



Isu Kesenjangan Informasi Pada Video Edukasi Layanan dan Fasilitas Perpustakaan Universitas Indonesia

Ramanda Tsany Panji Asmoro

Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta

mandatsany@gmail.com

Nida Hasanah

Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta

hanasaya07@gmail.com

Parhan Hidayat

Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta

parhan.hidayat@uinjkt.ac.id

Received: 20 April 2026

Accepted: 15 Juni 2026

Published: 28 Juni 2026

ABSTRACT - Digital marketing through YouTube has become an important strategy for universities and libraries in the information age. However, visual narratives in promotional videos can create ambiguous public interpretations regarding access rights. This study analyzes the representation of a library's image and public responses to information gaps in promotional content. Using a descriptive qualitative approach, data were collected through non-participant observation of the video "Layanan dan Fasilitas Perpustakaan UI" and documentation of audience comments related to accessibility. Data were analyzed using Teun A. van Dijk's Critical Discourse Analysis model, covering macrostructure, superstructure, microstructure, social cognition, and social context. The findings show that the video successfully portrays the library as modern, prestigious, and technology-driven. Nevertheless, audience responses revealed concerns about physical access rights that were not clearly explained. The study concludes that digital library promotion should balance visual appeal with transparent access policies to ensure inclusivity and reduce gaps between public expectations and actual service access.

Keywords: Information Accessibility; Critical Discourse Analysis; Information Gaps; Youtube

ABSTRAK - Pemasaran digital melalui YouTube telah menjadi strategi penting bagi universitas dan perpustakaan di era informasi. Namun, narasi visual dalam video promosi dapat menciptakan interpretasi publik yang ambigu mengenai hak akses. Studi ini menganalisis representasi citra perpustakaan dan respons publik terhadap kesenjangan informasi dalam konten promosi. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, data dikumpulkan melalui observasi non partisipan video "Layanan dan Fasilitas Perpustakaan UI" dan dokumentasi komentar audiens terkait aksesibilitas. Data dianalisis menggunakan model Analisis Wacana Kritis Teun A. van Dijk, yang mencakup makrostruktur, superstruktur, mikrostruktur, kognisi sosial, dan konteks sosial. Temuan menunjukkan bahwa video tersebut berhasil menggambarkan perpustakaan sebagai modern, bergengsi, dan berbasis teknologi. Meskipun demikian, respons audiens mengungkapkan kekhawatiran tentang hak akses fisik yang tidak dijelaskan secara jelas. Studi ini menyimpulkan bahwa promosi perpustakaan digital harus menyeimbangkan daya tarik visual dengan kebijakan

akses yang transparan untuk memastikan inklusivitas dan mengurangi kesenjangan antara harapan publik dan akses layanan aktual.

Kata Kunci: Aksesibilitas Informasi; Analisis Wacana Kritis; Kesenjangan Informasi; Youtube

A. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi telah berkembang dengan pesat, termasuk dalam bidang *digital marketing*. Hal ini berdampak pada perpustakaan untuk dapat menggunakan strategi *digital marketing* dalam mempromosikan layanan jasa informasi, koleksi dan fasilitas yang dimiliki perpustakaan (Khulzannah & Siregar, 2024). Berbagai inovasi layanan perpustakaan harus terus dikembangkan guna meningkatkan efisiensi dan efektivitas layanan bagi pemustaka (Ishak & Eva Rabita, 2019). Cara tersebut dapat dilakukan dengan menggunakan platform YouTube yang menjadi salah satu pilihan strategis karena efektif dalam menyebarkan informasi kepada masyarakat luas (Suharsono & Nurahman, 2024).

Perpustakaan Universitas Indonesia (UI), sebagai pengguna YouTube, menampilkan berbagai konten promosi dan edukasi, salah satunya adalah video pengenalan fasilitas perpustakaan. Salah satu video promosi hanya menampilkan kegiatan mahasiswa saja, sehingga menimbulkan kesan

kepada penonton bahwa Perpustakaan Universitas hanya bagi orang yang menjadi bagian dari kampus. Maka dari itu, kajian ini dilakukan untuk menjelaskan bagaimana makna dan pesan dalam konten dapat membentuk pandangan penonton.

Penelitian pemanfaatan media sosial sebagai media promosi perpustakaan telah banyak dilakukan, antara lain oleh Prolintan dan Nurrohmah (2020), Prameswari dan Irawati (2024), Rahmawati dan Rahmi (2021), dan terakhir oleh Anggraeni dan Laksmi (2024). Sementara itu, dalam ranah komunikasi digital, Trisilya dan Istiqomah (2025) menekankan tentang krusialnya strategi konten interaktif dan konsistensi *branding* untuk membangun keterlibatan pengguna (*user engagement*).

Studi-studi tersebut umumnya hanya sebatas mengkaji aspek keberhasilan kuantitatif seperti jumlah *like*, komentar, dan *view*. Keterbatasan tersebut menjadi celah (*research gap*) yang hendak diisi oleh kajian ini, yaitu menganalisis disonansi wacana antara

kemegahan visual fasilitas digital institusi dan ketidakjelasan regulasi akses fisik bagi masyarakat eksternal. Oleh karena itu, video “Layanan dan Fasilitas Perpustakaan UI” di YouTube dipilih sebagai objek utama karena konten promosinya memicu pertanyaan kritis penonton luar mengenai hak kunjungan nyata mereka di perpustakaan perguruan tinggi terbesar di Indonesia ini. Kebaruan (*novelty*) pendekatan penelitian ini terletak pada penggunaan analisis wacana kritis model Teun A. van Dijk untuk menganalisis bagaimana pilihan struktur mikro kebahasaan dan teks visual sengaja dikonstruksi secara ideologis di balik video tersebut.

Objek utama yang dikaji pada penelitian ini adalah video promosi berjudul “Layanan dan Fasilitas Perpustakaan UI” yang diunggah di kanal YouTube resmi Perpustakaan UI. Untuk menganalisisnya, penulis menggunakan analisis wacana kritis model Teun A. van Dijk.

Penelitian ini, secara praktis, diharapkan dapat memberikan evaluasi kritis untuk pengelola perpustakaan, khususnya perpustakaan perguruan tinggi dalam melakukan strategi promosi. Selain itu, secara akademis, penelitian ini

diharapkan dapat memperluas khazanah pengetahuan dalam strategi promosi perpustakaan.

B. LANDASAN TEORI

1. Perpustakaan Perguruan Tinggi

Perpustakaan perguruan tinggi adalah perpustakaan yang terdapat di Perguruan Tinggi, baik yang berbentuk Universitas, Sekolah Tinggi, ataupun Institut. Tujuan utama adanya perpustakaan perguruan tinggi adalah turut membantu terlaksananya tridarma Perguruan Tinggi, meliputi pendidikan, penelitian (riset) dan pengabdian kepada masyarakat (Rahayu, 2017).

Secara umum, terdapat empat fungsi utama perguruan tinggi. Keempat fungsi tersebut adalah fungsi edukasi, informasi, riset dan rekreasi. Melalui empat fungsi tersebut perpustakaan dijadikan sebagai sumber belajar, pusat informasi, mendukung pelaksanaan riset, dan menjadi tempat rekreasi bagi seluruh civitas akademika (Rahayu, 2017).

2. Promosi Perpustakaan

Promosi perpustakaan merupakan aktivitas memperkenalkan perpustakaan terkait berbagai fasilitas, koleksi, jenis layanan, dan manfaat yang dapat

diperoleh oleh setiap pemustaka (Heniawati, 2023).

Promosi perpustakaan dapat dilakukan dalam berbagai bentuk. Di antaranya dalam bentuk media digital dan media sosial, media cetak, melalui kegiatan acara, melalui media nasional seperti surat kabar, ataupun melalui jejaring dan koneksi perpustakaan. Salah media sosial yang cukup banyak digunakan untuk promosi adalah YouTube.

3. YouTube

YouTube adalah platform media sosial berbasis video yang berfungsi sebagai sarana distribusi informasi dan media komunikasi digital interaktif antara organisasi dan publik (Mian & Khan, 2020). Konten yang berupa video tersebut memiliki keunggulan berupa teks, suara dan gambar bergerak yang lebih dapat menarik perhatian.

Beberapa temuan penelitian menunjukkan bahwa media sosial, seperti Twitter, WhatsApp, dan Youtube sangat tepat untuk digunakan sebagai media promosi perpustakaan karena bukan hanya jangkauannya yang luas, tetapi juga media-media sosial tersebut memiliki fitur gratis yang dapat dimanfaatkan

untuk kegiatan promosi (Rahmadani, et al., 2026). Dengan demikian, YouTube dianggap cukup efektif membantu perpustakaan dalam menyebarkan informasi terkait kegiatan organisasi, opini, dan informasi penting lainnya.

4. Aksesibilitas Informasi

Aksesibilitas informasi merupakan kemampuan individu untuk menemukan, memahami, dan memanfaatkan sumber daya informasi melalui media digital (Wada et al., 2023). Aksesibilitas dibedakan menjadi dua dimensi utama, yaitu aksesibilitas teknis yang berfokus pada ketersediaan sistem atau konten digital institusi, serta aksesibilitas fungsional yang menitikberatkan pada kapasitas asli pengguna untuk memahami dan memanfaatkan isi informasi tersebut secara tepat guna. Kesenjangan di antara kedua dimensi ini berpotensi memicu bias pemahaman atau kesenjangan informasi di tingkat publik (Lioni et al., 2025). Dalam konteks video edukasi Perpustakaan UI di YouTube, kemunculan pertanyaan netizen mengenai regulasi berkunjung menjadi bukti dari masalah tersebut.

5. Analisis Wacana Kritis van Dijk

Analisis wacana kritis merupakan sebuah proses yang bertujuan mengungkap uraian wacana yang tertulis atau dituturkan oleh seseorang yang di dalamnya terdapat makna bahasa, baik dalam bentuk teks, pidato, kalimat, atau gambar yang dapat dianalisis dengan perspektif kritis.

Sebagai salah satu model AWK, model van Dijk memiliki keunggulan dalam menghubungkan teks mikro dengan struktur sosial makro, serta kemampuannya memahami bagaimana bahasa, kekuasaan, dan ideologi direpresentasikan dalam konten media sosial.

AWK model van Dijk ini dilakukan melalui tiga dimensi struktur wacana. Ketiga tersebut adalah struktur makro, superstruktur, dan struktur mikro (Karmizi & Gustia, 2025).

C. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain deskriptif-kritis. Pendekatan ini dipilih karena peneliti tidak hanya bertujuan untuk mendeskripsikan isi teks semata, tetapi juga untuk membongkar struktur teks, kognisi sosial, dan konteks sosial yang tersembunyi di balik sebuah wacana

tanpa melakukan manipulasi terhadap objek penelitian (Indriyawati & Hudiyono, 2023). Selain itu, pendekatan tersebut sangat relevan untuk kajian ini karena mampu menggali interpretasi mendalam mengenai fenomena sosial dan pertukaran ideologi yang terjadi di ruang digital (Tussa'diah & Kartika, 2022).

Objek material penelitian ini adalah video promosi berjudul "Layanan dan Fasilitas Perpustakaan UI" yang diunggah di kanal YouTube resmi Perpustakaan UI (@perpustakaanui). Unit analisis dalam penelitian ini didefinisikan secara eksplisit meliputi narasi audio (transkrip lisan), teks visual atau tertulis dalam tayangan, adegan visual tertentu yang ditandai dengan penanda waktu (*timestamp*), teks komentar pengguna, serta respons atau ketiadaan respons dari pengelola kanal.

Proses pengumpulan data dilakukan melalui teknik observasi non-partisipan dan studi dokumentasi digital. Tahapan teknis pengumpulan data meliputi dua langkah strategis. *Pertama*, peneliti melakukan observasi dengan menyimak dan mencatat terhadap video dengan menonton tayangan secara berulang untuk mentranskripsikan narasi audio ke dalam teks, mengidentifikasi

pilihan diksi, serta mengambil tangkapan layar (*screenshot*) pada adegan kunci yang memvisualisasikan simbol modernitas fasilitas. *Kedua*, peneliti melakukan dokumentasi dan seleksi data pada kolom komentar. Saat data dikumpulkan, total populasi komentar yang tersedia pada video tersebut berjumlah 16 komentar. Untuk mengoperasikannya, peneliti menerapkan teknik *purposive sampling* melalui pembatasan kriteria inklusi dan eksklusi yang ketat guna memastikan data yang diperoleh valid dan fokus pada rumusan masalah (Dani, 2025).

Kriteria inklusi data yang dimasukkan mencakup seluruh komentar utama maupun komentar balasan yang dihitung sebagai satu kesatuan *thread* diskusi, yang secara substansi memuat pertanyaan, apresiasi, atau tanggapan kritis mengenai layanan dan aksesibilitas informasi. Sebaliknya, kriteria eksklusi (data yang dikeluarkan) diterapkan untuk mengeliminasi komentar yang tidak relevan dengan topik, promosi akun eksternal (*spam*), serta pembersihan simbol emoji rusak yang tidak terbaca agar menjaga kebersihan data tabel. Berdasarkan penyaringan tersebut, dari 15 komentar yang tersedia, diperoleh 11

unit komentar yang dinilai valid untuk dianalisis lebih lanjut.

Untuk membedah data yang telah terkumpul, penelitian ini menggunakan pisau analisis Analisis Wacana Kritis (AWK) model Teun A. Van Dijk. Analisis dilakukan melalui tiga dimensi struktur wacana menurut beberapa tahapan. Pertama menganalisis struktur makro, di mana penelitian dilakukan untuk menganalisis tema sentral atau topik utama yang ingin disampaikan oleh pembuat video.

Kedua menganalisis superstruktur yang dilakukan dengan cara menganalisis bagaimana alur video disusun, mulai dari pembukaan, isi, hingga penutup, untuk melihat strategi penyusunan pesan.

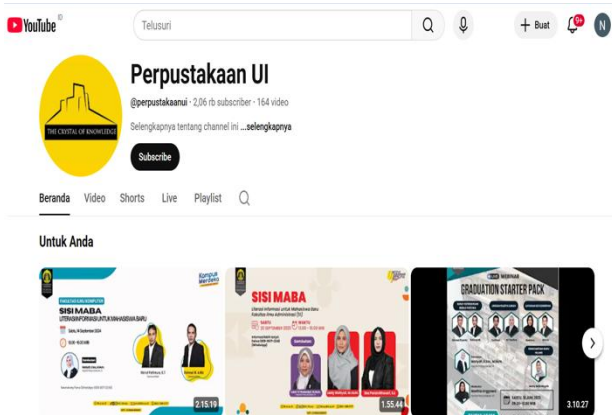
Ketiga menganalisis struktur mikro dengan menelaah elemen kebahasaan, yaitu menganalisis detail semantik (makna kata), sintaksis (bentuk kalimat), stilistik (gaya bahasa), dan retorik (gaya persuasi) baik dalam narasi video maupun komentar *netizen*.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Perpustakaan UI memiliki channel YouTube yang bernama @Perpustakaan UI dengan 2,06 ribu *subscriber*. Berdasarkan tinjauan terakhir pada

tanggal 19 Desember 2025, video yang sudah diunggah sebanyak 164 video.

Gambar 1 Channel YouTube Perpustakaan UI



Sumber: YouTube Perpustakaan UI (2025)

Video yang menjadi objek utama dalam penelitian ini adalah video yang berjudul “Layanan dan Fasilitas Perpustakaan UI” dengan link:

<https://youtu.be/UA7bXWt3xI8?si=yr9u1yhIsGq7tLhF>. Video tersebut telah diunggah secara resmi pada tanggal 3 Januari 2017 dengan like terakhir pada tanggal 19 Desember 2025, sebanyak 648 dan 16 komentar yang disampaikan oleh pengguna lain. Berikut ini hasil analisis dengan menggunakan model van Dijk:

1. Analisis Dimensi Teks

a. Struktur Makro

Dalam video, perpustakaan UI ditunjukkan sebagai perpustakaan dengan layanan yang modern melalui fasilitas yang berbasis teknologi digital.

Gambaran ini dapat terlihat melalui berbagai layanan yang berbasis digital sejak awal video pada menit 0:14 yang menunjukkan bagaimana kegiatan pemustaka memanfaatkan layanan iMac (layanan akses informasi menggunakan komputer iMac). Bahkan dari awal masuk perpustakaan sudah diarahkan bagi mahasiswa hanya perlu melakukan tap kartu tanda mahasiswa (KTM) pada mesin yang tersedia dan bagi pengunjung hanya perlu mengisi presensi pada monitor yang berada pada menit 1:05. Hal ini mempertegas bagaimana digitalisasi diterapkan dalam fasilitas perpustakaan.

Setelah itu, pada bagian tengah video menit ke 1:15 dilanjut dengan penjelasan jam buka layanan, prasarana dan layanan digital lainnya yang dijelaskan oleh koordinator layanan perpustakaan.

Pada bagian akhir video di menit 4:42 masih menunjukkan layanan digital yang tersedia melalui penjelasan dari staf layanan perpustakaan terkait layanan referensi yang berbasis digital. Maka dari itu, video ini merepresentasikan wacana modernisasi dan digitalisasi layanan dari perpustakaan perguruan tinggi.

b. Superstruktur

Perpustakaan UI merilis video promosi dengan alur yang sistematis dan bersifat edukatif. Berdasarkan hasil analisis, Video diawali dengan kegiatan pemustaka yang sedang menggunakan iMac pada menit 0:14 dan dilanjut dari menit 0:24 sampai dengan menit 1:10 berfokus pada kegiatan dua mahasiswa yang sedang menjadi pemandu dalam video untuk menunjukkan berbagai layanan dan fasilitas.

Lalu pada menit 1:43 hingga 4:41, video juga menampilkan area loker, OPAC sebagai sarana untuk menelusuri bahan pustaka, ruang koleksi yang ada di lantai 2, serta meja baca yang berada di lantai 2, 3 dan 4. Di sela-sela video, seorang pustakawan menjelaskan terkait jam buka perpustakaan, layanan sirkulasi, layanan *knowledge* ATM yang berarti mahasiswa dapat mengakses koleksi secara digital. Pustakawan tersebut juga menjelaskan layanan UIANA yaitu layanan digital yang diberikan supaya pemustaka bisa membaca naskah tanpa memegang fisiknya.

Selanjutnya pada menit 4:42, pemaparan layanan dijelaskan oleh seorang pustakawan yang lain. Pustakawan tersebut memberitahukan tentang layanan referensi, pelatihan

literasi informasi, EDS (*E-Resources Delivery Services*), dan *Digital Literacy Program*. Kemudian di menit 6:00, ditampilkan bahwa Perpustakaan UI juga menyediakan ruang kubikus di lantai 2 khusus mahasiswa S3 yang ingin bermalam di perpustakaan. Mahasiswa S3 biasanya memiliki kebutuhan tugas yang mengharuskan mereka menggunakan referensi, koleksi atau layanan dengan waktu yang lebih lama.

Video diakhiri dengan menunjukkan ruang iMac yang terletak di lantai 1 dan ruang koleksi khusus di lantai 4 yang dijelaskan pada menit 6:43. Susunan ini menunjukkan bahwa video dirancang untuk membawa penonton dari tahap pengenalan, pemahaman, hingga penguatan pesan mengenai layanan perpustakaan.

c. Struktur Mikro

Narasi dan diksi video menggunakan bahasa formal dan profesional yang dapat ditinjau dari contoh salah satu kalimat yang disampaikan oleh koordinator layanan perpustakaan, yakni “Anda dapat mengambil e-book atau e-article tersebut tanpa harus mengembalikan...”. Penggunaan kata “anda” dan pemakaian kata baku setiap pemaparan menjadi

bentuk nyata bahwa narasi yang digunakan sudah dalam bentuk formal. Selain itu, adanya teks informatif di dalam video juga menjadi pendukung penjelasan dari pustakawan dan staf perpustakaan. Pemilihan diksi dalam video ini merepresentasi Perpustakaan UI sebagai lembaga yang profesional dan mencerminkan identitas perpustakaan UI sebagai institusi akademik.

Secara visual video tersebut menampilkan fasilitas modern (Ruang iMac, Knowledge ATM), interior megah, dan staf berseragam. Tidak ditampilkan visual yang menunjukkan kendala layanan atau kesulitan pemustaka, sehingga realitas yang ditampilkan sudah diseleksi dari realitas yang sesungguhnya guna membangun citra profesionalisme, modernitas, dan otoritas institusi.

Sementara itu, komunikasi di dalam video juga bersifat informatif dan promotif, menekankan kemudahan, kelengkapan, dan kenyamanan terhadap layanan yang tersedia. Aspek tersebut dapat diketahui pada menit ke 4:12 yang disampaikan oleh koordinator layanan perpustakaan tentang fungsi layanan remote access yang bisa mengakses koleksi digital secara 24 jam. Hal tersebut menunjukkan sisi informatif bagaimana

cara kerja layanan *remote access* serta menampilkan sisi promotif bahwa pengaksesan koleksi perpustakaan UI tidak mempunyai batasan waktu. Selain itu, adanya perpaduan antara praktik langsung oleh mahasiswa dengan penjelasan dari pihak perpustakaan menjadikan layanan terlihat mudah digunakan dan ramah bagi pemustaka.

d. Analisis Komentar

Komentar dalam video menjadi bentuk respons dari penonton yang beragam terhadap layanan dan fasilitas yang ditampilkan. Berdasarkan tinjauan dalam Video “Layanan dan Fasilitas Perpustakaan UI” terdapat 16 komentar yang diungkapkan oleh penonton.

Tabel 1 Komentar Pengguna

Pengguna	Komentar
P1	luar biasa... Sebagai simbol kemajuan pendidikan di Indonesia
P2	Kalo non mahasiswa bakal susah ya kalo buat dapetin layanan ini. Keknya cuma bisa baca di tempat? Bisa kan?
P3	Super keren Perpustakaan Pusat UI
P4	Bagus dan nyaman untuk membaca
P5	BAGUS BANGET
P6	2023 insha allah siap jadi mahasiswa Pasca UI.
P7	apa ada yang punya grafik fail DOC.

P8		aq hanya ingin baca komik one piece disana
P9		u..
Balasan	P10	i
P11		Non mahasiswa bisa masuk gak ? gratis kah ?
P12		4:38
Balasan	P12	3:44
P13		orang non UI bisa masuk ndk ya?
Balasan	P14	Bisa
	P15	keknya itu g blh deh kak

Sumber: YouTube Perpustakaan UI (2025)

Dari komentar di atas, didapatkan berbagai bentuk komentar yang diberikan, mulai dari apresiasi hingga pertanyaan kritis, terutama mengenai aksesibilitas bagi non-mahasiswa. Namun, ada juga beberapa komentar yang tidak bisa dipahami maksudnya. Komentar positif ditemukan dengan mengungkapkan kekaguman dan dukungan terhadap fasilitas perpustakaan. Misalnya, P1: *"Luar biasa.. Sebagai simbol kemajuan pendidikan di Indonesia"*. P3: *"Super keren Perpustakaan Pusat UI"*. P4: *"Bagus dan nyaman untuk membaca"*. P5: *"BAGUS BANGET"*.

Di sisi lain terdapat komentar pertanyaan, yaitu menanyakan informasi spesifik mengenai akses bagi masyarakat di luar sivitas akademika UI,

menunjukkan adanya kesenjangan informasi yang tidak terjawab dalam komentar oleh *channel* YouTube Perpustakaan UI. Misalnya, P2: *"Kalo non mahasiswa bakal susah ya kalo buat dapetin layanan ini. Keknya cuma bisa baca di tempat? Bisa kan?"*. P11: *"Non mahasiswa bisa masuk gak? gratis kah?"*. P13: *"orang non UI bisa masuk ndk ya?"*. P14 (menjawab P13): *"Bisa"*. P15 (menjawab P14): *"keknya tu g blh deh kak"*.

Komentar harapan dan keinginan juga ada dan menunjukkan adanya keinginan dengan perpustakaan. P6: *"2023 insha allah siap jadi mahasiswa Pasca UI"*. P8: *"aq hanya ingin baca komik one piece disana"*. Bahasa mereka dalam berkomentar cenderung santai, lugas, dan ekspresif untuk menunjukkan pendapat dan perasaan pemilik akun. Tema di kolom komentar berpusat kuat pada satu permasalahan yaitu, aksesibilitas untuk non-mahasiswa.

2. Analisis Dimensi Kognisi Sosial

Berdasarkan representasi visual dan narasi dari video *"Layanan dan Fasilitas Perpustakaan UI"*, perpustakaan direpresentasikan sebagai tempat yang nyaman, modern dan mendukung pembelajaran digital. Dalam video juga digambarkan cara pandang institusi yang

menempatkan pemustaka sebagai pengguna aktif yang paham teknologi dan mampu mengikuti sistem layanan digital secara mandiri. Dengan memilih mahasiswa yang menjadi peran utama dalam video, memberikan asumsi bahwa pengguna utama layanan dan fasilitas perpustakaan adalah mahasiswa UI yang terbiasa dengan pemanfaatan teknologi. Adapun para pustakawan dan staf pelayanan ditujukan sebagai penguatan informasi yang disampaikan terlihat lebih resmi dan dapat dipercaya oleh penonton.

Komentar yang positif oleh penonton menggambarkan penerimaan terhadap layanan dan fasilitas yang ditampilkan dalam video, serta pesan di dalamnya dapat dipahami. Sedangkan komentar yang menanyakan soal akses bagi masyarakat umum menunjukkan adanya tanggapan kritis yang disampaikan terhadap batasan dan segmentasi pengguna perpustakaan universitas. Hal ini terdapat ketidakselarasan antara cara berpikir pihak perpustakaan dengan penonton dalam memaknai fungsi dan akses layanan perpustakaan.

3. Analisis Dimensi Konteks Sosial

Dalam konteks sosial, Perpustakaan UI ditunjukkan sebagai

institusi yang memiliki kekuatan dan otoritas dalam penyediaan informasi. Hal ini dapat dilihat dalam video yang menonjolkan layanan digital melalui penjelasan seperti layanan *knowledge* ATM, UI ANA dan *remote access*. Perpustakaan UI menjadi bentuk nyata kemajuan dari layanan dan fasilitas perpustakaan perguruan tinggi yang mendukung kebutuhan pendidikan civitas akademik.

Namun, di sisi lain terdapat komentar yang menyinggung kesenjangan akses informasi bagi non-mahasiswa yang berharap layanan pendidikan dapat lebih terbuka. Padahal pada menit video ke 1:22 sudah dijelaskan layanan perpustakaan diberikan kepada pemustaka sivitas akademik dan non UI. Selain itu, laman FAQ Perpustakaan UI juga memberitahukan tentang keterbukaan akses bagi masyarakat meskipun ada syarat dan ketentuannya (Universitas Indonesia Library, n.d). Meskipun begitu, masyarakat masih beranggapan bahwa Perpustakaan UI hanya diperuntukkan bagi civitas akademika.

4. Makna dibalik wacana

Dari hasil analisis yang sudah dilakukan terdapat tiga makna penting

yang menjadi temuan utama dalam penelitian ini. Ketiga hal tersebut adalah sebagai berikut:

a. Pembentukan Citra Perpustakaan melalui Visual

Video promosi “Layanan dan Fasilitas Perpustakaan UI” memiliki fungsi lain yang tidak hanya sebagai video edukatif pemanfaatan layanan, melainkan juga adanya penekanan terhadap pencitraan perpustakaan yang modern, canggih, dan berbasis teknologi. Hal ini dapat ditunjukkan pada pembukaan video yang sudah diperlihatkan pemanfaatan komputer iMac, sistem masuk mahasiswa melalui tap kartu dan presensi pengunjung dengan monitor, serta bangunan yang terlihat luas dan modern. Bagian ini disepakati dari beberapa komentar yang memberikan pujian dan harapan berkunjung ke perpustakaan. Hal ini sesuai dengan pendapat Mubarakah & Susilawati yang menyatakan bahwa penggunaan media sosial dalam pengelolaan perpustakaan memang sangat membantu dalam pembentukan strategi *branding* yang efektif (Mubarakah & Susilawati, 2023).

Maka, dapat dikatakan jika video ini mampu memberikan kesan yang modern

terhadap perpustakaan tapi belum mampu menyajikan informasi yang lengkap kepada masyarakat.

b. Perbedaan Cara Pandang Publik dengan Informasi yang Ditampilkan

Secara tidak langsung, video promosi Perpustakaan UI juga memunculkan perbedaan pemahaman antara penonton dan maksud dari pembuat video. Pihak perpustakaan sebenarnya ingin menunjukkan layanan dan fasilitas yang tersedia dengan kualitas yang unggul dan dapat diandalkan. Namun, pemaknaan itu tidak sepenuhnya diterima oleh semua penonton. Perbedaan cara pandang ini dibuktikan dari komentar yang lebih dari satu mempertanyakan apakah non-mahasiswa diperbolehkan berkunjung ke perpustakaan. Pertanyaan tersebut menunjukkan bahwa penonton masih merasa ragu dan bingung karena tidak mendapatkan informasi yang jelas dari video. Mengingat hal tersebut, perpustakaan sangat perlu memperhatikan strategi promosi yang mampu memberikan informasi yang tepat dan jelas (Maretno & Marlina, 2021).

c. Kesenjangan Informasi antara Perpustakaan dan Publik

Video promosi yang dibuat oleh Perpustakaan UI memperlihatkan secara tidak langsung jarak antara institusi dan masyarakat. Perpustakaan perguruan tinggi sering kali dinilai menjadi tempat yang hanya diperuntukkan bagi kalangan civitas akademik. Kondisi ini diperparah dengan tidak adanya tanggapan dari pihak perpustakaan terhadap pertanyaan yang disampaikan oleh penonton pada kolom komentar. Pertanyaan yang diabaikan memicu ketidakpastian informasi yang akurat.

E. SIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan adanya isu kesenjangan informasi pada kolom komentar video edukasi YouTube perpustakaan UI. Sebagian penonton menanggapi video tersebut dengan positif, namun di lain pihak ada beberapa komentar yang mempertanyakan akses bagi masyarakat umum. Hal ini menandakan bahwa terdapat perbedaan pemahaman dari pengguna yang menonton dengan yang dimaksud oleh perpustakaan sebagai pembuat video. Hal tersebut juga meniscayakan perlunya perpustakaan untuk meningkatkan kejelasan informasi dalam pembuatan konten video dan kecepatan dalam merespons pada kolom komentar.

DAFTAR PUSTAKA

- Dani, B. J. (2025). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Dalam Meningkatkan Minat Kunjung Di Dinas Perpustakaan Dan Kearsipan Umum Daerah Kabupaten Lima Puluh Kota [UIN Mahmud Yunus]. <https://repo.uinmybatusangkar.ac.id/xmlui/handle/123456789/32578>
- Halimah Tussa'diah, & Kartika, N. Y. (2022). Critical Discourse Analysis on Linguistic Ideology of The Netizens Comments. *ADI Journal on Recent Innovation (AJRI)*, 4(2), 110-121. <https://doi.org/10.34306/ajri.v4i2.838>
- Henriawati, H. (2023). Perkembangan Layanan Promosi Perpustakaan Poltekkes Kemenkes Palembang Melalui Media Sosial Youtube. 1(1).
- Indriyawati, L., & Hudiyono, Y. (2023). Analisis Wacana Kritis Model Van Dijk pada Berita Online Pencucian Uang Pejabat. *JBSI: Jurnal Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 3(01), 40-49. <https://doi.org/10.47709/jbsi.v3i01.2298>

- Ishak & Eva Rabita. (2019). Transformasi Perpustakaan di Era Big Data. *Talenta Conference Series: Local Wisdom, Social, and Arts (LWSA)*, 2(2).
<https://doi.org/10.32734/lwsa.v2i2.716>
- Karmizi, Y., & Gustia, M. M. (2025). Analisis Wacana Kritis Model Van Dijk pada Pemberitaan Ijazah Palsu Jokowi di Media Online. *Metafora: Jurnal Pembelajaran Bahasa Dan Sastra*, 12(2), 167-175.
<https://doi.org/10.30595/mtf.v12i2.28213>
- Khulzannah, M., & Siregar, A. Z. (2024). Digital Marketing Untuk Pemasaran Layanan Perpustakaan. *Jurnal Mutiara Manajemen*, 9(2), 139-150.
<https://doi.org/10.51544/jmm.v9i2.5488>
- Lioni, L., Marlini, M., & Rahmah, E. (2025). Pengalaman Pemustaka Generasi Z Dalam Memanfaatkan Layanan Perpustakaan Digital Di Dinas Kearsipan Dan Perpustakaan Provinsi Sumatera Barat. 10(7).
<https://doi.org/10.8734/Kohesi.v1i2.365>
- Maretno, S., & Marlini, M. (2021). Pemanfaatan Media Sosial sebagai Media Promosi Perpustakaan. *Baitul 'Ulum: Jurnal Ilmu Perpustakaan Dan Informasi*, 5(1), 58-71.
<https://doi.org/10.30631/baitulul.um.v5i1.98>
- Mian, A., & Khan, S. (2020). Coronavirus: The spread of misinformation. *BMC Medicine*, 18(1), 89.
<https://doi.org/10.1186/s12916-020-01556-3>
- Mubarokah, A., & Susilawati, I. (2023). Manajemen Media Sosial Sebagai Branding Dalam Pengelolaan Perpustakaan. *JUPI (Jurnal Ilmu Perpustakaan Dan Informasi)*, 8(1), 32.
<https://doi.org/10.30829/jipi.v8i1.15498>
- Rahayu, S. (2017). Mengenal Perpustakaan Perguruan Tinggi Lebih Dekat. *Buletin Perpustakaan*, (57), 103-110.
- Rahmadani, R., Sahidi, S., & Rahman, M. (2026). Pemanfaatan Youtube Sebagai Media Promosi Di Dinas Perpustakaan Dan Kearsipan Kabupaten Kubu Raya. 12(9).

Suharsono, J. P., & Nurahman, D. (2024).

Pemanfaatan Youtube Sebagai
Media Peningkatan Pelayanan Dan
Informasi. *Ganaya : Jurnal Ilmu
Sosial Dan Humaniora*, 7(1), 298–
304.

[https://doi.org/10.37329/ganaya.
v7i1.3157](https://doi.org/10.37329/ganaya.v7i1.3157)

Wada, I., Madu, A. U., & Joel, P. A. (2023).

Social media proficiency, digital
information accessibility and
information sharing behaviors
among library and information
science students. 9(2).

[https://doi.org/https://doi.org/
10.20473/rlj.V9-I2.2023.243-254](https://doi.org/https://doi.org/10.20473/rlj.V9-I2.2023.243-254)