

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis dan temuan yang telah diperoleh oleh peneliti tentang Efektivitas penggunaan instagram sebagai media promosi di perpustakaan Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta maka telah didapatkan kesimpulan yaitu sebagai berikut:

5.1.1 Penggunaan instagram sebagai media promosi di perpustakaan Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta sudah berjalan dengan baik dan kebanyakan para anak muda lebih mudah menerima dan memahami informasi yang disebarkan lewat media sosial seperti instagram. Dalam penggunaannya pun instagram banyak membantu dalam mempromosikan perpustakaan termasuk menginformasikan terkait koleksi-koleksi perpustakaan, kegiatan yang ada di perpustakaan maupun informasi lain menyangkut perpustakaan seperti jam dan hari buka atau tutup perpustakaan, cara membuat kartu anggota, cara meminjam koleksi dan juga layanan dan fasilitas yang tersedia di perpustakaan. selain itu, dalam memposting suatu informasi mengenai perpustakaan maka pustakawan di perpustakaan UIN Sunan Kalijaga juga melihat situasi dan kondisi. Hal ini seperti kapan waktu yang tepat untuk memposting, dan juga membuat video reels yang menarik dan kreatif sehingga menarik perhatian pemustaka online yang mengikuti akun instagram perpustakaan. hal ini selaras dengan sub variabel *attention* atau perhatian yang mendapat skor tinggi yang menunjukkan data bahwa dalam

penggunaannya, Instagram efektif sebagai media promosi di perpustakaan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

5.1.2 Efektivitas instagram sebagai media promosi di perpustakaan Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta termasuk dalam kategori efektif. Efektivitas promosi melalui media sosial Instagram yang didasarkan dengan teori AISAS (*Attention, Interest, Search, Action, Share*). Hasil penelitian dengan indikator *Attention* memperoleh presentase 82% atau dalam kategori sangat efektif, *Interest* memperoleh presentase 57,75% atau dalam kategori tidak efektif, *Search* memperoleh presentase 62% atau dalam kategori efektif, *Action* memperoleh presentase 60,25% atau dalam kategori efektif, *Share* memperoleh presentase 39,43% atau dalam kategori tidak efektif. Secara keseluruhan indikator menunjukkan kategori efektif dengan tingkat 75,06 % yang dapat dilihat dari data yang telah diolah juga menunjukkan bahwa hampir keseluruhan indikator memiliki kategori efektif dan sudah dapat dikatakan baik karena pada sub variabel interest dengan indikator saya membaca caption postingan instagram UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta mendapatkan skor atau nilai rata-rata sebesar 89,75% yang artinya sudah sesuai dengan tingkat keberhasilan. Dengan ini maka bisa diketahui bahwa media instagram sebagai promosi perpustakaan UIN Sunan Kalijaga berhasil.

## **1.2 Saran**

Dari hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan dengan judul Efektivitas instagram sebagai media promosi di perpustakaan Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta maka peneliti memberikan saran kepada

pihak Perpustakaan pusat UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, yaitu sebagai berikut:

Untuk pihak perpustakaan pusat UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta diharapkan dapat terus melakukan kegiatan promosi perpustakaan baik online maupun offline baik menggunakan media instagram maupun media aplikasi lain disesuaikan dengan situasi dan kondisi diharapkan dapat dilakukan semaksimal mungkin sehingga manfaatnya dapat dirasakan oleh perpustakaan.

Untuk pemustaka, sebaiknya dapat memanfaatkan dan menggunakan perpustakaan dengan baik, karena layanan yang tersedia di perpustakaan sudah lumayan lengkap berikut panduan atau tata cara penggunaannya pun sudah tersedia.

Penelitian yang dilakukan peneliti hanya pada efektivitas instagram sebagai media promosi perpustakaan saja sehingga pada penelitian selanjutnya, diharapkan dapat melakukan penelitian yang lebih lanjut untuk faktor-faktor lainnya supaya dapat meningkatkan kualitas yang lebih baik lagi pada promosi perpustakaan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta