

See discussions, stats, and author profiles for this publication at: <https://www.researchgate.net/publication/337323411>

CO-WORKING SPACE 'LIBRARY CAFE': KONSEP PENGEMBANGAN LAYANAN PERPUSTAKAAN UNTUK GENERASI C

Conference Paper · November 2019

CITATIONS

0

READS

387

4 authors, including:



Wahid Nashihuddin

Indonesian Institute of Sciences

129 PUBLICATIONS 32 CITATIONS

SEE PROFILE



Rochmad Kartiko

Universitas Gadjah Mada

3 PUBLICATIONS 0 CITATIONS

SEE PROFILE



Nurul Farida

Universitas Gadjah Mada

3 PUBLICATIONS 0 CITATIONS

SEE PROFILE

Some of the authors of this publication are also working on these related projects:



Collaborative ICT Research in Indonesia [View project](#)



Artikel [View project](#)

Diterima tanggal: 13.11.2019

Co-Working Space ‘Library Cafe’: Konsep Pengembangan Layanan Perpustakaan Untuk Generasi C¹

Wahid Nashihuddin

Magister Kajian Budaya dan Media, Manajemen Informasi dan Perpustakaan UGM Yogyakarta
Alamat E-mail: wahed87@gmail.com

Rochmad Kartiko

Magister Kajian Budaya dan Media, Manajemen Informasi dan Perpustakaan UGM Yogyakarta
Alamat E-mail: rochmadkartiko@gmail.com

Nurul Farida

Magister Kajian Budaya dan Media, Manajemen Informasi dan Perpustakaan UGM Yogyakarta
Alamat E-mail: nurulfarida18@gmail.com

Petrus Lende

Magister Kajian Budaya dan Media, Manajemen Informasi dan Perpustakaan UGM Yogyakarta
Alamat E-mail: petruslende16@gmail.com

Abstrak

Makalah ini membahas tentang konsep pengembangan *co-working space* ‘library cafe’ (CWS-LC) di perpustakaan untuk Gen-C. Gen-C adalah generasi milenial (tanpa dibatasi usia) yang memiliki perilaku dan karakteristik ketergantungan pada teknologi digital. Gen-C ini menjadi pengguna potensial layanan CWS-LC sebagaimana yang ada di *Digilib Cafe* Fisipol UGM, Kafe Pustaka UM, dan *Libri Cafe* Unsyiah. Data kajian bersifat kualitatif-deskriptif dengan pendekatan studi fenomenologi. Sumber data kajian ini yaitu studi literatur dan observasi. Hasil kajian menunjukkan bahwa: (1) layanan CWS-LC di *Digilib Cafe* Fisipol UGM, Kafe Pustaka UM, dan *Libri Cafe* Unsyiah dianggap mampu menarik minat pemustaka Gen-C untuk aktif belajar, berdiskusi, berekreasi, bekerjasama, dan berkolaborasi dalam grup/komunitas; (2) perpustakaan dan inventor perlu mengidentifikasi kembali perilaku dan karakteristik Gen-C, yang mengacu pada aspek konten, kreasi, koneksi, dan pilihan; (3) lembaga perlu memperhatikan aspek ruang digital, produk layanan, dan model bisnis untuk pengembangan layanan CWS-LC di perpustakaan.

Kata kunci: *Co-Working Space; Generation C; Library Cafe; Library Services; Library Business; Social Space; Academic Library*

PENDAHULUAN

Co-working space merupakan suatu tempat atau ruang kerja bersama yang digunakan untuk tempat bekerja, berkumpul, berdiskusi, dan bersosialisasi oleh grup diskusi atau kelompok penelitian, pebisnis, mahasiswa, dosen, peneliti, dan masyarakat. *Co-working space* bertujuan untuk mengurangi rasa ‘kebosanan’ pengunjung perpustakaan (pemustaka), dan untuk meningkatkan *image* perpustakaan. Perpustakaan atau lembaga perlu memperhatikan aspek kolaborasi, komunitas, dan konektivitas dalam membangun dan mengembangkan layanan *co-working space* agar dapat berfungsi secara baik dan optimal. Ackerman (1994) mengatakan konsep layanan *co-working space* didesain untuk membangun

¹ Makalah Konferensi Perpustakaan Digital Indonesia 12 “Mewujudkan Ekosistem Perpustakaan Digital 4.0 dan Society 5.0 dalam Meningkatkan Daya Saing Bangsa”, Banda Aceh, 12 – 15 November 2019

interaksi sosial antar-komunitas. Lembaga menyediakan layanan tersebut untuk grup atau komunitas.

Dalam mengembangkan layanan *co-working space*, hendaknya perpustakaan tidak hanya memikirkan sistem, sarana akses, dan kontennya, tetapi juga masalah ruang akses dan kenyamanan pengguna untuk berinteraksi sosial. Perpustakaan dapat menyajikan sarana kafe dan akses internet dengan berbiaya rendah. Perusahaan besar, perpustakaan universitas, dan perpustakaan milik pemerintah di kota-kota besar menyediakan *co-working space* untuk tempat bekerja, berdiskusi, dan bersosialisasi, dengan tujuan membangun kerjasama dan kolaborasi dalam suatu bisnis atau proyek penelitian dan pengembangan (R&D). Sementara itu, para akademisi dan pengusaha *start-up*² memanfaatkan *co-working space* untuk berbagi ide dan pengetahuan di bidang bisnis mandiri, serta menjadikannya sebagai sumber inspirasi untuk menyusun proposal kegiatan atau penelitian. Perpaduan antara konsep *co-working space* dengan kafe perpustakaan di makalah ini disebut dengan *co-working space* 'library cafe' (CWS-LC).

Terkait dengan pemustaka, setiap perpustakaan memiliki pengguna dari generasi yang berbeda-beda, ada generasi X, Y, dan Z. Perubahan suatu generasi ditandai oleh perubahan waktu, lingkungan kehidupan sosial, dan tingkat kesadaran individu. Perubahan tersebut terlihat sejak adanya revolusi industri yang menitikberatkan pada perkembangan teknologi dan ilmu pengetahuan bidang ekonomi-sosial, di mana peralatan yang digunakan dari yang sangat sederhana menjadi peralatan industri berteknologi canggih dan modern (Smola & Sutton, 2002). Pakar sosiolog berbicara tentang Generasi X— orang yang lahir lebih awal dikisaran tahun 1960 – 1980 lebih awal dari Generasi Y (tahun 1980 – 2000) atau Generasi Milenial dan generasi Z (tahun 2001 - sekarang), setiap generasi memiliki cara unik yang berbeda dan bersifat reflektif pada teknologi di zamannya. Untuk generasi mendatang, teknologi sudah menjadi 'penghubung' antar-ruang dalam sebuah jaringan yang disebut *infosphere* (Floridi, 2014). Generasi masa depan ini telah dijelaskan oleh Howe & Strauss (1992) melalui bukunya yang berjudul "*Generations: The History of America's Future, 1584 to 2069*". Dalam buku tersebut dijelaskan bahwa Gen-C adalah generasi milenial atau generasi Y yang cenderung tergantung pada teknologi digital dalam memenuhi kebutuhan hidup di masa depan.

Istilah Generasi C (Gen-C) tidak dibatasi oleh usia konsumen, sebagaimana yang berlaku pada Generasi X, Y, dan Z, tetapi lebih fokus kepada perilaku dan karakteristik seseorang dalam memanfaatkan teknologi digital dalam kehidupan sehari-hari. Makalah ini mencoba menjelaskan tentang penerapan konsep CWS-LC untuk pengembangan layanan Gen-C di perpustakaan. Konsep pengembangan layanan CWS-LC ini dapat mengacu pada contoh layanan Perpustakaan Digital Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Gadjah Mada Yogyakarta (*Digilib Cafe* Fisipol UGM); Kafe Pustaka Universitas Negeri Malang (Kafe Pustaka UM); *Libri Cafe* di Perpustakaan Universitas Syiah Kuala Banda Aceh (*Libri Cafe* Unsyiah); serta perilaku dan karakteristik Gen-C dalam memanfaatkan layanan CWS-LC di perpustakaan.

² *Start-up* adalah sebuah bisnis atau perusahaan yang baru dirintis. Sebagian besar perusahaan *start-up* masih dalam fase pengembangan dan penelitian untuk menemukan pasar yang tepat. Perusahaan *start-up* sangat tergantung pada pemanfaatan teknologi internet, seperti web/blog, media sosial, domain web, *smartphone*, dan konten (produk) digital.

METODE

Jenis data kajian ini adalah kualitatif-deskriptif. Data dijelaskan dengan pendekatan fenomenologi, yakni peneliti mencari pemahaman bagaimana manusia mengkonstruksi makna dan konsep penting dalam kerangka inter-subyektivitas (pemahaman kita mengenai dunia dibentuk oleh hubungan kita dengan orang lain); berasumsi bahwa orang-orang secara aktif menginterpretasi pengalamannya dan mencoba memahami dunia dengan pengalaman pribadinya (Cresswell, 2007). Dalam fenomenologi ada pengungkapan makna dari pengalaman seseorang, dan makna ini sangat tergantung bagaimana orang berhubungan dengan sesuatu itu (Edgar & Sedgwick, 1999), serta ada keinginan peneliti untuk menggali sesuatu yang dialami subjek dan bagaimana subjek memaknai pengalaman tersebut (Hasbiansyah, 2008). Data kajian ini adalah studi literatur dan observasi ke salah satu CWS-LC. Literatur kajian ini adalah artikel jurnal, berita *online*, dan dokumentasi layanan di *Digilib* Fisipol UGM, Kafe Pustaka UM, dan *Libri Cafe* Unsyiah. Observasi dilakukan berdasarkan hasil kunjungan peneliti ke *Digilib Cafe* UGM serta pengalaman setelah memanfaatkan fasilitas di *Digilib Cafe* tersebut. Data hasil dari studi literatur dan observasi menjadi bahan pembahasan dan kesimpulan.

DISKUSI DAN PEMBAHASAN

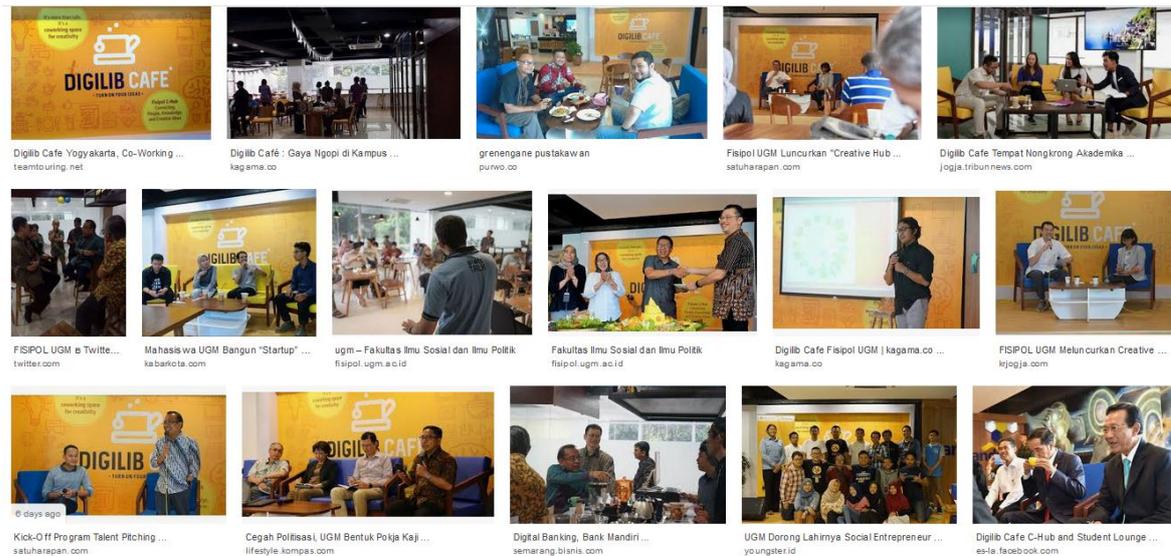
Deskripsi Layanan CWS-LC di Perpustakaan

CWS-LC merupakan salah satu konsep perpustakaan yang didesain secara nyaman dan elegan, dengan mengutamakan prinsip aksesibilitas dan konektivitas—guna membangun iklim kerjasama dan kolaborasi. CWS-LC dapat dijadikan sebagai strategi dan sekaligus *brand* layanan perpustakaan untuk meningkatkan pengguna grup/komunitas dan sebagai ruang publik (untuk berinteraksi sosial) khususnya bagi pemustaka Gen-C.

Selain pemustaka dapat mengakses informasi digital perpustakaan secara bebas, mereka dapat menikmati makanan dan minuman di CWS-LC. Dalam konteks CWS-LC, perpustakaan hanya berperan sebagai fasilitator kafe dan eksekutor program kegiatan, sedangkan sistem dan manajemen bisnis kafe perpustakaan menjadi tanggung jawab investor (pengusaha kafe), sebagaimana ada di *Digilib Cafe* Fisipol UGM, Kafe Pustaka UM, dan *Libri Cafe* Unsyiah.

- ***Digilib Cafe* Fisipol UGM**

Latar belakang pembangunan *digilib cafe* yaitu adanya keinginan Fisipol UGM untuk mengembangkan ekosistem pembelajaran dengan memanfaatkan teknologi digital dan mewujudkan *Faculty 4.0*. *Digilib cafe* ini secara resmi sejak Juli 2019, yang merupakan hasil kerjasama antara Fisipol UGM dengan Bank Mandiri. Fisipol UGM sebagai penyedia tempat CWS-LC dan pengelola konten digital dan program kegiatan perpustakaan, dan Bank Mandiri sebagai penyedia dana dan pendukung fasilitas kafe, sedangkan sistem dan manajemen bisnisnya dikelola oleh staf profesional. Sivitas akademika dapat memanfaatkan *digilib cafe* ini untuk belajar, berdiskusi, *talkshow*, pemutaran film, acara perkuliahan, serta menciptakan ide-ide kreatif dan inovasi bersama melalui teknologi digital yang terus berkembang (Tribun Jogja, 2018). Dokumentasi kegiatan *digilib cafe* dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Dokumentasi Kegiatan *Digilib Cafe* Fisipol UGM

Adapun visi *Digilib Cafe* yaitu “membentuk ekosistem *creative-hub* untuk mahasiswa Fisipol UGM”. Hal tersebut sebagaimana dikatakan oleh Presiden RI (Joko Widodo) ketika acara Dies Natalis ke-68 UGM, bahwa “*digilib cafe* ini dibangun dengan konsep *co-working space* dan *creative-hub*, tempat ini bukan sekedar tempat ‘ngopi’ tetapi juga tempat untuk membangun ide-ide kreatif dan wirausaha, serta mampu membangun jiwa *sociopreneur* mahasiswa, dan pengunjung dapat menikmati kopi dari seluruh Nusantara, kopi dari Aceh sampai Papua” (Tribun Jogja, 2018). Adapun fungsi *digilib Cafe* ini, yaitu sebagai:

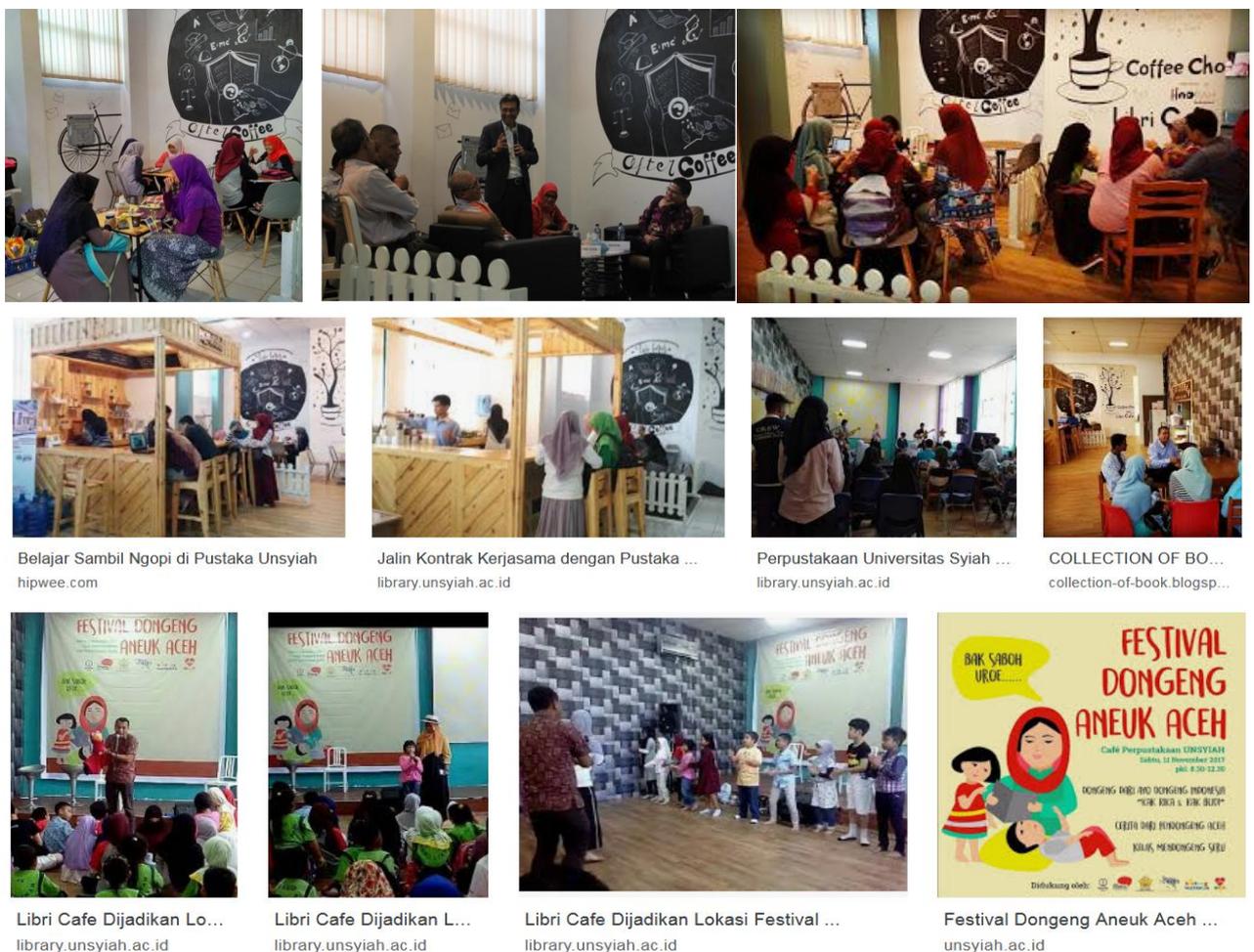
- 1) *Mentorship*. Tujuan *mentorship* ini yaitu berbagi pengalaman tentang perkembangan industri *start-up* dan membunuh semangat kerja *sociopreneurship*.
- 2) *Networking*. *Digilib cafe* merupakan tempat bertemu orang-orang muda kreatif untuk membangun jejaring komunikasi bisnis.
- 3) *Investation*, adanya *networking* dan kerjasama para *entrepreneur* akan mendorong para *inventor* muda untuk menanamkan modalnya di *digilib cafe*.
- 4) *Inovasi sociopreneur*. *Digilib cafe* menjadi tempat diskusi tentang kewirausahaan dengan narasumber dari para inovator dan pengusaha muda sukses di bidangnya.
- 5) *Logistic*. *Digilib cafe* berfungsi sebagai *co-working space* yang terintegrasi dengan teknologi, pusat data, dan relasi publik.

Jenis koleksi digital di *digilib cafe* mencakup *e-journal*, *e-book*, *ETD* digitasi, *podcast*, *videocast*, *digital publishing*, *digital archives*, dan *DIRDF* (*Digital Research Data Fisipol UGM*) (Fisipol UGM, 2019), yang dapat diakses melalui <https://digilib.fisipol.ugm.ac.id/> (Fisipol UGM, 2017; 2019). Ruang *digilib* terdiri dari 3 lantai, yaitu: Lantai 1 (*social zone*), berisi ruang *digilib cafe*; Lantai 2 (*silent zone*), berisi ruang *sport center*, *green screen studio*, ruang diskusi, dan mini *cinema*; dan Lantai 3 (*quiet zone*), berisi ruang diskusi dan perangkat komputer. *Social zone* merupakan tempat bagi pemustaka untuk diskusi dan mengekspresikan ide-ide kreatifnya. *Quiet zone* merupakan tempat bagi pemustaka untuk berkomunikasi namun dengan intensitas lebih

rendah. *Silence zone* merupakan tempat bagi pemustaka yang membutuhkan ketenangan dan konsentrasi tinggi dalam penyelesaian suatu tugas/proyek. Apabila pemustaka ingin memproduksi informasi maka dapat menggunakan ruang *green screen studio*.

- **Libri Cafe Unsyiah**

Libri Cafe Unsyiah berdiri sejak tahun 2016. *Libri cafe* dikelola atas kerjasama Perpustakaan Unsyiah dengan dengan *Coffee Cho* (Humas Unsyiah, 2016). *Libri cafe* merupakan perwujudan fungsi *library makerspace*, yang diharapkan dapat berkontribusi dalam penciptaan iklim kolaborasi dan inovasi pembelajaran di perpustakaan. Tujuan *Libri cafe* adalah untuk menarik minat pembaca dan mengubah *image* pengguna bahwa perpustakaan bukan sebagai tempat yang membosankan. Adapun menu utama *libri cafe* adalah warung kopi. Dokumentasi kegiatan *libri cafe* dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Dokumentasi Kegiatan *Libri Cafe* Unsyiah

Pada tahun 2017, komunitas ‘Bintang NUTRICIA’ dan ‘Ayo Dongeng Indonesia’ bekerjasama dengan Perpustakaan Unsyiah menyelenggarakan kegiatan Festival Dongeng ‘Aneuk Aceh’ di *libri cafe*, dengan peserta anak-anak (yang didampingi oleh orang tua). Kegiatan tersebut terselenggara atas kerjasama dengan ICAIOS, Kota Tanyoe dan *Love Aceh* (Humas Unsyiah, 2017)

- **Kafe Pustaka UM**

Kafe Pustaka UM berdiri sejak Mei 2015. Pengelolaan Kafe Pustaka diserahkan kepada Pengusaha David Ardyanta. Semboyan Kafe Pustaka “Sembari ngopi sembari berliterasi”. Kafe Pustaka dirancang sebagai ruang publik terbuka, ruang belajar bersama, ruang membangun kesadaran kreatif bersama yang terbuka bagi siapa pun yang ingin memperkuat literasi. Tujuan kafe ini untuk menumbuhkan budaya literasi di lingkungan kampus, khususnya budaya baca buku dan saling bertukar gagasan lewat diskusi (Ariffandhi, 2019). Berikut ini dokumentasi kegiatan Kafe Pustaka UM (Gambar 3).



Gambar 3. Dokumentasi Kegiatan Kafe Pustaka UM

Selain menu makanan dan minuman dan koleksi yang ditawarkan oleh Kafe Pustaka, ada beberapa program literasi untuk pengembangan intelektual, diantaranya seperti *santap gagasan*, *kudap buku*, *lahap isu*, *kenduri literasi*, *racik pustaka*, *seduh puitika*, *ngemil baca*, dan *ngemil nulis*. Kafe Pustaka juga menyelenggarakan hiburan *band* dengan mengundang penyanyi (sekali dalam seminggu atau pada hari-hari tertentu), dan memberikan kesempatan kepada pengunjung untuk menyumbangkan suaranya (karaoke) (Tribun Surabaya, 2017). Pada tahun 2016, kafe pustaka pernah mengadakan diskusi dengan narasumber yang ahli di bidangnya, seperti Peter Carey, Tengsoe Tjahjono, Raudal Tanjung Banua, editor cerpen Kompas Putu Fadjar Arcana, hingga cerpenis nasional Agus Noor, dan para sastrawan serta akademisi ternama (Tribun Surabaya, 2016).

Perilaku dan Karakteristik Gen-C

Gen-C muncul karena adanya peningkatan pemanfaatan teknologi digital oleh konsumen pasar di seluruh dunia (Trendwatching .com., 2004, 2006). Kode “C” pada Gen-C menjadi identitas atau karakter yang bermakna ‘Content – Creation’; ‘Creativity, Casual Collapse, Control, and Celebrity’ (Trendwatching .com. 2006). Gen C disebut juga sebagai anggota generasi yang selalu “on” dan terkoneksi dengan internet, seperti melalui *smart*

mobile phone (Baron.2008); generasi yang aktif membangun konten website (Trendwatching .com, 2010); dan generasi yang mengkonsep Web 2.0 untuk kolaborasi dan berbagi informasi (O'Reilly, 2004). Hal tersebut sangat mempengaruhi karakteristik dan perilaku konsumen di dunia, terutama dalam aktivitas produk pemasaran. Berikut ini ada tiga pendapat menarik terkait dengan perilaku dan karakteristik Gen-C.

- Gen-C sebagai generasi pratikal dan khusus yang sudah mampu dan memahami menggunakan dan memanfaatkan teknologi digital untuk berinteraksi satu sama lain. Karakteristik Gen-C adalah adanya perubahan budaya, perilaku dan karakteristik dalam menggunakan teknologi digital. Hal tersebut terlihat pada tingkat kreativitas yang tinggi, selektif terhadap perubahan, membangun koneksi/jejaring, dan hidup berkelompok/komunal. Perilaku Gen-C terlihat bagaimana ketika mereka memanfaatkan media sosial untuk berkomunikasi dan aktif meng-*update* konten pemasaran melalui website *TrustedPlaces*. Melalui media sosial, anggota Gen-C dapat membuat keputusan tentang produk dan layanan berdasarkan rekomendasi dan pengalaman yang dibagikan melalui konsumen melalui situs web dan media sosial. Gen-C percaya bahwa pemasaran melalui media sosial, seperti *Facebook*, *Youtube*, *Twitter*, dan *Blog*, dapat meningkatkan *brand* produk (dagangan) ke konsumen. Dalam kehidupan sehari-hari, Gen-C dapat: (1) membangun koneksi jaringan melalui media digital; (2) berkomunikasi dengan konsumen melalui media sosial; (3) berbagi pengalaman, berpendapat, dan memberikan rekomendasi dalam pengambilan keputusan melalui media digital. Bagi Gen C, komunikasi melalui media sosial digital merupakan bentuk "virtual community", dimana komunikasinya dapat dilakukan melalui *word-of-mouth* (WOM) dan *electronic-word-of-mouth* (eWOM) (Hardey, 2011).
- Gen-C sebagian besar berasal dari kalangan 'anak muda' sehingga "*kita tidak bisa lagi menyalahkan anak muda, kita tidak bisa lagi membatasi usia dan gangguan teknologi, setiap orang memiliki cara yang berbeda dalam memanfaatkan teknologi, jaringan sosial, layanan telepon VoIP, smartphone, hingga peralatan komputer cerdas, mereka berkontribusi dalam perubahan gaya hidup digital*". Gen-Y atau "Milenial" berbeda dengan Gen-C atau "Connected Consumer", di mana Gen-C dalam berperilaku dan pengambilan keputusan berdasarkan pada komunikasi, data transaksi dan komunikasi pada seluruh *platform* teknologi digital. Teknologi tersebut berfungsi sebagai 5-C, yaitu *create* (membuat), *connect* (menghubungkan), *consume* (mengkonsumsi), *communicate* (berkomunikasi), dan *contribute* (berkontribusi) (Solis, 2012).
- Pickett (2019) menyebut Gen-C sebagai "penduduk asli digital" yang tergantung pada internet dan sangat paham terhadap informasi Web 2.0. Dan Pankraz dalam Pickett (2019) menjelaskan ada beberapa perilaku dan karakteristik Gen-C, yaitu: (a) senang memproduksi dan mengolah konten kreatif dengan teknologi *gadget* dan *gizmos* terbaru, bahkan mereka sangat senang unjuk keterampilan dan keahlian di media sosial; (b) aktif berinteraksi dalam komunitas *online*, mereka aktif komunikasi melalui media *online* dengan teman, keluarga, dan relasi bisnis yang memiliki minat sama; (c) tertarik pada web media sosial, mereka berpartisipasi dalam kegiatan diskusi interaktif untuk berbagi ide dan pengetahuan yang inovatif; (d) keinginan untuk mengontrol masalah yang kompleks dalam kehidupan mereka sendiri dengan cara-cara yang dianggap baik; dan (e)

keinginan bekerja di industri kreatif tanpa dibatasi oleh sistem struktur sosial yang kaku, mereka lebih memilih perusahaan *start-up* yang dianggap lebih fleksibel.

Konsep layanan CWS-LC untuk Gen-C

Hardey (2011) mengatakan bahwa Gen-C merupakan konsumen yang memahami bagaimana cara membuat dan menggunakan konten web digital serta berperilaku aktif dalam memanfaatkan konten digital berdasarkan pengalaman dan pengetahuan yang mereka miliki. Gen-C aktif menggunakan media sosial dan sumber digital lainnya untuk dalam bentuk ‘user group’ untuk berkomunikasi satu sama lain. Apabila perpustakaan akan membangun dan mengembangkan CWS-LC untuk Gen-C, kita dapat melihat perilaku dan karakteristik yang disampaikan Herdey (2011), yaitu konten (*content*), kreasi (*creation*), koneksi (*connections*), dan pilihan (*choice*). Mengacu empat aspek tersebut, konsep implementasi dan pengembangan layanan CWS-LC di perpustakaan dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Konsep CWS-LC di Perpustakaan untuk Gen-C

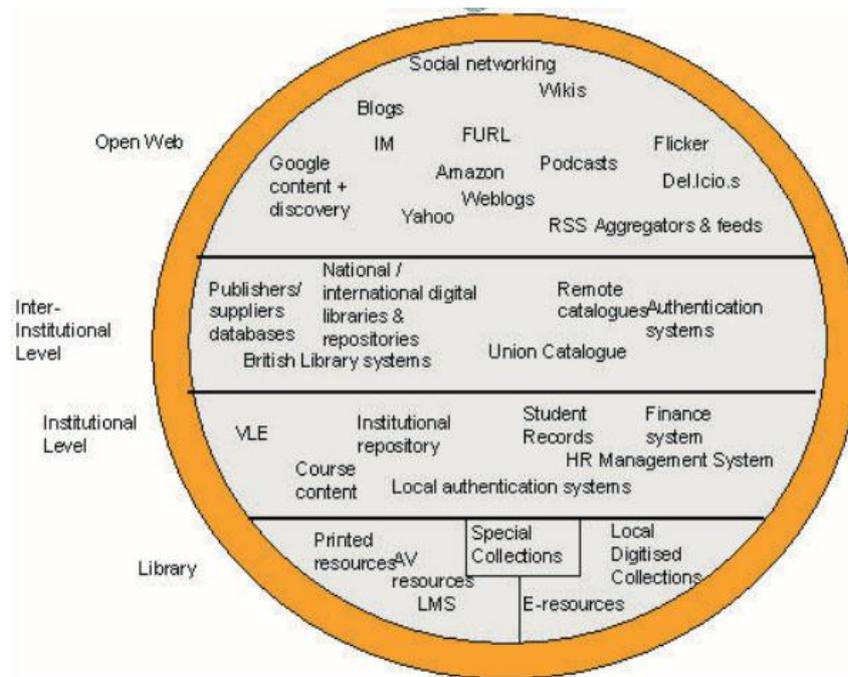
Konten		Kreasi		Koneksi		Pilihan	
Perp.	Inv.	Perp.	Inv.	Perp.	Inv.	Perp.	Inv.
Database <i>online</i> perpustakaan dan global (ilmiah & populer), baik yang dilanggan, kerjasama, maupun open access	<i>Brand</i> menu unggulan CWS-LC, misalnya kopi nusantara	Desain ruangan CWS-LC yang <i>instagramable</i> di setiap <i>space</i> ruang perpustakaan seperti, kafe digital, <i>bootphoto</i> , desain gallery/mesum,	Tampilan penyajian makanan & minuman kafe	Media akses layanan digital library (<i>bookless</i>) yang interaktif	Aplikasi pemesanan menu kafe digital perpustakaan secara <i>online</i>	Memberi kebebasan berekspresi & berkreasi kepada pemustaka (<i>social public relation</i>)	Varian menu kafe; menu ekstra (free for customer)
Layanan multimedia (audio-visual)	Daftar menu kafe (makanan & minuman), yang berisi foto, harga, dan deskripsi menu kafe	Sistem zonasi ruang perpustakaan, seperti training center, <i>game center</i> , <i>fitness center</i> , <i>cafe</i> , & <i>karaoke</i>	Desain mebeler kafe digital yang terkoneksi dengan fasilitas multimedia	Relasi narasumber ternama untuk acara diskusi komunitas	Relasi & pengusaha <i>start-up/</i> entrepreneur bisnis bidang lain untuk <i>update</i> persediaan menu kafe	Menerapkan etika komunikasi, pemanfaatan informasi, dan publikasi ilmiah	Diskon harga menu kafe
Media jurnalisme berdasarkan pengalaman pemustaka/pelanggan	Layanan Ekstra (game, olahraga, karaoke, seni budaya, dsb.)	Program diskusi/ literasi tematik (terjadwal) untuk publik, seperti talkshow, bedah buku, mini-seminar, lomba seni dan budaya, dsb.	Kartu pelanggan kafe perpustakaan (untuk diskon pembelian makanan & minuman kafe)	Forum diskusi <i>online</i> yang menyajikan agenda dengan topik tertentu, misal melalui grup media sosial	-	-	-

Keterangan: Perp.=Perpustakaan; Inv.=Investor/pengusaha

Setelah memperhatikan konsep CWS-LC di atas (Tabel 1), langkah berikutnya adalah memastikan kesiapan perpustakaan untuk pengembangan layanan perpustakaan untuk Gen-C, dan kesiapan tersebut dengan melihat tiga aspek yaitu ruang digital (*library-infosphere*), produk layanan (*bookless library*), dan model bisnis (*social library business*).

Library-Infosphere

Untuk generasi mendatang, teknologi sudah menjadi ‘penghubung’ antar-ruang dalam sebuah jaringan yang disebut *infosphere*. Sandhu (2007) mengatakan bahwa *Library-infosphere* sebagai jaringan informasi di sekitar perpustakaan dan jaringan interaksi dengan pengguna. *Library-infosphere* ini merupakan wujud dari *Modern Library Information Environment*—interkoneksi jaringan informasi memadai dan sumber daya informasi berlimpah. Sandu (2007) mendeskripsikan konsep *infosphere-library* sebagai berikut (Gambar 4).



Gambar 4. Konsep *Library-Infosphere* (Sandhu, 2007)

Dalam *infosphere* terjadi revolusi informasi yang memungkinkan membuka kesempatan besar bagi generasi milenial, disini proses transfer teknologi antar-pengguna (*user*), teknologi (*technology*), dan pembisik (*prompter*) yang dikenal sebagai Technology’s In-Betweeness Schema (Floridi, 2014). Konsep *library-infosphere* memungkinkan adanya perubahan model bisnis di perpustakaan modern, di mana perpustakaan sudah mulai menawarkan layanannya melalui transaksi pembelian dan penyewaan sumber daya informasi dan fasilitas.

BookLess Library

Teknologi digital yang digunakan oleh perpustakaan harus terintegrasi dengan layanan CWS-LC. Hal tersebut dengan produk layanan koleksi dan informasi digital yang akan ditawarkan dan diberikan kepada pemustaka. Dalam konteks perpustakaan digital modern, konten koleksi perpustakaan bersifat *bookless*—maksudnya bahwa wujud fisik koleksi dan perpustakaanannya bersifat digital atau elektronik. Contoh layanan *bookless-library* ini dapat dilihat pada Gambar 5, 6, dan 7.



Gambar 5. Database *Digilib Fisipol* UGM
(sumber: <https://digilib.fisipol.ugm.ac.id/>)

Database *Digilib* Fisipol UGM (Gambar 5) menyediakan layanan *upload* koleksi (karya dan data) secara mandiri bagi pemustaka. Koleksi *digilib* ini terdiri dari:

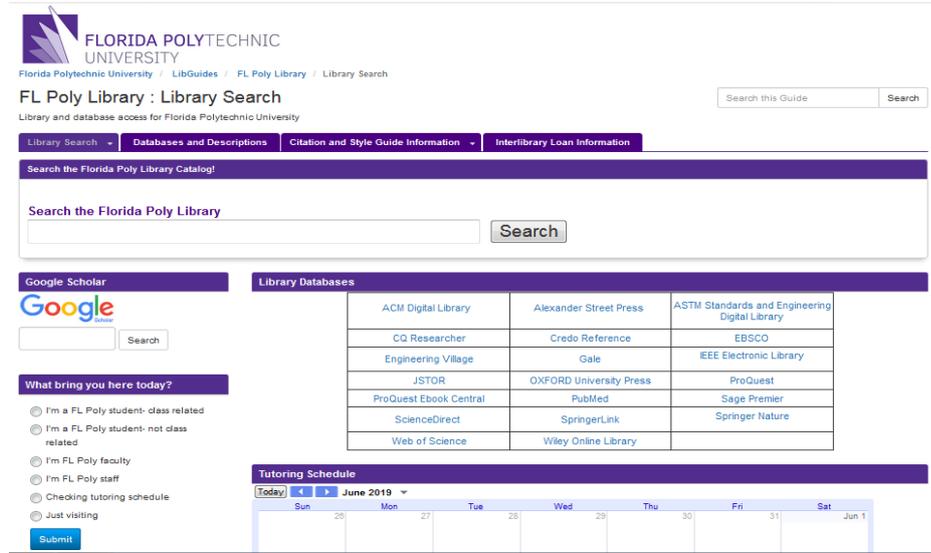
- *Ebooks & ETD* Digitasi — Skripsi, Tesis, & Disertasi format digital;
- *Still images in-house product* — *Digital Product Image*;
- *Podcast* (digital audio) & *Videocast* (*in-house product*);
- *Digital publishing; Digital archives; & Digital Research Data* FISIPOL UGM

Pemanfaatan database *digilib* dapat dilakukan dengan tahapan: (1) *kurasi*, anda dapat menerima/menolak karya/data yang dikoleksi oleh komunitas; (2) *ekspor*, koleksi komunitas anda secara otomatis diekspor melalui OAI-PMH; (3) *unggah*, anda dapat membagikan tautan koleksi ke publik.



Gambar 6. Database Elfan Bookless Library System
(sumber: <http://elfanbookless.com/>)

Database *Elfan Bookless Library System* (Gambar 6) menyediakan akses koleksi digital *online* dengan sistem *scan QR Code* dalam bidang agama, seperti Ensiklopedi Al-Qur'an, Ensiklopedi Hadits, Ensiklopedi Siroh dan Fikih, El-Tube (video ceramah, film islami, dsb), Asmaul Husna, dan *Bookless Library*.



Gambar 7. Library and database access for Florida Polytechnic University
(sumber: <http://floridapolytechnic.libguides.com/c.php?g=939137>)

Database *Library of Florida Polytechnic University* (Gambar 7) menyediakan akses database ilmiah global secara *free* bagi pengguna yang terdaftar sebagai anggota perpustakaan. Database yang disediakan perpustakaan diantaranya *ACM Digital Library*, *Alexander Street Press*, *ASTM Standards and Engineering Digital Library*, *CQ Researcher*, *Credo Reference*, *EBSCO*, *Engineering Village*, *Gale*, *IEEE Electronic Library*, *JSTOR*, *OXFORD University Press*, *ProQuest*, *ProQuest*, *Ebook Central*, *PubMed*, *Sage Premier*, *ScienceDirect*, *SpringerLink*, *Springer Nature*, *Web of Science*, dan *Wiley Online Library*. Selain itu, perpustakaan juga menginformasikan agenda kegiatan perpustakaan (*tutoring schedule*), format sitasi penulisan karya ilmiah, dan pinjam antar-perpustakaan (*interlibrary loan*).

Social Library Business

Konsep CWS-LC mengadopsi sistem bisnis sosial, yakni bisnis ke pelanggan atau yang disebut *Business to Costumer (B2C)*. Pelanggan yang dimaksud adalah pemustaka. Berikut ini ada beberapa hal yang perlu diperhatikan oleh perpustakaan ketika menerapkan model B2C untuk layanan CWS-LC, yaitu bahwa: (1) prinsip B2C adalah *customer service* yang fokus pada *social public relation*; (2) target pemasaran B2C adalah perorangan atau grup (bukan bisnis perusahaan); (3) daya beli konsumen relatif rendah, sehingga investor/pengusaha jangan terlalu berharap mendapatkan profit besar; (4) promosi produk (iklan) dagangan melalui media sosial, *website*, dan brosur (berbiaya murah).

Konsep B2C ini dianggap tepat karena perpustakaan bukan lembaga profit. Peran perpustakaan dalam pengembangan CWS-LC hanya sebagai fasilitator dan penyusun program kegiatan di CWS-LC. Sedangkan masalah strategi pemasaran dan penetapan harga produk makanan dan minuman di kafe diserahkan kepada lembaga mitra atau investor/pengusaha. Apabila perpustakaan akan menjalankan bisnis kafe tentunya harus meninjau kembali dokumen peraturan dan/atau kebijakan yang terkait dengan tarif jasa yang berlaku, misalnya untuk perpustakaan di bawah instansi pemerintah harus mengacu pada dokumen Pendapatan Negara Bukan Pajak (PNBP) atau koperasi.

Kesimpulan

Pemustaka Gen-C merupakan pengguna potensial layanan perpustakaan dan mitra strategis untuk menghidupkan layanan CWS-LC. Sebagai perpustakaan modern yang mengikuti perkembangan teknologi digital, konsep CWS-LC dapat menjadi pilihan layanan bagi Gen-C sehingga mereka dapat bekerja, berkreasi, dan berinovasi dengan nyaman. Layanan *Digilib Cafe* Fisipol UGM, Kafe Pustaka UM, dan *Libri Cafe* Unsyiah dapat menjadi contoh implementasi dan pengembangan CWS-LC di perpustakaan Anda. Layanan CWS-LC dianggap mampu meningkatkan semangat pemustaka Gen-C untuk bersosialisasi dengan orang lain dalam suatu jaringan atau komunitas sosial. Berdasarkan pembahasan di atas, penerapan dan pengembangan konsep CWS-LC di perpustakaan untuk Gen-C dapat dilakukan dengan cara: (1) mengidentifikasi kebutuhan informasi Gen-C dari aspek konten, kreasi, koneksi, dan pilihan; dan (2) menyiapkan konsep CWS-LC untuk pengembangan layanan perpustakaan, yang memperhatikan aspek ruang digital (*library-infosphere*), produk layanan (*bookless library*), dan model bisnis (*social library business*). Dengan menyediakan layanan CWS-LC yang berorientasi pada kebutuhan informasi dan perilaku pemustaka Gen-C, pimpinan lembaga dan pustakawan telah membantu Pemerintah (Perpustakaan Nasional RI) dalam mewujudkan program inklusi sosial bidang perpustakaan.

Referensi

- Ackerman, Mark S. 1994. Providing Social Interaction in the Digital Library. *Proceedings of Digital Libraries '94: First Annual Conference on the Theory and Practice of Digital Libraries (College Station, TX)*, pp. 198-200.
- Ariffandhi, Fajar Dwi. 2019. *Ngopi di Sini Jadi Lebih Pintar, Ini Keunggulan Kafe Pustaka*. Editor: Riadi. Di <https://www.ngopibareng.id/timeline/ngopi-di-sini-garai-pinter-2610016> (akses 4 September 2019).
- Creswell, John. 2007. *Qualitative Inquiry and Research Design*. London: Sage.
- Edgar, Andrew & Peter Sedgwick. 1999. *Key Concept in Cultural Theory*. London and New York: Routledge.
- Fisipol UGM. 2017. *Kunjungi Digilib Café*, Jokowi: Akhirnya Ketemu Creative Hub di Fisipol. <http://fisipol.ugm.ac.id/kunjungi-digilib-cafe-jokowi-akhirnya-ketemu-creative-hub-di-fisipol/>. Di <https://fisipol.ugm.ac.id/soft-launching-digital-library-bentuk-pengabdian-fisipol-inovasi-4-0/> (akses 4 September 2019).
- Fisipol UGM. 2019. *Soft Launching Digital Library, Bentuk Pengabdian Fisipol Inovasi 4.0*. <https://fisipol.ugm.ac.id/soft-launching-digital-library-bentuk-pengabdian-fisipol-inovasi-4-0/> (akses 4 September 2019).
- Floridi, Luciano. 2014. *The Fourth Revolution: How the Infosphere is Reshaping Human Reality*. United States of America: Oxford University Press.
- Hardey, Mariann. 2011. Generation C: Content, Creation, Connections and Choice. *International Journal of Market Research*, Vol 53, Issue 6. <https://doi.org/10.2501/IJMR-53-6-749-770>.

- Hasbiansyah, O. 2008. Pendekatan Fenomenologi: Pengantar Praktik Penelitian dalam Ilmu Sosial dan Komunikasi. *Mediator*, Vol.9 No.1, Juni.
- Howe, Neil & William Strauss. 1992. *Generations: The History of America's Future, 1584 to 2069*. United States of America.
- Humas Unsyiah. 2016. *Perpustakaan Unsyiah Sediakan Warkop*. Di <https://unsyiah.ac.id/berita/perpustakaan-unsyiah-sediakan-warkop> (akses 4 September 2019)
- Humas Unsyiah. 2017. *Libri Cafe Dijadikan Lokasi Festival Dongeng Aneuk Aceh*. Di <http://library.unsyiah.ac.id/libri-cafe-dijadikan-lokasi-festival-dongeng-aneuk-aceh/> (akses 4 September 2019).
- Pickett, Patricia. 2019. The Characteristics of Generation C. <https://www.thebalancecareers.com/who-is-generation-c-and-what-are-they-all-about-2071937> (akses 9 September 2019).
- Sandhu, Gurdish. 2007. The Search For A Library Management System For The Lib-Infosphere. *5th International CALIBER -2007*, Panjab University, Chandigarh, 08-10 February.
- Smola, Karen Wey & Charlotte D. Sutton. 2002. Generational differences: revisiting generational work values for the new millennium. *Journal of Organizational Behavior*, 23, 363–382
- Solis, Brian. 2012. *Meet Generation C: The Connected Customer*. Di <https://www.briansolis.com/2012/04/meet-generation-c-the-connected-customer> (akses 3 September 2019).
- TrendWatching. 2004. *Generation.C, TrendWatch*. Di https://trendwatching.com/trends/GENERATION_C.htm (akses 3 September 2019).
- TrendWatching. 2006. *Generation C(ASH), TrendWatch*. Di https://trendwatching.com/trends/pdf/2006_12_generationcash.pdf (akses 3 September 2019).
- Tribun Jogja. 2018. *Digilib Cafe Tempat Nongkrong Akademika*. Editor: Ari Nugroho. Di <https://jogja.tribunnews.com/2018/01/09/digilib-cafe-tempat-nongkrong-akademika> (akses 4 September 2019).
- Tribun Surabaya. 2016. *Pengunjung di Kafe Ini Bebas Bermesra dengan Buku dan Ilmu*. Editor: Tri Hatma Ningsih. Di <https://surabaya.tribunnews.com/2016/02/16/pengunjung-di-kafe-ini-bebas-bermesra-dengan-buku-dan-ilmu> (akses 4 September 2019).
- Tribun Surabaya. 2017. *Asyiknya Ngopi Literasi ala Kafe Pustaka*. Editor: Tri Hatma Ningsih. Di <https://surabaya.tribunnews.com/2017/05/31/asyiknya-ngopi-literasi-ala-kafe-pustaka> (akses 4 September 2019).