

BAB V

SIMPULAN, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI

5.1 Simpulan

Simpulan ini berdasarkan hasil pengolahan data dan pembahasan keseluruhan akan dibagi menjadi dua bagian yaitu simpulan secara umum dan simpulan secara khusus.

5.1.1 Simpulan Umum

Berdasarkan dari hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, peneliti menyimpulkan secara umum bahwa promosi perpustakaan melalui *instagram* dengan *AISAS model* dapat memberikan kontribusi dalam memenuhi kebutuhan informasi pemustaka di Perpustakaan UPI. Secara hasil penghitungan data yang ada dengan menggunakan aplikasi *IBM SPSS Statistics 24* kontribusi promosi perpustakaan melalui *instagram* dengan *AISAS model* memberikan kontribusi yang **kuat**. Artinya promosi yang diberikan melalui *instagram* baik itu dari segi penyampaian dan penyajian kontennya dapat memenuhi kebutuhan informasi pemustaka yang mencari atau mendapatkan informasi tentang perpustakaan dari akun *instagram* Perpustakaan UPI. Selain itu secara penghitungan karakteristik responden, bahwa hampir semua responden mendapatkan informasi tentang perpustakaan melalui akun media sosial *instagram*.

Adapun pada indikator *AISAS model* ini adalah menarik perhatian (*attention*), menumbuhkan minat (*interest*), melakukan pencarian (*search*), bertindak atau melakukan (*action*), dan membagikan konten informasinya (*share*). Dari lima indikator promosi *AISAS model* sebelumnya, indikator *search* (membagikan) memperoleh nilai persentase tertinggi sedangkan nilai persentase terkecil yaitu terdapat pada indikator *search* (mencari). Berdasarkan nilai persentase baik itu tertinggi dan terkecil menunjukkan bahwa indikator promosi dengan *AISAS model* juga terbantu dengan para responden yang dapat

membagikan informasinya kepada teman-temannya, sedangkan indikator nilai terkecil menunjukkan bahwa dalam mencari informasi yang diinginkan jika melalui *instagram* terkesan sulit meskipun informasi yang sudah ada telah diunggah sebelumnya dan jika responden ingin cepat menemukan jawaban yang ia perlukan biasanya bertanya langsung melalui kolom komentar atau melalui fitur *direct message*.

5.1.2 Simpulan Khusus

a) Berdasarkan Gambaran Kontribusi Promosi Perpustakaan melalui *Instagram* dengan *AISAS model*

1. Indikator *attention* dalam penelitian ini memiliki nilai persentase kedua tertinggi, artinya dalam membuat para pemustaka khususnya responden tertarik akan *instagram* Perpustakaan UPI. Serta pada pernyataan yang tertinggi menunjukkan bahwa responden mendapatkan informasi tentang perpustakaan UPI di media sosial. Kategori yang didapatkan pada indikator ini adalah **kuat**, sesuai hasil penghitungan uji korelasi dalam memenuhi kebutuhan informasi pemustaka. Selain itu terlihat dari perubahan yang ada, sebelumnya hanya ada unggahan foto kegiatan yang diikuti oleh perpustakaan UPI saja, namun sekarang memberikan informasi yang terkini bagi pemustaka.
2. Indikator *interest* dalam penelitian ini memiliki nilai persentase ketiga tertinggi, artinya dalam meningkatkan minat para pemustaka baik itu untuk datang ke perpustakaan atau sekadar melihat akun *instaram* Perpustakaan UPI, tidak hanya itu minat bertanya responden pun semakin banyak apakah itu sesuai dengan unggahan yang ada atau hal yang tidak berkaitan sama sekali, hasil yang didapatkan juga dalam memperoleh informasinya responden menjawab jelas hingga sangat jelas. Serta pada pernyataan yang tertinggi menunjukkan bahwa responden berminat dalam

mendapatkan informasi dari perpustakaan UPI. Kategori yang didapatkan pada indikator ini adalah **kuat**, sesuai dengan hasil penghitungan uji korelasi dalam memenuhi kebutuhan informasi pemustaka.

3. Indikator *search* dalam penelitian ini memiliki nilai persentase keempat tertinggi, artinya dalam melakukan pencarian informasi di akun *instagram* Perpustakaan UPI dalam tahap cukup mudah karena dalam menemukan informasi yang kita butuhkan pada unggahan akan secara acak dan tidak mudah menemukannya sehingga tampilan judul yang jelas dibaca akan membantu para pemustaka atau responden dalam menemukan informasi yang mereka butuhkan. Serta pada pernyataan yang tertinggi menunjukkan bahwa responden mencari informasi tentang layanan perpustakaan UPI pada unggahan *instagramnya*. Kategori yang didapatkan pada indikator ini adalah **kuat**, sesuai dengan hasil penghitungan uji korelasi dalam memenuhi kebutuhan informasi pemustaka. Meskipun pemustaka atau responden kesulitan dalam mencari informasinya secara umum dari segi layanan yang ada pada unggahan di *instagram*, Perpustakaan UPI berusaha sudah menginformasikannya. Informasi yang diunggah pun selalu terbaru, jika informasinya sudah ada dan ingin mengingatkan kembali, akun *instagram* Perpustakaan UPI dapat menggunakan fitur *story* untuk mengingatkan pemustaka atau *followersnya*.
4. Indikator *action* dalam penelitian ini memiliki nilai persentase terkecil, artinya dalam mengunjungi *instagram* Perpustakaan UPI para responden akan melakukannya namun pada memutuskan membaca informasi yang ada, mereka cenderung akan mengabaikannya, sedangkan dalam melakukan interaksi sebagian responden akan mempertimbangkan di mana ia akan berinteraksi dan sebagian lainnya tidak. Dari pernyataan yang disampaikan dalam memenuhi kebutuhan informasi pada indikator ini pemustaka akan mudah mengunjungi akun *instagram* namun akan jarang

melakukan interaksi kecuali jika memang ada hal yang kurang dipahami. Serta pada pernyataan yang tertinggi menunjukkan bahwa responden memutuskan untuk mengunjungi *instagram* perpustakaan UPI ketika membutuhkan informasi tentang layanan. Kategori yang didapatkan pada indikator ini adalah **lemah**, sesuai dengan hasil penghitungan uji korelasi dalam memenuhi kebutuhan informasi pemustaka. Meskipun pada hasil penghitungannya lemah namun dalam perhitungan secara spesifik pada indikator ini responden memberikan jawaban yang baik dalam mencari informasi dari perpustakaan mereka akan mengunjungi akun *instagram* Perpustakaan UPI

5. Indikator *share* dalam penelitian ini memiliki nilai persentase tertinggi, artinya dalam membagikan informasi yang ada di Perpustakaan UPI kebanyakan para responden akan dengan mudah melakukannya karena responden dapat beranggapan bahwa informasi tersebut akan dibutuhkan oleh teman-temannya bahkan ketika responden membagikan informasi tersebut baik melalui fitur *story instagram* atau via tautan kepada temannya yang belum mengikuti akun *instagram* Perpustakaan berpotensi untuk mulai mengikuti. Dari pernyataan yang disampaikan dalam memenuhi kebutuhan informasi pada indikator ini pemustaka dapat membagikan informasi yang ada menggunakan fitur *story instagram*, membagikannya ketika informasi penting serta merekomendasikan setiap unggahan dan mengajak untuk mengikuti akun *instagram* Perpustakaan UPI. Serta pada pernyataan yang tertinggi menunjukkan bahwa responden tidak bersedia membagikan tautan konten *instagram* Perpustakaan UPI yang relevan jika ada teman responden yang bertanya karena bisa saja teman responden tidak mengikuti *instagram* Perpustakaan UPI. Kategori yang didapatkan pada indikator ini adalah **sedang**, sesuai dengan hasil penghitungan uji korelasi dalam memenuhi kebutuhan informasi pemustaka. Meskipun pada hasil penghitungan uji

korelasinya dalam kategori sedang, indikator ini berpotensi besar untuk memberikan informasi (memenuhi kebutuhan informasi) kepada siapapun yang ingin tahu akan layanan maupun fasilitas dan informasi lainnya yang berkaitan dengan Perpustakaan UPI.

b) Berdasarkan Pemenuhan Kebutuhan Informasi

Pada bagian Pemenuhan Kebutuhan Informasi dalam penelitian ini terbagi menjadi empat jenis yaitu kebutuhan informasi yang mutakhir (*Current Need Approach*), kebutuhan informasi yang rutin (*everyday need approach*), kebutuhan informasi yang mendalam (*exhaustive need approach*), dan kebutuhan informasi yang sekilas (*catching up need approach*). Secara lebih spesifiknya adalah sebagai berikut:

1. Kebutuhan informasi yang mutakhir (*Current Need Approach*) termasuk kedalam kategori **kuat**.
2. Kebutuhan informasi yang rutin (*everyday need approach*) termasuk kedalam kategori **kuat**.
3. Kebutuhan informasi yang mendalam (*exhaustive need approach*) termasuk kedalam kategori **kuat**.
4. Dan kebutuhan informasi yang sekilas (*catching up need approach*) termasuk kedalam kategori **kuat**.

Secara spesifik seluruh sub variabel menunjukkan bahwa setiap jenisnya termasuk kategori yang kuat namun secara urutan yang sangat mendapatkan kontribusi terbesar adalah pada kebutuhan informasi yang sekilas (*catching up need approach*). Hal tersebut menunjukkan untuk informasi sekilas *instagram* Perpustakaan UPI memiliki kontribusi yang besar dalam memenuhi kebutuhan informasi karena setidaknya pemustaka mendapatkan informasi meskipun yang tidak mereka butuhkan namun dapat bermanfaat dikemudian hari atau ketika mereka membagikannya ke orang lain.

5.2 Implikasi dan Rekomendasi

5.2.1 Implikasi

Implikasi yang telah dilakukan dalam penelitian ini yaitu dapat membantu perpustakaan dalam melakukan promosi atau secara spesifik dalam menyebarkan informasi yang ada dari Perpustakaan UPI, khususnya tidak hanya itu perpustakaan pun dapat terkesan lebih dekat dengan pemustakanya karena jarang sekali jika secara langsung di perpustakaan pada layanan sirkulasi banyak yang bertanya terkait layanan dan fasilitas yang diberikan. Penelitian ini juga memberikan gambaran bahwa kontribusi media sosial khususnya *instagram* sangat membantu akan jalannya promosi maupun penyebaran informasi yang dapat dimanfaatkan oleh Perpustakaan UPI karena hasil penelitian ini membuktikan bahwa kontribusinya kuat dalam memenuhi kebutuhan informasi bagi pemustaka. Selain itu meskipun pada beberapa indikator ada yang lemah dan sedang hal tersebut dapat dijadikan masukan dan evaluasi untuk kedepannya agar dapat memaksimalkan peran media sosial khususnya *instagram* pada perpustakaan.

5.2.2 Rekomendasi

Berdasarkan hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan berguna juga bermanfaat bagi pihak-pihak terkait. Adapun rekomendasi yang pada beberapa pihak adalah sebagai berikut:

a) Kepala Perpustakaan

Hasil penelitian ini dapat menjadi pertimbangan dalam pengambilan keputusan terkait promosi perpustakaan dalam memenuhi kebutuhan informasi dalam penggunaan media yang sesuai dan yang paling banyak digunakan oleh para pemustaka.

b) Bidang Layanan atau Hubungan Masyarakat Perpustakaan

Bagi bidang layanan atau hubungan masyarakat Perpustakaan memberikan informasi-informasi yang menarik terkait perpustakaan. Misalnya buku terbaru yang ada di perpustakaan, fakta-fakta tentang perpustakaan sebagai edukasi pemustaka baik dari dunia perpustakaan hingga literasi di Indonesia bahkan dunia. Selanjutnya berikan kesempatan kepada pemustaka dalam mengisi konten seperti opinin tentang Perpustakaan UPI atau review buku yang dapat menjadi rekomendasi para pemustaka lainnya agar tertarik membaca buku. Lalu buatlah konten-konten yang dapat menarik interaksi para pemustaka seperti bertanya ingin ada pematieran dari siapa, atau bahkan mencari rekomendasi buku dapat menanyakan kepada para pemustaka melalui konten di *instagram*.

c) Program Studi Perpustakaan dan Sains Informasi

Dapat memberikan materi perkuliahan secara mendalam dengan tidak hanya pemahaman secara umum saja pada promosi perpustakaan sehingga dapat memudahkan dalam praktik di lapangan dengan menggunakan media sosial yang sangat dekat atau sering digunakan oleh pemustaka.

d) Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya hasil dari penelitian yang telah dilaksanakan diharapkan dapat mendalami lagi promosi dengan memanfaatkan media sosial secara spesifik dan indikator lainnya serta menjadi sebuah inspirasi, rujukan dan acuan dalam melakukan penelitian promosi di perpustakaan dengan media ataupun perkembangan zaman yang akan datang.