

Peranan Media Platform Sebagai Sarana Promosi Perpustakaan Di Era Revolusi 4.0

Ni Luh Putu Ayu Mas Adi Sawitri¹⁾, Richard Togaranta Ginting²⁾, Ni Putu Premierita Haryanti³⁾

¹²³Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Udayana
Email: ayumasadi23@gmail.com¹⁾, richardtogaranta@unud.ac.id²⁾,
premierita@unud.ac.id³⁾

ABSTRACT

This research purposes to describe the role of platform media as a tool of promoting library in revolution industry era of 4.0. The study used library research since the data was collected through books, journals, and other sources. The data were analysed by descriptive qualitative method using data collection, data reduction, data display and verification. The data were collected by reading several sources, analyzing, and concluding the results. The results found that there are several media platforms that can be used in promoting library i.e. social media such as Instagram, WhatsApp, Twitter, Youtube and Website. Besides, there are several problems may occur in promoting library using media platform such as the limitation of human resources, unstable internet connection and collection of resources in the library.

Keywords: Platform media, revolution 4.0, promotion, library.

1. PENDAHULUAN

Di era revolusi industri 4.0 ini, perkembangan teknologi sangatlah pesat. Berbagai informasi mampu menyebar dengan cepat tanpa terbatas akan tempat atau waktu. Masyarakat dapat mengakses informasi terkait apapun dengan sangat mudah. Hal ini dikarenakan oleh keberadaan media platform seperti sosial media, website, perpustakaan digital maupun platform pembelajaran lainnya yang menyediakan beragam informasi.

Perpustakaan adalah salah satu tujuan yang bisa menyediakan informasi dengan lengkap. Perpustakaan ialah organisasi berkembang yang berfungsi menjadi sumber informasi ilmu pengetahuan teknologi dan kebudayaan dalam bentuk mencerdaskan kehidupan bangsa serta menunjang pelaksanaan pembangunan sosial (Yenianti, 2019). Menurut Undang Undang Nomor 43 Tahun

2007 Tentang Perpustakaan, perpustakaan yakni lembaga pengelola koleksi karya tulis, karya cetak, atau karya rekam dengan sistem yang baku untuk memenuhi kebutuhan pendidikan, penelitian, pelestarian, informasi, dan rekreasi para pemustaka. Maka, dapat disimpulkan bahwa perpustakaan ialah suatu organisasi yang ada dimana difungsikan sebagai tempat penyedia berbagai informasi guna memberikan layanan informasi terkait keperluan pendidikan ataupun penelitian.

Namun, di era digital saat ini, mendatangi perpustakaan secara langsung bukan lagi sebagai pilihan utama dalam mencari informasi. Sebagian masyarakat memilih untuk menggunakan sumber seperti Google dalam menemukan informasi. Peranan teknologi tersebut memberikan kemudahan dan lebih mengefisienkan waktu. Nufus (2017) juga

mengungkapkan bahwa salah satu dampak dari perkembangan teknologi ialah perubahan penyebaran informasi dari ruang realitas menjadi ruang virtual, yang kini disebut perpustakaan digital. Perpustakaan konvensional yang biasanya didatangi secara langsung kini beralih menjadi ruang virtual yang mampu mempertemukan individu pada informasi yang diperlukannya secara cepat tanpa batasan waktu maupun tempat. Hal ini mengindikasikan bahwa promosi perpustakaan sangat diperlukan seiring dengan perkembangan perpustakaan digital.

Promosi perpustakaan yaitu serangkaian aktivitas perpustakaan yang disusun agar masyarakat memahami keuntungan sebuah perpustakaan lewat koleksi, sarana, dan jasa yang disediakan. Promosi perpustakaan ialah proses mengenalkan segala aktivitas, pelayanan, serta koleksi yang terdapat di perpustakaan untuk rakyat. Promosi erat kaitannya dengan pemasaran. Kotler (1996) dalam Santoso (2007) menguraikan bahwa pemasaran adalah suatu kelompok pengelola yang meyakini bahwa tugas/kunci kelompok ialah menentukan kebutuhan dan keinginan pasar dengan tujuan memberikan kepuasan yang diharapkan. Sedangkan Sudarmi dan Mansyur (2006) mengartikan pemasaran dengan menerapkan perpustakaan sebagai program yang terencana guna menemukan dan memperoleh dukungan dari masyarakat, berikutnya perpustakaan meningkatkan bantuan yang tepat dan bermanfaat untuk kedua belah pihak, yakni pemustaka dan perpustakaan sebagai pemberi bantuan informasi. Jadi dengan

diselenggarakannya promosi perpustakaan, pemustaka akan mengenal bahan yang dimiliki perpustakaan, sarana yang digunakan, serta bantuan yang dapat diperoleh pemustaka.

Promosi perpustakaan dapat dilaksanakan melalui beragam cara misalnya melalui sosialisasi, pamphlet, media sosial ataupun website. Akan tetapi, di era revolusi industri 4.0 yang identik dengan perkembangan teknologi, promosi melalui sosial media maupun website dirasakan lebih efektif. Alasannya karena sebagian masyarakat saat ini telah familiar terhadap sosial media. Selain itu, Supriyatno (2019) memaparkan sekitar 50.08 persen masyarakat cenderung beraktivitas dengan internet dan 90% nya menggunakan internet guna akses media sosial sebagai cara berkomunikasi.

Berdasarkan permasalahan diatas, bisa disimpulkan bahwa peranan teknologi sangat signifikan terhadap promosi perpustakaan. Namun, disamping kelebihan dari teknologi, tentu saja terdapat kendala yang dialami pula. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk melaksanakan penelitian terkait **“Peranan Media Platform Sebagai Sarana Promosi Perpustakaan Di Era Revolusi 4.0”**. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan peranan media platform dalam mempromosikan perpustakaan serta kendala yang dihadapi dalam promosi melalui media platform.

Penelitian ini memberikan manfaat secara teoritis dan praktis sebagai berikut:

1) Manfaat Teoritis

Studi ini diharapkan mampu menyediakan pengetahuan serta informasi tambahan

terkait media platform yang bisa dipergunakan sebagai sarana promosi perpustakaan dan memberikan informasi mengenai kendala-kendala yang mungkin dihadapi selama promosi perpustakaan melalui media platform digital.

2) Manfaat Praktis

Studi ini diharapkan mampu memberikan suatu pertimbangan bagi instansi ataupun lembaga lainnya dalam mempromosikan perpustakaan sehingga mampu mengoptimalkan peranan perpustakaan sebagai penyedia informasi bagi masyarakat.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Promosi Perpustakaan

Promosi menurut Buchari Alma (2002) ialah jenis komunikasi yang menjelaskan agar barang atau jasa yang di ajukan menarik perhatian dari masyarakat. Promosi tersebut yakni sebagai berikut: 1). Periklanan, yakni promosi publik berupa presentasi dengan membayar sponsor; 2). Penjualan pribadi (personal selling) yaitu penjualan tanpa perantara dilakukan dengan percakapan dan penawaran secara langsung; 3). Publikasi, adalah menawarkan barang atau jasanya menggunakan media masa secara gratis; 4). Pameran, yaitu promosi yang dilaksanakan di suatu tempat dengan adanya titik kumpul masyarakat.

Promosi perpustakaan adalah media pertukaran informasi antar institusi dan pengguna dengan tujuan memberitahukan hal yang menyangkut produk atau jasa yang ada serta menarik pemustaka agar menanggapi produk atau jasa tersebut. Tujuan promosi ini yakni agar munculnya ketertarikan dan pemahaman seseorang

terhadap manfaat yang dipromosikan (Qalyubi, 2003). Promosi perpustakaan ialah upaya bantuan guna mempromosikan segala aktivitas di perpustakaan agar diketahui masyarakat umum (Sulistyo, 1993). Maka, dapat dikatakan bahwa promosi perpustakaan didefinisikan sebagai suatu jenis komunikasi yang dipergunakan dalam mempromosikan perpustakaan kepada khayalak umum dengan berbagai sarana yang dimanfaatkan.

Promosi perpustakaan dapat dilaksanakan melalui langkah-langkah yakni: analisis ketepatan promosi, penentuan media yang dipergunakan. Media yang tepat akan memperlancar promosi yang dilakukan dan memperbesar peluang keberhasilan promosi (Iqbal dan Yunita, 2020).

2.2 Tujuan Promosi

Seperti penjelasan sebelumnya bahwa promosi perpustakaan sangat dibutuhkan demi kemajuan perpustakaan. Mustafa (2012) menyebutkan berbagai tujuan dari promosi perpustakaan diantaranya:

- 1) Membangun kesadaran pada masyarakat mengenai pelayanan perpustakaan.
- 2) Meningkatkan keinginan publik agar memanfaatkan perpustakaan.
- 3) Menumbuhkan masyarakat untuk menunjang aktivitas perpustakaan serta fungsinya di lingkup masyarakat.

Promosi perpustakaan juga ditujukan untuk meningkatkan minat membaca maupun menambahkan pengunjung yang datang untuk memanfaatkan segala informasi yang tersedia di perpustakaan.

Selain itu, Jerome dan Andrew (dalam Mustafa, 2010) mengungkapkan empat

tujuan promosi perpustakaan, yakni: 1) Menarik perhatian masyarakat, 2) Membangun kesan yang baik, 3) Meningkatkan minat, dan 4) Mendapatkan respon/tanggapan.

Menurut Firdaus (2015) promosi perpustakaan berguna untuk memberikan informasi, membujuk pengunjung, dan sebagai alat komunikasi. Alat komunikasi dalam artiannya yakni ketika aktivitas promosi, perpustakaan secara otomatis sudah berkomunikasi dengan masyarakat. Hal ini bisa dilihat ketika perpustakaan memberikan tanggapan mengenai sumber informasi dan pengetahuan.

2.3 Media Promosi Perpustakaan

Media promosi merupakan salah satu faktor dari suatu keberhasilan dalam mempromosikan perpustakaan. Promosi perpustakaan dapat dilakukan melalui berbagai macam cara dengan bantuan beragam media ataupun sarana. Sarana tersebut terdiri atas media cetak maupun media elektronik. Media cetak yakni brosur, poster/pamphlet. Sedangkan media elektronik dapat berupa sosial media seperti Instagram, WhatsApp, Twitter, ataupun Website.

Perpustakaan dapat memanfaatkan Media Sosial dalam melaksanakan promosi dengan tujuan yakni:

1. Promosi produk, sarana, koleksi buku yang di sediakan perpustakaan.
2. Membentuk hubungan antar para pengguna perpustakaan.
3. Sebagai media pembangun interaksi dengan komunitas pustakawan dan komunitas.

Berdasarkan perkembangan zaman, pemanfaatan teknologi menjadi hal utama

untuk menyeimbangkan kebiasaan generasi milenial saat ini. Berikut merupakan beberapa contoh media sosial yang sering dijadikan sebagai sarana promosi:

1) Facebook

Facebook ialah sosial media yang telah dimanfaatkan oleh jutaan masyarakat untuk mempromosikan sesuatu hal mulai dari bisnis hingga bidang pendidikan. Hal ini disebabkan oleh berbagai fitur yang mampu disediakan Facebook untuk penggunaanya seperti mengirim foto/video beserta teks tanpa batasan lingkup.

2) Youtube

Youtube merupakan media yang didirikan untuk membagikan suatu video secara online. Melalui bantuan tersebut, setiap individu bisa saling berkomunikasi melalui kolom komentar atas setiap konten yang dirilis. Selain itu, Youtube menyediakan fitur yang memudahkan penggunaanya dalam membagikan konten melalui jejaring sosial lainnya.

3) Instagram

Instagram adalah suatu aplikasi yang bisa mempermudah usernya dalam membagikan foto ataupun video dengan berbagai caption menarik. Menurut Supriyanto (2019) pengguna Instagram di Indonesia mencapai 56 juta orang dimana menjadi negara yang berada di posisi keempat sebagai pengguna Instagram terbanyak setelah Amerika Serikat.

4) WhatsApp

WhatsApp menjadi suatu aplikasi pesan yang sangat populer pada era revolusi 4.0 ini. Aplikasi ini menyediakan beragam fitur pengirim teks, video, foto, dan pengirim file misalnya dalam bentuk pdf, word, ppt, dan lainnya.

5) Website

Website dijadikan sebagai media untuk membagikan berbagai informasi suatu institusi ataupun lembaga.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode Library Research (Studi Kepustakaan). Metode ini disebutkan sebagai studi kepustakaan sebab salah satu karakteristik penelitian ini yakni meneliti data ataupun teks secara langsung, bukan pada data yang ada di lapangan. Mendez et al., (2020) mengungkapkan studi kepustakaan ialah penelitian yang dilaksanakan dengan memanfaatkan data yang bersumber dari buku, jurnal, dokumen maupun majalah tanpa memerlukan studi di lapangan. Oleh karena itu, pengumpulan data studi ini dilaksanakan melalui pengumpulan data sekunder yang dapat dipertanggungjawabkan.

Kemudian, analisis data pada studi ini memanfaatkan analisis kualitatif deskriptif dengan teori Milles dan Huberman (2014) yang terdiri atas pengumpulan data, reduksi data, penyajian data hingga penarikan kesimpulan. Penjelasan setiap langkah pada teori ini dapat dijelaskan berikut ini:

1) Pengumpulan data

Pengumpulan data yang dimaksudkan pada studi pustaka ini ialah data yang diambil dari berbagai sumber seperti majalah, buku, jurnal maupun sumber informasi lainnya. Akan tetapi, pada penelitian ini, sumber yang digunakan lebih cenderung pada jurnal dan buku yang menyediakan teori terkait promosi perpustakaan.

2) Reduksi data

Reduksi data mengacu pada suatu langkah dimana peneliti mengklasifikasikan hasil data yang dikumpulkan serta memilih data yang diperlukan dan tidak diperlukan. Hal ini memudahkan peneliti dalam menarik kesimpulan.

3) Penyajian data

Penyajian data menekankan pada proses atau cara dalam melaporkan hasil dari data yang telah dikumpulkan. Penyajian data pada studi ini dilaksanakan dengan teknik deskriptif untuk menjelaskan berbagai *literature review* atas teori yang ditemukan.

4) Kesimpulan

Kesimpulan dapat didefinisikan sebagai hasil akhir dari penelitian yang telah dilaksanakan. Kesimpulan tersebut dapat dijadikan pertimbangan atau saran akan penelitian selanjutnya.

4. PEMBAHASAN

4.1 Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Perpustakaan

Kegiatan promosi menjadi faktor utama dalam meningkatkan minat pengunjung karena saat ini apresiasi masyarakat terhadap keberadaan perpustakaan relatif rendah. Sehingga promosi perpustakaan akan menjadi suatu bahan dalam menyadarkan masyarakat untuk lebih memanfaatkan fasilitas perpustakaan yang telah tersedia.

Di era revolusi industri 4.0, promosi lebih fokus terhadap teknologi yang dimanfaatkan berupa sosial media. Pernyataan ini sejalan dengan Iqbal dan Yunita (2020) yang mengungkapkan bahwa

promosi perpustakaan harus dilaksanakan dengan memperhatikan perkembangan teknologi. Maka pada penelitian ini media sosial lebih efektif yang dipergunakan yaitu:

4.1.1 Instagram

Instagram ialah media sosial yang terbentuk dari keberadaan web 2.0. Instagram menjadi media yang paling dipilih saat ini untuk berkomunikasi ataupun sekedar melakukan promosi. Beberapa fitur yang disediakan Instagram memberikan kemudahan pada penggunaanya dalam berkomunikasi serta menyebarkan informasi misalnya fitur upload foto, video (IG TV), Boomerang, dan filter lainnya yang mampu menampilkan informasi dengan rangkaian menarik.

Dalam konteks mempromosikan perpustakaan, terdapat dua acara yang dapat dilaksanakan yakni melalui upload konten utama dan konten selingan. Konten utama meliputi konten-konten yang mencakup penawaran berbagai layanan perpustakaan dan koleksi yang dimiliki. Sementara itu, konten selingan yang dimaksudkan meliputi konten aktivitas maupun bentuk kegiatan seperti webinar yang perpustakaan laksanakan.

Beberapa peneliti sebelumnya telah membuktikan bahwa Instagram menjadi suatu media sosial yang efektif sebagai sarana dalam mempromosikan perpustakaan. A'yunin (2018) menemukan bahwa media sosial seperti Instagram digunakan dalam promosi perpustakaan Universitas Gajah Mada. Cara yang dipakai dalam memanfaatkan Instagram sebagai media promosi yakni: 1) Memposting koleksi terbaru yang ada di perpustakaan dengan informasi singkat terkait foto

koleksi, dan 2) Menampilkan poster mengenai informasi layanan perpustakaan, syarat kenaggotaan serta aktivitas yang dilaksanakannya. Selain itu, Budiman et al. (2019) menggunakan Instagram sebagai media promosi perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Belitung. Instagram dipilih sebagai media yang sesuai dengan era sekarang dimana aplikasi ini dimanfaatkan untuk mengajak pemustaka berkunjung dan memanfaatkan layanan perpustakaan. Mereka juga memanfaatkan Instagram sebagai sarana penyaluran informasi seperti cara meminjam maupun mengembalikan buku serta beragam informasi kegiatan yang perpustakaan lakukan.

4.1.2 Twitter

Twitter ialah jenis media microblogs, yang hanya menyediakan 280 karakter untuk menyampaikan informasi. Fitur ini membuat individu mampu untuk memberikan pengumuman penting secara singkat, tepat inti, serta informatif (Bosque, et al. 2012). Seperti pada penelitian (Iryanti, et al. 2019) mengenai promosi Perpustakaan Hukum Daniel S. Lev, twitter dimanfaatkan sebagai sarana pemasaran beragam koleksi buku hukum berbentuk online misalnya kausa, istilah hukum dan lainnya. Salah satu alasan penggunaan twitter sebagai alat promosi ialah twitter mampu dengan mudah menampilkan berita atau hastag yang viral. Oleh karena itu, sosial media ini sangat cocok dipergunakan dalam mempromosikan segala aktivitas perpustakaan sekaligus menambah penghasilan perpustakaan dari dampak pemasaran koleksi buku yang diberikan.

Beberapa alasan yang mempengaruhi perpustakaan untuk memanfaatkan twitter dalam mempromosikan perpustakaan yakni:

1) Tidak berbayar

Twitter ialah aplikasi gratis yang bisa diakses pihak manapun tanpa khawatir akan biaya aplikasi yang berlebihan.

2) Fitur pendukung promosi yang banyak

Fitur analitik pada twitter memberikan peluang bagi penggunanya untuk memonitor setiap orang yang mengunjungi profil perpustakaan, jumlah penayangan video, serta mempermudah jalan komunikasi dengan pengunjung.

3) Mudah trending

Biasanya, informasi pada twitter cepat tersebar luas dikarenakan fitur retweet. Fitur ini menyediakan penggunanya untuk membagikan kembali tweets yang sebelumnya dirilis oleh perpustakaan sehingga mampu membantu promosi perpustakaan secara tidak langsung tanpa biaya promosi khusus pada sumber daya manusia.

4.1.3 WhatsApp

WhatsApp dikenal sebagai aplikasi yang diciptakan tahun 2009 yang memungkinkan segala bentuk komunikasi dalam kelompok maupun individu. Media sosial ini memberikan sejumlah fitur terbaik dan lengkap seperti pengirim pesan, foto/video, segala bentuk dokumen, berbagi lokasi, serta memberikan kontak telepon. Berbagai fitur yang disediakan aplikasi ini menjadi faktor pendorong lembaga perpustakaan perguruan tinggi cenderung mempergunakan media ini sebagai sarana

mempromosikan perpustakaan.

Langkah dalam mempromosikan perpustakaan melalui WhatsApp sangat mudah, yakni perpustakaan hanya perlu membuat suatu grup yang mampu menghubungkan segala fakultas pada perguruan tinggi, kemudian segala bentuk informasi terkait koleksi terbaru, informasi pengembalian buku, serta penyebaran informasi terkait seminar maupun kegiatan lain yang perpustakaan laksanakan (Iqbal & Yunita, 2020). Dengan demikian, hal ini mampu meningkatkan pengunjung/pemustaka dalam mempergunakan segala layanan perpustakaan yang ada.

4.1.4 Youtube

Youtube menjadi aplikasi yang seringkali dipergunakan sebagai pengganti televisi. Sebab kebanyakan orang menggunakan Youtube untuk menonton acara hiburan. Youtube menyediakan fitur-fitur menarik yang memungkinkan setiap individu untuk mengakses video maupun mempublikasikannya secara gratis. Teknik penggunaannya pun sangat mudah dimana pengguna hanya dituntut untuk membuat akun. Bahkan apabila individu tersebut telah memiliki akun Google, maka secara otomatis akan terdaftar akun tersebut di Youtube.

Youtube menyediakan beragam video mulai dari edukasi hingga hiburan. Selain sebagai hiburan, aplikasi ini bisa dimanfaatkan sebagai media dalam mempromosikan perpustakaan. Contohnya menyebarluaskan hasil dokumentasi dari seluruh kegiatan maupun program perpustakaan. Langkah ini telah dilaksanakan oleh Perpustakaan Daerah Kabupaten Belitung Timur dalam penelitian

(Budiman, et al. 2019). Media ini dijadikan sarana sebagai alat informasi kegiatan maupun layanan Perpustakaan dalam bentuk video yang didokumentasikan. Melalui berbagai video tersebut, secara tidak langsung segala aktivitas di Perpustakaan Belitung Timur telah dipromosikan kepada khalayak umum.

4.1.5 Website

Website menjadi sarana yang paling umum dimanfaatkan sebagai tempat promosi beragam kegiatan di suatu instansi maupun lembaga. Biasanya, media ini dipergunakan sebagai sarana dalam mempermudah penyebaran informasi kepada publik dan bisa diakses dengan cepat. Pada konteks promosi perpustakaan, website dijadikan suatu solusi akan kurangnya sumber daya manusia. Hal ini bisa dipergunakan pengguna untuk mengakses informasi aktivitas perpustakaan, profil, berita serta layanan yang diberikan. Hal paling utama, website ini bisa dimanfaatkan untuk menyediakan statistik pengunjung setiap harinya. Hal ini pula yang dilaksanakan oleh Perpustakaan Belitung Timur (Budiman, et al, 2019) yang memanfaatkan website untuk menampilkan berita, hasil kegiatan, statistik pengunjung, serta layanan perpustakaan itu sendiri.

4.2 Kendala- Kendala pada Promosi Perpustakaan

Meskipun keberadaan teknologi mampu mempermudah segala bentuk penyebaran informasi, tetap saja terdapat berbagai kendala yang perlu diketahui oleh masyarakat ataupun instansi yang

mempromosikan perpustakaan melalui media digital. Kendala-kendala tersebut diantaranya (A'yunin, 2018; Riza, et al. 2018):

- 1) Kurangnya sumber daya manusia yang khusus dan profesional dalam menangani promosi.
Faktor ini mengacu pada pengetahuan yang dimiliki oleh pustakawan dalam menggunakan internet serta menjalankan teknik pemasaran. Apabila informasi yang ditampilkan kurang menarik, maka akan berpengaruh pada minat pengunjung dan kemungkinan besar, promosi yang diberikan tidak berhasil.
- 2) Memerlukan akses internet yang baik.
Apabila promosi perpustakaan dilaksanakan dengan menggunakan media digital, maka salah satu faktor penghambatnya adalah koneksi internet. Koneksi internet yang tidak stabil akan memperlambat penyebaran informasi dan tanggapan yang diberikan. Maka dari itu, setiap lembaga penyedia perpustakaan harus memiliki koneksi internet yang memadai.
- 3) Kurangnya koleksi sumber informasi
Meskipun promosi pada media sosial telah gencar dilaksanakan, namun apabila hal yang dipromosikan kurang menarik, maka promosi tidak akan berhasil. Contohnya, koleksi yang dimiliki terbatas dan tidak ada koleksi terbaru. Minat pengunjung akan rendah karena merasa kurang puas terhadap sumber informasi yang tersedia.

5. KESIMPULAN

Dari hasil pembahasan pada studi diatas, maka dapat disimpulkan bahwa media sosial menjadi sarana yang sangat cocok dalam melaksanakan promosi perpustakaan diantaranya dengan memanfaatkan sosial media seperti Instagram, Twitter, WhatsApp, Youtube dan Website. Seluruh media tersebut dapat dipergunakan untuk menyebarkan berita, aktivitas perpustakaan, layanan yang disediakan, serta menawarkan segala koleksi terbaru yang ada di perpustakaan. Selain itu, terdapat beberapa kendala pada pelaksanaan promosi perpustakaan yang mungkin terjadi yakni kurangnya sumber daya manusia, ketidakstabilan koneksi internet serta koleksi sumber informasi yang kurang memadai.

Oleh karena itu, dari berbagai simpulan diatas, maka terdapat saran yang bisa diberikan kepada perpustakaan bahwasannya agar menampilkan bentuk promosi dengan cara yang menarik, memperbarui koleksi-koleksi yang ada di perpustakaan, memilih tenaga pustakawan yang profesional dan kreatif, serta menyediakan dana tersendiri untuk kebutuhan internet. Maka diharapkan segala bentuk promosi yang dilaksanakan mampu berjalan dengan baik dan maksimal.

DAFTAR PUSTAKA

Buku.

- Bukhari, A. (2002). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta;
- Kotler, P. (1996). *Manajemen Pemasaran:*

Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian. Jakarta: Erlangga

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

Jurnal.

- A'yunin, N. A. Q. (2018). Promosi perpustakaan pusat studi sosial asia tenggara universitas gadjah mada Yogyakarta melalui media sosial. *Libraria*, 10(1), 48-63.
- Budiman., Arif, E., Roem, E. R. (2019). Pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi perpusda kabupaten Belitung timur. *Jurnal Ranah Komunikasi (JRK)*, 3(1), 34-44.
- Bosque, D., Leif, S. A., & Skarl, S. (2012). Libraries atwitter: trends in academic library tweeting. *Reference Services Review*, 40(2), 199-213. <https://doi.org/10.1108/00907321211228246>
- Firdaus, R. (2015). Rancang bangun sistem informasi perpustakaan berbasis web. *Jurnal Komputasi*, 5(1), 85-130. DOI: <http://dx.doi.org/10.23960%2Fkomputasi.v3i1.1004>
- Iqbal, R., & Yunita, I. (2020). Media promosi perpustakaan perguruan tinggi di era milenial dan revolusi industry 4.0. *EL Pustaka: Jurnal Ilmu Perpustakaan dan Informasi Islam*, 1(21), 16-26. DOI: <https://doi.org/10.24042/el%20pustaka.v1i2.8482>
- Iryanti, Y. S., & Rahman, M. A. (2019).

Promosi perpustakaan melalui media sosial twitter di perpustakaan hukum Daniel s. lev. *EduLib: Journal of Library and Information Science*, 9(2), 128-14. DOI: 10.17509/edulib.v9i2.17763.

Mendez, E., Wohlin, C., Felizardo, K., Kalinowski, M. (2020). Guidelines for the search strategy to update systematic literature reviews in software engineering. *Information and Software Technology*, 7-24. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.infsof.2020.10.6366>

Nufus, A. (2017). Eksistensi perpustakaan dalam ruang virtual pada abad xx1. *Libraria*, 9(1), 27-40.

Riza, F. A. A., Suryadi., & Suprpto, A. (2018). Strategi promosi perpustakaan khusus (studi pada perpustakaan bank Indonesia Surabaya). *Jurnal Administrasi Publik (JAP)*, 3(12), 2101-2106.

Santoso, H. (2007). Promosi sebagai media pemberdayaan perpustakaan sekolah. *Jurnal Perpustakaan Sekolah. Malang: Perpustakaan Universitas Negeri*

Malang, 1-10.

Supriyatno, H. (2019). Strategi pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi perpustakaan: studi analisis persepsi pemustaka tentang efektifitas pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi layanan perpustakaan uin sunan ampel. *Indonesian Journal of Academy Librarianship*, 3(3), 33-45.

Yenianti, I. (2019). Promosi perpustakaan melalui media sosial di perpustakaan iain salatiga. *Pustabila: Journal of Library and Information Science*, 3(2), 223-237. DOI: <http://dx.doi.org/10.18326/pustabilia.v3i2.223-237>

Peraturan.

Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 11 tentang Perpustakaan.1989. Jakarta.

Undang-Undang Nomor 43 Tahun 2007 Tentang Perpustakaan. 2010. Yogyakarta: Pustaka Timur