

BAB 6

PENUTUP

6.1 Simpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan analisis data pada bab sebelumnya, peneliti dapat menyimpulkan bahwa:

1. Facebook, Twitter, dan Instagram Balai Layanan Perpustakaan DPAD DIY efektif untuk dijadikan sebagai sarana promosi perpustakaan. Media sosial yang paling tinggi efektivitasnya untuk promosi adalah Instagram dengan nilai EPIC Rate 4,14, selanjutnya yaitu Facebook dengan nilai EPIC Rate 4, dan yang ketiga adalah Twitter dengan nilai EPIC Rate 3,88.
2. Hasil analisis menunjukkan bahwa pada era *net generation* media sosial yang paling efektif untuk digunakan sebagai sarana promosi perpustakaan adalah Instagram. Hal ini ditunjukkan dengan nilai tertinggi (sangat efektif) terdapat pada dimensi *empathy* Instagram yang berarti bahwa masyarakat senang atau gemar dengan konten yang diunggah melalui Instagram.

6.2 Saran

Berdasarkan hasil dan pembahasan analisis data pada bab sebelumnya, peneliti ingin menyampaikan beberapa saran, yaitu:

1. Balai Layanan Perpustakaan DPAD DIY diharapkan dapat menjaga konsistensi pembuatan konten di media sosial agar efektivitas promosi tetap terjaga bahkan meningkat.
2. Balai Layanan Perpustakaan DPAD DIY diharapkan dapat memperbaiki efektivitas dari masing-masing dimensi pada tiap media sosial. Dimensi yang perlu ditingkatkan efektivitasnya adalah dimensi *communication* pada Instagram, dimensi *persuasion* pada Facebook, dan dimensi *communication* pada Twitter.
3. Bagi peneliti yang hendak melanjutkan atau memperdalam penelitian ini, disarankan untuk meneliti lebih jauh mengenai faktor mengapa Instagram pada era *net generation* ini menjadi media sosial yang paling efektif untuk digunakan sebagai sarana promosi perpustakaan. Hal lain yang dapat diperdalam adalah meneliti perbandingan efektivitas media sosial dengan media lain seperti *website* perpustakaan, *banner*, brosur, dan sebagainya.