

## BAB 6

### PENUTUP

#### 6.1 Simpulan

Berdasarkan hasil analisis penelitian tentang strategi *public relations* Perpustakaan Nasional Republik Indonesia dalam menghadapi pemustaka generasi Z, peneliti dapat menyimpulkan bahwa strategi *public relations* Perpustakaan Nasional Republik Indonesia dalam menghadapi pemustaka generasi Z adalah:

1. Strategi *public relations* melalui media sosial

Dalam menerapkan strategi ini, Perpustakaan Nasional Republik Indonesia membuat beberapa akun media sosial sebagai media *public relations*-nya, diantaranya adalah Facebook, Instagram, Twitter, dan Youtube. Sayangnya Perpustakaan Nasional Republik Indonesia belum menggunakan salah satu media sosial yang sedang digandrungi oleh generasi Z saat ini, yaitu TikTok. Di dalam beberapa media sosial yang dimilikinya, Perpustakaan Nasional Republik Indonesia telah menyajikan isi konten dan bentuk konten yang bervariasi untuk menarik perhatian generasi Z. Sayangnya Perpustakaan Nasional Republik Indonesia belum memperhatikan segi tampilan dari konten-konten media sosialnya. Hal ini dilihat dari desain dan *color pallete* konten yang diunggah belum semuanya di seragamkan, sehingga terkesan kurang rapi.

2. Strategi *public relations* melalui pengalaman

Dalam menerapkan strategi ini, Perpustakaan Nasional Republik Indonesia menyelenggarakan beberapa kegiatan, baik aktual maupun virtual seperti

*workshop*, webinar, *talk show*, “nobar”, *quiz*, dan lain-lain yang dapat menarik perhatian generasi Z untuk ikut berpartisipasi dan mempromosikan kegiatan tersebut. Perpustakaan Nasional Republik Indonesia juga menyediakan desain interior yang nyaman dan menarik untuk dipromosikan oleh generasi Z melalui media sosialnya.

### 3. Strategi *public relations* melalui *nano-influencers*

Dalam menerapkan strategi ini, Perpustakaan Nasional Republik Indonesia berkerjasama dengan *nano-influencers*, yaitu pemustakanya yang memiliki kurang dari sepuluh ribu *followers* di media sosialnya. Perpustakaan Nasional Republik Indonesia berkerjasama dengan *nano-influencers* sebab kerjasama dengan *influencers* mega, makro, dan mikro masih menjadi prospek strategi *public relations* kedepannya karena terkendala dana. Selain itu kerjasama dengan *nano-influencer* lebih menarik bagi generasi Z, sebab generasi Z lebih mempercayai pengalaman langsung dari orang-orang yang dikenal dibandingkan dengan *influencers* atau artis yang mungkin saja mempromosikan karena dibayar.

Beberapa strategi *public relations* yang dimiliki oleh Perpustakaan Nasional Republik Indonesia, diterapkan dalam suatu siklus strategi *public relations*. Dalam siklus tersebut pertama-tama Perpustakaan Nasional Republik Indonesia memahami kebutuhan dari targetnya, yaitu generasi Z melalui trend-trend di media sosial dan *feedback-feedback* sebelumnya; selanjutnya Perpustakaan Nasional Republik Indonesia menerapkan strategi *public relations*-nya melalui media sosial, pengalaman, dan bekerjasama dengan *nano-influencers*; setelah strategi-strategi

tersebut diaplikasikan, maka Perpustakaan Nasional Republik Indonesia akan menerima *feedback* berupa komentar, saran, meningkatnya jumlah pengunjung perpustakaan dan *engagement* media sosial. *Feedback-feedback* tersebut kemudian ditimbang dan dianalisis oleh Perpustakaan Nasional Republik Indonesia untuk dijadikan strategi *public relations* kedepannya.

## 6.2 Saran

Berdasarkan hasil analisis penelitian, peneliti memiliki saran untuk meningkatkan strategi *public relations* Perpustakaan Nasional Republik Indonesia dalam menghadapi pemustaka generasi Z, yaitu:

1. Dengan adanya TikTok sebagai media sosial yang saat ini menjadi *trend* di kalangan generasi Z, alangkah baiknya jika Perpustakaan Nasional Republik Indonesia menjadikan TikTok sebagai salah satu peluang untuk menerapkan strategi *public relations*-nya. TikTok sendiri merupakan media sosial yang tidak hanya menyajikan hiburan tetapi juga memberikan ruang bagi penggunanya untuk berinteraksi dan berbagi informasi dengan format yang baru dan menghibur. Perpustakaan Nasional Republik Indonesia bisa memberikan *tips* atau trivia yang informatif dengan mengikuti format konten yang sedang *trend* di TikTok. Dengan begitu strategi *public relations* Perpustakaan Nasional Republik Indonesia akan semakin relevan dengan kebutuhan generasi Z.
2. Tampilan konten menjadi salah satu hal yang penting untuk diperhatikan dalam menerapkan strategi *public relations* di media sosial, khususnya Instagram. Perpustakaan Nasional Republik Indonesia baiknya mulai memperhatikan segi

tampilan dari konten media sosialnya. Konten media sosial akan lebih menarik apabila diseragamkan dari segi *color palette* dan desainnya sehingga konten tersebut dapat menjadi identitas dari Perpustakaan Nasional Republik Indonesia sendiri. Selain itu Perpustakaan Nasional Republik Indonesia harus memiliki jadwal khusus untuk mengunggah konten di media sosial agar konten yang diunggah rapi dan berurutan.

3. Selain mengandalkan *feedback* untuk mengembangkan strategi *public relations*, Perpustakaan Nasional Republik Indonesia dapat mengadakan *forum group discussion* atau FGD dengan beberapa pemustaka dari generasi Z. Konsep FGD sebagai salah satu cara untuk mengembangkan strategi *public relations* merupakan cara yang telah diterapkan pada penelitian sejenis sebelumnya. Cara ini dinilai efektif untuk memahami kebutuhan pemustaka sebagai bekal pengembangan layanan dan fasilitas perpustakaan kedepannya. Alangkah baiknya jika Perpustakaan Nasional Republik Indonesia menerapkan FGD untuk memahami pemustaka-nya dari generasi Z. Hasil FGD tersebut kemudian dapat dikembangkan menjadi strategi *public relations* yang relevan dengan generasi Z untuk kedepannya.