

Optimalisasi Library Visitor Engagement Sebagai Strategi Peningkatan Budaya Literasi Mahasiswa

Optimizing Library Visitor Engagement as a Strategy for Enhancing Student Literacy Culture

Imam Thobroni¹, Iin Marlina², Imas Fathonah³, Nenden Serena Hidayani⁴, Ady Cahyadi^{5*}
^{1,2,3,4,5}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta
Email*: ady.cahyadi@uinjkt.ac.id

Dikirim: 16-04-2026 | Direvisi: 18-04-2026 | Diterima: 23-04-2026 | Tersedia Online: 29-06-2026

Abstrak

Rendahnya kunjungan fisik ke perpustakaan perguruan tinggi di era disrupsi digital menjadi tantangan serius bagi budaya literasi mahasiswa. Pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan minat baca dan kehadiran mahasiswa di Perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) UIN Syarif Hidayatullah Jakarta melalui strategi Library Visitor Engagement berbasis kampanye digital. Metode pelaksanaan menggunakan pendekatan Participatory Action yang meliputi tahap persiapan konten kreatif, diseminasi melalui media sosial Instagram dan website fakultas, serta program rekognisi "Si Paling Perpustakaan". Hasil kegiatan menunjukkan efektivitas kampanye digital yang cukup tinggi, terlihat dari 3.003 tayangan pada video edukasi praktis dan tingginya interaksi pada konten rekognisi. Dampak nyata terlihat pada total kunjungan fisik tahun 2025 yang mencapai 11.102 kunjungan, dengan puncak kunjungan bulanan melampaui 2.859 orang dibanding kunjungan pada tahun sebelumnya yang hanya mencapai 5.100 kunjungan. Program ini berhasil mentransformasi citra perpustakaan menjadi pusat aktivitas akademik yang inklusif dan responsif terhadap kebutuhan mahasiswa.

Kata Kunci: Library Visitor Engagement, Minat Baca, Kampanye Digital, Perpustakaan, Literasi.

Abstract

The decline in physical visits to university libraries during the digital disruption era poses a significant challenge to student literacy culture. This community service project aims to enhance reading interest and physical attendance at the Library of the Faculty of Economics and Business (FEB) UIN Syarif Hidayatullah Jakarta through a "Library Visitor Engagement" strategy driven by digital campaigns. The project was implemented using a Participatory Action approach, which included the preparation of creative content, dissemination via Instagram and the faculty website, and the "Si Paling Perpustakaan" (The Most Frequent Visitor) recognition program. Results indicate the effectiveness of these digital campaigns, evidenced by 3,003 views on practical educational videos and significant engagement on recognition-based content. The tangible impact is reflected in the total physical attendance for 2025, which reached 11,102 visits, with monthly peaks exceeding 2,859 visitors during the odd semester compared to the previous visit, which only reached 5,100 visits. This program successfully transformed the library's image into an inclusive academic hub that is highly responsive to the needs of Gen Z students.

Keywords: Library Visitor Engagement, Literacy Interest, Digital Campaigns, University Library, Literacy.

1. Pendahuluan

1.1 Analisis Situasi dan Tinjauan Teoretis

Di era informasi yang serba cepat, perpustakaan perguruan tinggi sering kali dianggap sekadar sebagai tempat penyimpanan buku konvensional. Padahal, dalam kajian psikologi pendidikan, literasi tidak hanya dimaknai sebagai kemampuan membaca teks, melainkan sebagai proses internalisasi pengetahuan yang dipengaruhi oleh pengalaman psikologis mahasiswa. Perpustakaan sejatinya berfungsi sebagai "ruang psikologis" yang aman untuk membangun konsentrasi, memfasilitasi kolaborasi akademik, dan mengurangi perasaan terisolasi, yang pada akhirnya berkontribusi terhadap kesejahteraan psikologis dan keterikatan (*engagement*) mahasiswa.

Namun, realitas menunjukkan adanya penurunan trafik kunjungan fisik mahasiswa generasi saat ini (Gen Z) ke perpustakaan. Pergeseran ini sangat dipengaruhi oleh karakteristik minat baca Gen Z di era disrupsi digital. Studi menunjukkan bahwa Gen Z tidak kehilangan minat baca, melainkan pola konsumsi informasi mereka telah berubah menjadi lebih fleksibel, interaktif, dan didominasi oleh akses digital yang praktis. Penelitian mencatat bahwa mayoritas responden Gen Z (76,5%) menganggap media digital lebih menarik dibandingkan media cetak karena faktor aksesibilitas.

Perubahan pola baca ini juga tidak terlepas dari masifnya paparan media sosial. Konsumsi konten berdurasi singkat yang terus-menerus di media sosial berdampak pada menurunnya kemampuan mahasiswa Gen Z untuk fokus pada teks panjang secara mendalam (*deep reading*). Meski demikian, literatur terbaru juga menegaskan bahwa media sosial memiliki sisi positif sebagai katalis literasi; platform visual dan komunitas daring (seperti rekomendasi buku melalui video pendek) terbukti berperan signifikan dalam membentuk pilihan bacaan dan menarik minat generasi muda.

Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) UIN Syarif Hidayatullah Jakarta memiliki fasilitas perpustakaan yang representatif, namun diperlukan upaya proaktif untuk mendekatkan layanan tersebut ke dalam ekosistem digital mahasiswa. Mengingat hambatan utama dalam meningkatkan *student engagement* di perpustakaan sering kali adalah kurangnya kesadaran (*awareness*) mahasiswa terhadap nilai layanan yang ditawarkan, tantangan utamanya adalah bagaimana memanfaatkan kebiasaan konsumsi media sosial Gen Z sebagai jembatan menuju literasi akademik.

1.2 Masalah dan Solusi

Permasalahan mitra adalah rendahnya keterikatan (*engagement*) fisik mahasiswa terhadap layanan perpustakaan di tengah tingginya distraksi digital. Berpijak pada landasan teoretis di atas, program pengabdian ini menerapkan strategi *Library Visitor Engagement* melalui kampanye digital yang terintegrasi. Pendekatan ini bertujuan untuk melakukan *rebranding* perpustakaan menjadi ruang sosial-akademik yang modern, solutif, dan apresiatif. Melalui optimalisasi kanal Instagram @feb_uinjktofficial dan website resmi www.feb.uinjkt.ac.id, program ini memanifestasikan konten visual digital sebagai intervensi psikologis untuk menstimulasi kembali ghirah literasi dan kehadiran fisik mahasiswa.

2. Metode Pelaksanaan

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan dengan tahapan sebagai berikut:

1. Tahap Observasi: Menganalisis data kunjungan tahun-tahun sebelumnya untuk mengidentifikasi tren dan kebutuhan mahasiswa.
2. Produksi Konten: Menyusun materi visual berupa video *Reels* Instagram, infografis layanan, dan artikel berita website yang fokus pada kemudahan fasilitas.
3. Diseminasi Digital: Mengunggah konten secara berkala melalui media sosial fakultas dan website resmi.
4. Implementasi Program Rekognisi: Menjalankan program "Si Paling Perpus" sebagai apresiasi kepada pengunjung teraktif berdasarkan statistik kunjungan.
5. Evaluasi: Mengukur keberhasilan melalui metrik digital (*views, likes*) dan data fisik (jumlah kunjungan tahunan).

3. Hasil dan Pembahasan

3.1. Performa Kampanye Digital melalui Platform Resmi

Strategi *engagement* digital dijalankan melalui konten-konten solutif yang relevan dengan kebutuhan mahasiswa:

- Instagram (@feb_uinjktofficial): Video *Reels* mengenai panduan penggunaan loker perpustakaan berhasil menjangkau audiens secara luas dengan 3.007 tayangan dan 99 *likes*.

Gambar 1. Tangkapan Layar Konten Perpustakaan di Instagram



Postingan program "Si Paling Perpus" memperoleh respons tinggi dengan 360 *likes* dan 12 komentar.

Gambar 2. Tangkapan Layar Insta Post "Si Paling Perpus"



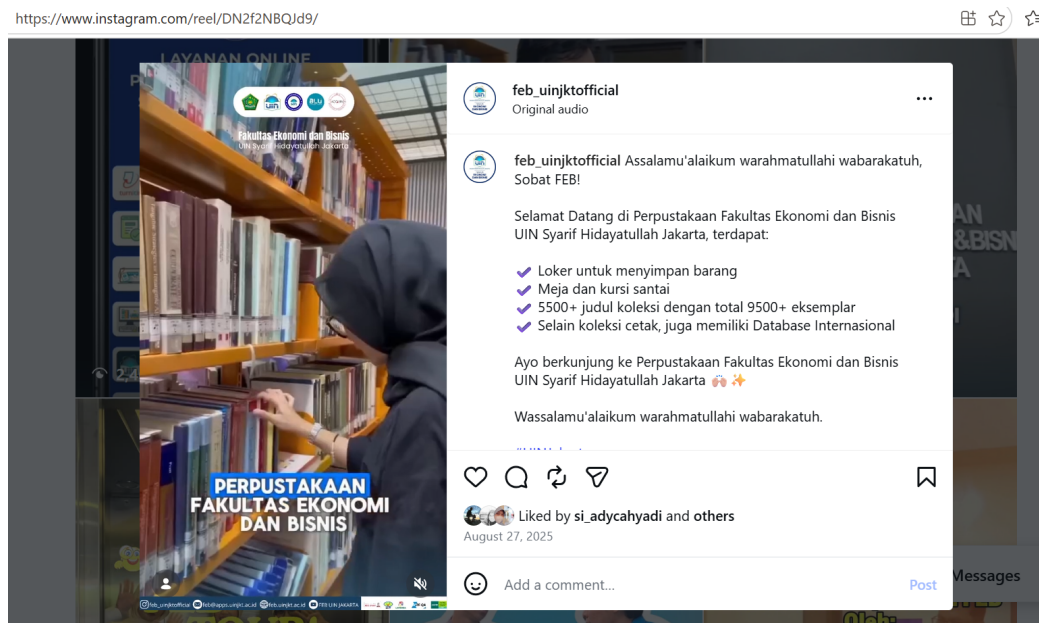
Postingan video reels tentang kondisi kekinian perpustakaan mendapatkan 2772 tayangan.

Gambar 3. Tangkapan Layar “Video Layanan Perpustakaan” di Instagram
 Postingan mengenai ajakan mengunjungi perpustakaan mendapatkan 3199 kali tayang.

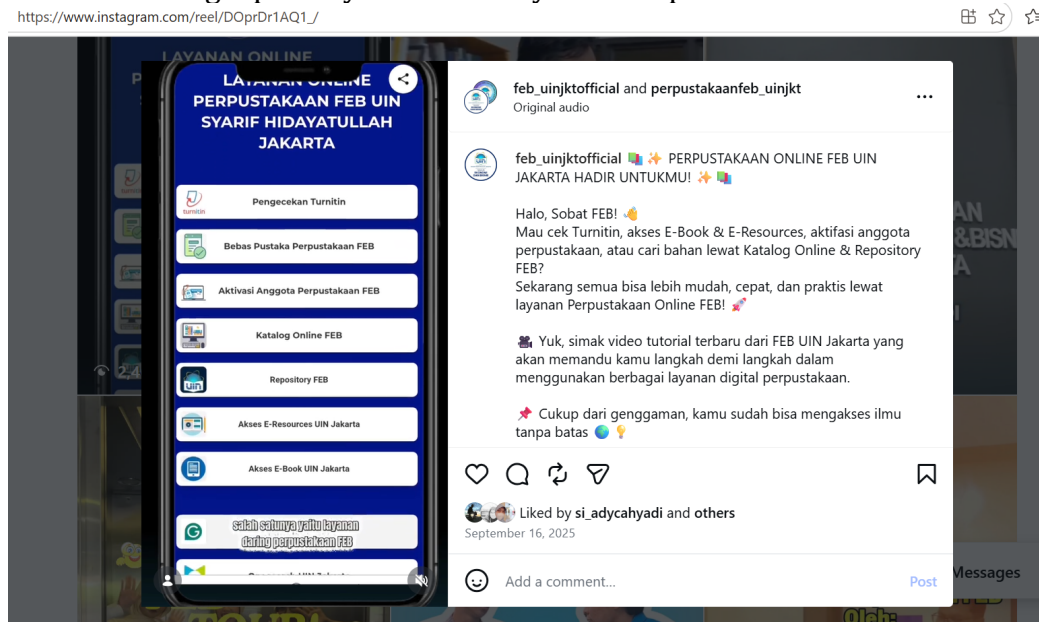


Gambar 4. Tangkapan Layar Video Ajakan Ke Perpustakaan

Sementara postingan tentang layanan online perpustakaan mendapatkan 2461 kali tayang



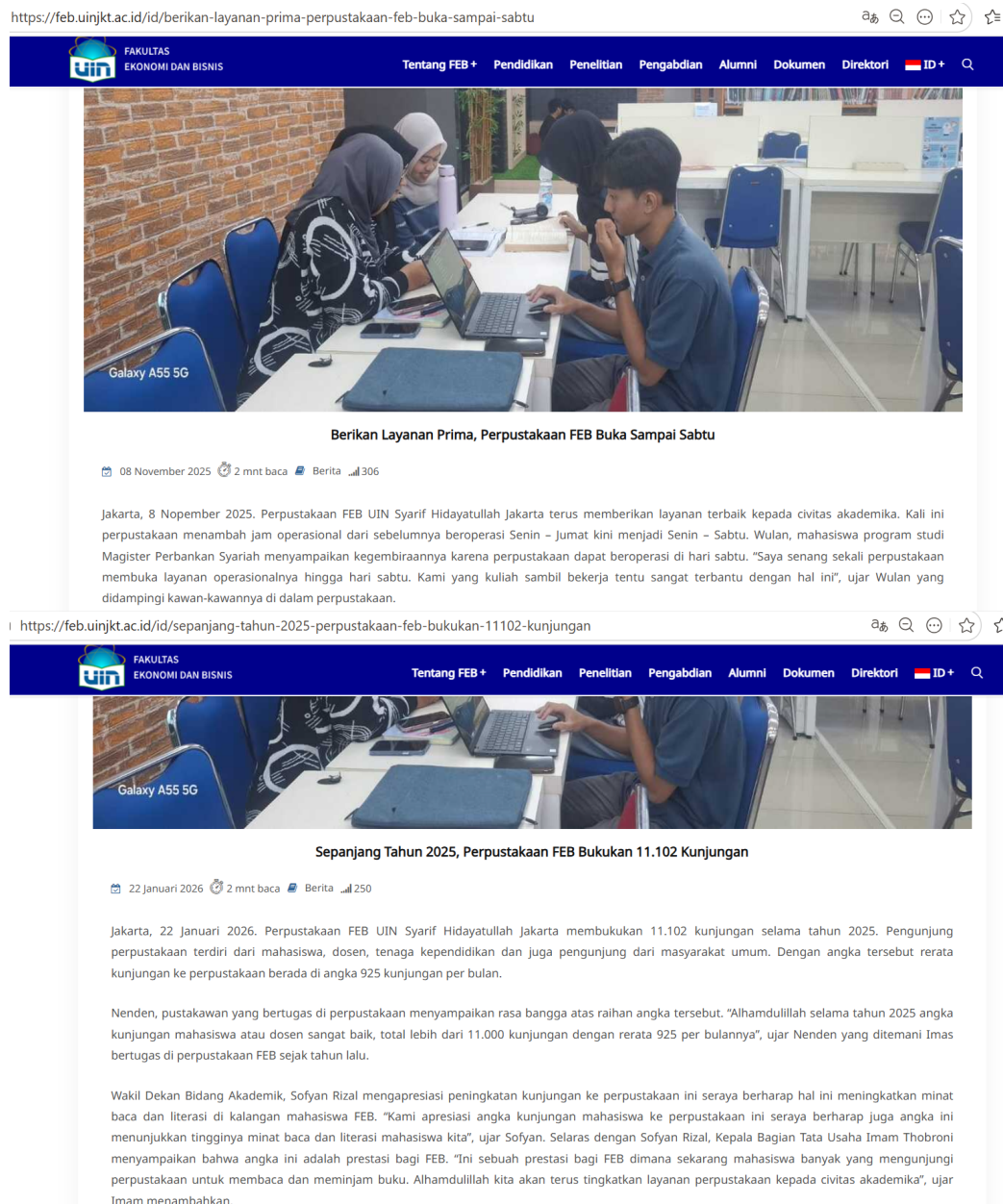
Gambar 5. Tangkapan Layar Konten Layanan Perpustakaan



Gambar 6. Tangkapan Layar Berita Perpustakaan di Website FEB

- Website (www.feb.uinjkt.ac.id): Artikel berita berjudul "Berikan Layanan Prima Perpustakaan FEB Buka Sampai Sabtu" mencatat 306 kali tayangan, sementara berita rekapitulasi capaian kunjungan tahunan dilihat sebanyak 249 kali.

Berita rekapitulasi capaian kunjungan tahunan dilihat sebanyak 249 kali.



Gambar 7. Tangkapan Layar Berita Kunjungan Perpustakaan di website FEB

3.2. Program Apresiasi "Si Paling Perpustakaan"

Sebagai bentuk rekognisi atas loyalitas mahasiswa, perpustakaan memberikan penghargaan kepada 5 mahasiswa dengan frekuensi kunjungan tertinggi sepanjang tahun 2025 yakni Shafa Rifkia Amalina dari program studi manajemen, Adillah Himatul Ulya dari program studi akuntansi, Annisa Laras Putri dari program studi ekonomi Pembangunan, Fitri Aulia Kamal dari program studi perbankan syariah, dan Ananda Adriansyah dari program studi ekonomi syariah. Penentuan pemenang didasarkan pada statistik kunjungan riil per program studi. Para pemenang diberikan apresiasi masing-masing berupa cokelat Silverqueen, yang secara simbolis meningkatkan motivasi mahasiswa lainnya untuk memanfaatkan fasilitas perpustakaan secara intensif.

3.3. Analisis Kenaikan Kunjungan Fisik

Intervensi digital memberikan dampak linier yang signifikan pada volume kehadiran mahasiswa di perpustakaan. Sepanjang tahun 2025, Perpustakaan FEB mencatatkan total kunjungan sebanyak 11.102 orang.

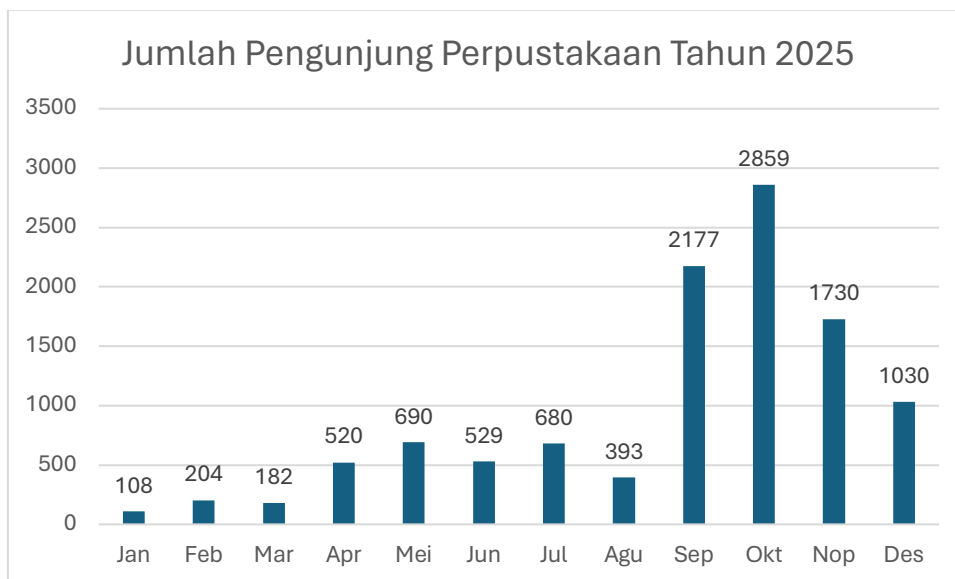
Berdasarkan data statistik kunjungan tahunan, terjadi lonjakan masif pada tahun 2025 dimana total kunjungan mencapai 11.102 orang melonjak hampir 2x lipat dibanding tahun sebelumnya. Sementara pada tahun-tahun sebelumnya tercatat: 2022 sebanyak 949 orang, 2023 sebanyak 5.317 orang, dan 2024 sebanyak 5.142 orang, seperti yang terlihat pada grafik berikut:

Tabel 1. Jumlah Pengunjung Perpustakaan 2022-2025



Sementara itu, berdasarkan data statistik kunjungan perbulan pada tahun 2025. Jumlah kunjungan terbanyak terjadi pada bulan Oktober dengan 2.859 kunjungan, disusul bulan September dengan 2.177 kunjungan, dan Nopember dengan 1.730 kunjungan, seperti tampak pada grafik berikut:

Tabel 2. Jumlah Pengunjung Bulanan Perpustakaan Tahun 2025



3.4. Pembahasan dan Analisis Teoretis

Keberhasilan strategi pengabdian ini menegaskan bahwa transformasi perpustakaan menjadi ruang yang *user-friendly* sangat bergantung pada integrasi komunikasi digital dan pendekatan psikologis yang berpusat pada pengguna. Pemanfaatan Instagram dan *website* sejalan dengan teori *Library Visitor Engagement* di mana perpustakaan harus proaktif memosisikan dirinya dalam ekosistem digital untuk menjembatani kesenjangan antara ruang fisik dan ruang maya. Kehadiran konten visual edukatif seperti panduan loker berhasil meruntuhkan hambatan akses (*access barrier*) dan mengubah persepsi perpustakaan menjadi fasilitas yang responsif.

Lebih jauh, tingginya interaksi pada program "Si Paling Perpustakaan" serta lonjakan kunjungan fisik hingga 11.102 kunjungan dapat dijelaskan melalui teori Gamifikasi (*Gamification*) dalam pendidikan dan layanan perpustakaan. Secara konseptual, gamifikasi adalah penerapan elemen-elemen desain permainan (seperti tantangan, kompetisi, papan peringkat, dan penghargaan) pada konteks non-permainan untuk merangsang motivasi, keterlibatan, dan perubahan perilaku pengguna.

Dalam program ini, apresiasi berbasis data statistik kunjungan bertindak sebagai sistem penghargaan (*reward system*) yang merangsang motivasi ekstrinsik dan intrinsik mahasiswa. Penggunaan penghargaan (berupa coklat Silverqueen) yang dipublikasikan di media sosial memicu sentuhan *fun theory*; sebuah prinsip di mana individu bersedia dan secara sukarela melakukan suatu kegiatan (dalam hal ini berkunjung ke perpustakaan) karena prosesnya difasilitasi dengan kegembiraan dan rekognisi atas pencapaian (*achievement*). Integrasi antara kebijakan layanan (operasional hingga hari Sabtu) dan sistem apresiasi ala gamifikasi inilah yang terbukti sangat efektif mengonversi interaksi pasif di media digital menjadi partisipasi kunjungan yang aktif secara luring.

Kesimpulan

Program pengabdian masyarakat melalui penerapan strategi *Library Visitor Engagement* berbasis kampanye digital terbukti secara signifikan mampu mengatasi masalah rendahnya minat kunjungan mahasiswa ke perpustakaan. Optimalisasi

platform Instagram dan *website* resmi fakultas, yang dipadukan dengan program apresiasi "Si Paling Perpustakaan", berhasil mengonversi audiens digital menjadi pengunjung aktif. Hal ini dibuktikan dengan pencapaian rekor 11.102 kunjungan fisik sepanjang tahun 2025, dengan puncaknya pada semester ganjil yang melampaui 2.859 pengunjung per bulan. Strategi ini berhasil meruntuhkan stigma perpustakaan sebagai ruang yang kaku, dan sukses mentransformasi citranya menjadi pusat kolaborasi akademik yang modern, inklusif, dan sangat relevan dengan gaya hidup mahasiswa Generasi Z.

Keberhasilan program ini memiliki implikasi penting, baik secara teoretis maupun praktis:

- Implikasi Teoretis: Hasil pengabdian ini memperkuat literatur mengenai efektivitas teori gamifikasi (*gamification*) dan *fun theory* dalam ranah pendidikan tinggi. Integrasi elemen permainan—seperti kompetisi berbasis data dan pemberian *reward*—terbukti valid sebagai intervensi psikologis untuk menstimulasi motivasi intrinsik mahasiswa dalam berliterasi.
- Implikasi Praktis: Program ini menginisiasi pergeseran paradigma manajemen perpustakaan dari pendekatan tradisional menuju pendekatan *phygital* (integrasi ruang fisik dan digital). Perpustakaan perguruan tinggi kini dituntut untuk tidak hanya memikirkan kelengkapan koleksi buku, tetapi juga harus secara aktif memosisikan diri sebagai entitas digital yang komunikatif dan responsif terhadap tren mahasiswa.

Berdasarkan hasil pelaksanaan dan evaluasi program, terdapat beberapa saran untuk pengembangan dan keberlanjutan kegiatan di masa mendatang:

1. Diversifikasi Program Apresiasi: Pengelola perpustakaan disarankan untuk memperluas variasi dan frekuensi program rekognisi, tidak hanya terpaku pada kuantitas kunjungan, tetapi juga kualitas literasi (misalnya: *reviewer* buku terbaik bulan ini, atau peminjam literatur referensi terbanyak).
2. Integrasi Sistem: Perlu adanya integrasi yang lebih mulus antara sistem informasi perpustakaan (katalog digital/repositori) dengan platform media sosial, sehingga mahasiswa dapat langsung mengakses ketersediaan buku melalui tautan yang dipromosikan di Instagram atau *website*.
3. Keberlanjutan Evaluasi: Disarankan untuk melakukan survei kepuasan pengunjung secara berkala pasca-kampanye guna memetakan preferensi fasilitas fisik (seperti *co-working space* atau ruang diskusi) yang paling dibutuhkan mahasiswa setelah mereka terdorong untuk datang ke perpustakaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Buckley, P., & Doyle, E. (2016). Examining the effectiveness of gamification as a tool promoting teaching and learning in educational settings: A meta-analysis. *Journal of Computer Assisted Learning*, 32(6), 574–592. <https://doi.org/10.1111/jcal.12158>
- Deterding, S., Dixon, D., Khaled, R., & Nacke, L. (2011). From game design elements to gamefulness: Defining gamification. Dalam *Proceedings of the 15th International Academic MindTrek Conference: Envisioning Future Media Environments* (hlm. 9–15). <https://doi.org/10.1145/2181037.2181040>

- Hamari, J., Koivisto, J., & Sarsa, H. (2014). Does gamification work? A literature review of empirical studies on gamification. Dalam *2014 47th Hawaii International Conference on System Sciences* (hlm. 3025–3034). <https://doi.org/10.1109/HICSS.2014.377>
- Krisdiana, R. (2017). *Potensi pengembangan produk olahan untuk pemenuhan gizi masyarakat*. [Laporan Penelitian/Dokumen Teknis].
- Kwon, H., & Özpolat, K. (2021). The role of gamification in user engagement. *Decision Support Systems*, 142, 113463. <https://doi.org/10.1016/j.dss.2020.113463>
- Lee, J. (2019). On the application of gamification elements in libraries. *Journal of Information Science Theory and Practice*, 7(1), 47–57. <https://doi.org/10.1633/IISTaP.2019.7.1.4>
- Perpustakaan FEB UIN Jakarta. (2024). *Laporan statistik kunjungan Perpustakaan FEB UIN Jakarta tahun 2022-2024*. UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Rathod, M. S. G. (2025). Gamification in libraries: Strategies for user engagement and skill development. *ESP International Journal of Science, Humanities & Management Studies (ESP-IJSHMS)*.
- Rumijati, A., dkk. (2021). Rebranding untuk meningkatkan nilai tambah produk. *Budimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(2).
- Yuliarti, N. C., & Budiono, B. (2019). Sosialisasi peningkatan usaha melalui media digital. *Jurnal Pengabdian Masyarakat IPTEKS*, 5(2).