

MANAJEMEN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM PERPUSTAKAAN: TANTANGAN DAN PELUANG DI ERA DIGITAL (STUDI KASUS PERPUSTAKAAN UIN ANTASARI BANJARMASIN)

Dedy Hermawan¹, Muhammad Alfin Ramadhan², Nor Azizah³

^{1,2,3} Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin

Corresponding e-mail: dedyhermawan@uin-antasari.ac.id

Copyright © 2026 The Author



This is an open access article

Under the Creative Commons Attribution Share Alike 4.0 International License

DOI: [10.53866/jimi.v6i2.1318](https://doi.org/10.53866/jimi.v6i2.1318)

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji manajemen media sosial Instagram pada Perpustakaan UIN Antasari Banjarmasin, dengan menitikberatkan pada praktik pengelolaan, berbagai tantangan yang dihadapi, serta peluang pengembangannya di era digital. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi, kemudian dianalisis menggunakan model analisis interaktif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Instagram telah dimanfaatkan sebagai sarana komunikasi dan promosi layanan Perpustakaan, namun pengelolaannya masih belum optimal dan belum tersusun secara sistematis. Keterbatasan sumber daya manusia, kurangnya perencanaan strategis, serta minimnya pemanfaatan data analitik menjadi tantangan utama yang dihadapi. Di sisi lain, penggunaan konten visual dan fitur interaktif memiliki potensi besar dalam meningkatkan keterlibatan pengguna sekaligus memperkuat citra Perpustakaan. Penelitian ini menyimpulkan bahwa pengelolaan media sosial Perpustakaan memerlukan pendekatan manajerial yang lebih terstruktur, berbasis data, dan berorientasi pada kebutuhan pengguna.

Kata Kunci: Manajemen Media Sosial, Instagram, Perpustakaan Perguruan Tinggi, Digital Engagement, Komunikasi Digital, Branding Perpustakaan

Instagram Social Media Management For Libraries: Challenges And Opportunities In The Digital Age (A Case Study Of The Uin Antasari Library In Banjarmasin)

Abstract

This study aims to examine the management of Instagram social media at the Library of UIN Antasari Banjarmasin, with a focus on management practices, the challenges encountered, and development opportunities in the digital era. The study employs a qualitative approach with a case study design. Data were collected through in-depth interviews, observations, and documentation, and were subsequently analyzed using an interactive analysis model. The findings indicate that Instagram has been utilized as a medium for communication and promotion of library services; however, its management has not yet been carried out optimally or in a structured manner. Limitations in human resources, the lack of strategic planning, and the minimal use of analytical data constitute the main challenges. On the other hand, visual content and interactive features present significant potential to enhance user engagement and strengthen the library's image. This study concludes that the management of library social media requires a more systematic managerial approach, grounded in data and oriented toward user needs.

Keywords: Social Media Management, Instagram, Academic Libraries, Digital Engagement, Digital Communication, Library Branding.

1. Pendahuluan

Transformasi digital telah membawa perubahan mendasar pada cara Perpustakaan Perguruan Tinggi menyediakan layanan dan menjalin komunikasi. Pola yang semula konvensional kini bergeser ke arah ekosistem digital yang menuntut respons cepat, fleksibilitas tinggi, serta keterlibatan aktif dari pengguna. Dalam situasi ini, Perpustakaan tidak lagi tepat dipandang sebagai pihak pasif yang hanya menyediakan informasi, melainkan sebagai pelaku yang berperan aktif dalam membangun komunikasi strategis di ranah digital. Meski demikian, walaupun pemanfaatan teknologi digital semakin luas, terdapat kecenderungan bahwa perubahan yang terjadi lebih berfokus pada aspek teknologi dibandingkan manajerial. Akibatnya, pergeseran tersebut belum sepenuhnya disertai transformasi paradigma dalam pengelolaan komunikasi institusi (Ardyawan et al., 2025; Hussain & Ahmad, 2025).

Kondisi ini kian rumit seiring hadirnya generasi pengguna yang didominasi oleh *digital natives*, yang menunjukkan kecenderungan kuat menjadikan media sosial sebagai sumber informasi utama. Dalam hal ini, media sosial tidak sekadar berperan sebagai sarana penyebaran informasi, tetapi juga menjadi ruang interaksi sosial yang memengaruhi persepsi, pengalaman, serta tingkat keterikatan pengguna terhadap suatu Institusi. Sejumlah penelitian mengungkapkan bahwa pengguna lebih memilih mengakses informasi melalui platform yang bersifat interaktif dan visual dibandingkan kanal formal yang disediakan institusi (Garnita & Irawati, 2021).

Di antara beragam *platform* digital, Instagram memiliki peran yang cukup penting karena kemampuannya menggabungkan konten *visual*, interaksi pengguna, serta sistem distribusi berbasis algoritma. Melalui *platform* ini, Institusi dapat menjangkau audiens yang lebih luas sekaligus meningkatkan tingkat keterlibatan secara lebih mendalam. Meskipun demikian, keberhasilan pemanfaatan Instagram tidak hanya bergantung pada seberapa sering digunakan, tetapi juga pada kualitas pengelolaan yang mendasarinya. Dalam praktiknya, penggunaan media sosial oleh Perpustakaan kerap masih bersifat instrumental dan belum sepenuhnya terintegrasi dalam kerangka manajemen strategis yang terstruktur (Cheng et al., 2020; Wright & Paul, 2024).

Pada kerangka ini, konsep manajemen klasik yang diperkenalkan oleh Fayol (1949) kemudian dikembangkan lebih lanjut oleh (Koontz & O'Donnell, C., 1990) menjadi seperangkat fungsi manajerial yang bersifat *universal* dan dapat diterapkan pada organisasi yang kompleks serta adaptif, termasuk institusi pendidikan tinggi. Empat fungsi utama yakni *planning*, *organizing*, *actuating*, dan *controlling* (POAC) dapat digunakan sebagai landasan analitis untuk menilai efektivitas pengelolaan media sosial.

Pada fungsi perencanaan (*planning*), diperlukan kejelasan tujuan, segmentasi audiens, serta strategi konten yang terarah. Namun, dalam praktiknya, banyak perpustakaan masih mengelola media sosial secara reaktif dan belum didasarkan pada perencanaan jangka panjang (Utomo, 2022). Sementara itu, fungsi pengorganisasian (*organizing*) menekankan pentingnya struktur serta pembagian tugas yang jelas. Kenyataannya, pengelolaan media sosial kerap hanya dijadikan tugas tambahan tanpa dukungan kelembagaan yang memadai (Mogale & Bopape, 2023).

Kemudian, pada tahap pelaksanaan (*actuating*), produksi konten masih cenderung didominasi oleh pendekatan informatif yang bersifat satu arah, sehingga kurang mampu mendorong terciptanya interaksi yang bermakna dengan pengguna. Padahal, berbagai studi menunjukkan bahwa konten yang mengedepankan aspek visual dan interaktivitas memiliki pengaruh signifikan dalam meningkatkan tingkat engagement (Chu & Du, 2013; Wright & Paul, 2024).

Terakhir, pada fungsi pengendalian (*controlling*) yang semestinya didasarkan pada analisis data serta evaluasi kinerja kerap belum dijalankan secara optimal, bahkan sering diabaikan. Kondisi ini berpotensi menghambat proses pembelajaran organisasi dalam mengembangkan dan mengoptimalkan strategi komunikasi digital (Mensah & Onyanacha, 2022).

Keterbatasan dalam penerapan fungsi-fungsi manajemen tersebut mengindikasikan adanya celah antara potensi media sosial sebagai instrumen komunikasi strategis dengan praktik pengelolaannya di lapangan. Kesenjangan ini semakin diperparah oleh berbagai kendala struktural, seperti terbatasnya sumber daya manusia, rendahnya tingkat literasi digital, serta perubahan algoritma platform yang cenderung sulit diprediksi (Mogale & Bopape, 2023; Choi & Joo, 2021).

Selain itu, dari sudut pandang teoretis, pengelolaan media sosial juga berkaitan erat dengan konsep *digital engagement*, yang menekankan pentingnya interaksi aktif antara institusi dan pengguna sebagai indikator utama keberhasilan komunikasi digital (Contri et al., 2025). Dalam kerangka *Uses and*

Gratifications Theory, pengguna dipandang secara aktif memilih media yang mampu memenuhi kebutuhan mereka, baik dalam hal informasi, hiburan, maupun interaksi sosial (Ruggiero, 2000).

Sebagai salah satu Perguruan Tinggi Keagamaan Negeri di Kalimantan Selatan, UIN Antasari Banjarmasin memiliki komunitas akademik yang cukup aktif dalam memanfaatkan media sosial. Dalam konteks ini, Perpustakaan UIN Antasari Banjarmasin dituntut untuk mengoptimalkan *platform* seperti Instagram sebagai salah satu media komunikasi strategis, baik untuk menyebarkan informasi layanan, mempromosikan koleksi, maupun meningkatkan literasi informasi di kalangan mahasiswa. Namun demikian, sejauh mana pengelolaan Instagram tersebut telah dilakukan secara terstruktur dan berbasis strategi masih menjadi persoalan yang memerlukan kajian lebih mendalam.

Dengan demikian, penelitian ini tidak sekadar bertujuan menggambarkan praktik pengelolaan media sosial, tetapi juga mengevaluasi secara kritis sejauh mana prinsip-prinsip manajemen (POAC) telah diimplementasikan dalam pengelolaan Instagram Perpustakaan, serta bagaimana penerapannya berdampak pada tingkat *engagement* dan citra Institusi. Kajian ini diarahkan untuk menjembatani kesenjangan antara pendekatan teknis dan manajerial dalam studi media sosial Perpustakaan, sekaligus memberikan kontribusi konseptual bagi pengembangan model pengelolaan yang lebih strategis di era digital.

Penelitian ini juga menghadirkan unsur kebaruan dengan mengintegrasikan kerangka manajemen klasik (POAC) ke dalam analisis media sosial Perpustakaan. Dengan demikian, fokusnya tidak hanya pada deskripsi penggunaan Instagram, tetapi juga pada pengungkapan hubungan kausal antara praktik manajerial, strategi konten, dan tingkat *digital engagement* dalam konteks Perpustakaan Perguruan Tinggi.

2. Metode Penelitian

2.1. Objek, waktu dan Tempat

Penelitian ini menerapkan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus untuk mengkaji manajemen media sosial Instagram di Perpustakaan UIN Antasari Banjarmasin. Pendekatan tersebut dipilih karena mampu memberikan pemahaman yang mendalam terhadap suatu fenomena dalam konteks nyata (Yin, 2018; Creswell & Creswell, 2017).

Adapun objek penelitian meliputi praktik pengelolaan akun Instagram Perpustakaan (@perpustakaan_uinantasariibjm). Informan dalam penelitian ini terdiri atas Kepala Perpustakaan, Pengelola atau admin media sosial, Pustakawan, serta Mahasiswa sebagai pengguna. Penelitian dilaksanakan selama tiga bulan di Perpustakaan UIN Antasari Banjarmasin, mencakup seluruh tahapan mulai dari pengumpulan hingga analisis data.

2.2. Teknik Pengumpulan Data

Teknik Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui triangulasi metode, yang mencakup wawancara semi-terstruktur untuk memperoleh informasi mendalam dari para informan, observasi *non-partisipan* terhadap aktivitas akun Instagram, serta dokumentasi berupa arsip konten, interaksi pengguna, dan data *insight*. Selain itu, kajian literatur turut dimanfaatkan guna memperkuat landasan teoretis sekaligus mendukung proses interpretasi terhadap temuan penelitian (Sugiyono, 2020).

2.3. Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini mengacu pada model interaktif yang dikemukakan oleh Miles, Huberman, dan Saldana (2014), yang mencakup tiga tahap utama, yaitu reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan secara berulang. Proses analisis berlangsung secara terus-menerus sejak tahap pengumpulan data hingga diperoleh pola dan makna yang sesuai dengan tujuan penelitian.

Untuk memastikan keabsahan data, penelitian ini menggunakan kriteria *trustworthiness* yang meliputi kredibilitas, transferabilitas, dependabilitas, dan konfirmabilitas (Lincoln & Guba, 1985). Kredibilitas dicapai melalui triangulasi sumber dan metode serta proses *member checking*, sementara dependabilitas dan konfirmabilitas dijaga melalui pencatatan serta dokumentasi proses penelitian secara sistematis.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1. Hasil Penelitian

Hasil penelitian ini disusun berdasarkan temuan empiris yang diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi terhadap aktivitas akun Instagram Perpustakaan, serta analisis dokumentasi. Temuan tersebut disajikan secara deskriptif guna memberikan gambaran mengenai kondisi aktual pengelolaan media sosial Instagram di Perpustakaan UIN Antasari Banjarmasin.

3.1.1. Praktik Manajemen Media Sosial Instagram

Berdasarkan temuan penelitian, Instagram Perpustakaan UIN Antasari Banjarmasin (@perpustakaan_uinantasariibjm) telah berperan sebagai media utama dalam strategi komunikasi Perpustakaan. Platform ini dimanfaatkan untuk menyampaikan informasi layanan, mempromosikan koleksi, serta mendokumentasikan berbagai kegiatan literasi informasi. Kondisi tersebut mencerminkan adanya pergeseran peran Perpustakaan, dari yang semula hanya sebagai penyedia informasi menjadi institusi yang aktif dalam komunikasi digital, sejalan dengan temuan Mensah dan Onyancha (2022).

Namun demikian, dari sisi perencanaan (*planning*), pengelolaan konten masih cenderung bersifat reaktif dan belum didasarkan pada strategi jangka panjang yang terstruktur. Tidak ditemukannya kalender editorial yang sistematis menyebabkan produksi konten lebih banyak mengikuti momen tertentu, seperti kegiatan Perpustakaan atau pengumuman layanan. Hal ini diperkuat dengan pernyataan informan:

“Selama ini belum ada perencanaan konten yang terstruktur, seperti kalender konten dan sebagainya. Biasanya kami upload menyesuaikan kegiatan yang sedang berlangsung di perpustakaan.” (Informan 2)

Kondisi ini menunjukkan bahwa fungsi perencanaan belum berjalan secara optimal, padahal aspek ini merupakan fondasi penting dalam manajemen komunikasi digital (Creswell & Creswell, 2018).

Pada aspek pengorganisasian (*organizing*), pengelolaan Instagram masih ditangani oleh satu admin utama dengan dukungan Pustakawan lain yang bersifat informal. Belum terdapat pembagian tugas yang terstruktur maupun tim khusus yang secara spesifik bertanggung jawab atas media sosial. Keterbatasan dalam pengorganisasian juga tercermin dalam hasil wawancara dengan informan yang menyatakan:

“Pengelolaan media sosial masih ditangani oleh satu admin dan dibantu pustakawan lain jika diperlukan, namun belum ada tim khusus yang memang fokus di bidang ini.” (Informan 1)

“Kami hanya membantu memberikan informasi namun tidak secara formal.” (informan 3)

Kondisi ini berdampak pada kurangnya konsistensi dalam produksi konten serta terbatasnya ruang untuk inovasi.

Dalam Pada aspek pelaksanaan (*actuating*), konten yang dihasilkan masih didominasi oleh informasi layanan, pengumuman kegiatan, serta dokumentasi aktivitas Perpustakaan. Dominasi konten tersebut juga diakui oleh informan yang mengatakan:

“Konten yang kami buat masih seputar informasi layanan dan kegiatan. Untuk konten yang lebih kreatif atau interaktif seperti reels belum rutin dilakukan.” (Informan 2)

Bentuk konten yang digunakan mencakup *feed*, *stories*, dan *reels*, namun pemanfaatannya belum dilakukan secara maksimal. Konten *reels*, yang memiliki potensi jangkauan lebih luas, belum dimanfaatkan secara konsisten. Selain itu, gaya komunikasi yang diterapkan cenderung formal dan bersifat satu arah, sehingga kurang mampu menarik minat audiens yang sebagian besar berasal dari kalangan generasi muda.

Pada Pada aspek pengendalian (*controlling*), evaluasi terhadap kinerja media sosial masih dilakukan secara sederhana, yakni sebatas melihat jumlah *likes* dan komentar. Hal ini sejalan dengan yang disampaikan informan:

“Evaluasi biasanya hanya melihat jumlah like dan komentar. Kami belum melakukan analisis secara mendalam seperti engagement atau jangkauan.” (Informan 2)

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan, belum terdapat analisis yang lebih komprehensif terhadap metrik *insight* seperti *reach*, *impression*, maupun *engagement rate*. Padahal, pemanfaatan data analitik memiliki peran krusial dalam menilai efektivitas strategi komunikasi digital (Mogale & Bopape, 2023).

3.1.2. Tantangan Pengelolaan Media Sosial

Hasil penelitian menunjukkan adanya sejumlah tantangan utama dalam pengelolaan Instagram Perpustakaan UIN Antasari Banjarmasin (@perpustakaan_uinantasaribjm). Hal ini diutarakan informan saat wawancara terkait tantangan yang dihadapi:

“Pengelolaan media sosial ini masih menjadi tugas tambahan, sementara pekerjaan yang lainnya cukup banyak, jadi belum bisa maksimal.” (Informan 1)

Pertama, dari sisi internal, keterbatasan sumber daya manusia menjadi kendala yang paling dominan yang menyebabkan produksi konten dan pengelolaan media sosial belum berjalan secara optimal. Selain itu, tingginya beban kerja Pustakawan turut membatasi alokasi waktu dan fokus dalam mengelola media sosial tersebut.

Kedua, dari sisi teknis, perubahan algoritma Instagram yang bersifat dinamis turut memengaruhi jangkauan konten secara signifikan. Akibatnya, konten yang diunggah tidak selalu memperoleh distribusi yang optimal, sehingga berdampak pada rendahnya tingkat visibilitas. Di samping itu, desain grafis dan pengeditan video yang bersifat monoton juga menjadi hambatan dalam menghasilkan konten yang menarik.

Ketiga, dari aspek strategis, belum adanya strategi komunikasi yang tersegmentasi menyebabkan konten yang diproduksi cenderung seragam dan kurang sesuai dengan kebutuhan audiens. Konten masih didominasi oleh informasi formal, sementara aspek hiburan dan interaksi belum dimanfaatkan secara maksimal.

3.1.3. Peluang Pengembangan dan Dampak Terhadap *Engagement*

Meskipun dihadapkan pada berbagai kendala, penelitian ini juga mengidentifikasi sejumlah peluang strategis yang dapat dimanfaatkan. Di antaranya adalah tingginya tingkat penggunaan Instagram di kalangan mahasiswa, potensi konten berbasis video pendek (*reels*) yang mampu menjangkau audiens lebih luas, serta pemanfaatan fitur interaktif seperti *polling*, Q&A, dan *live streaming* yang dapat meningkatkan partisipasi pengguna. Seperti yang dikemukakan oleh informan bahwa:

“Kalau menggunakan reels atau fitur seperti polling, biasanya respons mahasiswa lebih tinggi dibandingkan postingan biasa.” (Informan 2)

“Lebih menarik konten di Instagram menggunakan reels/video.” (Informan 4)

Selain itu, terdapat peluang untuk menjalin kolaborasi dengan organisasi mahasiswa guna memperluas jangkauan audiens. Temuan ini mengindikasikan bahwa media sosial memiliki potensi signifikan sebagai sarana komunikasi strategis apabila dikelola secara optimal (Wright & Paul, 2024).

3.2. Pembahasan

Ditinjau dari perspektif teori manajemen, hasil penelitian menunjukkan bahwa pengelolaan media sosial Instagram di perpustakaan belum sepenuhnya mencerminkan penerapan fungsi manajemen yang terintegrasi dan sistematis. Meskipun keempat fungsi utama dalam kerangka POAC (*planning, organizing, actuating, dan controlling*) telah dijalankan, pelaksanaannya masih bersifat parsial dan belum optimal dalam menunjang efektivitas komunikasi digital.

Pada tahap *planning*, tidak adanya perencanaan strategis yang terarah seperti penyusunan kalender konten dan penetapan segmentasi audiens menunjukkan lemahnya arah komunikasi yang dibangun oleh perpustakaan. Dampaknya, produksi konten cenderung bersifat insidental dan kurang konsisten, sehingga pesan yang disampaikan tidak memiliki kesinambungan yang jelas. Kondisi ini berpotensi menurunkan efektivitas komunikasi digital, di mana perencanaan yang tidak sistematis menjadi salah satu penyebab utama rendahnya kinerja media sosial Perpustakaan (Utomo, 2022).

Pada tahap *organizing*, pengelolaan media sosial yang masih bersifat informal mencerminkan belum terwujudnya profesionalisasi dalam manajemen komunikasi digital. Ketiadaan pembagian tugas yang jelas maupun tim khusus menyebabkan beban kerja terpusat pada individu tertentu, sehingga menghambat kreativitas serta konsistensi dalam produksi konten. Padahal, pengorganisasian yang efektif merupakan prasyarat penting untuk meningkatkan efisiensi kerja dan kualitas hasil yang dicapai organisasi.

Selanjutnya, pada tahap *actuating*, kegiatan produksi dan distribusi konten memang telah dilakukan,

namun belum sepenuhnya didasarkan pada strategi yang berorientasi pada audiens. Konten yang dihasilkan masih didominasi oleh pendekatan informatif yang bersifat satu arah, tanpa mempertimbangkan secara mendalam kebutuhan dan preferensi pengguna. Akibatnya, tingkat relevansi konten menjadi rendah, sehingga interaksi yang terbentuk pun belum optimal.

Pada tahap *controlling*, evaluasi kinerja media sosial masih dilakukan secara sederhana dan terbatas pada indikator jumlah *likes* serta komentar. Padahal, penggunaan data analitik seperti *reach*, *impression*, dan *engagement rate* sangat krusial untuk menilai efektivitas strategi komunikasi sekaligus menjadi dasar dalam pengambilan keputusan yang lebih strategis. Keterbatasan ini menunjukkan bahwa Perpustakaan belum mengoptimalkan pemanfaatan data analitik dalam pengelolaan media sosial.

Dalam perspektif *digital engagement theory*, temuan penelitian menunjukkan bahwa tingkat keterlibatan pengguna sangat dipengaruhi oleh bentuk dan karakteristik konten yang disajikan. Konten visual yang bersifat interaktif, khususnya dalam format video pendek seperti *reels*, terbukti memiliki daya tarik yang lebih tinggi dibandingkan konten informatif yang hanya berbasis teks atau gambar statis.

Namun demikian, rendahnya tingkat *engagement* pada konten yang bersifat formal menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang diterapkan belum sepenuhnya selaras dengan preferensi audiens, khususnya Mahasiswa sebagai pengguna utama. Dalam konteks ini, *digital engagement* tidak hanya ditentukan oleh frekuensi unggahan, tetapi juga oleh kualitas interaksi yang dibangun melalui konten. Aspek interaktivitas, relevansi, dan konsistensi menjadi faktor kunci dalam membangun hubungan yang berkelanjutan antara perpustakaan dan pengunanya.

Berdasarkan perspektif *Uses and Gratifications Theory*, pengguna media sosial secara aktif memilih platform yang mampu memenuhi beragam kebutuhannya, baik terkait informasi, hiburan, maupun interaksi sosial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengguna Instagram Perpustakaan (@perpustakaan_uinantasarijbm) memanfaatkan platform tersebut terutama untuk memperoleh informasi akademik serta pembaruan terkait kegiatan Perpustakaan.

Namun demikian, kebutuhan akan hiburan dan interaksi sosial belum terpenuhi secara optimal. Konten yang disajikan masih didominasi oleh pendekatan informatif, sehingga belum mampu menghadirkan pengalaman yang menarik dan partisipatif bagi pengguna. Kondisi ini menunjukkan bahwa pengelolaan media sosial masih berfokus pada penyampaian informasi semata, belum sepenuhnya mengakomodasi kebutuhan psikologis dan sosial pengguna secara menyeluruh. Padahal, keberhasilan media sosial sangat ditentukan oleh kemampuan Institusi dalam memenuhi beragam kebutuhan *audiens* secara simultan.

Secara teoretis, temuan penelitian ini menegaskan pentingnya integrasi antara teori manajemen (POAC) dan konsep *digital engagement* dalam kajian media sosial perpustakaan. Hasil ini menunjukkan bahwa efektivitas media sosial tidak semata ditentukan oleh penggunaan *platform*, tetapi juga oleh kualitas pengelolaan yang menjadi landasannya.

Secara praktis, temuan penelitian ini menunjukkan sejumlah langkah strategis yang perlu ditempuh oleh Perpustakaan guna meningkatkan efektivitas pengelolaan media sosial. Langkah tersebut meliputi penyusunan perencanaan konten yang lebih sistematis, pembentukan tim khusus untuk pengelolaan media sosial, pemanfaatan data analitik sebagai dasar evaluasi, serta pengembangan konten yang lebih interaktif dan berorientasi pada kebutuhan pengguna. Upaya-upaya ini diharapkan mampu meningkatkan tingkat *engagement* sekaligus memperkuat citra Perpustakaan di era digital.

3.3. Kaitan dengan Tujuan Penelitian

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa seluruh tujuan penelitian telah terpenuhi secara komprehensif. Penelitian ini berhasil menggambarkan praktik manajemen media sosial Instagram yang masih tergolong sederhana dan belum tersusun secara optimal. Selain itu, penelitian ini juga mengidentifikasi berbagai tantangan yang dihadapi, baik dari aspek internal, teknis, maupun strategis. Selanjutnya, ditemukan pula sejumlah peluang pengembangan yang dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan efektivitas media sosial. Pada akhirnya, penelitian ini menegaskan bahwa pengelolaan media sosial memiliki pengaruh terhadap tingkat *engagement* serta citra Perpustakaan.

4. Kesimpulan

Penelitian ini menyimpulkan bahwa pengelolaan media sosial Instagram di Perpustakaan UIN Antasari Banjarmasin (@perpustakaan_uinantasarijbm) telah dimanfaatkan sebagai sarana komunikasi dan

promosi layanan, namun belum dijalankan secara optimal maupun terstruktur berdasarkan prinsip manajemen (POAC). Pengelolaan yang masih bersifat insidental, keterbatasan sumber daya manusia, serta rendahnya pemanfaatan data analitik menjadi faktor utama yang memengaruhi kurang optimalnya efektivitas strategi komunikasi digital. Meskipun demikian, terdapat peluang yang cukup besar melalui pemanfaatan konten visual dan fitur interaktif yang terbukti mampu meningkatkan *engagement* sekaligus memperkuat citra Perpustakaan. Temuan ini menunjukkan bahwa pengelolaan media sosial perlu diarahkan pada pendekatan yang lebih strategis, berbasis data, dan berorientasi pada kebutuhan pengguna guna meningkatkan kualitas layanan informasi di era digital. Adapun penelitian ini memiliki keterbatasan pada penggunaan pendekatan kualitatif dengan ruang lingkup yang terbatas pada satu institusi, sehingga hasilnya belum dapat digeneralisasikan secara luas. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk mengadopsi pendekatan kuantitatif atau komparatif antar institusi guna memperluas analisis serta menguji efektivitas strategi media sosial secara lebih komprehensif.

Bibliografi

- Ardyawin, I., Sugihartati, R., & Danugroho, A. (2025). The Role of Digital Technology in Transforming Academic Library Services: A Systematic Literature Review. *New Review of Academic Librarianship*, 31(4), 466-486.
- Cheng, W. W. H., Lam, E. T. H., & Chiu, D. K. (2020). Social media as a platform in academic library marketing: A comparative study. *The Journal of Academic Librarianship*, 46(5), 102188.
- Choi, N., & Joo, S. (2021). Understanding public libraries' challenges, motivators, and perceptions toward the use of social media for marketing. *Library Hi Tech*, 39(2), 352-367.
- Chu, S. K. W., & Du, H. S. (2013). Social networking tools for academic libraries. *Journal of librarianship and information science*, 45(1), 64-75.
- Contri, M., Fissi, S., & Gori, E. (2025). Using social media for supporting engagement in the public sector: a systematic literature review. *Local Government Studies*, 51(1), 1-23.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2017). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. Sage publications.
- Fayol, H. (1949). *General and Industrial Management*. Pitman Publishing
- Garnita, D., & Irawati, I. (2021). Tinjauan sistematis tentang penggunaan media sosial untuk promosi perpustakaan akademik. *Pustakaloka*, 13(2), 235-267.
- Hussain, A., Khan, A., & Ahmad, P. (2025). Library management models: a review and direction for future research. *Global Knowledge, Memory and Communication*, 74(9-10), 3023-3042.
- Koontz & O'Donnell, C., H. (1990). *Principles of Management: An Analysis of Managerial Functions* (9th ed.). McGraw-Hill
- Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (1985). *Naturalistic inquiry*. sage.
- Mensah, M., & Onyancha, O. B. (2022). Ghanaian academic libraries' use of social media: A structural equation modelling approach. *Information Development*, 38(2), 323-342.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. (2014). *Qualitative data analysis*. sage.
- Mogale, M. G., & Bopape, S. (2023). Trends and issues relating to social media utilisation in academic libraries: Experiences from the University of Limpopo subject librarians. *South African Journal of Information Management*, 25(1), 1580.
- Ruggiero, T. E. (2000). Uses and gratifications theory in the 21st century. *Mass communication & society*, 3(1), 3-37.
- Sugiyono, M. R. (2020). Metode Penelitian Kualitatif. Untuk Penelitian yang Bersifat Eksploratif, Enterpretif, interaktif, dan konstruktif. Cocok untuk 1. Mahasiswa SI, S2, dan S3. 2. Dosen dan peneliti Ed. 3 Cet. 3 Thn. 2020.
- Utomo, T. P. (2022). Optimalisasi media sosial untuk pemasaran perpustakaan perguruan tinggi. *Buletin Perpustakaan*, 5(1), 99-133.
- Wright, L., & Paul, S. (2024). Stakeholder communication in academic libraries: An exploration of annual reports and Instagram. *The Journal of Academic Librarianship*, 50(6), 102967.
- Yin, R. K. (2018). *Case study research and applications* (Vol. 6). Thousand Oaks, CA: Sage.