

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang bagaimana peranan media sosial facebook, instagram, youtube, dan website sebagai sarana promosi perpustakaan di era revolusi 4.0 di UPT Perpustakaan universitas muhammadiyah mataram dapat disimpulkan bahwa:

1. Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa peran media sosial menggunakan facebook berdampak baik dalam penggunaannya untuk melakukan promosi. Dengan adanya facebook, pemustaka lebih mudah mengakses dan menjalin hubungan atau berkomunikasi dengan perpustakaan Upt Universitas Muhammadiyah Mataram.
2. Peran media sosial menggunakan instagram, Pada era revolusi ini, pengguna instagram sangatlah luas sekali dan berasal dari berbagai kalangan dan umur. Instagram digunakan karena memiliki banyak fitur menarik yang bisa digunakan. Dengan banyaknya pengguna instagram, promosi perpustakaan menggunakan media sosial ini berdampak sangat baik dalam meningkatkan pemustaka dalam mengakses perpustakaan.
3. Peran media sosial menggunakan youtube sebagai media promosi belumlah optimal dikarenakan perpustakaan UPT Muhammadiyah Mataram melakukan promosi masih menggunakan pamphlet, dan tidak ada pembuatan video untuk melakukan promosi menggunakan youtube.
4. Dan yang terakhir peran media sosial menggunakan website, dimana pemustaka akan lebih mudah mengakses website perpustakaan tanpa

harus login menggunakan akun. Website juga bisa diakses oleh seluruh kalangan di dunia.

5.2 Saran

Saran yang diberikan untuk UPT Perpustakaan Muhammadiyah Mataram mengenai promosi perpustakaan melalui media sosial adalah :

1. Diharapkan agar pustakawan harus benar-benar menguasai atau paham dengan strategi promosi perpustakaan dalam membuat konten untuk mempromosikan perpustakaan di UPT Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Mataram.
2. Diharapkan untuk bisa menyediakan sumber daya manusia (SDM) dengan kemampuan yang profesional untuk menangani atau mempromosikan perpustakaan melalui media platform agar penyebaran informasinya lebih efektif.
3. Diharapkan untuk pihak UPT Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Mataram memiliki akun website sendiri atau akun khusus untuk mempromosikan perpustakaan yang di kelola oleh pihak perpustakaan itu sendiri.
4. Menyediakan jaringan internet yang lebih memadai agar proses pengaploutan informasi atau artikel melalui media platform agar bisa berjalan lancar sehingga tidak mengalami gangguan eror atau down.

DAFTAR PUSTAKA

- A'yunin, 2018. Promosi Perpustakaan Pusat Studi Sosial Asia Tenggara Universitas Gadjah Mada Yogyakarta Melalui Media Sosial. *Libria*, Vol.1, No.1, Juni. Sumber: [jurnal.ar-raniry.ac.id > index.php > libria > article > download](http://jurnal.ar-raniry.ac.id/index.php/libria/article/download) [diakses pada 15 Oktober 2018, pukul 11.00 WIB]
- Bukhari, A. (2002). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta;
- Badollahi Mustafa, *Promosi Jasa Perpustakaan* (Jakarta: Universitas Terbuka, 1996).
- Chin W Wynne, Todd Peter.1995. "On The useUsefulness,ease of use of structural equationModeling in MIS Research : A note of Caution". *Management Information System Quarterly*,21(3)
- Desi Purnama Sari (2017), *Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Minat Baca di Perpustakaan Reading is Fun Jakarta Selatan*.
- Davis, F.D. 1989.Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly* 13(3): 319-340.
- Istiani, P. (2017). Penggunaan Media Sosial oleh Perpustakaan. *Libraria*, 5(1), 69-86.
- Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 11 tentang Perpustakaan.1989. Jakarta.
- Kotler, P. (1996). *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian*. Jakarta: Erlangga.

Kotler dan Keller (2012:568) : Media sosial ssebagai sarana promosi perpustakaan.

Kamus Bahasa Indonesia Kontemporer, (2002). Pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi perpustakaan.

Lexy. J. Moleong. 2019. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung : PT RemajaRosdakarya.

Laksmiwati (2020), Pemanfaatan Media Sosial sebagai Sarana Promosi Layanan Perpustakaan Institut Seni Indonesia Surakarta.

Lasa HS, Manajemen Perpustakaan (Yogyakarta: Gema Media, 2009), 290.

Milles, M and Hubberman. (2014). Qualitative Data Analysis: A Method Sourcebook Third Edition. United States of America: Arizona State University.

Mustafa, B. (1996). Promosi Jasa Perpustakaan. Jakarta: Universitas Terbuka

Marlus P Angipora, Dasar – Dasar Pemasaran (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2002), 374.

Nasrullah, R. 2015. Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sosioteknologi. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

Poerwadarminto, W J S. 2002. Kamus Umum Bahasa Indonesia. Jakarta: Balai Pustaka.

Qalyubi, S. (2003). Dasar-dasar Ilmu Perpustakaan dan Informasi. Yogyakarta: Jurusan Ilmu Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga.

Rizal Saiful Haq and dkk, Pengantar Manajemen Perpustakaan Madrasah (Jakarta: Fakultas Adab dan Humaniora, 2006), 171.

- Sudarmini, E., & Mansyur, S. (2001). *Jurnal Perpustakaan Pertanian: Pemasaran Jasa Perpustakaan dan Informasi*. Bogor: Balai Penelitian dan Pengembangan Pertanian.
- Sulistyo, B. (2013). *Pengantar Ilmu Perpustakaan*. Tangerang Selatan: Universitas Terbuka.
- Siswanti, A. (2015). Pemanfaatan Layanan Perpanjangan Masa Peminjaman Koleksi Melalui Media Sosial Facebook di Perpustakaan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Gadjah Mada Yogyakarta. *Berkala Ilmu Perpustakaan dan Informasi*, 11(2), 1-7.
- Septiyantono and Tri Umar Sidik, *Dasar – Dasar Ilmu Perpustakaan Dan Informasi* (Yogyakarta: Jurusan Ilmu Perpustakaan dan Informasi Fakultas Adab UIN Sunan Kalijaga, 2003), 260.
- Suherman. 2013. *Perpustakaan Jantung Sekolah*. Bandung: Literate
- Sugiyono. (2005). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung, Alfabeta
- Undang-Undang Nomor 43 Tahun 2007 Tentang Perpustakaan. 2010. Yogyakarta: Pustaka Timur



Dokumentasi Penelitian

