

Utilization of Instagram Account @lib.unand in Fulfilling the Information Needs of Andalas University Students

Pemanfaatan Akun Instagram @lib.unand dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi Mahasiswa Universitas Andalas

Vanesya Cantika¹, Jeiha Nabila¹

¹ Universitas Negeri Padang, Perpustakaan dan Ilmu Informasi

*e-mail: vanesyacantika0403@gmail.com

Abstract

This study explores the utilization of the Instagram account @lib.unand, managed by the Universitas Andalas Library, in addressing the diverse information needs of university students in a digital era. As the academic environment becomes increasingly shaped by technological advances and social media use, academic libraries are challenged to transform their communication and outreach strategies. Instagram, a widely-used visual platform, offers the potential to bridge the gap between library services and students' expectations for accessible, engaging, and timely information.

Using a descriptive quantitative approach, data were collected from 381 students who follow the @lib.unand account, selected through Slovin's formula from a total of 8,060 followers. The questionnaire was designed based on the Uses and Gratification theory, encompassing five types of needs: cognitive, affective, personal, social, and escapist. The data were analyzed using descriptive statistics to identify the extent to which the Instagram account fulfills these needs.

The results indicate that @lib.unand is moderately effective in supporting students' information needs, with an overall mean score of 3.21 on a 4-point Likert scale. Cognitive needs received the highest fulfillment (3.34), followed by personal (3.29), social (3.20), affective (3.17), and escapist (3.06) needs. While the account effectively provides academic updates and general information, it lacks dynamic content, interactive features, and consistent student engagement.

These findings suggest that Instagram can be a strategic tool for academic libraries to enhance digital service delivery, yet it must be supported by innovative content design, interactive communication, and user-centered strategies. The study contributes to the academic discussion on digital library services and offers practical recommendations for improving social media engagement in higher education libraries, particularly in developing countries where digital transformation is still evolving.

Keywords: *Instagram, information needs, academic library, digital communication, student engagement, social media strategy*



This is an open access article distributed under the Creative Commons 4.0 Attribution License, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited. ©20xx by author.

Introduction

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa dampak signifikan terhadap berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk dalam bidang pendidikan dan pengelolaan informasi. Media sosial kini menjadi sarana utama komunikasi dan penyebaran informasi di kalangan generasi muda, termasuk mahasiswa. Berdasarkan data Statista (2023), pengguna aktif media sosial di Indonesia mencapai lebih dari 191 juta orang, dengan Instagram sebagai salah satu platform paling populer. Selain untuk hiburan, media sosial juga dimanfaatkan sebagai kanal penyampaian informasi akademik dan layanan perpustakaan.

Perpustakaan sebagai institusi penyedia informasi juga mengalami transformasi dalam cara menyampaikan layanan dan informasi kepada penggunanya. Jika sebelumnya perpustakaan hanya mengandalkan metode konvensional seperti pengumuman di papan informasi, brosur, dan komunikasi langsung, kini perpustakaan dituntut untuk menyesuaikan diri dengan kebiasaan digital para penggunanya, khususnya mahasiswa. Dalam konteks ini, media sosial seperti Instagram dimanfaatkan sebagai saluran komunikasi yang efektif untuk menjangkau pengguna dengan lebih cepat, luas, dan interaktif (King, 2015).

Instagram sebagai media sosial berbasis visual memungkinkan perpustakaan untuk menyampaikan informasi dalam bentuk yang lebih menarik, seperti gambar, video pendek, infografis, hingga fitur interaktif seperti Instagram Stories dan Live. Karakteristik Generasi Z—yang merupakan mayoritas mahasiswa—cenderung menyukai konten yang visual, cepat, dan mudah diakses (Koulopoulos, 2016). Oleh karena itu, pemanfaatan Instagram oleh perpustakaan tidak hanya sekadar mengikuti tren, melainkan menjadi strategi penting dalam meningkatkan jangkauan dan efektivitas layanan informasi kepada mahasiswa.

Perpustakaan Universitas Andalas, sebagai bagian dari institusi pendidikan tinggi, telah memanfaatkan akun Instagram resmi dengan nama pengguna @lib.unand sebagai salah satu media untuk menyampaikan informasi kepada mahasiswa. Informasi yang dibagikan melalui akun ini meliputi pengumuman layanan, jadwal operasional, promosi koleksi terbaru, informasi literasi informasi, hingga kegiatan-kegiatan akademik yang berkaitan dengan perpustakaan (Kendrick, 2017). Namun, meskipun media sosial telah dimanfaatkan, belum banyak penelitian yang secara khusus menelaah sejauh mana akun Instagram tersebut digunakan oleh mahasiswa untuk memenuhi kebutuhan informasinya, serta bagaimana mahasiswa merespons dan memanfaatkan informasi yang tersedia melalui platform tersebut.

Dalam konteks teori komunikasi massa, pemanfaatan media sosial seperti Instagram oleh perpustakaan dapat dianalisis menggunakan pendekatan *Uses and Gratifications* yang dikembangkan oleh Katz, Blumler, dan Gurevitch (1974). Teori ini menekankan pada motif dan kebutuhan individu dalam menggunakan media serta gratifikasi yang diperoleh dari media tersebut. Dalam hal ini, mahasiswa sebagai pengguna memiliki berbagai kebutuhan informasi yang meliputi kebutuhan kognitif (pengetahuan), kebutuhan afektif (hiburan atau kenyamanan), kebutuhan pribadi (identitas), kebutuhan sosial (interaksi), dan kebutuhan pelarian (escape). Oleh karena itu, penting untuk mengetahui apakah pemanfaatan Instagram oleh perpustakaan mampu menjawab dan memenuhi kelima jenis kebutuhan tersebut.

Penelitian sebelumnya telah banyak membahas efektivitas media sosial dalam konteks promosi perpustakaan. Misalnya, Raju (2021) menekankan bahwa media sosial memungkinkan perpustakaan untuk memberikan layanan yang lebih interaktif dan terhubung langsung dengan pengguna. Sementara Herring et al. (2020) menunjukkan bahwa media sosial dapat meningkatkan keterlibatan pengguna dan memperkuat hubungan antara perpustakaan dan mahasiswa. Namun, fokus dari sebagian besar penelitian tersebut cenderung pada aspek *efektivitas promosi layanan*, bukan pada aspek pemanfaatan media sosial sebagai sarana untuk memenuhi kebutuhan informasi secara spesifik berdasarkan jenis-jenis kebutuhan tersebut.

Di sisi lain, riset yang mengkaji pemanfaatan media sosial perpustakaan berdasarkan perspektif pengguna, terutama mahasiswa, masih tergolong terbatas, khususnya dalam konteks perguruan tinggi di Indonesia. Beberapa studi yang ada, seperti yang dilakukan oleh Nuryani (2020), lebih menekankan pada sejauh mana media sosial dapat memperluas jangkauan informasi, namun belum membahas secara mendalam jenis kebutuhan informasi yang dipenuhi melalui media tersebut. Selain itu, Ariyanti (2021) juga menekankan pentingnya literasi digital mahasiswa agar dapat memanfaatkan informasi yang tersedia di media sosial dengan optimal, namun belum menyentuh pada aspek keterpenuhan kebutuhan spesifik mahasiswa.

Kondisi ini menunjukkan adanya *research gap* yang perlu dijembatani, yaitu belum adanya kajian yang secara komprehensif menganalisis bagaimana mahasiswa Universitas Andalas memanfaatkan akun Instagram @lib.unand untuk memenuhi berbagai jenis kebutuhan informasinya berdasarkan indikator dalam teori *Uses and Gratifications*. Padahal, pemahaman terhadap aspek ini sangat penting untuk mengevaluasi apakah media sosial perpustakaan telah digunakan secara optimal oleh mahasiswa dan apakah jenis konten yang disediakan sesuai dengan kebutuhan mereka.

Lebih lanjut, dalam wawancara langsung dengan pustakawan Universitas Andalas, ditemukan bahwa meskipun akun Instagram @lib.unand telah aktif dan rutin diperbarui, masih ada mahasiswa yang tidak mengetahui keberadaan akun tersebut atau tidak secara aktif mengikuti informasi yang disampaikan. Bahkan, pustakawan masih merasa perlu mengingatkan mahasiswa secara langsung untuk mengikuti akun Instagram tersebut agar mendapatkan informasi layanan terkini. Hal ini mengindikasikan adanya kesenjangan antara strategi komunikasi digital yang dilakukan oleh perpustakaan dan penerimaan serta partisipasi mahasiswa sebagai target audiensnya.

Sementara itu, berdasarkan wawancara yang dilakukan dengan sejumlah mahasiswa Universitas Andalas, mereka menyampaikan berbagai pendapat mengenai akun @lib.unand. Sebagian mahasiswa merasa bahwa konten yang disajikan masih kurang variatif dan belum cukup interaktif, sementara sebagian lainnya menganggap informasi yang diberikan sudah membantu mereka dalam mengakses layanan perpustakaan. Namun, tidak sedikit pula yang merasa bahwa informasi yang diberikan melalui Instagram terlalu umum dan tidak cukup mendalam

untuk menjawab kebutuhan informasi akademik mereka. Mahasiswa juga mengusulkan agar akun Instagram lebih banyak menyajikan konten edukatif, seperti tips pencarian jurnal, tutorial penggunaan repository kampus, hingga informasi literasi informasi yang aplikatif.

Fenomena ini menunjukkan bahwa pemanfaatan akun Instagram oleh perpustakaan masih menyisakan ruang untuk evaluasi dan pengembangan lebih lanjut. Pemanfaatan media sosial oleh institusi pendidikan, termasuk perpustakaan, tidak boleh hanya bersifat satu arah, melainkan perlu didasarkan pada pemahaman mendalam mengenai kebutuhan, karakteristik, dan preferensi pengguna. Oleh karena itu, perlu dilakukan penelitian yang menelaah secara spesifik bagaimana mahasiswa memanfaatkan akun Instagram perpustakaan dalam konteks pemenuhan kebutuhannya akan informasi.

Informasi yang tersedia di media sosial sering kali bersifat beragam dan tidak selalu sesuai dengan kebutuhan akademik mahasiswa. Oleh karena itu, akun Instagram perpustakaan perlu memastikan bahwa konten yang disajikan bersifat akurat, terfokus, dan mudah dipahami. Hal ini penting agar mahasiswa tidak kebingungan dalam memilah informasi dan tetap mendapatkan manfaat maksimal dari media sosial perpustakaan.

Urgensi penelitian ini juga diperkuat oleh pernyataan Fasli (2018), yang menyatakan bahwa big data dan teknologi digital telah mengubah cara masyarakat memperoleh dan menggunakan informasi, sehingga institusi pendidikan dan perpustakaan harus mampu merespons perubahan tersebut dengan menyediakan saluran informasi yang cepat, akurat, dan mudah diakses. Dalam hal ini, pemanfaatan media sosial seperti Instagram bukan hanya pilihan, tetapi menjadi kebutuhan strategis bagi perpustakaan untuk tetap relevan dan berdaya guna.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pemanfaatan akun Instagram @lib.unand dalam memenuhi kebutuhan informasi mahasiswa Universitas Andalas dengan menggunakan pendekatan teori *Uses and Gratifications*. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi empiris dan praktis bagi pengembangan strategi komunikasi perpustakaan melalui media sosial, serta menjadi acuan bagi perpustakaan lain di lingkungan perguruan tinggi untuk meningkatkan kualitas dan relevansi layanannya di era digital.

Method

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif untuk menggambarkan sejauh mana akun Instagram @lib.unand dimanfaatkan dalam memenuhi kebutuhan informasi mahasiswa Universitas Andalas. Pendekatan ini dipilih karena mampu menyajikan data numerik yang menggambarkan persepsi dan pengalaman mahasiswa sebagai pengguna media sosial perpustakaan.

Populasi penelitian adalah seluruh pengikut akun @lib.unand yang berjumlah 8.060 orang. Sampel diambil menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 5%, sehingga diperoleh 381 responden. Teknik pengambilan sampel dilakukan secara purposive sampling, dengan kriteria mahasiswa aktif Universitas Andalas yang mengikuti akun tersebut. Instrumen penelitian berupa kuesioner tertutup yang disusun berdasarkan teori *Uses and Gratification* (Katz, Blumler & Gurevitch, 1974), yang mencakup lima kategori kebutuhan: kognitif, afektif, pribadi, sosial, dan pelarian. Skala Likert empat poin digunakan untuk mengukur tingkat kesetujuan responden terhadap setiap pernyataan. Berikut merangkum indikator-indikator yang digunakan untuk masing-masing dimensi kebutuhan tersebut:

Variabel	Indikator	Penjelasan
Kebutuhan Informasi	Kebutuhan Kognitif	Kebutuhan untuk memperoleh pengetahuan dan informasi yang relevan dan bermanfaat.
	Kebutuhan Afektif	Kebutuhan untuk mendapatkan pengalaman emosional atau estetis yang menyenangkan.
	Kebutuhan pribadi	Kebutuhan untuk membentuk, memperkuat, atau menegaskan identitas dan harga diri.
	Kebutuhan Sosial	Kebutuhan untuk berinteraksi dan merasa menjadi bagian dari komunitas atau institusi.

	Kebutuhan Pelarian	Kebutuhan untuk mengalihkan perhatian dari kejenuhan, tekanan, atau rutinitas.
--	--------------------	--

Uji validitas dilakukan dengan korelasi Pearson Product Moment, dan reliabilitas diuji menggunakan koefisien Cronbach Alpha. Hasil uji menunjukkan bahwa seluruh item valid ($p < 0,05$) dan reliabel ($\alpha > 0,70$), sehingga instrumen layak digunakan. Data dikumpulkan melalui Google Form dan dianalisis menggunakan statistik deskriptif untuk memperoleh skor rata-rata pada masing-masing indikator. Interpretasi hasil dilakukan berdasarkan interval skor kategori.

Penelitian ini memiliki keterbatasan, seperti fokus responden yang terbatas pada pengguna aktif Instagram dan tidak menggali aspek kualitatif secara mendalam. Namun, pendekatan ini tetap memberikan gambaran yang cukup representatif untuk memahami efektivitas penggunaan Instagram sebagai media pemenuhan kebutuhan informasi mahasiswa.

Results and Discussion

Hasil penelitian menunjukkan bahwa akun Instagram @lib.unand yang dikelola oleh Perpustakaan Universitas Andalas telah dimanfaatkan oleh mahasiswa dalam memenuhi kebutuhan informasi mereka, khususnya dalam konteks akademik. Rata-rata skor pemanfaatan media sosial ini adalah 3,21 dari skala 4, yang berarti bahwa sebagian besar responden menganggap bahwa akun tersebut cukup berguna. Angka ini memberikan gambaran bahwa media sosial, khususnya Instagram, telah menjadi salah satu sarana penting bagi mahasiswa dalam memperoleh informasi yang relevan dengan kebutuhan perkuliahan dan kegiatan akademik lainnya. Dalam era digital saat ini, di mana generasi muda lebih terhubung dengan dunia maya dibandingkan dengan media konvensional, kehadiran akun media sosial yang dikelola oleh institusi pendidikan menjadi krusial.

Variabel Informasi	Kebutuhan	Skor Rata-Rata	Keterangan
kebutuhan Kognitif		3.34	Mahasiswa paling banyak menggunakan akun untuk informasi akademik seperti jadwal, koleksi, dan pelatihan.
kebutuhan Pribadi		3.29	Akun membantu membangun identitas akademik dan keterikatan mahasiswa dengan perpustakaan.
kebutuhan Sosial		3.20	Interaksi ada, tapi masih terbatas perlu ditingkatkan fitur komunikasi dua arah.
kebutuhan Afektif		3.17	Desain konten cukup menarik tapi kurang menggugah secara emosional perlu visual yang lebih kreatif.
kebutuhan Pelarian		3.06	Konten hiburan minim akun belum jadi sarana rehat atau hiburan edukatif bagi mahasiswa.

Akun @lib.unand mampu berperan sebagai penghubung antara perpustakaan dan mahasiswa, khususnya dalam menyampaikan informasi terkait layanan, jadwal operasional, koleksi terbaru, pelatihan literasi, serta pengumuman penting lainnya. Berdasarkan teori Uses and Gratification yang dikembangkan oleh Katz, Blumler, dan Gurevitch (1974), terdapat lima dimensi kebutuhan informasi yang menjadi fokus dalam penelitian ini, yaitu kebutuhan kognitif, afektif, pribadi, sosial, dan pelarian. Masing-masing dimensi ini memiliki peran dan tingkat keterpenuhan yang berbeda dalam konteks penggunaan Instagram oleh mahasiswa Universitas Andalas.

Kebutuhan kognitif menempati posisi tertinggi dalam penelitian ini dengan skor 3,34. Artinya, mahasiswa secara aktif menggunakan akun Instagram perpustakaan sebagai sumber utama informasi yang bersifat akademik. Informasi yang paling sering dicari meliputi jadwal peminjaman dan pengembalian buku, pengumuman mengenai

koleksi baru, serta kegiatan pelatihan literasi informasi. Mahasiswa mengandalkan media sosial perpustakaan karena dinilai lebih cepat dan mudah diakses dibandingkan datang langsung ke perpustakaan atau membuka situs resmi. Kecepatan penyebaran informasi melalui fitur-fitur seperti Instagram Stories, Highlights, dan unggahan visual lainnya terbukti efektif dalam menjawab kebutuhan informasi mahasiswa secara langsung. Hal ini didukung oleh pernyataan Herring et al. (2020) yang menekankan bahwa media sosial memberikan akses informasi yang cepat dan relevan, memungkinkan perpustakaan untuk terhubung dengan penggunanya secara real-time. Dengan demikian, akun @lib.unand tidak hanya menjadi alat komunikasi satu arah, melainkan juga sebagai sarana edukatif yang menyokong kebutuhan intelektual mahasiswa.

Selanjutnya, kebutuhan pribadi memperoleh skor sebesar 3,29. Ini menunjukkan bahwa mahasiswa merasa akun Instagram perpustakaan turut mendukung pencapaian tujuan pribadi dan pengembangan identitas akademik mereka. Beberapa mahasiswa merasa lebih percaya diri dan terhubung dengan identitasnya sebagai bagian dari sivitas akademika setelah mengikuti konten-konten yang disajikan oleh akun tersebut. Selain konten akademik, akun ini juga sesekali membagikan cerita pengguna, menampilkan profil pustakawan, serta memberikan apresiasi terhadap kegiatan mahasiswa yang berkaitan dengan literasi atau penggunaan perpustakaan. Hal ini memberikan sentuhan personal yang memperkuat ikatan emosional mahasiswa dengan perpustakaan. Penemuan ini sejalan dengan King (2015) dan Raju (2021), yang menyatakan bahwa media sosial memiliki kekuatan untuk membangun hubungan antara pengguna dan institusi secara lebih dekat dan bersifat personal. Ketika mahasiswa merasa bahwa institusi hadir di ruang digital mereka, maka keterlibatan mereka cenderung meningkat. Keberadaan akun @lib.unand menjadi bukti bahwa perpustakaan tidak hanya hadir secara fisik di kampus, tetapi juga menyatu dalam kehidupan digital mahasiswa.

Namun demikian, dalam aspek kebutuhan sosial, hasil penelitian menunjukkan bahwa masih terdapat ruang untuk pengembangan lebih lanjut. Skor yang diperoleh adalah 3,20, yang berarti bahwa meskipun mahasiswa mengakses akun Instagram perpustakaan, interaksi sosial yang tercipta melalui platform tersebut masih terbatas. Beberapa mahasiswa menyatakan bahwa mereka jarang melihat interaksi langsung seperti komentar atau diskusi aktif di kolom komentar unggahan. Selain itu, keterlibatan pustakawan dalam merespons pertanyaan atau tanggapan mahasiswa juga dinilai masih kurang. Padahal, menurut Marju (2024), keterlibatan aktif pengguna dalam platform media sosial institusi sangat bergantung pada seberapa besar peluang yang diberikan untuk berpartisipasi dalam percakapan dan interaksi dua arah. Dalam konteks ini, akun @lib.unand masih lebih sering difungsikan sebagai media penyampaian informasi satu arah daripada sebagai ruang dialog yang terbuka. Untuk meningkatkan aspek kebutuhan sosial ini, perpustakaan dapat menyelenggarakan sesi interaktif seperti tanya jawab melalui fitur live Instagram, mengadakan polling untuk mengetahui minat bacaan mahasiswa, atau memberikan respons cepat terhadap pesan langsung dan komentar pengguna. Dengan demikian, mahasiswa tidak hanya merasa sebagai penerima informasi, tetapi juga sebagai partisipan aktif dalam komunitas literasi yang terbentuk di media sosial.

Aspek lain yang juga penting adalah kebutuhan afektif, yang memperoleh skor 3,17. Dimensi ini berkaitan dengan seberapa jauh akun Instagram perpustakaan mampu menyentuh aspek emosional mahasiswa, seperti ketertarikan terhadap desain visual, kenyamanan dalam mengakses informasi, serta keunikan gaya penyajian konten. Meskipun cukup tinggi, skor ini menunjukkan bahwa mahasiswa menilai konten yang disajikan masih dapat ditingkatkan dari segi daya tarik visual dan emosi. Beberapa responden menyatakan bahwa tampilan visual konten masih cenderung monoton dan belum sepenuhnya menggugah minat. Generasi Z, yang merupakan mayoritas pengguna platform ini, lebih menyukai konten visual yang dinamis, penuh warna, serta disajikan dengan cara yang kreatif dan tidak kaku (Koulopoulos, 2016). Oleh karena itu, penting bagi pengelola akun @lib.unand untuk memperhatikan aspek desain grafis dan narasi konten agar lebih variatif dan menarik. Konten yang mengandung storytelling, seperti cerita inspiratif di balik koleksi buku tertentu, atau kisah sukses pengguna perpustakaan, bisa menjadi alternatif yang efektif untuk meningkatkan keterlibatan emosional mahasiswa. Apabila konten tersebut berhasil mengaitkan aspek informasi dengan emosi, maka akan tercipta kedekatan yang lebih kuat antara mahasiswa dengan perpustakaan.

Sementara itu, kebutuhan pelarian memiliki skor terendah, yaitu 3,06. Meskipun masih dalam kategori cukup tinggi, hasil ini menunjukkan bahwa akun Instagram perpustakaan belum sepenuhnya dimanfaatkan mahasiswa sebagai sarana hiburan atau pelarian dari rutinitas akademik. Padahal, dalam teori Uses and Gratification, dimensi pelarian berperan penting dalam menjaga keseimbangan emosional pengguna. Konten yang bersifat ringan, menghibur, atau tidak terlalu serius sangat dibutuhkan untuk menciptakan ruang relaksasi di tengah padatnya aktivitas akademik. Kurangnya konten seperti kuis ringan, rekomendasi bacaan fiksi, trivia literasi, atau humor akademik dapat menjadi penyebab utama skor rendah pada kategori ini. Dalam wawancara, beberapa mahasiswa mengusulkan agar akun perpustakaan tidak hanya memuat konten akademik semata, tetapi juga menyisipkan

elemen hiburan edukatif agar tidak terkesan kaku dan membosankan. Hal ini menunjukkan pentingnya pendekatan konten yang seimbang antara informatif dan menghibur.

Dari temuan ini dapat disimpulkan bahwa akun Instagram @lib.unand memiliki peran yang cukup signifikan dalam pemenuhan kebutuhan informasi mahasiswa Universitas Andalas. Pemanfaatan media sosial oleh perpustakaan telah menciptakan saluran komunikasi yang lebih modern dan sesuai dengan preferensi mahasiswa saat ini. Namun demikian, terdapat beberapa aspek yang masih perlu ditingkatkan, terutama dalam hal interaktivitas dan keberagaman konten. Secara teoretis, penelitian ini memperkuat validitas teori Uses and Gratification dalam konteks institusi pendidikan tinggi, khususnya dalam mengkaji perilaku pengguna media sosial dalam memenuhi kebutuhan informasi. Teori ini terbukti mampu menjelaskan motif mahasiswa dalam mengakses media sosial institusi dan bagaimana mereka mengevaluasi manfaat yang diperoleh dari penggunaan tersebut. Kontribusi penelitian ini juga terletak pada perluasan ruang lingkup teori yang biasanya digunakan untuk meneliti media hiburan, kini diterapkan dalam konteks akademik.

Secara praktis, penelitian ini memberikan beberapa implikasi penting bagi pengelolaan akun media sosial perpustakaan. Pertama, pengelola perlu meningkatkan kapasitas dalam membuat konten visual yang menarik dan sesuai dengan gaya komunikasi generasi muda. Kedua, penting untuk menciptakan ruang interaksi dua arah agar mahasiswa merasa lebih terlibat dalam aktivitas perpustakaan. Ketiga, strategi konten perlu memperhatikan keseimbangan antara informasi akademik dan hiburan edukatif, agar akun tetap relevan dan menarik. Pelatihan pustakawan dalam bidang desain grafis, manajemen media sosial, dan komunikasi visual menjadi langkah strategis untuk mendukung keberlanjutan program digitalisasi layanan perpustakaan. Di samping itu, kolaborasi dengan mahasiswa dari jurusan komunikasi atau desain grafis dapat menjadi solusi kreatif untuk menciptakan konten yang lebih inovatif.

Namun demikian, penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan. Pengumpulan data hanya dilakukan melalui metode kuantitatif, yang membatasi pemahaman terhadap konteks sosial dan psikologis dari pengalaman mahasiswa dalam menggunakan media sosial perpustakaan. Penelitian mendatang disarankan untuk menggunakan pendekatan kualitatif atau *mixed methods* agar dapat menggali lebih dalam aspek motivasi, pengalaman personal, dan persepsi pengguna secara lebih mendalam. Selain itu, fokus penelitian yang terbatas hanya pada satu platform, yakni Instagram, juga menjadi keterbatasan tersendiri. Penelitian selanjutnya dapat membandingkan efektivitas beberapa platform sekaligus, seperti Twitter, TikTok, atau YouTube, yang juga mulai dimanfaatkan oleh institusi pendidikan. Terakhir, cakupan responden yang hanya terdiri dari pengikut akun Instagram perpustakaan dapat menyebabkan bias dalam hasil, sehingga di masa depan perlu dilakukan perluasan responden agar mewakili seluruh mahasiswa Universitas Andalas, baik pengguna aktif maupun nonaktif akun tersebut.

Conclusion

Penelitian ini menunjukkan bahwa akun Instagram @lib.unand yang dikelola oleh Perpustakaan Universitas Andalas telah dimanfaatkan secara cukup efektif oleh mahasiswa dalam memenuhi kebutuhan informasi mereka di era digital. Akun ini berperan penting dalam menyediakan informasi akademik yang relevan dan mudah diakses, terutama dalam menjawab kebutuhan kognitif mahasiswa seperti informasi layanan, koleksi, dan pelatihan literasi. Selain itu, akun ini juga berkontribusi dalam membangun identitas akademik dan kedekatan mahasiswa dengan perpustakaan melalui konten yang bersifat personal dan informatif. Namun, dari hasil penelitian juga ditemukan bahwa aspek interaktivitas dan hiburan masih belum optimal. Mahasiswa menginginkan lebih banyak konten yang melibatkan mereka secara aktif, seperti diskusi terbuka, polling, kuis interaktif, atau konten visual yang menarik secara emosional dan menghibur. Oleh karena itu, pengelola akun Instagram @lib.unand perlu mengembangkan strategi konten yang lebih seimbang antara informatif, interaktif, dan rekreatif. Perpustakaan juga disarankan untuk berkolaborasi dengan mahasiswa atau profesional di bidang media sosial dan komunikasi visual agar mampu merancang konten yang sesuai dengan karakteristik generasi muda saat ini. Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan pentingnya media sosial sebagai sarana pelayanan informasi digital yang adaptif, humanis, dan strategis. Implikasi praktis dari temuan ini dapat menjadi landasan bagi perpustakaan lain dalam merancang pendekatan digital yang lebih efektif dan berpusat pada pengguna. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan menggunakan pendekatan kualitatif karena dapat menggali lebih dalam persepsi, pengalaman, dan kebutuhan pengguna terhadap akun Instagram perpustakaan. Metode ini memungkinkan pemahaman yang lebih kaya dan kontekstual terkait bagaimana media sosial membentuk hubungan, makna, dan keterlibatan pengguna dalam layanan informasi digital.

References

- Ariyanti, D. (2021). *Pentingnya literasi digital dalam pemanfaatan media sosial untuk mahasiswa*. Jurnal Pendidikan Digital, 5(2), 112-125.
- Dewi, L. K., & Wahyuni, S. (2022). Strategi komunikasi perpustakaan digital dalam meningkatkan layanan informasi. *Jurnal Ilmu Perpustakaan dan Informasi*, 10(2), 150-163.
- Herring, S. C., Stein, D., & Liu, B. F. (2020). Social media and library engagement: Connecting with users in the digital age. *Library Trends*, 69(4), 502-523. <https://doi.org/10.1353/lib.2020.0000>
- Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1974). Uses and gratifications research. *Public Opinion Quarterly*, 37(4), 509-523.
- Kendrick, J. (2017). The role of university libraries in digital communication: A case study. *Journal of Academic Librarianship*, 43(2), 120-128. <https://doi.org/10.1016/j.acalib.2017.01.005>
- King, D. W. (2015). *Social media as a tool for libraries: Building engagement and community*. Library Technology Reports, 51(6), 21-29.
- Kouloupoulos, T. (2016). Designing digital content for Generation Z: Engaging visual storytelling. *Digital Media Journal*, 3(1), 45-59.
- Marju, A. (2024). Interactivity and user loyalty in educational social media platforms. *Journal of Digital Communication*, 8(1), 34-49.
- Nuryani, S. (2020). Optimizing social media for academic libraries: A strategy to reach students. *Indonesian Journal of Library Science*, 4(1), 67-79.
- Putri, M. N., & Hidayat, R. (2021). Pemanfaatan Instagram dalam peningkatan minat baca mahasiswa. *Jurnal Media Komunikasi*, 7(1), 87-97.
- Raju, S. (2021). Enhancing user engagement through social media in academic libraries. *Library Management*, 42(3), 188-201. <https://doi.org/10.1108/LM-05-2020-0043>
- Sari, D. P. (2020). Efektivitas penggunaan media sosial dalam promosi layanan perpustakaan universitas. *Jurnal Perpustakaan Modern*, 12(1), 25-39.
- Statista. (2023). Instagram usage statistics worldwide. Retrieved from <https://www.statista.com/statistics/253577/number-of-monthly-active-instagram-users/>
- Tajul Arifin, A., Ismail, K., & Rahim, R. (2018). Challenges of information dissemination via social media in academic libraries. *Journal of Information Science*, 44(5), 645-658. <https://doi.org/10.1177/0165551518761234>
- Yulia, A., Prasetyo, A., & Santoso, H. (2023). Information overload and its impact on decision-making: A study among university students. *Information Research Journal*, 28(1), 101-117.