

## BAB 5

### SIMPULAN, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI

#### 5.1 Simpulan

##### 5.1.1 Simpulan Umum

Diketahui bahwa pemanfaatan media sosial TikTok sebagai media promosi telah memenuhi 3 (tiga) aspek promosi, yaitu *to inform*, *to influence*, dan *to persuade*. Ketiga aspek tersebut dapat ditemui pada konten kreator yang bertujuan untuk menciptakan konten video yang informatif dan menarik, serta dari *viewers* TikTok menunjukkan reaksi bahwa konten video informatif dan visual yang menarik dapat mempengaruhi keputusannya untuk berkunjung. Perpustakaan Jakarta Cikini sebagai yang menerima *feedback* dari video-video kunjungan perpustakaan di TikTok menerima dampak yang besar terhadap fenomena ini dan sangat mengapresiasi konten kreator yang telah mempromosikan perpustakaan secara tidak langsung.

##### 5.1.2 Simpulan Khusus

Simpulan yang diperoleh berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dijelaskan di bab sebelumnya mengenai fenomena pemanfaatan media sosial TikTok sebagai media promosi perpustakaan adalah sebagai berikut:

- 1) TikTok mampu untuk menjadi media promosi, sebab telah memenuhi 3 (tiga) aspek promosi, yakni *to inform*, *to influence*, dan *to persuade*. Dalam prakteknya, konten kreator dalam memanfaatkan TikTok bertujuan untuk memberikan informasi, pengaruh, dan membujuk melalui konten video yang dikemas secara menarik, visualisasi perpustakaan yang baik, dan *feedback* melalui para *commenter* di TikTok membantu untuk

membujuk masyarakat untuk berkunjung. Dari pandangan *viewers*, TikTok dimanfaatkan untuk menjadi media dalam berkonten, mencari informasi, dan sumber referensi. Ketiga partisipan, konten kreator dan *viewers* sepakat bahwa TikTok memiliki potensi yang tepat untuk menjadi media promosi, ketiga menyatakan bahwa TikTok mampu memberikan fitur-fitur yang menjadikan suatu konten video mampu untuk cepat tampil pada *fyp*/beranda *users* TikTok, sehingga informasi dapat mencapai masyarakat secara lebih cepat.

- 2) Wujud interaksi *online* oleh *viewers* TikTok dilakukan dengan memberikan *likes*, *share*, dan *bookmark* konten video yang telah dilihat. Interaksi *share* merupakan salah satu aspek promosi yang bertujuan untuk memberikan pengaruh dan ajakan (*to influence* dan *to persuade*). *Viewers* TikTok secara tidak langsung terlibat dalam mempromosikan perpustakaan ke *users* TikTok lainnya. Dengan adanya interaksi, melahirkan ketertarikan bagi *viewer* untuk dapat berkunjung. Penting bagi suatu konten untuk dapat dikemas secara menarik, menampilkan visual yang baik, serta konten yang informatif, sehingga *viewer* menjadikan faktor-faktor tersebut sebagai penentu untuk berkunjung ke perpustakaan. Reaksi ketertarikan dari *viewer* menandakan bahwa aspek promosi *to persuade* pada konten video TikTok dapat berperan dengan baik.
- 3) Staf Perpustakaan Jakarta Cikini mengakui bahwa efek dari konten video kunjungan perpustakaan yang berada di TikTok telah memberikan dampak yang besar pada Perpustakaan Jakarta Cikini. Hal ini dibuktikan dengan beberapa pemustaka yang berkunjung ke Perpustakaan Jakarta Cikini seringkali merujuk TikTok sebagai sumber informasi mengenai Perpustakaan Jakarta Cikini. Dengan kesadaran akan penggunaan TikTok yang masif, dampak yang diterima sangat besar, dan pemanfaatan untuk promosi yang efektif, staf Perpustakaan

Jakarta Cikini sangat menerima dan mengapresiasi konten kreator yang secara tidak langsung telah mempromosikan perpustakaan. Sehingga saat ini Perpustakaan Jakarta Cikini menjadi tergerak untuk lebih mengembangkan akun TikTok yang telah dimiliki, dengan saat ini sedang berproses dalam menentukan konsep dan persona yang akan ditampilkan selanjutnya di akun TikTok milik Perpustakaan Jakarta Cikini.

## 5.2 Implikasi

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan implikasi yang positif kepada berbagai pihak, khususnya bagi setiap perpustakaan di Indonesia untuk lebih peka terhadap penggunaan media sosial TikTok sebagai media dalam mempromosikan perpustakaan secara lebih efektif dan masif. Sehingga perpustakaan dapat memaksimalkan proses pengenalan (perpustakaan, fasilitas, layanan, koleksi, dsb.) pada calon pemustaka secara luas dan proses interaksi dengan calon pemustaka menjadi lebih dekat. Selain itu, penelitian ini diharapkan mampu menjadi tolok ukur bagi perpustakaan dalam mengembangkan akun media sosial TikTok sebagai media promosi perpustakaan.

## 5.3 Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti menyampaikan beberapa rekomendasi yang diharapkan dapat menjadi saran bagi pihak-pihak yang terkait. Rekomendasi tersebut antara lain sebagai berikut:

### 1) Kepala Unit Pengelola Perpustakaan Jakarta Cikini

Peneliti merekomendasikan kepada Kepala Unit Pengelola Perpustakaan Jakarta Cikini untuk dapat mengembangkan dan memaksimalkan potensi TikTok dalam mempromosikan perpustakaan secara lebih cepat, efektif, dan masif. Sehingga kedepannya kunjungan perpustakaan selalu

mengalami kenaikan akan pengunjung. Selain itu, penting bagi perpustakaan untuk dapat memanfaatkan fitur-fitur di TikTok yang dapat mendukung konten video yang telah diunggah untuk dapat muncul di *fyp*/beranda *users* TikTok secara lebih cepat dan luas. Dengan tujuan agar jumlah *views*, *likes*, komentar, dan *share* yang besar dapat mempengaruhi *engagement viewers* dengan perpustakaan.

## 2) Bagi Konten Kreator dan Viewers TikTok

Peneliti merekomendasikan untuk selalu mendukung kegiatan promosi perpustakaan, contohnya dengan berinteraksi memberikan *likes*, komentar, mem-*follow*, dan bahkan *share* konten video ke berbagai platform atau aplikasi lainnya, sehingga informasi yang diberikan dapat tersebar secara luas ke masyarakat. Khususnya bagi konten kreator TikTok, dengan tanpa adanya keterbatasan berkonten dan kreativitas yang tinggi, peneliti merekomendasikan konten kreator untuk dapat selalu mendukung pembuatan konten-konten positif yang menarik dan informatif mengenai perpustakaan, sehingga masyarakat/*viewer/user* media sosial dapat terpengaruh untuk berkunjung ke perpustakaan.

## 3) Bagi Penelitian Selanjutnya

Peneliti merekomendasikan kepada peneliti selanjutnya untuk menambahkan kekurangan yang terdapat di dalam penelitian ini, serta mengungkap secara lebih dalam mengenai pemanfaatan TikTok sebagai media promosi yang dapat diunggulkan dari media sosial lainnya. Selain itu, rekomendasi lainnya adalah membuat suatu program atau praktek dalam menciptakan konten video terkait perpustakaan di TikTok secara mandiri untuk menguji pengaruh dari konten yang telah diunggah.