obyek kajian kali ini, karena memang media jejaring sosial yang paling populer di dunia maya. *Facebook* merupakan media sosial yang terbuka kepada siapapun dari latar belakang apapun, dan memungkinkan untuk *grouping* dengan ketertarikan atau hoby yang sama bahkan memungkinkan untuk dikembangkan sebagai sarana *meeting* dan diskusi online yang saling berinteraksi satu sama lain layaknya diskusi dalam lingkaran. Perpustakaan UMS telah mengambil manfaat dari media sosial baik itu Facebook,

instagram, twitter untuk berhubungan dan berkomunikasi dengan penggunanya. Perpustakaan selalu menginformasikan perkembangan yang terjadi baik berupa kebijakan, info lowongan kerja, perubahan-perubahan jam layanan, kegiatan-kegiatan perpustakaan, serta me-link-an website perpustakaan yang di dalamnya menginformasikan berbagai jenis layanan yang bisa di akses langsung.

#### 4. KESIMPULAN

Peningkatan akses internet di Indonesia ini semakin meningkat, hal ini di dorong dengan berkembangpesanya perangkat teknologi informasi baik komputer dan smarphone. Aktivitas *netter* paling populer adalah untuk akses internet menggunakan smarphone dan laman yang paling banyak di kunjungi adalah media sosial. Facebook merupakan media sosial yang palaing banyak diminati.

Kesempatan menjadi lebih terbuka karena hampir setiap mahasiswa memiliki smarphone untuk mengakses informasi online dan perpustakaan sebagai lembaga pelayanan informasi mampu memanfaatkan budaya yang populer dan *trend* untuk berkomunikasi langsung dengan para netter tersebut. Perpustakaan bisa terlibat langsung dalam diskusi online, menyampaikan informasi dan sebagainya. Pergeseran budaya komunikasi oleh sebagian besar pemustaka patut diapresiasi. Perpustakaan harus dapat mengambil peran yang lebih strategis untuk peningkatan layanan yang lebih melibatkan kontribusi peran dari pemustakanya. Melalui forum-forum online komunikasi dapat terbangun dengan cepat dan praktis, dan keterlibatan dari pemustaka akan dapat dirasakan.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Budiargo, D. (2015). *Berkomunikasi ala Net Generation*. Jakarta: Kompas Gramedia
- Kamil, R. (2014). *Aku, kamu, dan media sosial*. Bandung: Sygma Creative Media Corp.
- Nasrullah, R. (2015). *Media sosial: perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Pendit, P. L. *et al.* (2007). *Perpustakaan Digital: perpspektif perpustakaan perguruan tinggi*. Jakarta: Sagung Seto.
- Widada, C. K. (2017). *Menuju kepastakawanan perguruan tinggi Muhammadiyah 'Aisyiyah Berkemajuan*. Surakarta: Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Surakarta
- Widiartanto, Y. H. (2016). 2016, *Pengguna internet di Indonesia capai 132 juta*. Diakses dari <http://tekno.kompas.com/read/2016/10/24/15064727/2016.pengguna.internet.di.indonesia.ca.pai.132.juta>.