

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada penelitian ini, peneliti dapat menyimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. UPT Perpustakaan UIN Mataram dalam melakukan strategi pemanfaatan perpustakaan dalam promosi di media sosial. UPT Perpustakaan UIN Mataram menggunakan media sosial seperti:

- a. *Facebook*

Facebook sudah melewati masa jayanya, namun masih populer di beberapa kalangan. *Facebook* dinilai masih efektif dan efisien dalam menyampaikan informasi, menghadirkan kelembagaan dan jejaring. Facebook mampu memberikan sugesti langsung untuk menciptakan komunikasi antar manusia. Oleh karena itu, Perpustakaan UIN memiliki *Facebook* untuk mempresentasikan produk dan berkomunikasi dengan pengguna. Adapun nama akun facebook UPT Perpustakaan UIN Mataram yaitu [@Perpusuinmataram](#).

b. Instagram

Instagram merupakan salah satu media sosial yang bisa disebut baru, namun *Instagram* sudah mampu memberikan hasil yang memuaskan bagi pihak yang ingin memasarkan produk atau jasanya. Perpustakaan UIN juga menggunakan *Instagram* sebagai media sosial untuk berkomunikasi dengan pengguna melalui foto dan gambar. Adapun nama akun *Instagram* UPT Perpustakaan UIN Mataram yaitu [@Perpusuinmataram](#). memiliki 203 posts, serta memiliki 1.951 followers dan 749 following.

c. Youtube

Siapa yang tidak mengenal *YouTube* saat ini? Semua orang tahu *YouTube* dengan baik. *YouTube* didirikan pada Februari 2005 dan telah berkembang pesat. Pertumbuhan waktu tonton *YouTube* semakin cepat, setidaknya 50% dari tahun ke tahun selama tiga tahun berturut-turut. *YouTube* adalah mesin pencari terbesar kedua di dunia setelah Google. Maka memilih video sebagai alat promosi merupakan pilihan yang bijak. Metode ini cukup efektif untuk menarik minat konsumen atau pengguna. Pengguna merasa lebih mudah mengikuti suatu panduan dengan *youtube*. Perpustakaan Universitas Islam Negeri juga memiliki *youtube* sebagai sarana promosi dan komunikasi dengan para pengguna. Melalui *youtube* informasi yang hendak di sampaikan akan lebih mudah diterima dan

jelas di tangkap oleh pemustaka. Perpustakaan Universitas Islam Negeri memanfaatkan youtube untuk membagi informasi mengenai perpustakaan. Suatu kegiatan, layanan terbaru dan lain sebagainya. Adapun nama akun Perpustakaan UIN Mataram yaitu [youtube.com/Perpustakaan UIN Mataram](https://www.youtube.com/PerpustakaanUINMataram).

d. Twitter

Twitter adalah layanan yang memungkinkan teman, keluarga, dan rekan kerja untuk berkomunikasi dan tetap berhubungan melalui pengiriman pesan yang cepat dan sering. Pengguna memposting tweet, yang dapat berisi foto, video, tautan, dan teks. Adapun nama akun Twitter UPT Perpustakaan UIN Mataram yaitu [@perpusuinmataram](https://twitter.com/perpusuinmataram).

2. Dalam melakukan Pemanfaatan Perpustakaan dalam promosi di sosial media di UPT Perpustakaan UIN Mataram terdapat kendala dan hambatan yang dihadapi, Kendala dan hambatan yang di hadapi yaitu:

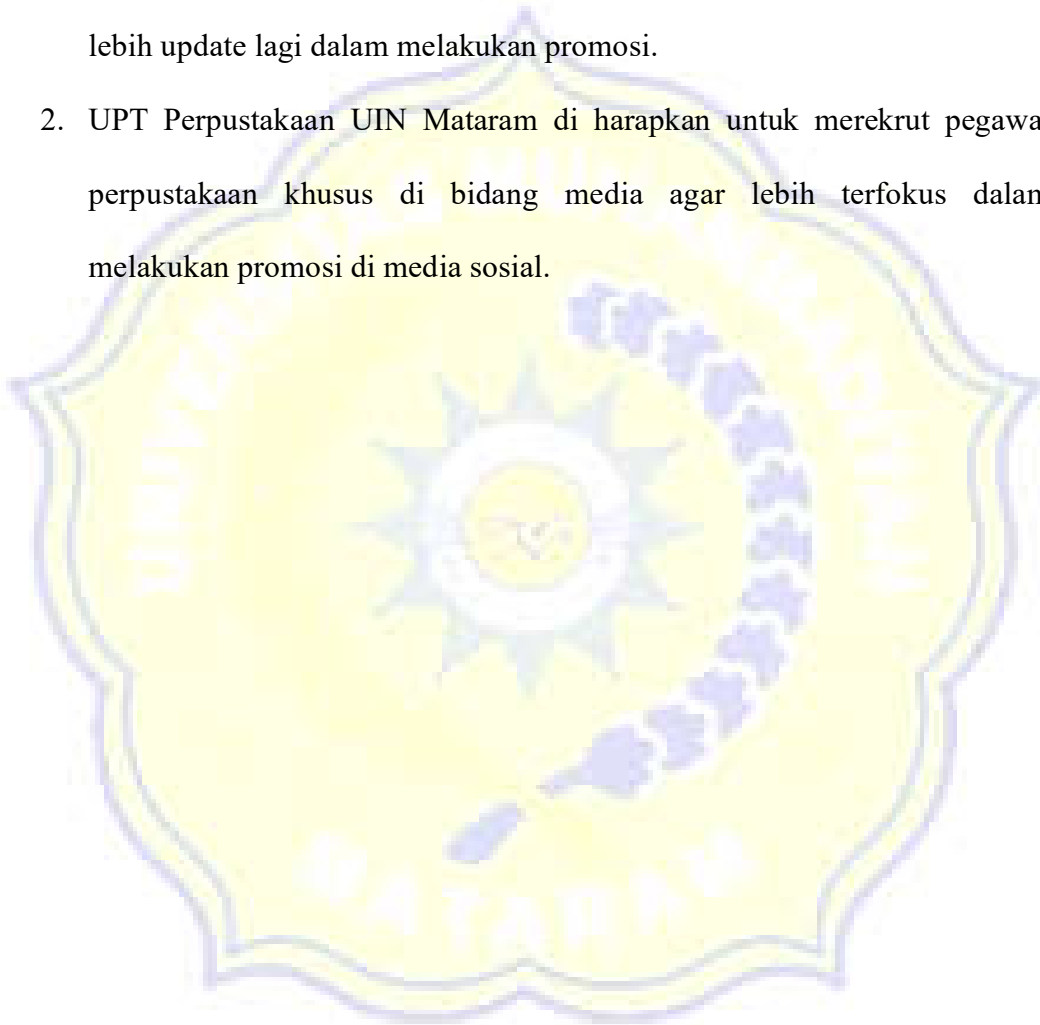
a. Kurang updatenya pegawai perpustakaan di bidang media terkait penggunaan media sosial.

b. Pegawai di bidang media juga memiliki kegiatan lain selain mengoprasikan media sosial sehingga media sosial UPT Perpustakaan UIN Mataram tidak berjalan secara efektif.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas maka saran dari peneliti adalah sebagai berikut:

1. Saran peneliti yaitu UPT Perpustakaan UIN Mataram di harapkan untuk lebih update lagi dalam melakukan promosi.
2. UPT Perpustakaan UIN Mataram di harapkan untuk merekrut pegawai perpustakaan khusus di bidang media agar lebih terfokus dalam melakukan promosi di media sosial.



DAFTAR PUSTAKA

- Effendy, R., Wulandari, P. A., Setiyaningsih, L. A., & Mariani, A. (2021). Mengglobalkan Makanan Tradisional Lewat Media Sosial Youtube sebagai Budaya Tandingan (Studi Food Vlogger Nex Carlos sebagai Media Promosi Kuliner Lokal). *Jurnal Nomosleca*, 7(1), 148-159.
- Herlina, L. (2018). Disintegrasi sosial dalam konten media sosial Facebook. *TEMALI: Jurnal Pembangunan Sosial*, 1(2), 232-258.
- Prihartanta, W. (2015). Tujuan Promosi Perpustakaan. *Jurnal Adabiya*, 3(83), 1-9.
- Rizki, J. W. S. (2013). Optimalisasi fungsi perpustakaan perguruan tinggi melalui peran pustakawan. *Al-Kuttab: Jurnal Perpustakaan dan Informasi*, 1(2), 105-117.
- Saleh, A. R., & Komalasari, R. (2014). Pengertian Perpustakaan dan Dasar-Dasar Manajemen Perpustakaan. *Manajemen Perpustakaan*, 1-45.
- Santoso, J. (2019). Media Sosial dan Promosi Layanan Perpustakaan.
- Sukarno, L. G. (2017). Promosi Perpustakaan melalui Media Sosial di Perpustakaan SMA Negeri 2 Metro. *Media Pustakawan*, 24(4), 56-61.
- Supriyatno, H. (2019). Strategi pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi perpustakaan: Studi analisis persepsi pemustaka tentang efektifitas pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi layanan Perpustakaan UIN Sunan Ampel. *Indonesia Journal of Academic Librarianship*, 3(3), 33-45.
- Untari, D., & Fajariana, D. E. (2018). Strategi pemasaran melalui media sosial instagram (studi deskriptif pada akun@ subur_batik). *Widya Cipta: Jurnal Sekretari Dan Manajemen*, 2(2), 271-278.

LAMPIRAN

Dokumentasi Wawancara Dengan Para Informan



Gambar 1. Wawancara Dengan Ibu Rika Kurniawati, S.IP. M.Hum Selaku kepala UPT
Perpustakaan UIN Mataram.



Gambar 2. Wawancara Dengan Bapak Muhammad Hamam. S.IP. Selaku Bidang
Media.



Gambar 3. Wawancara Dengan Pemustaka UIN Mataram.



Gambar 4. Wawancara Dengan Pemustaka UIN Mataram.