

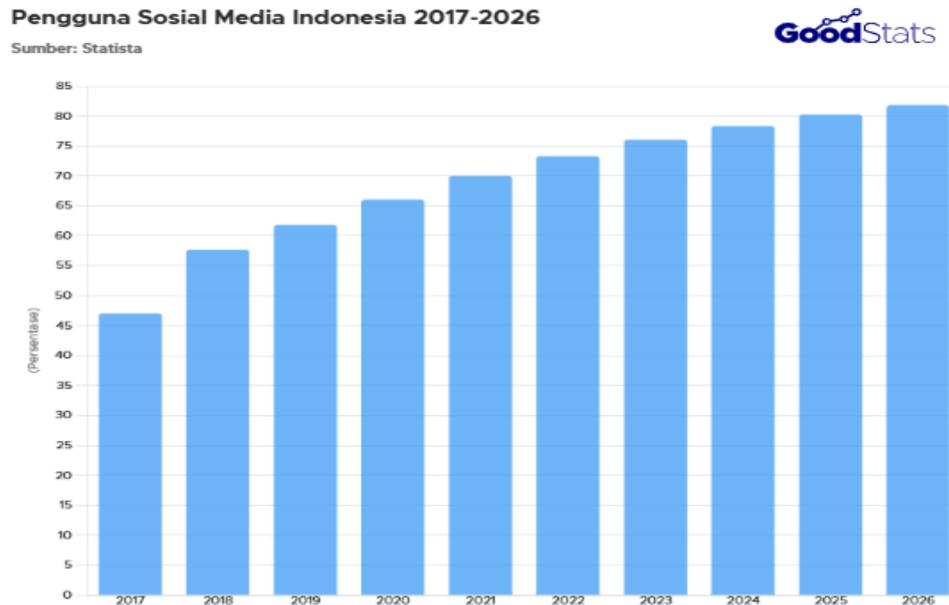
BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Media sosial modern mulai berkembang sejak akhir 1990-an, ditandai dengan hadirnya *platform Six Degrees* pada tahun 1997 sebagai bentuk awal media sosial modern yang memungkinkan pengguna membuat profil dan terhubung dengan orang lain (Yuniarto, 2023). Laporan yang dibuat oleh Smart Insights dari Inggris menyatakan bahwa 4,6 miliar orang di seluruh dunia akan menggunakan media sosial pada awal 2022 yang merupakan lebih dari separuh populasi global (58,4%). Menurut Arifin (2022) dalam 12 bulan terakhir, 424 juta orang baru saja menjadi pengguna media sosial. Mereka rata-rata menghabiskan dua setengah jam untuk menghabiskan waktu di media sosial setiap hari.

Menurut data yang dikumpulkan oleh Statista, perusahaan Jerman yang bergerak dalam statistik data konsumen dan pemasaran, untuk berkomunikasi lebih dari 193 juta orang di Indonesia menggunakan berbagai *platform* media sosial pada tahun 2021, mengikuti China, India, dan AS. Pola masyarakat untuk mendapatkan informasi kini telah berubah karena kemajuan dalam teknologi informasi dan komunikasi. Berikut adalah grafik penggunaan media sosial di Indonesia pada tahun 2017 sampai dengan perkiraan tahun 2026 dibuat oleh GoodStats yang diterbitkan pada tahun 2023.



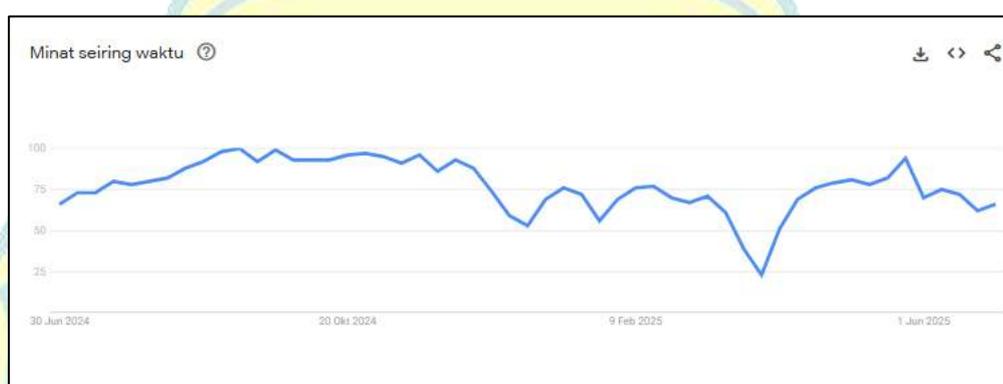
Gambar 1. 1 Grafik Penggunaan Media Sosial di Indonesia 2017-2026

Sumber : Statista

Orang Indonesia menggunakan media sosial dengan cepat. Sebuah laporan dari Data Reportal pada tahun 2023 menunjukkan bahwa 167 juta orang menggunakan media sosial, 153 juta di antaranya berusia di atas 18 tahun, atau 79,5% dari total populasi. Selain itu, diperkirakan bahwa setidaknya 78,5% pengguna internet memiliki akun media sosial. Angka ini diperkirakan akan terus meningkat dalam beberapa tahun ke depan. Pada tahun 2017, hanya 47,03% orang Indonesia yang menggunakan media sosial, menurut data Statista. Angka tersebut diperkirakan akan meningkat dua kali lipat hingga 81,82% dari populasi pada tahun 2026. (Yonatan, 2023).

Kini, media sosial menjadi salah satu sarana yang efektif untuk menyampaikan informasi secara cepat, luas, dan interaktif. Media sosial memberi organisasi kesempatan untuk menjalin hubungan yang lebih dekat dan lebih intim dengan audiensnya. Hubungan ini bersifat aktif karena audiens dapat

langsung memberikan tanggapan atau masukan, sehingga organisasi dapat merespons dengan lebih cepat dan sesuai kebutuhan mereka. Secara umum, media sosial memainkan peran yang signifikan dalam kehidupan masyarakat. Media sosial memungkinkan pengunjung untuk berinteraksi secara real-time tanpa batasan geografis. Hal ini memudahkan komunikasi antara individu, baik untuk tujuan pribadi maupun profesional (Damayanti et al., 2023).



Gambar 1. 2 Grafik Pencarian Kata Kunci "Perpustakaan" selama 5 Tahun Terakhir

Sumber : *Google Trends*

Berdasarkan data yang diperoleh dari *Google Trends*, tingkat pencarian terhadap kata kunci “perpustakaan” di Indonesia selama satu tahun terakhir menunjukkan pola yang berfluktuasi, dengan skor pencarian berada dalam rentang nilai sekitar 40 hingga 100. Peningkatan signifikan terjadi pada bulan Oktober 2024, yang mencapai puncak pencarian dengan skor mendekati 100. Lonjakan ini diduga kuat berkaitan dengan awal semester ganjil, ketika kebutuhan terhadap referensi dan akses informasi dari perpustakaan meningkat. Sementara itu, penurunan minat pencarian terlihat pada akhir Maret 2025, dengan skor menurun ke angka sekitar 40, yang kemungkinan bertepatan dengan masa libur atau transisi antar semester. Minat kembali meningkat pada awal Juni

2025, menjelang akhir semester genap. Temuan ini mengindikasikan bahwa isu seputar perpustakaan masih mendapatkan perhatian masyarakat secara berkala. Oleh karena itu, penting untuk melakukan penelitian lebih lanjut tentang cara perpustakaan menggunakan media sosial untuk berkomunikasi dan mempromosikan serta mempertahankan relevansi dan meningkatkan keterlibatan publik.

Media sosial tidak hanya membantu orang berkomunikasi dan berbagi informasi, tetapi juga dapat digunakan secara strategis untuk mempromosikan merek dan meningkatkan citra. Dengan fitur-fitur interaktif yang dimilikinya, media sosial mampu menjangkau audiens yang luas dalam waktu singkat, menjadikannya medium yang sangat potensial untuk berbagai kebutuhan, termasuk promosi layanan publik. Dalam konteks promosi, media sosial memiliki peran yang sangat kuat sebagai saluran komunikasi untuk memperkenalkan produk atau layanan kepada publik, menjalin hubungan dengan audiens, dan membangun citra yang positif. Institusi seperti Perpustakaan dan Galeri Kota Bogor dapat memanfaatkan media sosial untuk meningkatkan kesadaran masyarakat, memperluas akses informasi, serta menarik perhatian lebih banyak pengunjung untuk menggunakan layanan mereka.

Perpustakaan dan Galeri Kota Bogor memainkan peran penting dalam mengembangkan literasi, pendidikan, dan apresiasi seni. Media sosial memungkinkan perpustakaan untuk menyebarkan informasi dengan lebih efisien dan menjangkau audiens yang lebih luas. Media sosial bagaikan pasar

yang menjadi tempat perpustakaan untuk bertemu dengan para pelanggannya (Fedianty Augustinah, 2019). Perpustakaan diharapkan dapat tetap terhubung dengan pengunjungnya kapan saja dan di mana saja dengan bergabung melalui media sosial. Mereka juga diharapkan dapat membantu pengunjung mempelajari koleksi, layanan, dan kegiatan perpustakaan.

Di Kota Bogor, Perpustakaan dan Galeri Kota Bogor berfungsi sebagai pusat pengetahuan, budaya, dan interaksi sosial. Melalui media sosial seperti *instagram*, *facebook*, *youtube*, dan *x*, perpustakaan dapat berkomunikasi dengan masyarakat, menginformasikan program-program yang ada, serta meningkatkan partisipasi publik dalam kegiatan yang diselenggarakan, (Harsyeno, 2023). Namun, optimalisasi pemanfaatan media sosial dalam mendukung peran ini masih menghadapi tantangan. Beberapa organisasi atau individu belum memanfaatkan fitur interaktif media sosial, seperti komentar atau *polling*, secara maksimal. Daripada mendorong dialog dengan *followers*, mereka lebih sering hanya membagikan konten secara satu arah, yang berdampak pada rendahnya tingkat keterlibatan audiens (PuskoMedia, 2023). Meskipun media sosial telah dimanfaatkan, interaksi yang terjadi masih rendah, terlihat dari kurangnya komentar dan *engagement* di platform yang digunakan. Hal ini menunjukkan bahwa efektivitas strategi konten yang diterapkan masih menjadi tanda tanya. Oleh karena itu, penting untuk menganalisis bagaimana media sosial digunakan oleh Perpustakaan dan Galeri Kota Bogor serta kendala yang dihadapi dalam meningkatkan interaksi dengan audiensnya.

Studi menunjukkan bahwa media sosial, terutama *facebook* dan *instagram* dapat membantu pengunjung dan perpustakaan berinteraksi lebih baik. Perpustakaan dapat menjangkau audiens yang lebih luas dengan bantuan *platform* promosi. Salah satu penelitian yang relevan adalah karya Suharso (2019) yang mengeksplorasi pengunjung Instagram oleh perpustakaan perguruan tinggi. Mereka menemukan bahwa pengunjung perpustakaan ke media sosial memungkinkan mereka untuk bekerja sama dengan departemen akademik dan meningkatkan frekuensi dan kualitas posting serta meningkatkan keterlibatan mahasiswa. Konten yang menarik dan interaktif dapat menarik perhatian pengunjung dan mendorong mereka untuk mengunjungi perpustakaan lebih sering.

Selanjutnya, Adilla (2023) melakukan studi tentang implementasi media sosial di perpustakaan perguruan tinggi di Indonesia. Penelitian ini menunjukkan bahwa meskipun banyak perpustakaan telah mulai menggunakan Instagram untuk mempromosikan layanan mereka, masih terdapat tantangan dalam hal konsistensi dan kreativitas dalam konten yang diposting. Mereka menyarankan agar perpustakaan lebih aktif dalam menggunakan fitur-fitur interaktif di *instagram*, seperti *story* dan *live sessions*, untuk meningkatkan keterlibatan pengunjung. Berdasarkan paparan tersebut, penting untuk menganalisis sejauh mana perpustakaan dan galeri Kota Bogor memanfaatkan media sosial sebagai alat untuk mendukung misi dan visinya.

Penelitian ini bertujuan untuk memahami pola pemanfaatan media sosial oleh perpustakaan dan galeri Kota Bogor, termasuk efektivitasnya dalam

menjangkau masyarakat, jenis konten yang disampaikan, serta tantangan yang dihadapi. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan saran praktis bagi pengelola perpustakaan dan galeri tentang cara meningkatkan pengunjung ke layanan melalui media sosial.

Untuk mendapatkan informasi dan pemahaman lebih dalam tentang pemanfaatan media sosial dan masalah terkait, peneliti melakukan *survey* awal (pra riset) yang komprehensif. *Survey* ini dikelola secara daring melalui *google form* dan didistribusikan kepada karyawan di Perpustakaan dan Galeri Kota Bogor. Dengan menggunakan *google form*, peneliti dapat dengan mudah mengumpulkan dan menganalisis data secara efisien.



Berdasarkan diagram di atas dapat dilihat bahwa hampir sebagian besar pegawai merasa bahwa konten yang diunggah oleh Perpustakaan dan Galeri Kota Bogor belum mendapat banyak interaksi seperti *like*, komentar, dan share di media sosial dengan persentase 48,1% tidak setuju kemudian 29,6% untuk jawaban setuju, dan sisanya 11,1% untuk jawaban netral, kemudian 7,4% untuk

jawaban sangat setuju, dan 3,7% sangat tidak setuju dari jumlah responden 27 pegawai Perpustakaan dan Galeri Kota Bogor.

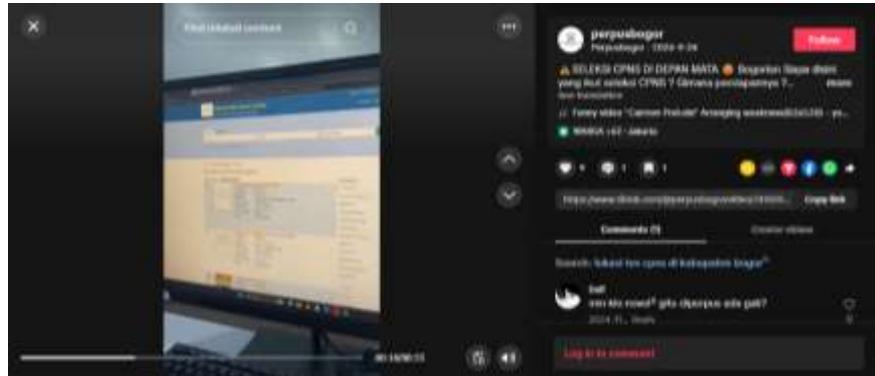


Selain itu, diagram di atas menunjukkan bahwa sebagian besar pegawai Perpustakaan dan Galeri Kota Bogor merasa sulit untuk membuat konten yang menarik bagi semua kelompok masyarakat. Sebanyak 63% responden menjawab setuju, 22,2% menjawab sangat setuju, dan 7,4% menjawab tidak setuju dan 3,7% menjawab sangat tidak setuju. Berdasarkan wawancara singkat yang dilakukan peneliti, Perpustakaan dan galeri kota bogor memiliki tantangan untuk memanfaatkan dan mengelola media sosial dengan efektif. Hal ini dibuktikan dengan konten yang dibagikan oleh perpustakaan dan kota bogor tidak sepenuhnya mendapat banyak interaksi dari masyarakat.



Gambar 1. 3 Postingan Instagram Perpustakaan dan Galeri Kota Bogor

Sumber : Akun resmi Perpustakaan dan Galeri Kota Bogor



Gambar 1. 4 Postingan TikTok Perpustakaan dan Galeri Kota Bogor

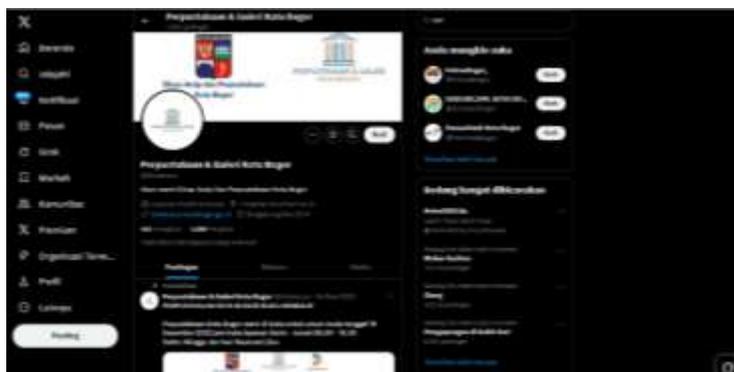
Sumber : Akun resmi Perpustakaan dan Galeri Kota Bogor

Berikut adalah beberapa contoh postingan konten yang diunggah oleh akun sosial media resmi Perpustakaan dan Galeri Kota Bogor, namun sayangnya masih belum mendapatkan banyak perhatian atau interaksi dari masyarakat luas. Selain itu, beberapa platform media sosial lainnya juga terlihat belum dikelola dengan maksimal, yang mungkin karena ketersediaan sumber daya manusia yang terbatas ataupun kurangnya ide kreatif dalam merancang konten yang menarik untuk diunggah pada platform tersebut.



Gambar 1. 5 Akun Youtube resmi Perpustakaan dan Galeri Kota Bogor

Sumber : Akun resmi Perpustakaan dan Galeri Kota Bogor



Gambar 1. 6 Akun resmi X Perpustakaan dan Galeri Kota Bogor

Sumber : Akun resmi Perpustakaan dan Galeri Kota Bogor

Berdasarkan observasi peneliti, Perpustakaan dan Galeri Kota Bogor terlihat belum memanfaatkan media sosial secara optimal. Ada beberapa media sosial dari Perpustakaan dan Galeri Kota Bogor yang sangat jarang sekali digunakan. Selain itu, Perpustakaan dan Galeri Kota Bogor hanya fokus ke beberapa platform saja, sehingga postingan konten dari media sosial Perpustakaan dan Galeri Kota Bogor belum sepenuhnya merata di semua platform.

Penelitian yang terkait pemanfaatan media sosial sudah cukup banyak dibahas, namun setiap penelitian memiliki hal-hal yang unik, seperti tema, metode, objek, subjek dan teknik pengumpulan data. Seperti yang dilakukan oleh Saraswati (2021) dengan judul “Analisis Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Pada Perpustakaan Universitas Dian Nuswantoro”. Penelitian tersebut merupakan penelitian kualitatif deskriptif. Kesimpulan dari penelitian tersebut menegaskan bahwa media sosial dapat digunakan untuk mempromosikan perpustakaan dengan lebih murah, memberikan hasil yang menarik, dan membangun hubungan dengan berbagai

pihak. Adanya promosi melalui instagram ini meningkatkan citra perpustakaan yang lebih dekat dengan teknologi dan mau mengetahui kebutuhan pemustaka melalui berbagai media sosial khususnya instagram.

Meskipun demikian, ada perbedaan antara penelitian ini dan penelitian yang dilakukan oleh Saraswati (2021) yaitu dalam penelitian ini membahas pemanfaatan media sosial melalui konten di Perpustakaan dan Galeri Kota Bogor dilaksanakan pada tahun 2024 dengan menggunakan pendekatan penelitian kualitatif dan metode pengumpulan data seperti observasi, wawancara, dan dokumentasi. Selain itu penelitian ini, fokus utamanya adalah perpustakaan umum yang melayani audiens lebih luas dan beragam. Dengan melakukan penelitian ini, diharapkan pemanfaatan media sosial melalui konten di Perpustakaan dan Galeri Kota Bogor tidak hanya menjadi langkah rutin untuk memastikan efektivitas dari media sosial, tetapi juga sebagai strategi pemanfaatan media sosial yang lebih efektif. Maka dari itu, peneliti memberi judul penelitian ini dengan “Analisis Pemanfaatan Media Sosial Melalui Konten di Perpustakaan dan Galeri Kota Bogor”.

B. Pertanyaan Penelitian

1. Bagaimana aktivitas unggahan dan konten yang dibagikan oleh media sosial Perpustakaan dan Galeri Kota Bogor?
2. Apa saja jenis konten yang diunggah oleh Perpustakaan dan Galeri Kota Bogor di media sosial?
3. Kendala apa saja yang dihadapi Perpustakaan dan Galeri Kota Bogor dalam membuat konten di media sosial?

C. Tujuan Penelitian

1. Mengidentifikasi aktivitas unggahan dan mengkaji frekuensi konten yang dibagikan oleh media sosial Perpustakaan dan Galeri Kota Bogor, guna memahami pola aktivitas dan keterlibatan audiens.
2. Mengidentifikasi jenis-jenis konten yang diunggah oleh Perpustakaan dan Galeri Kota Bogor.
3. Mengidentifikasi kendala yang dihadapi oleh Perpustakaan dan Galeri Kota Bogor.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi Perpustakaan dan Galeri Kota Bogor

Penelitian ini memberikan pemahaman tentang efektivitas pengunjungan media sosial yang ada. Hasil penelitian dapat digunakan untuk merancang strategi media sosial yang lebih baik, sehingga dapat meningkatkan partisipasi masyarakat, memperluas audiens, dan menarik lebih banyak pengunjung. Penelitian ini juga membantu Mengidentifikasi hambatan yang dihadapi dalam pengunjungan media sosial, yang berguna untuk pengembangan dan perbaikan pelayanan.

2. Bagi Universitas Negeri Jakarta

Peneliti berharap penelitian ini akan bermanfaat bagi mahasiswa saat mereka melakukan penelitian mereka sendiri dan meningkatkan pemahaman mereka khususnya dalam konteks pengunjungan media sosial. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai sumber pembelajaran dalam

pengajaran serta memperkaya materi dalam kurikulum yang berkaitan dengan komunikasi digital.

3. Bagi Peneliti

Manfaat bagi peneliti adalah untuk menambah wawasan peneliti, serta wadah untuk menambah ilmu pengetahuan dan pengalaman dalam melakukan penelitian.

