



UMS Library Digital Scholarship: Strategi Promosi Perpustakaan dan Pusat Layanan Digital Universitas Muhammadiyah Surakarta

Aisya Dwi Safitri¹, Bachrul Ilmi²

¹Universitas Sebelas Maret, Surakarta

²Universitas Sebelas Maret, Surakarta

DOI:

Info Artikel

Abstrak

Sejarah Artikel:

Disubmit 9 Januari 2025

Direvisi 30 Juni 2025

Disetujui 30 Juni 2025

Keywords:

Digital content; college library, promotional strategy, UMS library digital scholarship.

Perkembangan teknologi merupakan tantangan bagi pustakawan, salah satunya perpustakaan perguruan tinggi untuk terus memperhatikan keterbaruan informasi seiring berkembangnya disiplin ilmu. Agar layanan informasi yang telah disediakan dapat diketahui dan dimanfaatkan oleh pemustaka, pustakawan harus dapat menentukan strategi yang berkaitan dengan promosi perpustakaan. Perpustakaan perguruan tinggi dapat melakukan kolaborasi bersama mahasiswa yang memiliki keterampilan digital, seperti yang dilakukan oleh pihak Perpustakaan dan Pusat Layanan Digital UMS dalam program *UMS Library Digital Scholarship*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tahapan dari program *UMS Library Digital Scholarship*, strategi, dan dampak strategi promosi melalui program *UMS Library Digital Scholarship* di Perpustakaan dan Pusat Layanan Digital Universitas Muhammadiyah Surakarta. Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa program *UMS Library Digital Scholarship* merupakan program kolaborasi pada kategori teknologi informasi dan kategori konten kreator dengan tahapan rekrutmen, pembekalan, pengembangan proyek, *mentoring*, dan *monitoring* evaluasi. Strategi promosi Perpustakaan dan Pusat Layanan Digital UMS dilakukan melalui program *UMS Library Digital Scholarship* terlihat dengan adanya peningkatan

konten digital video *reels instagram*. Dampak dari adanya strategi promosi melalui program *UMS Library Digital Scholarship* terlihat dengan adanya peningkatan

engagement pada media sosial *instagram*, adanya peningkatan kinerja staf, dan peningkatan jumlah pengunjung.

Abstract

The development of technology is a challenge for librarians, including university libraries, to continue to pay attention to information updates as disciplines develop. In order for the information services that have been provided to be known and utilized by users, librarians must be able to determine strategies related to library promotion. College libraries can collaborate with students who have digital skills, as done by the UMS Library and Digital Service Center in the UMS Library Digital Scholarship program. This study aims to determine the stages of the UMS Library Digital Scholarship program, strategies, and the impact of promotional strategies through the UMS Library Digital Scholarship program at the Library and Digital Service Center of Universitas Muhammadiyah Surakarta. This research was conducted with a descriptive qualitative approach. The results showed that the UMS Library Digital Scholarship program is a collaborative program in the information technology category and the content creator category with stages of recruitment, debriefing, project development, mentoring, and monitoring and evaluation. The promotion strategy of the UMS Library and Digital Service Center is carried out through the development of collaborative projects in the content creator category in the form of publicity for digital content video reels on Instagram. The impact of the promotional strategy through the UMS Library Digital Scholarship program can be seen by an increase in engagement on Instagram social media, an increase in staff performance, and an increase in the number of visitors.

PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi menjadikan sumber daya informasi yang ketersediaannya semakin melimpah. Hal tersebut menjadi tuntutan bagi sumber daya manusia di suatu organisasi atau perusahaan untuk mengikuti kemajuan teknologi dan beradaptasi dengan perubahan zaman yang cepat sehingga mampu untuk berpikir kritis (Fajriyani, *et al.* 2023). Maka dari itu, pustakawan harus dapat berfikir dalam memilih cara untuk menghadapi perubahan teknologi yang akan terus berjalan dengan mengembangkan dan mempromosikan jasa layanan informasi di perpustakaan sesuai dengan tujuan dan fungsi perpustakaan perguruan tinggi.

Berdasarkan Standar Nasional Perpustakaan Perguruan Tinggi Tahun 2012, tujuan dan fungsi perpustakaan perguruan tinggi berkaitan dengan pelaksanaan nilai Tri Dharma Perguruan Tinggi yaitu pendidikan, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat. Sebagai implementasi dalam mendukung Tri Dharma Perguruan Tinggi, perpustakaan perguruan tinggi menyediakan berbagai fasilitas, koleksi, kegiatan/program, dan layanan informasi untuk dimanfaatkan oleh pemustaka, khususnya sivitas akademika. Dalam melaksanakan hal tersebut, perpustakaan perguruan tinggi melakukan pemilihan, penghimpunan, pengolahan, perawatan, serta pelayanan sumber informasi kepada lembaga induk khususnya dan masyarakat pada umumnya di samping melaksanakan tugas – tugas lainnya, yakni pengembangan, pembinaan, dan pendayagunaan (Barokah, 2021; Susmiyati & Kadi, 2023).

Fasilitas, koleksi, kegiatan/program, dan layanan informasi yang tersedia di perpustakaan perguruan tinggi perlu untuk dikembangkan sesuai dengan perubahan zaman untuk mencerminkan keterbaruan disiplin ilmu dan dipromosikan khususnya kepada sivitas akademika agar dapat lebih diketahui dan dimanfaatkan sebagai sumber informasi. Agar perpustakaan perguruan tinggi tetap terjaga eksistensinya di tengah perkembangan teknologi yang semakin cepat, maka dibutuhkan model promosi yang sesuai dengan perkembangan zaman (Iqbal, 2020). Menurut Iqbal (2020) media sosial yaitu *whatsapp*, *instagram*, *youtube*, *twitter*, dan *facebook* dapat digunakan perpustakaan perguruan tinggi untuk melakukan promosi.

Penggunaan media sosial *instagram* untuk publikasi konten digital merupakan salah satu model promosi untuk memperkenalkan fasilitas, koleksi, kegiatan/program, dan layanan informasi yang tersedia di perpustakaan perguruan tinggi kepada sivitas akademika. Dampak yang diharapkan dari model promosi tersebut yaitu dapat menghasilkan peningkatan kunjungan sivitas akademika dalam memanfaatkan informasi di perpustakaan. Peningkatan kunjungan pemustaka di perpustakaan perguruan tinggi selain melalui promosi di media sosial, pustakawan di perpustakaan perguruan tinggi dapat melakukan kolaborasi melalui pemberdayaan sumber daya manusia non pustakawan yaitu mahasiswa (Sanjiwani, *et al.* 2024).

Perpustakaan dan Pusat Layanan Digital Universitas Muhammadiyah Surakarta merupakan perpustakaan perguruan tinggi yang menyediakan layanan daring, dukungan riset, *repository*, dan keanggotaan sekaligus sebagai pengelola layanan digital dengan pengoptimalan layanan *e-library* dan tanggung jawab pada pengelolaan media sosial dan kehumasan (Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2024). Hal tersebut menjadi bukti bahwa Perpustakaan dan Pusat Layanan Digital UMS berusaha untuk melakukan pengembangan dan promosi perpustakaan dengan mengikuti perubahan teknologi informasi melalui pengoptimalan layanan digital dan pengelolaan media sosial. Sebagai implementasi berfokus pada perkembangan teknologi, pihak Perpustakaan dan Pusat Layanan Digital UMS membentuk program inovasi baru dengan nama *UMS Library Digital Scholarship*. Dalam

program ini terjadi kegiatan kolaborasi antara pustakawan dan mahasiswa di lingkungan UMS. Mahasiswa dengan keterampilan digital yang mumpuni dapat menemukan dan memilih informasi yang relevan untuk memahami, mengekspresikan, dan mengkomunikasikan ide – ide yang mereka miliki (Wati, *et al.* 2023).

METODE

Pada penelitian ini, penulis menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan pada makna dari pada generalisasi (Sugiyono, 2023: 18). Penelitian ini menggunakan desain penelitian kualitatif dengan alasan untuk menjabarkan data – data yang diperoleh dalam bentuk deskriptif mengenai program *UMS Library Digital Scholarship* sebagai strategi promosi Perpustakaan dan Pusat Layanan Digital UMS meliputi tahapan program *UMS Library Digital Scholarship*, strategi promosi perpustakaan melalui program *UMS Library Digital Scholarship*, dan dampak strategi promosi melalui program *UMS Library Digital Scholarship* di Perpustakaan dan Pusat Layanan Digital Universitas Muhammadiyah Surakarta. Data yang diperoleh dijabarkan berdasarkan hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi. Informan pada penelitian terdiri dari satu staf bagian kepala bagian pengelolaan layanan digital, satu staf bagian humas promosi, dan satu mahasiswa *awardee* *UMS Library Digital Scholarship*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. **Tahapan Program *UMS Library Digital Scholarship* di Perpustakaan dan Pusat Layanan Digital UMS**
 - a) Tahap rekrutmen
Pada tahap ini, pendaftar program *UMS Library Digital Scholarship* diarahkan untuk mengisi link pendaftaran agar data – data yang dibutuhkan pada saat pendaftaran dapat tercatat oleh pihak Perpustakaan dan Pusat Layanan Digital UMS. Dalam tahap rekrutmen terdapat proses seleksi administrasi dan wawancara.
 - b) Tahap pembekalan
Pada tahap ini terdapat dua kegiatan yang dilakukan oleh *awardee* yaitu *technical meeting* dan penandatanganan kontrak.
 - c) Tahap pengembangan proyek
Pada tahap ini proses pengembangan proyek dilakukan sesuai dengan jadwal yang sudah ditentukan oleh pihak Perpustakaan dan Pusat Layanan Digital UMS.
 - d) Tahap *mentoring*
Pada tahap ini, titik dimana hidupnya teknik kolaborasi yaitu kegiatan *mentoring* antara *awardee* dan mentor. *Mentoring* merupakan bentuk pendampingan yang berisi sesi konsultasi selama proses pengerjaan proyek pada kategori teknologi informasi dan konten kreator yang dilakukan sesuai jadwal yang telah disepakati antara *awardee* dan mentor.

e) Tahap monitoring evaluasi

Pada tahap ini terdapat kegiatan *monitoring* evaluasi yang dilakukan sesuai jadwal yang sudah ditetapkan oleh Pihak Perpustakaan dan Pusat Layanan Digital UMS. Kegiatan *monitoring* evaluasi dilakukan oleh pihak penanggung jawab program *UMS Library Digital Scholarship* bersama mentor dan *awardee* untuk mengetahui progres proyek yang dikerjakan.

2. **Strategi Promosi Melalui Program *UMS Library Digital Scholarship***

Strategi promosi menurut Ulumi, *et al.* (2016: 3.1) menguraikan beberapa strategi yang biasa digunakan pada promosi perpustakaan, meliputi aspek *segmentation*, *targeting* dan *positioning*. Aspek yang pertama berupa *segmentation*, yang berarti proses menetapkan kelompok pemustaka mana yang akan dilayani melalui survei kelompok pemustaka di lingkungan universitas yaitu sivitas akademika yang terdiri dari dosen, staf, dan mahasiswa. Aspek kedua berupa *targeting*, yang berarti memutuskan target/sasaran yang akan menjadi pemustaka prioritas dalam hal promosi perpustakaan yang dimana mahasiswa merupakan kelompok yang paling mendominasi yang dapat dijadikan target atau sasaran prioritas dalam promosi. Aspek yang ketiga berupa *positioning*, yang berarti penentuan strategi untuk membangun dan menciptakan kepercayaan dari pemustaka yang menjadi target/sasaran promosi konten digital yang dibuat oleh *awardee* kategori konten kreator pada program *UMS Library Digital Scholarship* berupa *video reels* yang diunggah pada media sosial instagram.

Konten digital yang dihasilkan oleh *awardee* program *UMS Library Digital Scholarship* kategori konten kreator dapat dijadikan strategi promosi perpustakaan dikarenakan konten yang dibuat mengandung unsur promosi yang informatif dan edukatif dengan memperhatikan tren yang berkembang, sehingga konten digital yang diunggah di sosial media *instagram* Perpustakaan dan Pusat Layanan Digital UMS mendapatkan antusias dan mampu menarik perhatian mahasiswa untuk berkunjung ke perpustakaan. Hal ini sesuai dengan penelitian terdahulu oleh Utami, *et al.* (2022) pada pengembangan *digital content creative* untuk mempromosikan layanan melalui media sosial pada Perpustakaan Universitas Pendidikan Ganesha. Kegiatan promosi layanan yang dilakukan Perpustakaan Pendidikan Ganesha yaitu mengelola akun media sosial dengan membuat konten digital yang kreatif dan menarik.

Strategi yang dilakukan oleh *awardee* kategori konten creator dalam pengembangan proyek promosi konten digital antara lain:

a) Penetapan ide

Tahapan pertama dimulai dengan penentuan target sasaran promosi yaitu mahasiswa dan mencari ide referensi, dimana tren yang lagi naik daun dan diminati kalangan usia mahasiswa dapat dijadikan referensi pembuatan konten. referensi ide yang akan digunakan oleh *awardee* kategori konten kreator dalam merencanakan pembuatan konten digital dengan cara menganalisis umur pengguna *instagram* Perpustakaan dan Pusat Layanan Digital UMS.

b) Perencanaan konten

Perencanaan pembuatan konten perlu dilakukan untuk menentukan penjadwalan postingan konten di media sosial yang dirangkum dalam logbook *awardee* berbentuk *spreadsheet*. Penjadwalan perencanaan konten yang dilakukan oleh *awardee* kategori konten kreator mengenai bentuk, pembagian, dan penjadwalan konten yaitu dua *awardee* menghasilkan 12 konten video *reels* yang diunggah setiap pekan.

c) Pembuatan konten

Pembuatan konten digital untuk promosi perpustakaan dilakukan *awardee* dengan bebas berkreasi akan tetapi tetap mematuhi aturan kesopanan dalam pembuatan konten yang berlaku di Perpustakaan dan Pusat Layanan Digital UMS. Dalam membuat konten digital terdapat media aplikasi yang dimanfaatkan terdapat dua macam, yaitu *capcut* dan *canva*. aplikasi *capcut* digunakan untuk membantu proses *editing* video, sedangkan aplikasi *canva* digunakan untuk membantu proses *editing thumbnail* sesuai dengan format yang diatur oleh Perpustakaan dan Pusat Layanan Digital UMS.

d) Distribusi konten

Tahapan terakhir sebelum diunggah ke media sosial, konten digital tersebut dikonsultasikan kembali kepada mentor. Apabila mentor setuju, maka konten tersebut bisa langsung diunggah, akan tetapi apabila masih terdapat kekurangan, maka konten tersebut kembali ke tahap *editing*.

e) Evaluasi

Kegiatan evaluasi bertujuan untuk mengetahui kelebihan dan kekurangan dari konten yang sudah dibuat dan diunggah yang dilakukan bersama dengan pihak penanggung jawab program *UMS Library Digital Scholarship*. Terdapat indikator – indikator keberhasilan konten digital yang digunakan oleh *awardee* kategori konten kreator dalam pelaksanaan program *UMS Library Digital Scholarship* untuk mengevaluasi dan menentukan tema – tema konten selanjutnya. Adapun indikator yang harus diperhatikan yaitu tren yang berkembang di kalangan mahasiswa dan penggunaan *background* yang menarik, agar dapat menjangkau *viewers* dengan jangkauan yang luas dan melebihi pengikut dari akun *instagram* Perpustakaan UMS itu sendiri.

3. Dampak Strategi Promosi Melalui Program *UMS Library Digital Scholarship*

a) Dampak dari segi pemustaka

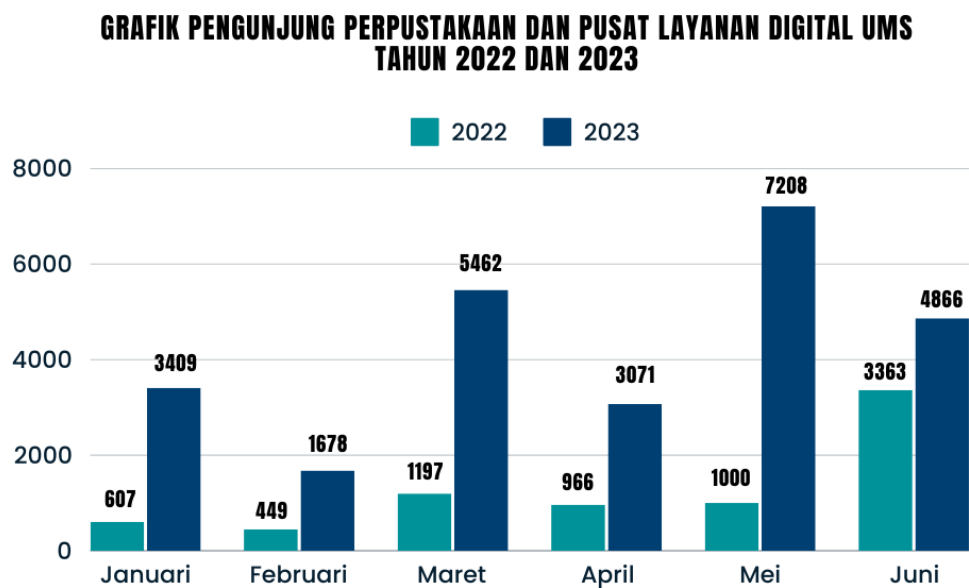
Konten digital yang dibuat oleh *awardee* program *UMS Library Digital Scholarship* kategori konten kreator berupa video *reels* yang diunggah ke media sosial *instagram @perpusums* memberikan dampak dari segi *followers* sebagai pemustaka. Setelah menjalankan program *UMS Library Digital Scholarship*, *reached* media sosial *instagram* perpustakaan mengalami kenaikan yang signifikan, dibuktikan dengan adanya *top* konten yang penontonnya (*reached* video *reels*) melebihi dari jumlah pengikut/*followers* dari *instagram* perpustakaan. Konten digital hasil dari *awardee* kategori konten kreator menjadi alat untuk menjangkau *engagement* media sosial *instagram* agar informasi mengenai Perpustakaan dan Pusat Layanan Digital UMS dapat tersampaikan.

b) Dampak dari segi pustakawan

Pustakawan berperan sebagai mentor untuk membantu mendampingi *awardee* dalam mengembangkan atau menjalankan proyek. Pustakawan yang menjadi mentor dalam program ini yaitu staf bidang teknologi informasi dan staf bidang humas promosi. Melalui program ini, pustakawan khususnya staf bidang teknologi informasi dan staf humas promosi terasa terbantu serta dapat lebih fokus untuk mengerjakan tugas pokok sehari – hari. Selain dapat menjadi kreatif dan inovatif dalam hal pengembangan konten promosi digital, staf perpustakaan juga berpartisipasi dalam kejuaraan dengan mengikutsertakan program *UMS Library Digital Scholarship*.

c) Dampak dari segi perpustakaan

Melalui program *UMS Library Digital Scholarship* kategori konten kreator, di Perpustakaan dan Pusat Layanan Digital UMS terjadi peningkatan kunjungan pemustaka. Berikut merupakan dokumentasi grafik pengunjung Perpustakaan dan Pusat Layanan Digital UMS tahun 2022 dan 2023:



KESIMPULAN

Program *UMS Library Digital Scholarship* merupakan program beasiswa berbasis proyek kolaborasi bersama mahasiswa di lingkup universitas yang terdapat dua fokus kategori yakni teknologi informasi dan konten kreator dengan melalui tahapan rekrutmen, pembekalan, pengembangan proyek, *mentoring*, dan *monitoring* evaluasi. Strategi promosi melalui program *UMS Library Digital Scholarship* dilakukan melalui pengembangan proyek kolaborasi kategori konten kreator antara mahasiswa sebagai *awardee* dan pustakawan sebagai mentor berupa pembuatan konten video *reels* yang diunggah pada media sosial *instagram* Perpustakaan dan Pusat Layanan Digital UMS. Dampak yang terjadi setelah

adanya strategi promosi melalui program *UMS Library Digital Scholarship* yaitu adanya wadah pengembangan ide kreasi bagi pemustaka yang terpilih menjadi *awardee* dalam program *UMS Library Digital Scholarship*, terjadi kenaikan *engagement* pada media sosial *instagram* perpustakaan secara signifikan, adanya peningkatan kinerja staf untuk meningkatkan citra perpustakaan itu sendiri dan terjadinya peningkatan kunjungan pemustaka di Perpustakaan dan Pusat Layanan Digital secara signifikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Barokah, L. (2021). Eksistensi Perpustakaan Perguruan Tinggi di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Tawadhu*, 5(2), 168–177. <https://doi.org/10.52802/TWD.V5I2.201>.
- Fajriyani, D., Fauzi, A., Kurniawati, M. D., Yudo, A., Dewo, P., Fahri Baihaqi, A., & Nasution, Z. (2023). Tantangan Kompetensi SDM dalam Menghadapi Era Digital (Literatur Review). *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 4(6), 1004–1013. <https://doi.org/10.31933/JEMSI.V4I6.1631>.
- Iqbal, R., & Yunita, I. (2020). Media Promosi Perpustakaan Perguruan Tinggi di Era Milenial dan Revolusi Industri 4.0. *El Pustaka: Jurnal Ilmu Perpustakaan Dan Informasi Islam*, 1(21), 16–26. <https://doi.org/https://doi.org/10.24042/el%20pustaka.v1i2.8482>.
- Perpustakaan Nasional RI. (2012). *Standar Nasional Perpustakaan: Perpustakaan perguruan tinggi*. <https://press.perpusnas.go.id/files/pdf/206.pdf>.
- Perpustakaan dan Pusat Layanan Digital UMS. (2023). *Buku Panduan UMS Library Digital Scholarship*. <https://library.ums.ac.id/>
- Sanjiwani, K. A., Ginting, R. T., & Dewi, D. P. S. K. (2024). Strategi Menjaga Eksistensi Perpustakaan Perguruan Tinggi di Era Digital. *AL Maktabah*, 9(1), 1–16. <https://doi.org/10.29300/MKT.V9I1.2725>.
- Ulumi, B., Rusli, Y., & Wahyuningsih, S. S. (2016). *Pemasaran Jasa Informasi Perpustakaan*. Tangerang Selatan: Universitas Terbuka. <https://pustaka.ut.ac.id/lib/pust4312-pemasaran-jasa-informasi-perpustakaan/>
- Universitas Muhammadiyah Surakarta. (2024). *Perpustakaan dan Pusat Layanan Digital | Universitas Muhammadiyah Surakarta*. <https://www.ums.ac.id/unit-layanan-kampus/perpustakaan-dan-pusat-layanan-digital>.
- Utami, N. P. P., Putra, I. K. A. S., & Dharma, N. O. (2022). *Pengembangan Digital Content Creative Untuk Mempromosikan Layanan Melalui Media Sosial Pada Perpustakaan Universitas Pendidikan Ganesha*. Media Sains Informasi Dan Perpustakaan. <https://ejournal2.undiksha.ac.id/index.php/msip/article/view/2074>.
- Wati, I., Ernita, M., Ristiliana, R., & Lubis, M. I. (2023). Peran Literasi Digital dalam Pembelajaran Di Era Society 5.0 Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi UIN Suska Riau. *Eklektik: Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 6(1), 21–33. <https://doi.org/10.24014/EKL.V6I1.22723>.