

BAB V

KESIMPULAN, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI

Bab ini menyajikan kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan. Pada bab ini juga membahas mengenai implikasi penelitian serta saran untuk pengembangan penelitian berikutnya.

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil pembahasan, secara umum hasil produk yang telah dirancang berupa sebuah konten video promosi perpustakaan di perpustakaan sekolah MA Negeri 2 Kota Bogor. Produk yang telah dihasilkan menjadi sebuah alternatif dalam kegiatan promosi perpustakaan sekolah. Media yang dirancang berdasarkan kebutuhan pengguna perpustakaan. Proses pengembangan konten video promosi perpustakaan berbasis Instagram mengacu pada langkah-langkah model *Design and Development* yaitu identifikasi masalah, perencanaan tujuan, perancangan desain dan pengembangan media promosi, uji coba terbatas, evaluasi pengembangan media promosi, dan analisis laporan hasil pengujian.

Penelitian ini menghasilkan media promosi perpustakaan berupa konten video promosi berbasis Instagram pada akun Instagram @pusman2kotabogor sebagai sarana untuk mengenalkan layanan, koleksi, fasilitas, dan kegiatan yang berlangsung di perpustakaan. Berdasarkan hasil uji coba produk kepada ahli media dan ahli konten menunjukkan bahwa produk dikategorikan “Sangat Baik” dengan respon positif dari siswa. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa konten video promosi perpustakaan layak digunakan di perpustakaan MA Negeri 2 Kota Bogor, serta dapat meningkatkan minat siswa untuk mengunjungi dan memanfaatkan fasilitas perpustakaan.

5.2. Implikasi

5.2.1. Implikasi praktis

Penelitian ini memberikan manfaat langsung bagi perpustakaan sekolah, khususnya dalam strategi promosi berbasis media sosial. Pengembangan konten video promosi terbukti mampu meningkatkan minat siswa untuk mengunjungi serta memanfaatkan fasilitas perpustakaan. Oleh karena itu, pustakawan dapat memanfaatkan

Instagram sebagai sarana promosi yang lebih kreatif. Selain itu, model promosi ini dapat diadaptasi oleh perpustakaan lain dengan menyesuaikan kebutuhan pengguna sehingga pemanfaatan media sosial dapat dilakukan secara optimal.

5.2.2. Implikasi Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini memberikan kontribusi pada pengembangan promosi perpustakaan berbasis media sosial, khususnya pada penerapan model AISAS dalam penilaian produk oleh ahli konten. Penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan model tersebut sangat relevan dengan konteks promosi perpustakaan. Selain itu penggunaan elemen-elemen *advertising* dan penilaian dari siswa menggunakan kriteria-kriteria penggunaan media dapat bermanfaat sebagai dasar penelitian selanjutnya.

5.3. Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan terkait pengembangan media promosi perpustakaan berbasis Instagram, terdapat beberapa rekomendasi peneliti untuk meningkatkan informasi mengenai promosi perpustakaan yaitu:

- 1) Keterbaruan informasi yang sesuai dengan kebutuhan siswa, agar informasi yang disampaikan relevan dengan kebutuhan informasi mengenai perpustakaan. Konten media dibuat lebih menarik untuk meningkatkan minat dan menjaga ketertarikan siswa terhadap perpustakaan, serta diunggah secara terjadwal seperti satu konten setiap minggu sehingga interaksi siswa dan media sosial perpustakaan MA Negeri 2 Kota Bogor dapat meningkat.
- 2) Evaluasi konten secara berkala dengan melihat analisis statistik jumlah penonton dan interaksi dalam konten yang telah diunggah sehingga dapat menyesuaikan strategi yang lebih tepat sasaran dalam melakukan promosi dengan menggunakan media sosial Instagram.
- 3) Kolaborasi dengan berbagai pihak baik siswa, antar sekolah, dan organisasi yang dapat menunjang kegiatan perpustakaan dan menciptakan program konten yang baru sesuai dengan kebutuhan siswa dan perpustakaan sekolah.

- 4) Penelitian ini terbatas pada *platform* Instagram sehingga belum mencakup *platform* media sosial lainnya. Oleh karena itu, diperlukannya pengembangan media menggunakan *platform* lainnya seperti Website perpustakaan.
- 5) Penelitian ini berfokus pada pengembangan media promosi, tidak menjelaskan lebih dalam mengenai dampak konten promosi untuk jangka panjang yang bertujuan untuk meningkatkan literasi dan sebagai *branding* perpustakaan. Sehingga peneliti merekomendasikan untuk meneliti lebih lanjut dengan menggunakan pendekatan kuantitatif guna untuk mengukur efektivitas penggunaan media promosi dalam membangun *branding* perpustakaan dan dampaknya terhadap peningkatan jumlah kunjungan perpustakaan serta minat baca masyarakat.