



# Kreatif atau Mati

PERPUSTAKAAN PERGURUAN TINGGI ISLAM  
MERESPON PANDEMI



Editor:  
Labibah Zain | Wiji Suwarno | Ulpah Andayani

## **KREATIF ATAU MATI:**

Perpustakaan Perguruan Tinggi Islam Merespon Pandemi

© 2022, Asosiasi Perpustakaan Perguruan Tinggi Islam (APPTIS)

Penulis : Nurmalina, dkk.

Editor : Labibah Zain, Wiji Suwarno, dan Ulpah Andayani

Tata Letak : Moh. Mursyid

Penata Sampul : Abu Zyan el Mazwa

Cetakan Pertama, Mei 2022

ISBN : 978-623-6324-26-4

Tebal: x + 168 hlm; 15,5 x 23 cm

Diterbitkan oleh:



### **AZYAN MITRA MEDIA**

Jl. Imogiri Timur Km. 10 Brajan Rt. 06 Wonokromo, Pleret,

Bantul, D.I. Yogyakarta

Hp. 085641522841

E-Mail: [azyanpublishing@gmail.com](mailto:azyanpublishing@gmail.com)

Website: [azyanmitramedia.com](http://azyanmitramedia.com)

Bekerjasama dengan:



### **Asosiasi Perpustakaan Perguruan Tinggi Islam (APPTIS)**

Sekretariat:

Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta,

Jl. Marsda Adisucipto, Caturtunggal, Kec. Depok,  
Kab. Sleman D.I. Yogyakarta

Hak Cipta dilindungi oleh Undang-undang No. 28 Tahun  
2014. Dilarang mengutip atau memperbanyak sebagian  
atau seluruh isi buku tanpa izin.



# Kata Pengantar

Pandemi Covid-19 yang menimpa dunia telah mempengaruhi aspek ekonomi, sosial dan pendidikan. Dalam dunia pendidikan, kebijakan pembelajaranpun tiba-tiba harus menyesuaikan keadaan; kelas yang biasanya luring tiba-tiba harus menjadi kelas pembelajaran daring, guru dan dosen harus menyiapkan perangkat baru guna bisa kebersamai siswa dan mahasiswa dalam proses transformasi ilmu pengetahuan, demikian pula perpustakaan harus tetap ada dalam mengawal pembelajaran dan penelitian. Perpustakaan Perguruan tinggi dalam lingkungan Perguruan Keagamaan Tinggi Islam (selanjutnya disebut PTKIN) juga mencoba tetap bertahan melakukan layanan di masa pandemi dengan berbagai strategi yang disesuaikan dengan lingkungan masing-masing.

Ada berbagai tantangan yang dihadapi oleh perpustakaan perguruan tinggi pada masa pandemi, diantaranya adalah:

## 1. Kebijakan

Covid-19 datang secara tiba-tiba sehingga kebijakan yang berkaitan dengan kesehatan dan pendidikanpun berubah-ubah dan tidak menentu

sehingga perpustakaan harus senantiasa membuka mata dan telinga untuk mengetahui kebijakan-kebijakan terbaru dan mengantisipasinya dalam bentuk kebijakan layanan perpustakaan. Terkadang pedoman lembaga-lembaga yang berwenang belum punya kebijakan teknis khusus, sehingga perpustakaan harus membuat kebijakan dengan mempertimbangkan aspek keselamatan dan kesehatan serta akses informasi.

## 2. Ketersediaan Sumber daya

Covid-19 membuat perpustakaan harus melakukan refleksi terhadap sumber daya yang dimiliki guna memaksimalkan layanan daring. Layanan elektronik apa saja yang bisa dilayankan tanpa tatap muka secara langsung, kompetensi apa yang dimiliki oleh pustakawan yang bisa digunakan untuk melakukan layanan daring dan fasilitas tanpa biaya apa saja yang bisa dimanfaatkan untuk melakukan layanan informasi terhadap pemustaka.

## 3. Keterampilan Baru

Seiring dengan layanan perpustakaan yang harus dilakukan secara daring, maka keterampilan baru mau tidak mau harus dikuasai oleh pustakawan, diantaranya adalah kemampuan untuk berkomunikasi dengan pemustaka melalui sosial media, kemampuan untuk melakukan komunikasi daring dengan sesama pengurus perpustakaan atau sesama pustakawan melalui perangkat komunikasi zoom, google meet, webex, Streamyard dll, kemampuan mengajar *user education* dan memberikan *training* daring, siaran secara *live* serta mempersiapkan acara daring yang jarang dan bahkan tidak pernah dilakukan sebelum ada pandemi harus menjadi kegiatan rutin yang harus dilakukan.

## 4. Berjejaring

Pada masa pandemi, perpustakaan yang ada di seluruh dunia berjejaring satu sama lain untuk berbagi pengalaman tentang layanan di masa Covid-19 sehingga perpustakaan-perpustakaan bisa saling mengadopsi kebijakan-kebijakan tersebut. Beberapa workshop daring

juga dilaksanakan oleh beberapa perpustakaan agar keterampilan baru di bidang layanan perpustakaan bisa sama-sama dikuasai oleh pustakawan. Beberapa vendor juga membuka akses beberapa database secara terbuka sehingga perpustakaan-perpustakaan yang mempunyai keterbatasan dana bisa ikut mengakses informasi. Ketuatan berjejaring ini membuat kekuatan baru yang harus terus dipertahankan.

## 5. Kreatifitas

Pada masa pandemi, beberapa perpustakaan seolah terpaksa tunduk terhadap takdir dan memutuskan untuk tidak melakukan apa-apa. Tetapi beberapa perpustakaan memilih untuk berfikir kreatif melakukan layanan alternatif yang membuat perpustakaan bisa terus mendampingi kegiatan yang ada di dalam kampus seperti menyediakan referensi, layanan bagi peneliti, layanan repository, dan kegiatan-kegiatan kreatif melalui zoom, Gmeet, instagram, youtube dan facebook.

Pada masa pandemi, Asosiasi Perpustakaan perguruan Tinggi (APPTIS) telah mengadakan kegiatan sharing kebijakan layanan perpustakaan di masa pandemi, Workshop Daring tentang software kemas ulang informasi yang sangat diperlukan pada masa pandemi, Program *Visiting Librarians* yang mengundang 12 pustakawan dari 12 negara serta penulisan buku ini yang merupakan rekam jejak yang bagaimana perpustakaan perguruan tinggi Islam dalam merespon pandemi.

Pada buku "*Kreatif atau Mati: Perpustakaan Perguruan Tinggi Agama Islam Negeri Merespon Pandemi*" Pustakawan menuliskan bagaimana mereka melakukan layanan di masa pandemi sesuai dengan kondisi masing-masing. Dalam kondisi pandemi, kreatifitas mereka ditantang dan jawaban terhadap tantangan tersebut tertulis di dalam buku ini. Kreativitas adalah kunci kehidupan. Mereka yang kreatif akan tetap bertahan dan melaju ke depan hingga mendapat rekognisi dari pemustaka hingga penentu kebijakan. Dan begitulah seharusnya perpustakaan perguruan

tinggi; visible dan selalu memberi solusi terhadap persoalan akademik yang ada di sekitarnya.

Yogyakarta, Januari 2021

**Labibah Zain**

*Ketua APPTIS dan Kepala Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga*



# Daftar Isi

Kata Pengantar.....	v
Daftar Isi.....	ix
☞ Tetap Produktif di Masa <i>Work From Home</i> : Belajar dari Perpustakaan UIN Raden Fattah Palembang <i>Nurmalina</i> .....	1
☞ Pustakawan <i>Work From Home</i> , Perlu Inovasi dan Peningkatan Kompetensi <i>Komarudin</i> .....	13
☞ Menjadi Pustakawan Kompeten dan Energik di Tengah Pandemi <i>Sirajuddin</i> .....	24
☞ Kiprah Pustakawan IAIN Ponorogo Selama Pandemi Covid-19 <i>Fransisca Puspitasari</i> .....	31
☞ Perpustakaan UIN Sunan Ampel dalam Media Sosial di Era Pandemi <i>Hary Supriyatno</i> .....	42
☞ Pelayanan Perpustakaan UIN Ar-Raniry Selama Covid-19 <i>Syarwan Ahmad</i> .....	62

☞ Pemasaran Digital Perpustakaan Pada Masa Pandemi Covid-19 <i>Bahrul Ulumi</i> .....	72
☞ Inovasi Pustakawan dan Layanan Perpustakaan IAIN Salatiga di Masa Pandemi Covid-19 <i>Ifonilla Yenianti</i> .....	93
☞ Peluang dan Tantangan Riset Bagi Pustakawan di Masa Pandemi <i>Indah Wijaya Antasari &amp; Nisa-un Naja</i> .....	109
☞ Kinerja Layanan Perpustakaan Hybrid UIN Raden Intan Lampung Selama WFH ( <i>Work Form Home</i> ) Menuju <i>Lifestyle New Normal</i> <i>Rohai Indah Indrakasih</i> .....	117
☞ Pathfinder PTKIN; Upaya Memperkuat Peran Pustakawan Akademik <i>Rika Kurniawaty &amp; Muhamad Hamim</i> .....	125
☞ Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga di Tengah Pandemi Covid-19: Sebuah Hikmah di Balik Musibah <i>Ida Nor'aini Hadna</i> .....	135
INDEKS.....	151
BIOGRAFI PENULIS.....	156





# Perpustakaan UIN Sunan Ampel dalam Media Sosial di Era Pandemi

**Hary Supriyatno**

*Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya*

## **Pendahuluan**

**M**erebaknya *Corona Virus Disease 2019* (Covid-19) menciptakan perubahan dalam segala aspek kehidupan. Beberapa kebiasaan dalam beraktifitas harus mengalami penyesuaian dengan penerapan protokol kesehatan yang ditetapkan oleh pemerintah. Diantaranya adalah membiasakan mencuci tangan, menggunakan masker, dan *social distancing/physical distancing*.

Salah satu perubahan yang terjadi adalah sistem kerja dengan penerapan *Work from Home* (WFH) bagi Aparatur Sipil Negara. WFH ini diberlakukan sesuai Surat Edaran Menpan RB No. 19 Th. 2020 tentang Penyesuaian Sistem Kerja Aparatur Sipil Negara dalam Upaya Pencegahan Penyebaran Covid-19 di Lingkungan Instansi Pemerintah yang mana mengharuskan ASN menyelesaikan tugas kantor dengan

tetap berada di rumah.<sup>12</sup> Dengan terbitnya Surat Edaran Menpan RB tentang WFH ini, secara otomatis terjadi perubahan pola layanan di instansi pemerintahan, termasuk Perpustakaan.

Perpustakaan merupakan salah satu pelayanan publik dengan orientasi jasa. Beberapa layanan yang ada di perpustakaan memang sudah mengalami perubahan disesuaikan dengan perkembangan teknologi. Adanya koleksi digital (seperti *ejournal* dan *ebook*) dan repository adalah penyesuaian layanan di perpustakaan yang dilakukan dengan memanfaatkan teknologi informasi. Termasuk adanya perpanjangan pinjaman secara online.

Meski demikian, tidak sedikit layanan di perpustakaan yang masih membutuhkan kehadiran fisik dan pertemuan *face to face* dalam pelayanannya. Keberadaan koleksi cetak di perpustakaan mengharuskan pemustaka untuk datang secara langsung di gedung/ruangan untuk dapat memanfaatkannya. Termasuk proses transaksi pinjam dan kembali koleksi cetak yang masih dilakukan secara konvensional/manual. Layanan seperti ini mengharuskan pemustaka datang dan bertemu secara langsung (*face to face*) dengan pengelola perpustakaan dalam hal ini Pustakawan karena masing-masing layanan sudah memiliki *Standart Operational Procedure* (SOP) nya.

Kondisi seperti ini tentu membutuhkan penyesuaian sekaligus perubahan di tengah terjadinya pandemi yang berslogan *social distancing/physical distancing*. Jaga jarak aman antar orang mengharuskan perpustakaan kreatif dalam memberikan pelayanan bagi pemustaka tanpa mengurangi fungsi dari perpustakaan sebagai tempat pemenuhan kebutuhan pendidikan, penelitian, pelestarian, informasi, dan rekreasi.

---

<sup>12</sup>Pencegahan Penyebaran Virus Covid-19 dengan Kerja di Rumah Bagi ASN, Maret 2020, <https://menpan.go.id/site/berita-terkini/pencegahan-penyebaran-virus-Covid-19-dengan-kerja-di-rumah-bagi-asn>

Beberapa terobosan kebijakan layananpun dilakukan oleh para pengelola perpustakaan diantaranya adalah pembatasan pengunjung/ kehadiran fisik di gedung, modifikasi prosedur pinjam dan kembali (sirkulasi) dengan layanan pesan, dan prosedur kunjung aman di perpustakaan. Perpustakaan juga gencar melakukan promosi koleksi digital yang dimiliki maupun diseminasi link koleksi digital pihak lain yang *free access*.

Koleksi digital merupakan solusi terbaik bahan bacaan di saat pandemi. Di tengah pemberlakuan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) karena terus merebaknya virus, berdiam diri di rumah merupakan pilihan utama bagi setiap orang. Dan koleksi digital menjadi pilihan terbaik dalam pemenuhan kebutuhan informasi karena tidak memerlukan tempat secara fisik. Sehingga pemustakapun tidak memerlukan kunjungan secara fisik dalam sebuah gedung/ruangan untuk memanfaatkannya.<sup>13</sup>

Tentu saja, pemanfaatan koleksi digital akan menjadi lebih maksimal dengan adanya promosi. Promosi dan penyebaran informasi harus terus dilakukan agar memustaka mengetahui sumber-sumber referensi online yang bisa digunakan sesuai kebutuhan. Dengan pemanfaatan teknologi, promosi dan informasi akan dengan mudah dan cepat untuk disebar.<sup>14</sup>

Media sosial merupakan salah satu bentuk kemajuan teknologi informasi yang bisa dijadikan sarana alternatif terbaik dalam promosi dan diseminasi informasi perpustakaan. Media sosial dipilih karena mayoritas atau bahkan bisa dikatakan hampir semua orang memiliki akun medsos di masing-masing handphone atau smartphonenya. Pemanfaatan medsos sangat direkomendasikan sebagai sarana diseminasi informasi

---

<sup>13</sup>Putu Laxman Pendit, *Perpustakaan Digital: Perspektif Perpustakaan Perguruan Tinggi Indonesia* (Jakarta: CV. Sagung Seto, 2007), 30.

<sup>14</sup>Testiani Makmur, *Perpustakaan Era Keterbukaan Informasi Publik* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2015), 96.

dan promosi karena bersifat interaktif, update, banyak penggunaannya, dan mudah pengelolaannya.<sup>15</sup>

Bagi generasi era digital seperti saat ini tentu promosi melalui media sosial menjadi salah satu pilihan yang menarik karena pertimbangan faktor mudah, murah, praktis, dan *real time*. Mudah karena tidak membutuhkan tempat yang luas, bahkan tidak memerlukan ruangan khusus untuk penggunaannya.<sup>16</sup>

Pemanfaatan media sosial juga dikategorikan murah karena tidak harus membayar kepada pihak lain. Cukup dengan adanya paket internet dan aplikasi/*software* kita sudah bisa melakukan promosi melalui media sosial. Praktis karena bisa dilakukan dimanapun dan kapanpun karena prinsip dari internet adalah 24/7, dua puluh empat jam selama seminggu. Tidak harus terjadwal pada hari dan jam tertentu. Juga berazas *real time* karena setelah berbagi/sharing saat itu juga langsung bisa dilihat sekaligus respon serta partisipasi dari pihak lain.

## **Pengertian Media Sosial**

Media sosial diartikan sebagai sarana dan saluran resmi sebagai alat komunikasi untuk menyebarkan berita dan pesan kepada masyarakat luas.<sup>17</sup> Media sosial juga dimaknakan sebagai sebuah media online, dengan para penggunaannya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual.<sup>18</sup>

---

<sup>15</sup>Memandang Media Sosial sebagai Media Promosi, Agustus 2012, <https://lekbis.sindonews.com/berita/663896/39/memandang-media-sosial-sebagai-media-promosi>.

<sup>16</sup>Qurota Ayunin WHF, *Penggunaan Media Sosial sebagai Alat Promosi di Kalangan Milenial*, Juli 2018, <https://www.kompasiana.com/qurota67464/5b4f6f21d1962e-26a00b7262/penggunaan-media-sosial-sebagai-alat-promosi-di-kalangan-milenial?page=all>.

<sup>17</sup>WJS Poerwodarminto, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Balai Pustaka, 1993), 243.

<sup>18</sup>Media Sosial, [https://id.wikipedia.org/wiki/Media\\_sosial](https://id.wikipedia.org/wiki/Media_sosial)

Menurut Dailey:

*social media is online created by people using highly accessible and scalable publishing technologies. importantly it seems to represent a shift in how people discover, read and share news, information and content.*<sup>19</sup>

Sedangkan Kurniali menyatakan bahwa media sosial adalah tempat, alat bantu, layanan yang memungkinkan individu untuk mengekspresikan diri mereka untuk bertemu dan berbagi dengan rekan lainnya melalui teknologi internet.<sup>20</sup>

Dari keempat pendapat di atas bisa ditarik sebuah pengertian bahwa media sosial adalah alat bantu layanan atau media online yang bisa digunakan sebagai tempat ekspresi kreativitas diri dengan tujuan berbagi dan partisipasi dari pihak lain. Media sosial digunakan sebagai sarana dalam berkomunikasi oleh seseorang atau kelompok dalam proses sosial.

Dalam perkembangannya, media sosial membuat pergeseran budaya seseorang dalam membaca, mengetahui, menemukan, dan berbagi berita serta informasi sekaligus dijadikan sebagai sarana baru dalam berkomunikasi seperti *chatting*, obrolan audio, dan *video call*.

Awalnya media sosial hanya diperuntukkan untuk menjalin jejaring yang bersifat kesenangan dan nostalgia. Namun seiring waktu media sosial sudah digunakan sebagai pendukung profesi dan sarana promosi. Karena kemudahan interaksi dan komunikasi yang tak terbatas ruang dan waktu, media sosial sangat mudah digunakan untuk penyebaran informasi dan promosi.<sup>21</sup>

---

<sup>19</sup>Patrick R Dailey, *Social Media: Finding Its Way Into Your Business Strategy and Culture*. (Burlington: Lingkage, 2009), 3.

<sup>20</sup>Sartika Kurniali, "Peran Media Sosial di Internet pada Penerapan Proses Knowledge Management," *ComTech: Computer, Mathematics and Engineering Applications* 2, no. 1 (June 1, 2011): 167, <https://doi.org/10.21512/comtech.v2i1.2729>.

<sup>21</sup>Ahmad Mukhlason and Abdillah Yafi Aljawi, "Jejaring Sosial Dan Dampak Bagi Penggunaanya," *Teknologi: Jurnal Ilmiah Sistem Informasi* 1, no. 1 (April 22, 2012): 5, <https://doi.org/10.26594/teknologi.v1i1.46>.

## Macam-Macam Media Sosial

Media sosial adalah sarana komunikasi dua arah yang sangat mudah digunakan, kapanpun dan dimanapun. Komunikasi ini tidak dibatasi oleh jarak dan waktu. Jauh dekat, siang malam tidak menjadi penghalang dalam berkomunikasi melalui media sosial.

Seiring perkembangan teknologi, berbagai macam media sosial lahir seperti facebook, Instagram, Watsapp, Youtube, Twitter, Kaskus, dan blog.<sup>22</sup>

Berikut ini adalah beberapa hal yang terkait dengan media sosial paling populer di Indonesia, yakni facebook dan instagram:<sup>23</sup>

### 1. Facebook

Facebook adalah suatu layanan jejaring sosial yang awalnya diluncurkan sebagai *Face Mash* pada bulan Juli tahun 2003, dan kemudian diganti nama menjadi Facebook pada 4 Februari 2004. Pendirinya adalah Mark Zuckerberg dengan dibantu teman sekamarnya Eduardo Saverin, Andrew McCollum, Dustin Moskovitz, dan Chris Hughes yang sesama mahasiswa di Universitas Harvard.

*Compete.com* pada bulan Januari 2009 menempatkan Facebook sebagai jejaring sosial yang paling banyak digunakan berdasarkan jumlah pengguna aktif bulanan di seluruh dunia. Menurut Social Media Today pada April 2010, sekitar 41,6% penduduk Amerika Serikat memiliki akun Facebook. Meski begitu, pertumbuhan pasar Facebook mulai turun di sejumlah wilayah dengan hilangnya 7 juta pengguna aktif di Amerika Serikat dan Kanada pada Mei 2011.

---

<sup>22</sup>Tim Pusat Humas Kementerian Perdagangan RI. 2014. *Panduan Optimalisasi Media Sosial untuk Kementerian Perdagangan RI* (Jakarta: Pusat Kementerian Perdagangan RI, 2014), 14.

<sup>23</sup>Wahyunanda Kusuma Pertiwi, "Facebook Jadi Media Sosial Paling Digemari di Indonesia," 2019, <https://teknokompas.com/read/2019/02/05/11080097/facebook-jadi-medsos-paling-digemari-di-indonesia?page=all>.

Pada bulan April 2012, Facebook membeli aplikasi Instagram dengan nilai US\$1 miliar. Facebook mengakuisisi perusahaan muda Glancee yang beroperasi di bidang penjelajahan sosial pada awal bulan Mei 2012.<sup>24</sup>

Beberapa fitur yang dimiliki facebook diantaranya yakni *home, wall, update status/postingan, friends, respon (like, comment, share), pesan (message, inbox), keamanan (privacy, security), notification, dan grup (group, homepage).*

## 2. Instagram

Instagram diluncurkan pertama kali pada tanggal 6 Oktober 2010 oleh Burbn, Inc. sebuah perusahaan teknologi startup yang hanya berfokus kepada pengembangan aplikasi untuk telepon genggam.<sup>25</sup> Setahun kemudian, tepatnya 8 Desember 2011, Instagram mendapatkan penghargaan "*App Store iPhone App of the Year*". Aplikasi Instagram pertama kali tersedia di OS Android pada tanggal 3 April 2012. Dan enam hari kemudian yakni 9 April 2012, Instagram diambil alih oleh Facebook senilai 1 miliar dolar Amerika.

Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto dan video yang memungkinkan pengguna mengambil foto, mengambil video, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik Instagram sendiri.<sup>26</sup>

Instagram merupakan layanan jejaring sosial yang memberikan kemudahan berbagi foto dan video sekaligus informasi secara online kepada teman.<sup>27</sup> Melalui Instagram, seseorang bisa menyimpan foto dan video secara online sekaligus membagikannya. Foto dan video

---

<sup>24</sup>Facebook, <https://id.wikipedia.org/wiki/Facebook>.

<sup>25</sup>*A Quick Walk Through Our History as a Company*, 2010, <https://instagram-press.com/our-story/2/>

<sup>26</sup>Instagram, <https://id.wikipedia.org/wiki/Instagram>

<sup>27</sup>Budiargo, Dian, *Berkomunikasi ala Net Generation* (Jakarta: PT ElexMedia Komputindo Kompas Gramedia, 2015), 48.

ini selanjutnya bisa dijadikan dokumen bersama yang bisa ditanggapi dengan like maupun komentar dari pengguna lainnya.

Beberapa fitur yang dimiliki Instagram adalah *homepage*, *Search* Mesin Pencari, berbagi foto/video, komentar/like, *notification*, *direct message*, dan *share*. Semua fitur yang dimiliki Instagram terbagi menjadi lima yakni Stories, Direct, IGTV, Shopping, dan Search & Explore.<sup>28</sup>

## Pengertian Informasi

Informasi adalah pemberitahuan atau kabar berita tentang sesuatu.<sup>29</sup> Menurut Soeatminah, informasi merupakan masukan yang diperoleh dari bermacam sumber seperti ide dan pengalaman seseorang, kegiatan operasional, pendapat masyarakat, dan hasil riset atau pengamatan.<sup>30</sup> Lebih detail tentang pengertian informasi dijelaskan dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik dalam BAB I Pasal 1 yakni:

*"Informasi adalah keterangan, pernyataan, gagasan, dan tanda-tanda yang mengandung nilai, makna, dan pesan, baik data, fakta maupun penjelasannya yang dapat dilihat, didengar, dan dibaca yang disajikan dalam berbagai kemasan dan format sesuai dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi secara elektronik ataupun nonelektronik".*

Keberadaan informasi ini menjadi penting bagi setiap manusia karena akan mengurangi ketidakpastian dalam menjalani kehidupan sehari-hari. Manusia selalu berkomunikasi berdasarkan informasi yang dia peroleh.<sup>31</sup> Informasi ini memiliki lima fungsi yakni *fact finding* untuk

---

<sup>28</sup>Features, <https://about.instagram.com/features>

<sup>29</sup>Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Kelima, Aplikasi Luring Resmi Badan Pengembangan Bahasa dan Perbukuan Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia.

<sup>30</sup> Soeatminah, *Perpustakaan, Kepustakawanan, dan Pustakawan* (Yogyakarta: Kanisius, 1991), 49.

<sup>31</sup>James Krikelas, *Information Seeking Behavior: Pattern and Concepts* (Drexel Li-



menjawab pertanyaan yang muncul, *current awareness* untuk mengetahui perkembangan mutakhir, *research* untuk mengetahui bidang tertentu secara lengkap dan mendalam, *briefing* untuk mengetahui topik tertentu secara ringkas dan sepintas, *stimulus* untuk merangsang ide-ide baru.<sup>32</sup>

## Pengertian Promosi

Promosi merupakan kegiatan yang ditujukan untuk mempengaruhi konsumen agar mereka dapat mengenal produk yang ditawarkan oleh perusahaan kepada mereka dan kemudian mereka menjadi senang, lalu membeli produk tersebut.<sup>33</sup> Promosi juga bisa dikategorikan sebagai sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabah.<sup>34</sup>

Menurut Bayu Swastha, promosi adalah arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran.<sup>35</sup>

Dari tiga pendapat di atas bisa disimpulkan bahwa promosi adalah sebuah bentuk komunikasi yang dilakukan dengan tujuan menyebarkan informasi dan mempengaruhi orang lain agar tertarik dan memberikan respon sekaligus ikut berpartisipasi. Bisa dikatakan bahwa promosi adalah bentuk desain untuk menstimulasi munculnya kesadaran (*awareness*), ketertarikan (*interest*), yang berujung pada sebuah penggunaan (*use*) atas layanan, jasa, produk perpustakaan.

---

brary Quarterly, 1983), 8.

<sup>32</sup>David Nicholas, *Assesing Information Needs: Tools and Techniques*. (London: Aslib The Association for Iormation Management, 1996), 13.

<sup>33</sup>Indriyo Gitosudarmo, *Manajemen Pemasaran* (Yogyakarta: BPFE Yogyakarta, 1997), 237.

<sup>34</sup>Kasmir, *Pemasaran Bank* (Jakarta: Kencana, 2005), 175.

<sup>35</sup>Basu Swastha, *Manajemen Pemasaran Modern* (Yogyakarta: Liberty, 2000), 349.

## **Tujuan Media Sosial**

Media sosial merupakan salah satu produk dari perkembangan kecanggihan teknologi informasi yang dimanfaatkan agar memudahkan dalam berpartisipasi, berbagi, menjalin jejaring sosial, dan mengadakan forum antar pengguna. Berikut adalah beberapa tujuan dari pemanfaatan media sosial:

### **1. Ekspresi diri**

Sebagai sebuah lembaga, perpustakaan memiliki banyak kegiatan dan rutinitas yang bisa diceritakan kepada banyak orang. Melalui media sosial masyarakat akan memiliki pengetahuan tentang dunia perpustakaan dan kepeustakawanan. Penyampaian konten yang baik dan menarik tentu akan membuat banyak orang melihat dan mengikuti. Dan tidak kalah pentingnya adalah kesesuaian konten dengan kebutuhan masyarakat serta kontinuitas/istiqomah dalam penyampaian berita/postingan. Banyaknya respon dari masyarakat sebagai follower, koomentator, dan liker tentu akan membuat perpustakaan lebih bergairah dalam pengelolaan konten di media sosial.

### **2. Membentuk Komunitas**

Media sosial dengan sendirinya akan menciptakan sebuah komunitas. Seseorang akan mengikuti pemberitaan tentang hal-hal yang disukai dan berkaitan dengan kebutuhannya, tidak terkecuali perpustakaan.

### **3. Menjalinkan Relationship**

Yang tidak kalah pentingnya adalah terjalinnya hubungan antara pengelola media sosial dengan followernya. Dalam pengelolaan sebuah media sosial dibutuhkan tim admin yang solid dan sinergis. Tim ini nantinya yang bertugas dalam mengelola media sosial. Mulai dari perencanaan, konsep, eksekusi, respon partisipasi, hingga evaluasi.

Respon partisipasi merupakan hal yang sangat penting dalam perkembangan sebuah akun media sosial. Bukan hanya respon cepat

pada setiap pertanyaan, usulan, dan kritik follower, namun juga cara penyampaian narasi yang jelas, baik, dan simpatik merupakan hal yang sangat sensitif untuk dilakukan. Perasaan nyaman pada follower akan membuat mereka betah dan setia dan akan berpartisipasi aktif dalam setiap berita yang kita berikan dengan like atau komentar.

#### 4. Media Promosi

Diperlukan sebuah media agar setiap orang mengetahui apa yang ada di perpustakaan. Salah satu strategi yang dilakukan oleh perpustakaan adalah pemanfaatan media sosial. Strategi ini diperlukan agar semua layanan dan produk perpustakaan lebih dikenal, baik yang sudah ada maupun yang belum/akan agar dapat dimanfaatkan oleh masyarakat.<sup>36</sup>

#### **Akun Instagram @perpustakaanuinsa**

Instagram merupakan salah satu media sosial, selain facebook dan youtube, yang dipilih Perpustakaan UIN Sunan Ampel sebagai sarana diseminasi informasi dan promosi dengan pertimbangan sebagai berikut:

Efektif, karena mayoritas Pemustaka (Sivitas Akademika UIN Sunan Ampel) menggunakan instagram. Sehingga tujuan dari pemanfaatan media sosial yakni tersebarnya informasi layanan dan promosi kepada para follower/user akan dapat dengan mudah dicapai.

Di samping itu, Instagram termasuk medsos yang mudah digunakan dan sangat interaktif. Dalam artian mudah digunakan sebagai sarana komunikasi melalui *chat/direct message* maupun komentar. Sehingga akan memudahkan terjalinnya komunikasi antara pihak pengelola perpustakaan dengan pemustaka, baik dalam memberikan tanggapan atas pertanyaan dan segala bentuk permasalahan yang sedang dialami dengan cepat atau segera.

---

<sup>36</sup>Badolahi Mustafa, *Promosi Jasa Perpustakaan* (Jakarta: Universitas Terbuka, 2010), 21.

Efisien, karena bersifat *free/gratis* dan tidak membutuhkan perangkat berkapasitas besar dalam proses *maintenance*. Instagram bisa dikendalikan/dikelola hanya melalui handphone/smartphone sehingga pengelolaan bisa dilakukan kapanpun dan di manapun dalam kondisi bagaimanapun. Di samping, tentu saja kemudahan dalam proses instalasinya.

Akun @perpustakaanuinsa pertama kali dibuat pada tanggal 28 Februari 2019 dan bisa dikatakan masih baru. Sejarah awal pembuatan akun ini adalah untuk promosi Pekan Kunjung Perpustakaan (PKP) yang rutin dilaksanakan oleh Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya pada setiap bulan September. Program PKP biasa diisi dengan berbagai macam kegiatan seperti bazar, perlombaan, seminar/workshop, dan panggung kreasi. Semua rangkaian kegiatan ini tentu membutuhkan promosi agar terselenggara dengan baik dan meriah. Diharapkan dengan keberadaan akun @perpustakaan, detail kegiatan PKP dapat tersebar dengan cepat kepada para pemustaka dan masyarakat sehingga partisipasi menjadi meningkat.

Dalam perkembangannya akun ini menjadi sarana komunikasi perpustakaan dengan pustakawan melalui promosi layanan, informasi koleksi, informasi ke pustakaan/kepustakawanan, dan liputan kegiatan yang diselenggarakan di gedung perpustakaan (baik oleh pihak intern maupun ekstern).

Sesuai data yang ada, hingga tanggal 29 Juni 2020, akun Instagram @perpustakaan memiliki 291 postingan dan 1831 Follower. Sebuah capaian yang tentunya harus disyukuri, mengingat hanya dalam kurun waktu enam belas bulan sudah ada ribuan Follower yang bergabung. Tentu keberadaan Follower ini sangat menentukan tercapainya tujuan pembuatan akun ini. Semakin banyak Follower yang dimiliki akan memudahkan penyebaran informasi dan promosi yang dilakukan oleh Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya.

## Fungsi akun Instagram @perpustakaanuinsa

Beberapa fungsi yang diperoleh dari pengelolaan akun Instagram @perpustakaanuinsa diantaranya adalah sebagai berikut:

### 1. Sarana Mencari Berita dan Informasi

Bagi Pemustaka yang membutuhkan berita terkini dan informasi tentang perpustakaan bisa memperoleh lewat akun Instagram @perpustakaanuinsa. Mulai dari informasi layanan, produk, pengumuman, dan kegiatan yang diselenggarakan. Kegiatan ini bisa berupa seminar, workshop, dan pelatihan yang diselenggarakan di dalam maupun di luar gedung perpustakaan. Termasuk juga informasi tentang hari penting nasional maupun internasional.

### 2. Sarana Hiburan

Follower @perpustakaanuinsa juga bisa memperoleh hiburan dengan mengikuti kuis atau *challenge* yang diselenggarakan oleh Admin. Tersedia hadiah menarik di beberapa *challenge*/kuis yang diadakan seperti buku bacaan, blocknote, ATK, dan sekedar souvenir. Termasuk ikut berpartisipasi lewat polling sederhana yang diberikan melalui menu *story*.

### 3. Sarana Berkomunikasi

Media sosial bisa digunakan sebagai sarana *chating*, diskusi, dan konsultasi. Komunikasi ini bisa dilakukan secara individu maupun berkelompok melalui tulisan, audio, dan visual. Pemustaka bisa menjalin komunikasi dengan berkonsultasi secara online melalui *Direct Messenger* (DM) tentang berbagai hal yang berkaitan dengan kepastakaan dan kepastakawanan. Pemustaka akan lebih mudah dalam menyampaikan keluhan maupun pertanyaan melalui medsos karena mudah dan realtime. Setiap komunikasi yang masuk melalui komentar postingan maupun DM pada akun @perpustakaanuinsa akan secara cepat direspon oleh Admin untuk mendapatkan solusi/jawaban.

#### 4. Sarana Pengalangan Opini

Dengan media sosial seseorang bisa membuat sebuah opini jika dilakukan secara *massif* dan sistematis. Jika dilakukan secara terus menerus, postingan dari media sosial bisa membentuk opini kepada para pembacanya. Konsep tiap postingan di medsos juga bisa menjadikan ciri khas/*trademark* dari pemilik akun tertentu.

#### 5. Sarana Berbagi

Pemustaka dalam hal ini follower akan mengetahui setiap perkembangan yang ada di perpustakaan. Akun @perpustakaan selalu *update* dan informatif dalam pemberitaan, termasuk kegiatan-kegiatan pemustaka yang dilakukan di dalam gedung/ruangan. Tidak jarang pemustaka dengan mengatasnamakan organisasi intra kampus maupun komunitas baca/non baca menggunakan ruangan pelatihan dan *discussion room* untuk menyelenggarakan berbagai kegiatan, mulai dari rapat, bedah buku, seminar, workshop, hingga pelatihan-pelatihan. Semua kegiatan ini kemudian diliput dan diposting oleh admin @perpustakaanuinsa agar diketahui oleh publik.

Akun @perpustakaanuinsa juga tidak jarang melakukan *repost*. Repost ini biasa dilakukan pada menu story untuk setiap postingan follower yang berkaitan dengan Perpustakaan UINSA mulai gedung, koleksi, layanan, maupun aktifitas didalamnya.

### **Aktifitas Akun @perpustakaanuinsa Selama Masa Pandemi**

Media sosial bisa jadi merupakan sarana terbaik yang bisa dipilih sebagai sarana diseminasi informasi dan promosi program adaptasi yang dilakukan oleh perpustakaan selama masa pandemi. Selain update, tepat waktu, dan tanpa dibatasi ruang dan waktu juga mudah dalam pengelolaannya. Dengan demikian setiap perkembangan yang terjadi di perpustakaan dengan segera dapat diketahui oleh pemustaka.

Tentu saja mengelola medsos lebih mudah dibanding website karena lebih ringan, simpel, praktis, dan interaktif. Medsos juga memiliki nilai

lebih karena lebih familier dengan pemustaka. Hampir semua pemustaka memiliki medsos di handphone/smartphone nya. Nilai lebih lainnya adalah pemustaka lebih nyaman menggunakan medsos daripada web resmi sebagai sarana komunikasi.

Akun Instagram @perpustakaanuinsa digunakan sebagai sarana diseminasi informasi dan promosi dengan berbagai macam strategi. Diantaranya yakni dengan melakukan posting di beranda, postingan story, konsultasi online melalui menu direct messenger, dan partisipasi follower. Partisipasi follower ini bisa berbentuk respon pada setiap postingan (like dan komentar) dan polling pada menu story.

Postingan pada beranda dilakukan menyesuaikan kebutuhan dan momentum. Sedangkan menu story pada Instagram dimanfaatkan hampir setiap hari tentang promosi layanan, promosi koleksi, promosi sumber informasi, polling, dan kuis. Hal ini dilakukan karena pengelolaan story lebih sederhana dibandingkan posting di beranda. Setiap postingan beranda membutuhkan gambar/video dan caption yang detail. Penyajian informasi dilakukan lebih rinci dan panjang. Berbeda dengan story yang cukup menampilkan gambar/video dan caption sederhana sebagai penjelas. Bahkan terkadang tampilan story cukup dengan gambar atau video saja tanpa caption.

Berikut adalah data yang berkaitan dengan pelaksanaan diseminasi informasi dan promosi yang dilakukan akun instagram @perpustakaanuinsa selama masa pandemi.

No	Bulan	Aktifitas @perpustakaanuinsa			
		Posting	Story	Like/Komentar	DM
1	Maret	9	15	1040/48	49
2	April	12	44	817/5	48
3	Mei	14	68	1119/0	12
4	Juni	13	56	2291/100	125
Total		48	183	5267/153	234

Data merupakan rekap aktifitas @perpustakaanuinsa mulai tanggal 20 Maret sd. 24 Juni 2020.

Dari jumlah postingan sebanyak empat puluh delapan kali yang dilakukan oleh akun @perpustakaanuinsa selanjutnya dibagi menjadi 3 cluster tema postingan yakni promosi layanan, informasi penting, dan kegiatan/peringatan hari penting. Cluster promosi layanan berisi tentang postingan yang terkait dengan layanan perpustakaan, prosedur pemanfaatan layanan, dan koleksi. Informasi penting mencakup pengumuman, pengertian dari istilah, dan berita-berita penting lainnya yang bersifat informatif.

Sedangkan cluster kegiatan dan peringatan hari penting berisi tentang kegiatan yang diadakan di gedung perpustakaan oleh pihak perpustakaan maupun pihak lain. Termasuk kegiatan yang penyelenggaraannya melibatkan perpustakaan atau Pustakawan, seperti seminar, workshop, diklat, dan lain sebagainya yang bertemakan kepustakaan/kepustakawanan. Termasuk dalam cluster ini adalah peringatan hari penting nasional maupun internasional.

Adapun rinciannya postingan akun instagram @perpustakaan berdasarkan cluster adalah sebagai berikut:

No.	Bulan	Cluster Postingan		
		Promosi Layanan	Informasi Penting	Kegiatan dan Peringatan Hari Penting
	Maret	5	2	2
	April	3	3	6
	Mei	2	7	5
	Juni	5	4	4

Data merupakan rekap aktifitas @perpustakaanuinsa mulai tanggal 20 Maret sd. 24 Juni 2020.

### **Akun Instagram @perpustakaanuinsa sebagai Sarana Diseminasi Informasi dan Promosi di Masa Pandemi**

Terjadinya wabah Covid-19 di seluruh dunia, termasuk Indonesia, mengharuskan pelayanan publik yang bergerak dalam bidang



jasa membuat terobosan dalam prosedur layanan, tidak terkecuali perpustakaan. Perpustakaan yang selama ini identik dengan tatap muka langsung ketika melakukan pelayanan harus segera mencari formula agar tetap bisa eksis di tengah pandemi.

Kondisi seperti ini membutuhkan kreativitas pengelola perpustakaan untuk menyesuaikan layanan yang ada. Beberapa layanan di perpustakaan mengalami pergeseran. Pelayanan yang awalnya manual dan membutuhkan kehadiran secara fisik di gedung dirubah dengan layanan online. Sebut saja layanan surat keterangan bebas pinjam bagi calon wisudawan. Prosedur pengajuan yang biasanya dilakukan secara manual diganti dengan sistem online. Juga adanya pinjam koleksi online melalui jasa pengiriman online. Dalam hal ini Pemustaka hanya memesan buku yang dibutuhkan dengan menuliskan judul dan nomer panggil di group medsos (*whatsapp/telegram*).

Media sosial menjadi alternatif terbaik sebagai sarana diseminasi informasi, promosi dan komunikasi selama pandemi. Komunikasi lebih nyaman dilakukan melalui medsos karena tidak harus bertatap muka langsung antara pemustaka dan pengelola perpustakaan. Komunikasi/konsultasi bisa dilakukan kapanpun dan dimanapun, bahkan dalam kondisi apapun. Tidak perlu aturan penerapan kode etik mahasiswa seperti bersepatu dan berbaju rapi. Pun demikian dengan Admin medsos, bisa dengan leluasa memberikan jawaban maupun solusi terhadap setiap permasalahan yang ada tanpa harus ribet dengan penampilan. Dari sisi kemudahannya, sungguh banyak manfaat yang diperoleh dari media sosial sebagai sarana diseminasi informasi dan promosi perpustakaan.

Melihat data aktifitas akun instagram @perpustakaanuinsa di atas, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Ada dua puluh satu postingan yang mempunyai lebih dari seratus LIKE
2. Ada dua belas postingan yang dikomentari oleh para follower.

3. Bulan Juni ada seratus dua puluh lima Direct Message yang merupakan angka tertinggi dibanding bulan-bulan lainnya. Hal ini dikarenakan akan segera berakhirnya masa WFH di lingkungan UIN Sunan Ampel Surabaya

Dari analisa data ini diperoleh gambaran bahwa pemustaka yang dalam hal ini follower cukup responsif dalam menanggapi setiap postingan yang ada di akun instagram @perpustakaanuinsa. Hal ini bisa dilihat pada setiap komentar pada masing-masing postingan yang berkaitan langsung dengan tema. Demikian pula yang terjadi pada setiap kiriman pesan melalui direct message. Mayoritas pertanyaan berkaitan dengan layanan dan prosedur pemanfaatan layanan.

## **Kesimpulan**

Melakukan penyesuaian sistem layanan oleh perpustakaan di era pandemi merupakan sebuah keharusan. Beberapa perubahan prosedur pemanfaatan layanan yang mulanya *offline*/tatap muka langsung menjadi online sudah dilakukan seperti hadirnya proses verifikasi online dalam pemberian surat keterangan bebas pinjam, penyediaan *repository*, *eresources*, *ebook*, *ejournal*, dan perpustakaan digital melalui vendor seperti KUBUKU. Pola layanan dalam jaringan (daring) dan koleksi digital sudah saatnya menjadi unggulan. Hal ini dilakukan agar fungsi perpustakaan sebagai tempat pemenuhan kebutuhan pendidikan, penelitian, pelestarian, informasi, dan rekreasi tetap dapat dijalankan.

Tentu semua layanan terbaru dan sarana informasi online ini membutuhkan media agar diketahui oleh pemustaka. Dan akun media sosial Instagram @perpustakaanuinsa mampu dijadikan sebagai media promosi dan diseminasi informasi yang ada di Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya. Hal ini bisa dilihat dari banyaknya respon dari follower yang mayoritas merupakan pemustaka. Media sosial menjadikan pemustaka lebih mudah berkomunikasi dan berpartisipasi aktif dalam setiap promosi dan informasi yang ada.

Dengan pengelolaan yang baik seperti rutin update informasi penting tentang perpustakaan dan memberikan respon cepat atas setiap pertanyaan yang ada, diharapkan media sosial menjadi pilihan utama pemustaka dalam memenuhi kebutuhan informasi yang berkaitan dengan kepastakaan dan kepastakawanan.

## **Daftar Pustaka**

- Budiargo, Dian. 2015. *Berkomunikasi ala Net Generation*. Jakarta: PT ElexMedia Komputindo Kompas Gramedia, 2015.
- Dailey, Patrick R. 2009. *Social Media: Finding Its Way Into Your Business Strategy and Culture*. Burlington: Lingkage.
- Gitosudarmo, Indriyo. 1997. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: BPFE Yogyakarta.
- James Krikelas. 1983. *Information Seeking Behavior: Pattern and Concepts*. Drexel Library Quarterli.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Kelima: Aplikasi Luring Resmi Badan Pengembangan Bahasa dan Perbukuan Kmenterian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia
- Kasmir. 2005. *Pemasaran Bank*. Jakarta: Kencana.
- Kurniali, Sartika. 2011. *Peran Media Sosial di Internet pada Penerapan Proses Knowledge Management*. ComTech: Computer, Mathematics and Engineering Applications 2, No. 1, June 1.
- Makmur, Testiani. 2015. *Perpustakaan Era Keterbukaan Informasi Publik*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2015.
- Mukhlason, Ahmad dan Jawiy, Abdillah Yafi Al. 2012. *Jejaring Sosial dan Dampak bagi Penggunaanya*. Teknologi: Jurnal Ilmiah Sistem Informasi Vol. 1 No. 1.

- Mustafa, Badolahi. 2010. *Promosi Jasa Perpustakaan*. Jakarta: Universitas Terbuka.
- Nicholas, David. 1996. *Assesing Information Needs: Tools and Techniques*. London: Aslib The Association for Iormation Management.
- Pendit, Putu Laxman. 2007. *Perpustakaan Digital: Perspektif Perpustakaan Perguruan Tinggi Indonesia*. Jakarta: CV. Sagung Seto.
- Poerwodarminto, WJS. 1993. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Swastha, Basu. 2000. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Soeatminah. 1991. *Perpustakaan, Kepustakawanan, dan Pustakawan*. Yogyakarta: Kanisius, 1991.
- Tim Pusat Humas Kementerian Perdagangan RI. 2014. *Panduan Optimalisasi Media Sosial untuk Kementrian Perdagangan RI*. Jakarta: Pusat Kementrian Perdagangan RI.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik
- <https://about.instagram.com/>
- <https://ekbis.sindonews.com>
- <https://id.wikipedia.org>
- <https://instagram-press.com>
- <https://www.kompasiana.com>
- <https://www.menpan.go.id>
- <https://tekno.kompas.com>



**Hary Supriyatno**, lahir di Jombang pada tanggal 23 November 1978. Bergelar pendidikan Sarjana Agama (S.Ag.) Fakultas Tabiyah IAIN Sunan Ampel Surabaya pada tahun 2001 dan Magister Pendidikan IAI Qomaruddin Gresik tahun 2020 dengan predikat lulusan terbaik dengan judul Tesis Peran Perpustakaan dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi bagi Penyelesaian Tugas Akhir Mahasiswa.

Berstatus sebagai Pustakawan Muda pada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, penulis merupakan petugas layanan pada bagian Koleksi Tandon dan Serial. Tugas tambahan lainnya adalah sebagai Pengelola Media Sosial dan Bagian Promosi. Beberapa karya tulis ilmiah yang pernah dimuat pada jurnal online diantaranya yakni, Partisipasi Masyarakat dalam Pengembangan Perpustakaan Perguruan Tinggi (IJAL), Otimalisasi Pemanfaatan Institusional Repository melalui Penerapan Upload Mandiri (Pustakaloka), Peran Perpustakaan dalam Peningkatan Mutu Pendidikan Perguruan Tinggi (Inovasi BDK Surabaya), dan Redesain Layanan Bebas Pinjam Selama Masa Pandemi Covid-19 di Perpustakaan UIN Sunan Ampel (Al MAktabah).

Saat ini, penulis berdomisili di Pondok Permata Suci (PPS) Gresik, yakni kurang lebih 30 KM arah barat Surabaya. Untuk kritik, saran, atau sekedar sapa, para pembaca tidak perlu sungkan dan ragu untuk mengirimkannya melalui email [haryperpus@gmail.com](mailto:haryperpus@gmail.com). Semoga, senantiasa bertambah kebaikan dan kemanfaatan bagi kita semua. Amin.

# Kreatif atau Mati

## PERPUSTAKAAN PERGURUAN TINGGI ISLAM MERESPON PANDEMI

Pandemi Covid-19 yang menimpa dunia telah mempengaruhi aspek ekonomi, sosial dan pendidikan. Dalam dunia pendidikan, kebijakan pembelajaranpun tiba-tiba harus menyesuaikan keadaan; kelas yang biasanya luring tiba-tiba harus menjadi kelas pembelajaran daring, guru dan dosen harus menyiapkan perangkat baru guna bisa kebersamai siswa dan mahasiswa dalam proses transformasi ilmu pengetahuan, demikian pula perpustakaan harus tetap ada dalam mengawal pembelajaran dan penelitian. Perpustakaan Perguruan tinggi dalam lingkungan Perguruan Keagamaan Tinggi Islam (selanjutnya disebut PTKIN) juga mencoba tetap bertahan melakukan layanan di masa pandemi dengan berbagai startegi yang disesuaikan dengan lingkungan masing-masing.

Pada buku "*Kreatif atau Mati: Perpustakaan Perguruan Tinggi Keagamaan Islam Negeri Merespon Pandemi*" ini pustakawan menuliskan bagaimana mereka melakukan layanan di masa pandemi sesuai dengan kondisi masing-masing. Dalam kondisi pandemi, kreatifitas mereka ditantang dan jawaban terhadap tantangan tersebut tertulis di dalam buku ini. Kreativitas adalah kunci kehidupan. Mereka yang kreatif akan tetap bertahan dan melaju ke depan hingga mendapat rekognisi dari pemustaka hingga penentu kebijakan. Dan begitulah seharusnya perpustakaan perguruan tinggi, visible dan selalu memberi solusi terhadap persoalan akademik yang ada di sekitarnya.

**-Labibah Zain-**

**Ketua APPTIS dan Kepala Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga**

### Penulis:

Nurmalina - Komarudin - Sirajuddin - Fransisca - Hary Supriyatno  
Syarwan Ahmad - Bahrul Ulumi - Ifonilla Yenianti - Indah Wijaya Antasari  
Nisa-un Naja - Rohai Indah Indrakasih - Rika Kurniawati - Muhamad Hamim  
Ida Nor'aini Hadna

**azyan**

AZYZAN MITRA MEDIA

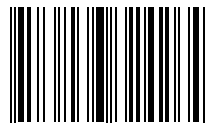
✉ azyanpublishing@gmail.com

🌐 azyanmitramedia.com

📄 penerbit\_azyan



ISBN: 978-623-6324-26-4



9 786236 324264