

## **BAB V KESIMPULAN**

Bab ini membahas mengenai simpulan penelitian serta terdapat implikasi dan rekomendasi terhadap pihak terkait berdasarkan penelitian yang telah dilakukan.

### **5.1 Simpulan**

#### **5.1.1 Simpulan Umum**

Berdasarkan hasil temuan dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa Perpustakaan Jakarta - Cikini telah melakukan beberapa strategi promosi hal tersebut dapat dilihat dari adanya beberapa indikator strategi promosi yang telah dilakukan antara lain pada pesan promosi Perpustakaan Jakarta - Cikini mempunyai berbagai ciri khas seperti penggunaan warna, penggunaan hastag dan mempunyai pilar konten yang berisikan jadwal mingguan untuk publikasikan konten, kedua frekuensi promosi dengan melakukan publikasi konten pada *feeds* sebanyak dua minggu sekali dan konten mengenai jam operasional yang dipublikasikan setiap hari pada fitur *story*, ketiga waktu promosi ditandai dengan Perpustakaan Jakarta – Cikini yang konsisten dalam mempublikasikan konten dengan melihat *traffic* masyarakat menggunakan ponsel, keempat ketepatan waktu / kesesuaian sasaran ditandai dengan sasaran dari kegiatan promosi ini adalah seluruh masyarakat dari berbagai kalangan. Hal ini juga dibarengi dengan berubahnya pandangan atau citra dari pengikut akun @perpustjkt terhadap citra Perpustakaan Jakarta - Cikini itu sendiri. Selain dari berbagai macam strategi promosi yang telah dilakukan dalam upaya pembentukan citra yang baik, Perpustakaan Jakarta - Cikini juga sangat memperhatikan bangunan atau arsitektur serta kenyamanan pada setiap ruangnya terbukti banyak pemustaka yang ikut serta membuat konten dengan objek kontennya adalah sudut sudut estetik di Perpustakaan Jakarta - Cikini.

### 5.1.2 Simpulan Khusus

Desain pesan yang dibuat oleh perpustakaan Jakarta pada akun @perpusjkt mencakup tiga logika yaitu logika ekspresif ditandai dengan penggunaan emoji yang sesuai sehingga informasi masih bisa diterima dengan baik oleh pengikut akun @perpusjkt, logika konvensional ditandai dengan penggunaan Bahasa yang mudah dipahami oleh seluruh kalangan masyarakat karena sesuai hasil temuan bahwa sasaran dari segala kegiatan promosi ini dimulai dari remaja hingga lanjut usia, lalu logika retorika ditandai dengan Perpustakaan Jakarta - Cikini mempunyai sebutan khusus untuk pengikut akun @perpusjkt yaitu kawan perpus hal tersebut dibuat agar terjalin hubungan baik dengan para pengikut akun @perpusjkt.

Berbagai bentuk promosi yang telah digunakan oleh Perpustakaan Jakarta - Cikini cukup bervariasi selain memanfaatkan instagram yang dapat menjangkau lebih luas pengunjung, Perpustakaan Jakarta - Cikini pun menggunakan spanduk yang dipasang di berbagai sudut Perpustakaan Jakarta - Cikini selain itu Perpustakaan Jakarta - Cikini pun memiliki berbagai kegiatan lain yang dapat mengubah citra perpustakaan di mata masyarakat antara lain adanya seminar, talkshow, titik baca yang tersedia di wilayah Jakarta, *Walking Tour* yang dilakukan di daerah cikini dan taman ismail marzuki, *Night Library* yang dilakukan di Perpustakaan Jakarta - Cikini serta menampilkan beberapa kesenian, dan *Blind Date with a Book*. Seluruh kegiatan yang diselenggarakan oleh Perpustakaan Jakarta - Cikini diinformasikan melalui akun @perpusjkt sehingga pandangan atau citra masyarakat terhadap perpustakaan sekarang lebih bervariasi kegiatannya bukan hanya membaca buku saja.

Dalam pemanfaatan instagram sebagai bentuk promosi, Perpustakaan Jakarta - Cikini masih mengalami beberapa kendala minor seperti kesalahan dalam membuat caption dan kesalahan dalam waktu mempublikasikan konten namun kendala tersebut bisa diatasi oleh pengelola sosial media akun

@perpusjkt. Selain itu, Perpustakaan Jakarta - Cikini mengalami sebuah mengenai ketentuan dari pemerintah setempat tentang penggunaan logo yang mengharuskan ada di setiap kontennya. Perpustakaan Jakarta – Cikini mengatasi hal tersebut dengan tetap mencantumkan logo dengan mengatur layout namun tidak mengurangi kebutuhan akan unsur desain dan informasi.

## 5.2 Implikasi

Implikasi dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pemanfaatan instagram sebagai salah satu strategi promosi yang dapat dilakukan oleh akun @perpusjkt, selain itu Perpustakaan Jakarta - Cikini dapat mengetahui bentuk konten seperti apa yang menarik bagi pengikut akun @perpusjkt. Lalu, setelah melakukan wawancara yang sudah cukup mewakili pengikut akun instagram @perpusjkt dapat mengetahui citra atau pandangan masyarakat terhadap adanya Perpustakaan Jakarta serta terpenuhinya kebutuhan informasi bagi masyarakat melalui akun @perpusjkt. Sehingga Perpustakaan Jakarta - Cikini bisa lebih konsisten dalam membuat konten yang menarik serta informatif

## 5.3 Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian terdapat beberapa rekomendasi yang diharapkan dapat bermanfaat untuk berbagai pihak, diantaranya adalah :

1. Bagi Perpustakaan Jakarta - Cikini dan akun @perpusjkt, diharapkan dapat semakin konsisten dalam mempublikasikan konten yang menarik serta informatif, memberikan pelatihan secara merata kepada tim pengelola sosial media, serta melakukan evaluasi secara rutin mengenai konten yang dipublikasikan.
2. Bagi pengikut akun @perpusjkt, diharapkan dapat memaksimalkan informasi yang ada di akun @perpusjkt sehingga informasi yang telah didapatkan dapat diterapkan saat datang langsung ke Perpustakaan

Jakarta - Cikini contohnya seperti informasi mengenai tata cara datang ke Perpustakaan Jakarta - Cikini.

3. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat melakukan penelitian mengenai strategi promosi menggunakan teori analisis SWOT .