

**MANAJEMEN KONTEN PADA AKUN INSTAGRAM PERPUSTAKAAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Adab dan Ilmu Budaya Universitas Islam Negeri
Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh Gelar

Sarjana Ilmu Perpustakaan



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Oleh :

MUHAMMAD AJI PRADANA

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
PROGRAM STUDI ILMU PERPUSTAKAAN
FAKULTAS ADAB DAN ILMU BUDAYA

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA

YOGYAKARTA

2024

HALAMAN PENGESAHAN



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS ADAB DAN ILMU BUDAYA
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 513949 Fax. (0274) 552883 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-359/Un.02/DA/PP.00.9/02/2024

Tugas Akhir dengan judul : MANAJEMEN KONTEN PADA AKUN INSTAGRAM PERPUSTAKAAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : MUHAMMAD AJI PRADANA
Nomor Induk Mahasiswa : 19101040044
Telah diujikan pada : Rabu, 13 Desember 2023
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Adab dan Ilmu Budaya UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang

Dr. Labibah, MLIS.
SIGNED

Valid ID: 652942626159



Pengaji I

Dr. Tafrikhuddin, S.Ag, M.Pd.
SIGNED

Valid ID: 652942626152



Pengaji II

Muhammad Bagus Febriyanto, M.Hum.
SIGNED

Valid ID: 652942626159



Yogyakarta, 13 Desember 2023

UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Adab dan Ilmu Budaya

Prof. Dr. Muhammad Wilian, M.A.
SIGNED

Valid ID: 652559115204

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama	:	Muhammad Aji Pradana
NIM	:	19101040044
Program Studi	:	Ilmu Perpustakaan
Fakultas	:	Adab dan Ilmu Budaya

menyatakan bahwa skripsi yang berjudul "Manajemen Konten Pada Akun Instagram Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta" adalah hasil karya peneliti sendiri dan bukan plagiat dari karya orang lain, kecuali secara tertulis disitir mengikuti standar dan prosedur ilmiah serta tercantum dalam daftar pustaka. Apabila di kemudian hari terbukti merupakan plagiat dari hasil karya orang lain, maka segala tanggung jawab ada pada peneliti sendiri.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dan dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 13 Maret 2023

Yang menyatakan,



Muhammad Aji Pradana
19101040044

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

NOTA DINAS

NOTA DINAS

Dr. Labibah, MLIS.
Dosen Program Studi Ilmu Perpustakaan Fakultas Adab dan Ilmu Budaya
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

NOTA DINAS

Hal : Skripsi
Lamp : 1 (Satu) eksemplar

Kepada Yth:
Dekan Fakultas Adab dan Ilmu Budaya
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, mengoreksi, dan menyarankan perbaikan seperlunya, maka saya selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi saudara:

Nama	:	Muhammad Ajil Pradana
NIM	:	19101040044
Program Studi	:	Ilmu Perpustakaan
Fakultas	:	Adab dan Ilmu Budaya
Judul	:	Manajemen Konten Pada Akun Instagram Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

dapat diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sastra satu pada Program Studi Ilmu Perpustakaan Fakultas Adab dan Ilmu Budaya UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Berdasarkan hal tersebut, saya berharap agar skripsi saudara di atas dapat segera disetujui dan disidangkan dalam *munajatoyah*.

Demikian, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 13 Maret 2023
Pembimbing,


Dr. Labibah, MLIS.
NIP: 19681103 199403 2 005

MOTO

“Selesaikan apa yang sudah kamu mulai”

-Muhammad Aji Pradana-



PERSEMBAHAN

Puji Syukur atas ke hadirat Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat, Hidayah, dan Inayahnya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan baik serta lancar. Tidak lupa shalawat serta salam peneliti haturkan kepada Nabi Muhammad SAW. Halaman persembahan ini peneliti tujukan kepada:

1. Kedua orang tua, sebagai persembahan kecil untuk mereka yang telah membiayai dan mendukung penuh anak-anaknya agar sukses.
2. UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta tempat saya kuliah mencari ilmu.
3. Adik dan Uti yang senantiasa memberikan semangat sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
4. Ibu Dr. Labibah, MLIS., pembimbing peneliti yang selalu mengingatkan, memberi masukan, dan berbagi ilmu agar skripsi ini segera selesai dengan baik.
5. Mbak Lusia yang selalu mendukung dan memberi semangat sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Orang-orang terdekat yang telah memberikan doa, dukungan, serta semangat.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kami persembahkan kehadirat Tuhan Yang Esa, karena berkat rahmat dan karunia-Nya semata sehingga peneliti mampu menyelesaikan penyusunan laporan penelitian ini. Penyusunan laporan tugas akhir penelitian ini adalah untuk memenuhi salah satu persyaratan kelulusan pada Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Fakultas Adab dan Ilmu Budaya Jurusan Ilmu Perpustakaan. Penyusunannya dapat terlaksana dengan baik berkat dukungan dari banyak pihak. Untuk itu, pada kesempatan ini peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Muhammad Wildan, M.A, Dekan Fakultas Adab dan Ilmu Budaya, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Prof. Dr. Nurdin, S.Ag., S.S., M.A., Kepala Jurusan Program Studi Ilmu Perpustakaan Fakultas Adab dan Ilmu Budaya, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Drs. Djazim Rohmadi, M.Si., Dosen Penasehat Akademik Program Studi Ilmu Perpustakaan Fakultas Adab dan Ilmu Budaya, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
4. Dr. Labibah, MLIS., selaku dosen pembimbing ini yang sudah meluangkan setiap waktu dan pikiran dengan sabar dalam membimbing, memberikan masukan, dan motivasi.
5. Dr. Tafrikhuddin, M.P.d., selaku penguji 1 sidang munaqosyah yang sudah memberikan masukan dan motivasi.
6. Muh. Bagus Febriyanto, M.Hum., selaku penguji 2 sidang munaqosyah yang

sudah memberikan masukan dan motivasi.

7. Novy Diana Fauzie, SS.,MA., selaku Kepala Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
8. Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga yang telah menyediakan berbagai macam buku dan jurnal yang peneliti butuhkan hingga terselesaiannya skripsi ini.
9. Ayah Much. Sudasi, Ibunda Dwi Nuryati, dan Utu Tukini yang memotivasi saya dalam menyelesaikan penyusunan laporan penelitian.
10. Manusia Manis bernama Lusia yang membantu, memotivasi, dan menemani selama penyusunan laporan penelitian.
11. Teman-teman Ilmu Perpustakaan 2019 dan pihak-pihak yang membantu, mendukung lainnya yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

Walaupun demikian, dalam laporan skripsi ini, peneliti menyadari masih belum sempurna. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan skripsi ini dapat berguna, menambah pengetahuan, dan bermanfaat bagi kita semua terutama bagi ilmu perpustakaan.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
NOTA DINAS	iii
MOTO	iv
PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
INTISARI.....	xii
<i>ABSTRACT</i>	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian.....	7
1.3.1 Tujuan Penelitian	7
1.3.2 Manfaat Penelitian	7
1.4 Batasan Masalah.....	8
1.5 Sistematika Penulisan.....	9
BAB II LANDASAN TEORI	10
2.1 Tinjauan Pustaka	10
2.2 Landasan Teori	13
2.2.1 Media Sosial.....	13
2.2.2 Instagram.....	17
2.2.3 Konten.....	22
2.2.4 Manajemen Konten Media Sosial	23
BAB III METODE PENELITIAN.....	26
3.1 Jenis Penelitian	26
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian	26

3.3	Subjek dan Objek Penelitian	27
3.4	Sumber Data	28
3.5	Teknik Pengumpulan Data	28
3.6	Instrumen Penelitian.....	29
3.7	Uji Keabsahan Data.....	33
3.8	Teknik Analisis Data	36
BAB IV PEMBAHASAN.....		41
4.1	Gambaran Umum Perpustakaan UMY	41
4.1.1	Sejarah Singkat Perpustakaan UMY	41
4.1.2	Visi & Misi Perpustakaan UMY	42
4.1.3	Struktur Mikro Perpustakaan UMY	43
4.1.5	Profil Akun Instagram Perpustakaan UMY	45
4.1.6	Konten Akun Instagram Perpustakaan UMY	47
4.1.7	Manajemen Konten Akun Instagram Perpustakaan UMY	51
4.2	Hasil Penelitian.....	52
4.2.1	Berbagi (<i>Share</i>).....	53
4.2.2	Mengelola (<i>Manage</i>).....	57
4.2.3	Terlibat (<i>Engage</i>).....	60
4.2.4	Mengoptimalkan (<i>Optimize</i>).....	64
BAB V PENUTUP.....		68
5.1	Kesimpulan.....	68
5.2	Saran	69
DAFTAR PUSTAKA		70
LAMPIRAN		73
Pendidikan Formal		91
Pengalaman Organisasi.....		91

DAFTAR TABEL

Tabel 1 : Persamaan dan Perbedaan Tinjauan Pustaka	12
Tabel 2 : Kisi-Kisi Wawancara.....	32
Tabel 3 : Nama-nama Pustakawan Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta	43



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 : Struktur Mikro Perpustakaan UMY 2022	43
Gambar 2 : Tampilan Akun Instagram Perpustakaan UMY	46
Gambar 3 : Tampilan Konten informasi tentang cek panduan turnitin.....	48
Gambar 4 : Tampilan Konten informasi surat bebas pustaka	48
Gambar 5 : Tampilan Konten informasi akun premium Perpustakaan UMY	49
Gambar 6 : Tampilan Konten informasi peringatan hari besar.....	49
Gambar 7 : Tampilan Konten informasi prosedur menggunakan ETD UMY	50
Gambar 8 : Tampilan Konten informasi rekomendasi buku	50
Gambar 9 : Konten Prosedur Menggunakan ETD UMY	54
Gambar 10 : Konten Cek Panduan Turnitin.....	55
Gambar 11 : Flowchart Tahap Share	56
Gambar 12 : Flowchart Tahap Manage.....	60
Gambar 13 : Screenshot fitur insight instagram perpustakaan UMY	61
Gambar 14 : Screenshot tampilan home akun instagram perpustakaan UMY	62
Gambar 15 : Screenshot fitur insight dibagian konten.....	63
Gambar 16 : Screenshot fitur insight dibagian konten.....	63
Gambar 17 : Flowchart Tahap Engage.....	64
Gambar 18 : Screenshot konten di Facebook perpustakaan UMY	66
Gambar 19 : Screenshot konten di Twitter perpustakaan UMY	66
Gambar 20 : Flowchart Tahap Optimize.....	67

SUNAN KALIJAGA
STATE ISLAMIC UNIVERSITY
YOGYAKARTA

MANAJEMEN KONTEN PADA AKUN INSTAGRAM PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

Muhammad Aji Pradana

19101040044

INTISARI

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana manajemen konten pada akun Instagram perpustakaan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Teori yang dipakai dalam penelitian ini adalah *The Circular Model of Some* dari Regina Luttrell (2015). Subjek dalam penelitian ini adalah pustakawan yang mengelola manajemen konten pada akun Instagram perpustakaan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Sedangkan objek pada penelitian ini adalah manajemen konten pada akun Instagram Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi: wawancara, observasi, dan dokumentasi. Uji keabsahan menggunakan uji validitas internal, uji validitas eksternal, uji reliabilitas, dan uji obyektivitas. Analisis data dengan model dari Miles and Huberman yaitu, pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan pengambilan kesimpulan. Hasil dalam penelitian ini menyatakan bahwa manajemen konten pada akun Instagram Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta menggunakan empat tahap. Pertama, tahap *share* dengan menentukan konten yang dibagikan pada akun media sosial Instagram perpustakaan sesuai kebutuhan pemustaka terutama mahasiswa seperti konten tentang prosedur menggunakan ETD UMY, informasi tentang *Open Acces E-Journal*, dan cek panduan turnitin. Kedua, tahap *manage* dengan melakukan pengelolaan terhadap konten akun Instagram perpustakaan UMY seperti mendisplay konten dengan aturan Instagram perpustakaan UMY yaitu dengan ukuran 4:3 dengan tujuan agar *feed* akun Instagram perpustakaan rapi dan bersih. Ketiga, tahap *engage* dengan melakukan pendekatan dan keterlibatan dengan khalayak sasaran dengan membuat postingan yang bebas dengan bahasa santai. Keempat, tahap *optimize* dengan membuat kalender konten serta pemanfaatan fitur yang tersedia pada Instagram. Saran dari penelitian ini mengharapkan pengelola akun Instagram Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dapat menyusun *timeline* terkait waktu dalam mengunggah konten pada sosial media Instagram, serta lebih aktif dalam hal mengajak *audience* untuk berkomentar atau sekedar bertanya berkaitan dengan konten di akun Instagram Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Kata kunci: Instagram, manajemen konten, perpustakaan

CONTENT MANAGEMENT ON THE INSTAGRAM ACCOUNT OF THE MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA UNIVERSITY LIBRARY

Muhammad Aji Pradana

19101040044

ABSTRACT

The aim of this research is to find out how content is managed on the Instagram account of the Yogyakarta Muhammadiyah University library. The theory used in this study is The Circular Model of Some from Regina Luttrell (Luttrell, 2015). The subjects in this research are librarians who manage content management on the Instagram account of the Yogyakarta Muhammadiyah University library. Meanwhile, the object of this research is content management on the Instagram account of the Yogyakarta Muhammadiyah University Library. Data collection used in this research includes: interviews, observation, and documentation. The validity test uses an internal validity test, external validity test, reliability test and objectivity test. Data analysis using the model from Miles and Huberman, namely, data collection, data reduction, data presentation, and drawing conclusions. The results of this research state that content management on the Instagram account of the Yogyakarta Muhammadiyah University Library uses four stages. First, the share stage is by determining the content shared on the library's Instagram social media account according to the needs of users, especially students, such as content about procedures for using the UMY ETD, information about Open Access E-Journal, and checking the Turnitin guide. Second, the management stage is by managing the content of the UMY library's Instagram account, such as displaying content according to the UMY library's Instagram rules, namely 4:3 size with the aim of making the library's Instagram account feed neat and clean. Third, the engage stage involves approaching and engaging with the target audience by making free posts in casual language. Fourth, optimize stage by creating a content calendar and utilizing the features available on Instagram. Suggestions from this research hope that the instagram account manager of the Yogyakarta Muhammadiyah University Library can arrange a timeline regarding the time for uploading content on Instagram social media, and be more active in inviting the audience to comment or just ask questions related to the content on the Yogyakarta Muhammadiyah University Library Instagram account.

Keywords: *instagram, content management, library*

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Teknologi dan informasi telah mengalami perkembangan yang sangat pesat. Zaman telah berubah dari era industrialisasi menjadi era yang melahirkan masyarakat informasi atau disebut juga dengan *information society*. Perkembangan teknologi dan informasi juga mempengaruhi perkembangan internet. Internet sebagai produk teknologi dapat mendukung setiap individu untuk mengakses informasi dan komunikasi yang tidak lagi harus tatap muka, tetapi dapat berlangsung secara online antara individu dan kelompok tanpa batasan ruang atau waktu, bahkan saat ini internet tidak hanya digunakan untuk akses informasi dan komunikasi, tetapi juga digunakan sebagai alat untuk memasarkan produk atau merek dari pedagang yang dilakukan secara daring (Dafa, 2021, hlm. 1).

Menurut hasil survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2021-2022 pengguna internet di Indonesia mencapai angka 210 juta pengguna dari total 272,6 juta jiwa penduduk Indonesia (<https://apjii.or.id/survei>, diakses pada tanggal 14 Desember 2022). Jika dilihat dari penggunaan internet di Indonesia konten yang sering diakses menggunakan internet adalah konten media sosial. Menurut *We Are Social*, jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia sebanyak 191 juta pengguna pada Januari 2022 (<https://wearesocial.com/uk/blog/2022/01/digital-2022/>, diakses pada tanggal 1 Februari 2023).

Salah satu media sosial yang banyak digunakan masyarakat Indonesia yaitu Instagram. Instagram adalah aplikasi *Microblogging* yang fungsi utamanya adalah mengunggah foto dan video (Haq, 2022, hlm. 3). Berdasarkan data *NapoleonCat* (<https://napoleoncat.com/stats/instagram-users-in-indonesia/2022/12/>, diakses pada tanggal 1 Februari 2023) pengguna Instagram di Indonesia per Desember 2022 ada 97 juta pengguna Instagram di Indonesia yang merupakan 34,8% dari seluruh populasinya. Tingginya jumlah pengguna media sosial, khususnya Instagram, dapat menciptakan peluang tidak hanya untuk hiburan, tetapi juga untuk penjualan atau *branding* yang cukup menarik untuk tujuan komersial maupun non-komersial (Haq, 2022, hlm. 3). Tingginya pengguna Instagram juga disebabkan oleh kelebihan Instagram dibandingkan dengan media sosial lainnya yaitu bisa mempromosikan produk dengan cepat, memudahkan calon konsumen menemukan produk, dan terdapat banyak fitur yang mendukung untuk memasarkan sebuah produk (Ryandra, 2016, hlm. 1).

Instansi atau Lembaga pada masa sekarang dirasa sangat perlu memanfaatkan media sosial dalam menunjang kegiatan yang dimiliki. Salah satu institusi yang diharapkan dapat memaksimalkan penggunaan sosial media secara khusus Instagram adalah perpustakaan. Perpustakaan dapat memaksimalkan media sosial sebagai bentuk promosi terkait kegiatan yang dilakukan. Informasi mengenai kegiatan perpustakaan dapat disebarluaskan melalui media sosial secara khusus Instagram. Hal ini mengingat pengguna media sosial di Indonesia dengan jumlah yang begitu banyak. Pernyataan ini didukung dengan data pengguna Instagram di Indonesia mencapai 34,8 % atau sepertiga dari jumlah populasi penduduk di

Indonesia. Sehingga diharapkan informasi yang akan disebarluaskan dapat lebih menyasar.

Salah satu perpustakaan yang memanfaatkan media sosial sebagai penunjang promosi kegiatan adalah Perpustakaan UMY. Perpustakaan UMY memiliki sosial media yang terdiri dari Instagram, Twitter, Website, Facebook, Youtube, dan Tiktok sebagai penyebaran informasi dan promosi. Berdasarkan dari berbagai media sosial yang digunakan sebagai penyebaran informasi, Instagram dirasa lebih efektif dalam penyebarluasan informasi terkait Perpustakaan UMY. Akun Instagram Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta digunakan dan dimanfaatkan dalam mengiklankan (*branding*) koleksi, kegiatan, dan informasi seputar perpustakaan. Akun Instagram Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta memiliki *followers* lebih dari 7.000 orang dan memiliki 802 postingan dengan jumlah *likes* 1.632 dan *viewers* 31.817 dari postingan satu bulan yaitu Januari-Februari tahun 2023. Akun Instagram tersebut dimiliki oleh Perpustakaan UMY yang berdiri sejak tahun 2018 dan terus berkembang sampai hingga saat ini.

Komponen atau hal terpenting dari media sosial terkhusus Instagram adalah konten yang disajikan. Hal ini didukung dengan pernyataan Setyaningsih (2019, hlm. 2), dimana konten atau isi dari sebuah akun media sosial khususnya Instagram digunakan untuk membangun *brand awareness*, maka dari itu penting dilakukan manajemen konten untuk mendorong para pengikut akun, tetap mengikuti, dan tetap menyukainya. Menurut pengertian lain, manajemen konten media sosial merupakan penggunaan berbagai alat, perangkat lunak, dan layanan yang dapat membantu pengusaha dalam membagikan konten bisnisnya di media sosial,

manajemen media sosial mencakup penjadwalan waktu posting media sosial, terlibat dengan *audiens*, dan mengelola *respons* media sosial dengan cepat (Cinthya, 2021, hlm. 1). Konten yang di posting di sosial media Instagram tersebut harus bisa menarik para pengikutnya agar mereka merasa lebih efektif dalam menerima informasi. Hal ini merupakan menjadi salah satu yang menjadi latar belakang Perpustakaan UMY memilih Instagram dalam menyebarluaskan informasi seputar kegiatan perpustakaan atau informasi umum lainnya.

Pemasaran dan promosi yang dilakukan Perpustakaan UMY melalui Instagram masih terdapat beberapa poin yang perlu diperhatikan seperti, konten yang dibagikan oleh pustakawan belum tersampaikan dengan baik, jadwal upload postingan instagram terkait dengan postingan event – event tertentu belum ditentukannya skala prioritas dari keduanya, dan konten yang diupload pada akun instagram Perpustakaan UMY belum menyasar minat follower Perpustakaan UMY dengan baik. Hal tersebut terlihat dari postingan instagram Perpustakaan UMY yang memiliki total *like* yang tidak sebanding dengan *viewer* postingan tersebut.

Dibalik beberapa poin tersebut Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta meraih beberapa penghargaan seperti Perpustakaan UMY dapat meraih juara II dalam Ajang Lomba *Academic Library Innovation Award* (ALIA). Pada penghargaan ini Perpustakaan UMY menampilkan karya inovasi dengan judul “*Divisi Content Creator dalam Mendukung Inovasi Layanan Digital UMY*”. Karya tersebut membahas mengenai pengembangan kreativitas yang dilakukan pustakawan UMY, dimana dalam hal ini pustakawan sebagai *content creator* untuk mendukung inovasi layanan di Perpustakaan UMY secara modern di era digital.

Penghargaan lain yang diraih adalah juara I tingkat DIY pada *Academic Library Innovation Award* (ALIA) pada tahun 2021 dan juara II tingkat nasional pada *Academic Library Innovation Award* (ALIA) pada tahun 2021(<https://library. umy.ac.id/news/detail/359/PERPUSTAKAAN-UMY-MERAIH-JUARA-II-ALIA-2021>), diakses pada tanggal 1 April 2023). Penghargaan yang telah diraih dapat menunjang keberhasilan beberapa poin tersebut.

Akun instagram perpustakaan UMY menjadi obyek penelitian yang penting dikarenakan akun instagram memiliki peran membagikan informasi mengenai perpustakaan UMY seperti informasi layanan cek turnitin, informasi layanan cek bebas pustaka, informasi ETD, dan informasi umum lainnya. Pentingnya penelitian ini diangkat didalam instagram perpustakaan UMY berisi banyak konten informasi mengenai informasi perpustakaan dan informasi umum. Sebelum informasi itu diposting terdapat beberapa aspek pengelolaan yang termasuk dalam manajemen konten media sosial instagram. Manajemen konten yang ada di instagram perpustakaan UMY sangat penting dilakukan untuk mengelola konten sehingga dapat diunggah ke akun instagram Perpustakaan UMY.

Manajemen konten yang ada di instagram perpustakaan UMY menjadi krusial karena, Perpustakaan UMY berisi informasi yang beragam seperti informasi perpustakaan, akademik, dan umum lainnya. Menurut Siti (2020, hlm. 3) manajemen konten menjadi krusial karena informasi yang datang sangat cepat melalui media sosial, untuk itu masyarakat perlu selektif dalam menerima informasi. Hal tersebut bertujuan agar penerima informasi tidak mudah terpengaruh

oleh banyaknya informasi yang datang, begitu juga dengan informasi yang ada di akun instagram perpustakaan UMY yang menggunakan manajemen konten untuk mengelompokkan informasi yang ada di akun instagram perpustakaan UMY. Dalam konteks pendidikan dan informasi perpustakaan manajemen konten diharapkan untuk pemustaka harus memiliki kemampuan literasi media yang baik saat memilih dan memilih informasi di media terutama media sosial instagram yang diharapkan untuk meminimalisir penyebaran informasi hoax (Kurnia, 2018, hlm. 3)

Dibutuhkan suatu teori untuk mengetahui lebih lanjut tentang manajemen konten pada akun Instagram Perpustakaan UMY. Dalam penelitian ini, peneliti memilih menggunakan teori *The Circular Model of Some* dari Regina Luttrell (dalam Mahmudah, 2020, hlm. 4). Teori tersebut menyatakan bahwa terdapat beberapa tahap yang perlu diperhatikan dalam mengelola media sosial. Terdapat empat aspek dalam model ini, seperti *share*, *optimize*, *manage* dan *engage*. Tiap aspek memiliki kekuatan sendiri, dan apabila keempat aspek tersebut digabungkan dapat memungkinkan strategi yang solid. Ketika sebuah perusahaan atau instansi berbagi (*sharing*), mereka juga dapat mengelola (*manage*) atau terlibat (*engage*) dan bahkan mengoptimalkan (*optimize*) pesan mereka secara bersamaan. Dengan demikian, dalam penelitian ini teori tersebut dapat mengetahui lebih lanjut mengenai manajemen konten pada akun Instagram Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Manajemen Konten Pada Akun Instagram Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas peneliti dapat merumuskan permasalahan yang akan diteliti yaitu bagaimana manajemen konten pada akun Instagram Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta ?

1.3 Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada rumusan masalah tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana manajemen konten pada akun Instagram perpustakaan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

1.3.2 Manfaat Penelitian

Adanya Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, baik manfaat teoritis maupun manfaat praktis.

1. Manfaat Teoritis

a. Penulis dapat mengetahui terkait manajemen konten dalam pengelolaan konten Instagram.

b. Penelitian ini dapat menambah ilmu pengetahuan dan referensi baru di bidang perpustakaan dan informasi, terutama terkait dengan manajemen konten Instagram.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Manfaat yang dapat diberikan pada Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yaitu penelitian ini dapat memberikan gambaran terkait manajemen konten pada akun Instagram

Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, serta sebagai bahan evaluasi untuk manajemen konten pada akun Instagram ke depannya.

- b. Bagi pustakawan Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Penelitian ini dapat menjadi masukan bagi pustakawan tersebut dalam pentingnya menggunakan manajemen konten pada akun Instagram.

- c. Bagi peneliti

Penelitian ini dapat menambah literatur yang digunakan dalam penulisan yang berhubungan dengan manajemen konten pada akun Instagram. Khususnya yang menggunakan teori *The Circular Model Of Some* oleh Regina Luttrell (2015).

- d. Bagi pemustaka

Penelitian ini dapat memberikan pengalaman kepada pemustaka akan pentingnya peran pemustaka dalam mengevaluasi konten, dalam hal ini yaitu manajemen konten pada akun Instagram.

1.4 Batasan Masalah

Batasan masalah diperlukan agar penulisan skripsi ini tidak menyimpang dan mengambang dari tujuan yang semula direncanakan. Maka penulis menetapkan batasan pada penelitian mengenai manajemen konten pada akun Instagram Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta berdasarkan persepsi pemustaka, yaitu:

1. Penelitian ini hanya membahas manajemen konten pada akun Instagram milik Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Penelitian ini menggunakan teori *The Circular Model Of Some* oleh Regina Luttrell (2015), dimana penelitian ini berfokus untuk membahas manajemen konten pada akun Instagram Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dilakukan untuk memberikan kerangka skripsi yang dibuat. Adapun sistematika penulisan skripsi ini sebagai berikut:

BAB I, pada bab ini berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, batasan masalah, dan sistematika pembahasan.

BAB II, pada bab ini berisi tinjauan pustaka dan teori-teori yang digunakan sebagai pendukung dalam penelitian ini. Tinjauan pustaka memuat uraian hasil penelitian terdahulu yang berhubungan dengan permasalahan dan tujuan penelitian yang akan dilakukan peneliti. Landasan teori memuat teori-teori yang dapat di pertanggungjawabkan serta bertujuan untuk menerangkan masalah yang telah dirumuskan. Serta kerangka berpikir untuk mempermudah pembaca memahami maksud penulis.

BAB III, bab ini berisi jenis penelitian, tempat dan waktu penelitian, subjek dan objek penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, instrumen penelitian, uji keabsahan, serta teknik analisis data.

BAB IV, bab ini berisi pembahasan terdiri dari gambaran umum dan hasil penelitian.

BAB V, bab ini berisi kesimpulan dan saran.



BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai manajemen konten pada akun instagram Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dapat ditarik kesimpulan bahwa, dalam pengelolaan konten pada media sosial instagram perpustakaan UMY sudah menerapkan beberapa aspek manajemen konten yang dimulai dari aspek *share* yang dimulai dengan memahami target yang layak, mengetahui alasan pemilihan instagram, dan pemilihan konten yang akan di *share*. Aspek *manage* dilakukan dengan proses monitoring konten, pengelolaan *feedback*, dan cara mendisplay konten. Aspek *engage* dengan mengetahui jumlah *share* yang sudah dijangkau dan mengetahui jumlah konten. Aspek *optimize* dilakukan dengan membuat konsep konten, kalender konten, serta mengetahui cara mengoptimalkan konten.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, adapun saran yang peneliti berikan antara lain sebagai berikut:

1. Berdasarkan pada temuan pada penelitian ini diharapkan pengelola akun instagram Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dapat menyusun *timeline* terkait waktu dalam mengunggah konten pada sosial media instagram, serta lebih aktif dalam hal mengajak *audience* untuk berkomentar atau sekedar bertanya berkaitan dengan konten di akun instagram Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Bagi Tim Manajemen Informasi khususnya yang membuat konten di akun instagram disarankan untuk melakukan inovasi terhadap manajemen konten yang sudah berjalan dengan baik hingga saat ini seperti memperbarui *template* konten agar audience tidak merasa jemu dengan *template* konten yang sama setiap harinya guna untuk meningkatkan kualitas konten di akun instagram Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto. (2013). *Prosedur penelitian: Suatu pendekatan praktik* (cet. 15). Jakarta: Rineka Cipta.
- Arikunto, S. (2016). *Prosedur penelitian suatu pendekatan praktik*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Arum Wahyuni Purbohastuti. (2017). Efektivitas media sosial sebagai media promosi. *Tirtayasa EKONOMIKA*, 12(2).
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2021). Retrieved 14 December 2022, from <https://apjii.or.id/survei>
- Caruso, R. M. (2015). *Social media content management system and method*.
- Cinthya. (2021, August 31). Social Media Management: Pengertian dan Pentingnya dalam Bisnis. Retrieved 2 January 2023, from Accurate Online website: <https://accurate.id/digital-marketing/social-media-management/>
- Dafa, P. M. (2021). *Efektivitas penggunaan instagram stories pada akun @male.id terhadap pembentukan brand awareness dan minat beli di kalangan mahasiswa Universitas Islam Indonesia*. Retrieved from <https://dspace.uii.ac.id/handle/123456789/31779>
- Djamal, M. (2015). *Paradigma penelitian kualitatif* (Cet.2). Yogyakarta: Mitra Pustaka.
- Fujiawati, F. S., & Raharja, R. M. (2021). *Pemanfaatan media sosial (instagram) sebagai media penyajian kreasi seni dalam pembelajaran*.
- Haq, A. A. (2022). *Manajemen konten media sosial instagram pada akun unofficial kampus @hitz. umy dan @uiistory* (S1, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta). Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. <https://doi.org/10/Full%20Text.pdf>
- <https://wearesocial.com/uk/blog/2022/01/digital-2022/>. (2022, January 26). Digital 2022. Retrieved 2 January 2023, from We Are Social UK website: <https://wearesocial.com/uk/blog/2022/01/digital-2022/>
- Ira Dwy Sapitri. (2020). *Pengaruh media sosial instagram terhadap keterampilan kewarganegaraan (civic skills) peserta didik* (FKIP UNPAS). FKIP UNPAS. <https://doi.org/10/FILE%206%20DAFTAR%20PUSTAKA.pdf>
- Kurnia, N. D., Johan, R. C., & Rullyana, G. (2018). *HUBUNGAN PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DENGAN*

KEMAMPUAN LITERASI MEDIA DI UPT PERPUSTAKAAN ITENAS.
Edulib, 8(1), 1. <https://doi.org/10.17509/edulib.v8i1.10208>

Luttrell, R. (2015). *Social media: How to engage, share, and connect*. London: Rowman & Littlefield Publishers.

Mahmudah, S. (2020). Pengelolaan konten media sosial korporat pada instagram sebuah pusat perbelanjaan. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 2(1).

NapoleonCat. (2022). Instagram users in Indonesia—December 2022. Retrieved 2 January 2023, from <https://napoleoncat.com/stats/instagram-users-in-indonesia/2022/12/>

Nasrullah, D. R. (2015). *Media Sosial: Perspektif komunikasi, budaya, dan sositeknologi*. Retrieved from <https://pustaka.pu.go.id/biblio/media-sosial-perspektif-komunikasi-budaya-dan-sositeknologi/E2K85>

Nisa Nurkarima. (2018, May 11). Pengaruh penggunaan media sosial terhadap akhlakul karimah dan akhlakul madzumah siswa di SMAN 1 Kauman tahun ajaran 2017/2018. <https://doi.org/10/Daftar%20Pustaka.pdf>

Nurul Fadhilah Ulfa. (2019). *Dampak penggunaan instagram terhadap gaya hidup remaja (studi pada siswa-siswi MTsN Model Banda aceh)*. UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY, BANDA ACEH.

Puspitarini, D. S. (2019). Pemanfaatan media sosial sebagai media promo (studi deskriptif pada happy go lucky house). *Jurnal Common*, 3(1).

Putri, A. W. (2018). *Penggunaan instagram stories sebagai personal branding (studi pada mahasiswa ilmu komunikasi UMM angkatan 2014)* (Undergraduate, University of Muhammadiyah Malang). University of Muhammadiyah Malang. Retrieved from <https://eprints.umm.ac.id/43019/>

Rose, R. (2014). The State Of Enterprise Content Marketing—2014.

Ryandra. (2016, December 30). Perbedaan instagram dengan sosial media lainnya. Retrieved 2 January 2023, from Hai !! website: <https://ryandra321.wordpress.com/2016/12/30/perbedaan-instagram-dengan-sosial-media-lainnya/>

Setyaningsih, P. N., Suadnya, I. W., & Fajarica, S. D. (2019). *Manajemen konten media sosial instagram pada BKKBN Provinsi NTB sebagai strategi humas dalam membangun brand awareness*. 3(1).

Sugiyono. (2013). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: ALFABETA, CV.

Willy Kristian. (2020). Pentingnya social media management untuk kepentingan marketing di perusahaan. *School of Information Systems*. Retrieved from <https://sis.binus.ac.id/2020/11/25/pentingnya-social-media-management-untuk-kepentingan-marketing-di-perusahaan/>

