

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Metode Penelitian**

Metode penelitian merupakan cara ilmiah yang digunakan untuk melakukan penelitian dan mendapatkan data dengan tujuan tertentu. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Sugiyono (2006, 11) mengemukakan bahwa” Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri baik satu variabel atau lebih (independent) tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel lain”.

Sedangkan Moleong (2007, 6) mengemukakan bahwa:

Penelitian kualitatif yaitu penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa saja yang dialami oleh subjek penelitian secara holistic, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah.

Penelitian kualitatif bertujuan untuk mendapatkan data yang mendalam . mampu menghasilkan uraian yang mendalam tentang ucapan, tulisan, dan atau perilaku yang dapat diamati melalui individu, kelompok, masyarakat, dan atau organisasi tertentu dalam suatu setting konteks tertentu yang dikaji dari sudut pandang yang utuh, komprehensif, dan holistik.

#### **3.2 Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dilakukan pada perpustakaan Universitas Negeri Medan yang berlokasi di Jl. Willem Iskandar, Pasar V Medan Estate.

### **3.3 Informan Penelitian**

Penentuan informan dalam penelitian ini dengan menggunakan teknik purposive sampling. Penentuan informan atau nara sumber dengan tujuan tertentu sesuai dengan tema penelitian karena orang tersebut dianggap memiliki informasi yang diperlukan bagi peneliti serta mampu memberi informasi yang dapat dikembangkan untuk memperoleh data. Informan pada penelitian ini yaitu pustakawan sebagai penanggung jawab promosi/ Bagian pemasyarakatan pada Perpustakaan Universitas Negeri Medan dengan jumlah informan sebanyak tiga informan.

### **3.4 Teknik Pengumpulan Data**

Dalam penelitian teknik pengumpulan data sangat diperlukan guna mendapatkan data dalam sebuah penelitian. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data maka peneliti tidak akan mendapatkan data sesuai dengan apa yang diharapkan. Maka teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah dengan menggunakan :

1. Studi Kepustakaan

Dalam penelitian ini studi kepustakaan dilakukan dengan cara membaca sejumlah buku, literature, jurnal ilmiah, internet untuk mendapatkan kerangka teori yang menjadi landasan mengenai masalah dalam penelitian.

2. Observasi

Observasi merupakan teknik pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan tentang keadaan yang ada dilapangan sehingga penulis lebih

memahami tentang subjek dan objek yang diteliti. Observasi dilakukan pada Perpustakaan Universitas Negeri Medan tepatnya di bagian pemasyarakatan/penanggung jawab promosi.

### 3. Wawancara

Wawancara yang digunakan penelitian ini dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan peneliti dengan menggunakan pedoman wawancara yang disusun secara sistematis untuk mengumpulkan data dan peneliti melakukan tanya jawab atau wawancara secara langsung dan menggunakan perekam suara. Dalam Penelitian ini yang menjadi informan adalah pustakawan dengan menentukan jumlah informan sebanyak tiga orang untuk diwawancarai. Pemilihan informan lebih menekankan pada kualitas pemahaman pada permasalahan yang diteliti yang sesuai dengan informasi yang dibutuhkan.

### **3.5 Jenis dan Sumber Data**

Jenis dan sumber data yang digunakan penelitian ini adalah:

1. Data primer, yaitu data yang secara langsung diperoleh penulis dari hasil wawancara dan observasi, pengamatan penelitian seperti sikap dan pemahaman dari subjek yang diteliti sebagai dasar utama melakukan interpretasi data. Penulis melakukan observasi (pengamatan) dilapangan serta mewawancarai pustakawan yang bertanggung jawab di bagian pemasyarakatan/penanggung jawab promosi pada Perpustakaan Universitas Negeri Medan.

2. Data skunder, yaitu data yang memungkinkan untuk dimanfaatkan dalam penelitian ini diantaranya bersumber dari jurnal, buku-buku, artikel, internet dan dokumen lain yang berhubungan dengan masalah penelitian.

### **3. 6 Instrumen Penelitian**

Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang di amati. untuk melakukan penelitian ini adalah peneliti sendiri, dengan menggunakan alat bantu :

1. Pedoman Wawancara

Pedoman ini berisikan hal-hal pokok yang akan ditanyakan pada saat melakukan wawancara. Pedoman wawancara disusun berdasarkan dengan teori yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.

2. Perekam Suara

Perekam suara ini digunakan untuk merekam hasil wawancara. Perekaman wawancara diperlukan karena catatan atau ingatan yang dimiliki peneliti ketika melakukan wawancara terbatas.

### **3.7 Keabsahan Data**

Keabsahan data dalam penelitian ini. Penulis menggunakan beberapa metode triangulasi yaitu dengan teknik yang dilakukan melalui wawancara dengan meminta penjelasan lebih lanjut. Data yang diperoleh dengan mencari informasi lebih dari satu orang. Adapun teknik triangulasi yang digunakan adalah :

1. Triangulasi Data

Menggunakan berbagai sumber data seperti dokumen, hasil wawancara dan hasil observasi yang peneliti lakukan pada Perpustakaan Universitas Negeri Medan.

2. Triangulasi Teori

Penggunaan berbagai teori yang berlainan untuk memastikan bahwa data yang dikumpulkan sudah memenuhi syarat. Pada penelitian ini, berbagai teori telah dijelaskan pada bab II untuk dipergunakan dan menguji terkumpulnya data tersebut.

3. Triangulasi Metode

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan metode wawancara yang ditunjang dengan metode observasi pada saat wawancara dilakukan.

## **BAB IV**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Gambaran Umum Akun Media Sosial Perpustakaan Universitas Negeri Medan**

Perpustakaan Universitas Negeri Medan telah melakukan kegiatan promosi melalui media sosial sejak 2015. Adapun media sosial yang dimanfaatkan oleh Perpustakaan Universitas Negeri Medan antara lain: Facebook, Twitter, Instagram, dan Youtube. Berdasarkan pengamatan penulis terhadap akun media sosial yang digunakan Perpustakaan Universitas Negeri Medan, sampai bulan Juni 2017 akun facebook Perpustakaan Universitas Negeri Medan memiliki 1.309 pengunjung, sedangkan akun twitternya memiliki 145 followers dan akun Instagramnya memiliki 657 followers.

Di dalam akun media sosial Perpustakaan Universitas Negeri Medan, dimuat link situs Perpustakaan Universitas Negeri Medan yaitu <http://digilib.unimed.ac.id>. Hal ini memudahkan masyarakat untuk melihat langsung alamat situs resmi Perpustakaan Universitas Negeri Medan.

#### **4.2 Karakteristik Informan**

Informan dalam penelitian ini adalah pustakawan yang bertanggung jawab dalam kegiatan promosi. Peneliti melakukan wawancara dengan 3 orang informan. Wawancara dilakukan melalui pendekatan dan perkenalan terlebih dahulu dengan informan. Kemudian diminta waktunya untuk bersedia

diwawancarai, dengan menjelaskan terlebih dahulu maksud dan tujuan dilakukannya wawancara tersebut. Berikut adalah daftar karakteristik informan :

**Tabel 4.2**

**Karakteristik Informan**

Kode	Sumber	Bagian
I <sub>1</sub>	Informan 1	Penanggung jawab promosi
I <sub>2</sub>	Informan 2	Penanggung jawab promosi
I <sub>3</sub>	Informan 3	Penanggung jawab promosi

Wawancara berlangsung secara informal. wawancara dilakukan berdasarkan pedoman wawancara dan wawancara secara mendalam. Pelaksanaan wawancara dilakukan secara substantive dimana wawancara dilakukan tidak harus pada suatu tempat tertentu . Suasana wawancara berlangsung alamiah, apa adanya, begitu juga dengan bahasa yang digunakan adalah bahasa informal. Apabila penulis kurang jelas dengan hasil wawancara sebelumnya serta masih perlu penambahan data, maka dilakukan wawancara ulang.

### **4.3 Kategori**

Setelah melakukan wawancara peneliti menyusun kerangka awal analisis sebagai acuan dan pedoman dalam melakukan coding, memilih data yang relevan dengan judul penelitian sehingga menghasilkan beberapa kategori sebagai berikut:

### 4.3.1 Proses Kegiatan Promosi Melalui Pemanfaatan Media Sosial Pada Perpustakaan Universitas Negeri Medan

#### 1) Perencanaan (*Planning*)

Promosi adalah pelayanan untuk memperkenalkan fasilitas yang ada di perpustakaan agar diketahui oleh masyarakat sekaligus mengajak penggunaannya untuk terus memanfaatkan semua fasilitas yang disediakan perpustakaan. Dengan adanya media sosial pada saat sekarang ini akan sangat membantu pustakawan dalam melakukan kegiatan promosi dan berbagi informasi. Tetapi perlu diketahui bahwasanya sebelum melakukan kegiatan promosi tersebut perlu adanya perencanaan yang harus dibuat agar setiap kegiatan yang akan dibuat dapat berjalan dengan lancar dan terarah dalam hal ini dengan memanfaatkan media sosial sebagai salah satu media promosi perpustakaan saat ini. Perpustakaan Universitas Negeri Medan telah memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi perpustakaan. Tetapi dalam melakukan kegiatan promosi melalui media sosial tidak ada rapat perencanaan atau perencanaan khusus yang dilakukan sebelum melakukan promosi melalui media sosial. Seperti yang di ungkapkan oleh informan I<sub>1</sub>, I<sub>2</sub>, I<sub>3</sub> berikut:

- I<sub>1</sub> : “ *Tidak ada perencanaan - perencanaan khusus yang dilakukan untuk membahas mengenai itu*”.
- I<sub>2</sub> : “ *Sebelumnya memang ada pembicaraan terlebih dahulu, tapi bukan diadakan secara formal atau direncanakan secara khusus, pada saat itu memang sedang mengadakan rapat kerja, jadi kami yang muda -muda ini mencoba memberikan trobosan baru dalam hal promosi melalui media sosial, karena memang majunya perkembangan saat ini, dan akhirnya pimpinan mengijinkan*”.
- I<sub>3</sub> : “ *Tidak ada dilakukan perencanaan untuk membahas mengenai itu.*”



Perlunya dilakukan perencanaan pada saat akan melakukan promosi adalah agar kegiatan yang akan dilaksanakan nantinya dapat berjalan lancar. Adapun beberapa tahapan atau langkah tersebut meliputi: *problem analisis, identification of target audiences, management by objectives statement, Message strategy and plan, Media channel strategy and plan, Budget.*

Pada tahapan yang pertama adalah *Problem analysis* merupakan tahapan dimana mengidentifikasi permasalahan yang menjadi dasar dilakukannya promosi Perpustakaan Universitas Negeri Medan dalam hal ini dengan memanfaatkan media sosial tetapi sebelumnya tidak ada dilakukan analisis tentang permasalahan yang menjadi dasar perpustakaan Universitas Negeri Medan melakukan promosi melalui pemanfaatan media sosial. Seperti yang di ungkapkan informan- informan berikut:

- I<sub>1</sub> : *“Perpustakaan melakukan promosi dengan memanfaatkan media sosial tidak ada melakukan analisis permasalahan yang ada, hanya ingin mengikuti perkembangan saat ini saja.”*
- I<sub>2</sub> : *“Tidak ada masalah yang kami dapati, alasan menggunakan media sosial tersebut memang ingin mengikuti perkembangan saat ini, apalagi mahasiswa sekarang hampir semua punya media sosial seperti facebook, instagram, twitter dan perpustakaan juga ingin memanfaatkan kesempatan tersebut agar terlihat lebih update dan lebih dekat dengan pengguna.”*
- I<sub>3</sub> : *” Sepertinya tidak ada dilakukan seperti itu”*

Berdasarkan hasil wawancara terhadap informan diatas, dapat dinyatakan bahwa tidak adanya analisis permasalahan yang dilakukan sebelum melakukan promosi melalui media sosial, karena tidak adanya masalah yang didapati dan dihadapi perpustakaan sehingga menggunakan media sosial sebagai sarana promosi hanya saja ingin mengikuti perkembangan saat ini dengan melihat

banyaknya dikalangan mahasiswa maupun masyarakat umum telah menggunakan media sosial dan perpustakaan Universitas Negeri Medan melihat peluang tersebut dan ingin mengikuti perkembangan teknologi saat ini.

Tahap selanjutnya adalah *Identification of target audience and controlling variables for each*. Tahapan ini digunakan untuk mengenali keseluruhan audien yang akan menjadi target dari dilakukannya promosi. Menentukan target sasaran dalam melakukan promosi sangat penting agar setiap informasi yang disampaikan dapat sesuai dengan sasaran. Adapun yang menjadi target promosi yang dilakukan oleh Perpustakaan Universitas Negeri Medan melalui media sosial. Seperti yang di ungkapkan oleh informan - infroman berikut:

I<sub>1</sub> : “ *Tidak ada penentuan atau batasan siapa yang akan menjadi target dari promosi yang kami lakukan, selain mahasiswa untuk masyarakat umum juga.*”

I<sub>2</sub> : “ *Utamanya pada saat awal memang mahasiswa dilingkungan universitas, tetapi secara umum dan global masyarakat umum juga, jadi gak harus mahasiswa dilingkungan universitas saja, dari universitas luar juga*”

I<sub>3</sub> : “ *Paling utama untuk mahasiswa Unimed, tetapi masyarakat umum juga.*”

Informan I<sub>2</sub> juga menambahkan penjelasan mengenai target sasaran dari promosi yang mereka lakukan bahwa Perpustakaan Universitas Negeri Medan sangat terbuka juga untuk umum sehingga ada beberapa dari masyarakat luar juga ikut berinteraksi di media sosial perpustakaan universitas Negeri Medan, berikut pernyataannya:

I<sub>2</sub> : “ *yang paling jelas saja ketika media sosial ini dijalankan, ada mahasiswa luar yang ingin melakukan PKL (Praktek Kerja*

*Lapangan) mereka pkl kemari melalui media sosial sebagai media interaksinya, jadi saat itu mereka mengirimkan pesannya melalui facebook, dan saya tunjukkan ke pimpinan dan pimpinan meng acc, berarti jelas bahwa targetnya bukan hanya mahasiswa di lingkungan universitas tetapi dari masyarakat umum, universitas luar juga, dan secara tidak langsung berarti mereka melihat perkembangan perpustakaan melalui media sosial yang digunakan oleh perpustakaan Universitas Negeri Medan.”*

Berdasarkan pernyataan dari informan - informan diatas bahwa yang menjadi target dari promosi yang dilakukan oleh Perpustakaan Universitas Negeri Medan tidak ada batasan target yang mereka tentukan selain mahasiswa yang ada dilingkungan universitas tetapi masyarakat umum juga untuk itu terlihat jelas bahwa adanya interaksi antara pustakawan dengan penggunanya.

Tahap selanjutnya *Management by objectives statement* merupakan tahapan yang digunakan untuk menyusun sebuah konsep/rencana kegiatan serta untuk menentukan tujuan apa yang ingin dicapai sehingga promosi yang dilakukan dapat berjalan lancar dan terarah.

I<sub>1</sub>: ” Untuk rencana kegiatan yang dibuat secara tertulis tidak ada, kapan ada berita atau ada yang ingin disampaikan baru kita naikkan ke media sosial..”

I<sub>2</sub> : “ Sejauh ini tidak ada dibuat atau disusun rencananya.”

I<sub>3</sub> : ”Tidak ada rencana kegiatan yang dibuat.”

Berdasarkan pernyataan dari informan - informan diatas tidak ada rencana kegiatan yang dibuat untuk berbagai kegiatan - kegiatan atau informasi- informasi apa yang akan di muat di media sosial Perpustakaan Universitas Negeri Medan.

Perpustakaan Universitas Negeri Medan juga harus dapat menentukan tujuan apa sebenarnya yang ingin dicapai dalam melakukan kegiatan promosi melalui media sosial. Seperti yang diungkapkan informan I<sub>1</sub>, I<sub>2</sub>, I<sub>3</sub> berikut:

- I<sub>1</sub> : *” Agar lebih cepat sampai kesasaran, lebih bisa memberikan gambaran secara utuh tentang kondisi perpustakaan.”*
- I<sub>2</sub> : *” Tujuan utamanya tadi ya itu tadi untuk mempromosikan perpustakaan.”*
- I<sub>3</sub> : *” Agar orang lebih mudah untuk mengetahui lagi tentang perpustakaan.”*

Tahap selanjutnya *Message strategy and plan* adalah tentang perancangan pesan ataupun menentukan pesan apa yang ingin disampaikan untuk mendukung kegiatan promosi dengan menggunakan bahasa yang mudah dipahami serta membuat pesan yang menarik sehingga itu merupakan salah satu bagian seseorang akan tertarik dengan apa yang di promosikan.

Perpustakaan Universitas Negeri Medan melakukan promosi di media Sosial dengan tujuan agar informasi yang disampaikan lebih cepat sampai kesasaran. Informasi yang dimuat merupakan salah satu faktor penting dalam menentukan keberhasilan kegiatan promosi. Sebagaimana diungkapkan oleh informan - infoman berikut:

- I<sub>1</sub> : *“ Tentang pemanfaatan fasilitas perpustakaan, kalau di facebook biasanya informasi- informasi singkat, youtube video- video besar tentang perpustakaan, ada juga judul -judul karya ilmiah yang ada direpository yang langsung terlink ke facebook dan twitter perpustakaan.”*
- I<sub>2</sub> : *“ Sampainya saat ini sebenarnya belum banyak yang tersampaikan, tetapi untuk saat ini yang paling sering adalah judul-judul karya ilmiah yang ada direpository yang langsung terlink ke facebook perpustakaan, berita terbaru perpustakaan misalnya waktu itu perpustakaan merayakan anniversary dan foto-fotokegiatannya di upload di facebook perpustakaan.”*
- I<sub>3</sub> : *“ Semua tentang perpustakaan yang dimuat di media sosial.”*

Berdasarkan pernyataan dari informan diatas bahwa untuk penentuan pesan yang akan dimuat dimedia sosial untuk promosi perpustakaan yaitu semua yang berhubungan dengan perpustakaan Universitas Negeri Medan, seperti pelayanan,fasilitas, kegiatan- kegiatan perpustakaan, tetapi yang saat ini lebih sering dimanfaatkan yaitu facebook dan informasi yang sering dimuat hanya karya ilmiah yang ada direpository yang terlink langsung ke facebook perpustakaan jika ada judul - judul karya ilmiah yang baru.

Tahap selanjutnya *Media channel strategy* yaitu Seorang perencana harus bisa mengidentifikasi media apa yang dapat digunakan untuk mengirim pesan yang sesuai dengan karekteristik target promosi yang telah ditentukan. Pada saat peneliti melakukan observasi awal ke Perpustakaan Universitas Negeri Medan media sosial yang digunakan adalah facebook, twitter, instagram dan youtube dan untuk memastikan kembali peneliti mewawancarai ulang untuk memastikan kembali media sosial yang digunakan oleh perpustakaan sebagai saran promosi, berikut ungkapan dari informan - informan tersebut:

I<sub>1</sub> : " *Media sosial yang digunakan facebook, twitter, instagram dan youtube.*"

I<sub>2</sub> : " *Banyak media sosial yang digunakan perpustakaan seperti facebook, twitter, instagram dan youtube.*"

I<sub>3</sub> : " *Media sosialnya facebook, instagram, twitter, youtube juga.*"

Berdasarkan jawaban dari ke tiga informan di atas bahwa media sosial yang digunakan antara lain facebook, instagram, twitter dan youtube.

Tahapan selanjutnya *Budget/ anggaran* yaitu merupakan bagian penting dalam perencanaan, karena harus memperhitungkan anggaran yang akan

dikeluarkan dalam persiapan maupun pelaksanaan. Perpustakaan Universitas Negeri Medan telah melakukan promosi melalui media sosial, untuk mengenai anggaran yang dikeluarkan oleh perpustakaan. Seperti yang di ungkapkan oleh informan - informan berikut:

I<sub>1</sub> : “ *Anggaran secara khusus tidak ada.* ”

I<sub>2</sub> : “ *untuk saat ini belum ada, karena memang jelas media sosial itu free, yang paling penting adalah adminnya untuk lebih kritis dalam memanfaatkan media sosial, tetapi yang jelasnya untuk saat ini anggaran khusus belum ada tetapi tidak menutup kemungkinan untuk kedepannya nanti karena media sosial akan terus berkembang.* ”

I<sub>3</sub> : “ *Kalau mengenai anggaran itu saya kurang tahu.* ”

Berdasarkan jawaban dari ketiga informan di atas untuk mengenai anggaran yang dikeluarkan ataupun yang dipersiapkan sampai saat ini belum ada anggaran khusus yang dikeluarkan dan tidak menutup kemungkinan kedepannya, karena memang menggunakan media sosial bisa dibilang tidak memerlukan biaya yang mahal.

Penulis juga ingin mengetahui manfaat menggunakan media sosial sebagai sarana promosi perpustakaan. Penggunaan Media Sosial seperti *facebook, twitter, instagram* dan *youtube* sebagai sarana promosi perpustakaan dapat memberikan manfaat bagi perpustakaan, sebagaimana diungkapkan informan I<sub>1</sub>, I<sub>2</sub>, I<sub>3</sub> berikut :

I<sub>1</sub> : “ *Respon pengguna lebih cepat, lebih bisa memberikan gambaran secara utuh tentang perpustakaan.* ”

I<sub>2</sub> : “ *Pengunjung semakin bertambah bukan hanya dari luar tetapi masyarakat luar, universitas luar juga.* ”

I<sub>3</sub> : “ *Bisa dengan mudah memberikan informasi kepada pengguna jadi mereka cepat tahu.* ”

## 2) Pelaksanaan

Pelaksanaan merupakan suatu proses pembuatan keputusan dari suatu teori yang berhubungan dengan perencanaan pesan serta pemilihan saluran yang tepat untuk mencapai tujuan yang ditetapkan. Pelaksanaan kegiatan promosi melalui media sosial sudah ada bagiannya yang menangani yaitu bagian pemasaran yang bertanggung jawab didalam menangani kegiatan promosi salah satunya menangani media sosial. Untuk waktu pelaksanaan dari promosi yang dilakukan di media sosial perpustakaan tidak ditentukan. Sebagaimana ungkapan dari informan-informan berikut:

I<sub>1</sub> : *“ Mengenai waktu pelaksanaannya tidak ditentukan, tidak ada batasan waktu, kapan saja ada berita yang menarik untuk di promosikan disitu kita muat dimedia sosial.”*

I<sub>2</sub> : *“ Saat ini belum rinci untuk membuat seperti, untuk bulan ini harus apa.”*

I<sub>3</sub> : *“ Waktu pelaksanaannya tidak ada ditentukan.”*

Melakukan kegiatan promosi melalui media sosial perlu dilakukan semaksimal mungkin, semenarik mungkin dalam penyampain pesan yang akan di promosikan baik itu dalam mendesain informasinya dan isi dari pesan itu sendiri. Dalam hal ini pustakawan harus memiliki keahlian dan kreatifitas dalam memanfaatkan media sosial tersebut. Memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi Perpustakaan Universitas Negeri Medan dalam hal penyampaian pesan atau mendesain infomasi yang di muat dimedia sosial agar terlihat lebih menarik. Sebagaimana yang ungkapan informan- informan berikut:

I<sub>1</sub> : *“ Biasanya untuk informasi - informasi tertentu kita gunakan orang diluar, contohnya v ideo-video besar pastikan memerlukan*

*kemampuan yang lebih untuk itu kami pesan diluar, dan untuk informasi- informasi lainnya ya kalau bisa dikerjakan ya kami kerjakan .”*

I<sub>2</sub> : *“ membuat lomba, ya gak terlalu sulit dibuat oleh lingkungan mahasiswa seperti resensi buku yang udah ditentukan yang membuat daya tarik mahasiswa dan yang melihat informasinya mereka akan datang ke perpustakaan untuk mencari bukunya, kemudian share video di youtube tentang layanan, bagaimana peminjaman buku, pengembalian buku, pembuatan kartu anggota, penggunaan loker digita pastikan sangat membantu bagi mereka yang masih kurang mengerti tentang penggunaan perpustakaan jadi kita jelaskan step by stepnya.”*

I<sub>3</sub> : *“ Bisa dengan memuat foto- foto kegiatan di perpustakaan yang sedang berlangsung segala hal menarik tentang perpustakaanlah.”*

Berdasarkan jawaban ketiga informan diatas dalam hal penyampaian pesan atau mendesain informasi yang akan dimuat di media sosial supaya terlihat lebih menarik adalah dengan memuat informasi menarik tentang perpustakaan seperti lomba resensi buku, share video tentang penggunaan perpustakaan mulai dari peminjaman buku, pengembalian buku, pembuatan kartu anggota, penggunaan loker digital yang bisa dimanfaatkan bagi pengguna yang belum mengerti tentang tata cara penggunaan semua fasilitas yang ada di perpustakaan Universitas Negeri Medan serta masih meminta bantuan orang luar untuk beberapa informasi dalam mendesainnya seperti video- video besar.

Memfaatkan media sosial sebagai media promosi harus dapat memberikan dan menyampaikan pesan yang menarik kepada penggunanya sehingga setiap informasi yang dimuat mendapatkan tanggapan dan menyukai dari followers/ pengikutnya. Dan semenarik apapun informasi yang dimuat di media sosial apabila tidak ada yang melihat informasi tersebut di media sosial maka informasi yang di muat tidak akan tersampaikan. Untuk itu dalam



pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi harus juga memikirkan bagaimana agar jumlah pengikut/followers yang ada di media sosial terus bertambah sehingga semakin banyak orang yang akan mengetahui berbagai informasi yang dimuat di media sosial. Untuk terus meningkatkan jumlah followers/pengikut di media sosial yang digunakan oleh Perpustakaan Universitas Negeri Medan. Sebagaimana yang ungkapan oleh informan - informan berikut:

I<sub>1</sub> : “ *strategi khusus untuk meningkatkan jumlah followers/ pengikut di media sosial tidak ada strategi khusus yang dibuat.* ”

I<sub>2</sub> : “ *Pada saat awal penggunaan media sosial di perpustakaan strateginya masuk kelaman - laman difakultas yang ada di Universitas Negeri Medan, selain itu seperti Perpustakaan daerah atau antar universitas jadi pasti mereka akan melihat anggota baru mereka tetapi sampai saat ini tidak ada lagi strategi yang digunakan dalam meningkatkan jumlah followers/pengikut, seperti instagram, twitter masih sedikit jumlah followersnya.* ”

I<sub>3</sub> : “ *strategi tidak ada dilakukan, kalau ada yang follow/ mengikuti ya sudah follow/mengikuti.* ”

Berdasarkan pernyataan dari informan informan di atas bahwa tidak ada strategi khusus yang mereka buat atau yang dilakukan untuk terus meningkatkan jumlah pengikut di media sosial yang digunakan perpustakaan, hanya saat di awal saja dibuat untuk menarik pengguna untuk mengikuti dan untuk instagram maupun twitter jumlahnya masih sangat sedikit.

#### **4.3.2 Kendala dalam pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi Perpustakaan Universitas Negeri Medan.**

Kategori ketiga yang diperoleh dari hasil wawancara dengan informan adalah kendala pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi perpustakaan. Kendala yang dihadapi oleh Perpustakaan Universitas Negeri Medan dalam

memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi perpustakaan terdapat beberapa kendala. Seperti pernyataan yang diungkapkan oleh informan - informan sebagai berikut :

I<sub>1</sub> : “ *Pengemasan informasinya masih dilakukan oleh pihak luar, dan dana tidak tersedia secara khusus.* ”

I<sub>2</sub> : “ *Hanya sedikit pegawai yang mau menyempatkan waktu untuk mengelola dan meng-update berita di media sosial yang di gunakan seperti facebooknya, twitter, instagram dan youtube, sehingga kurang update.* ”

I<sub>3</sub> : “ *Kendalanya karena saya memang masih anggota baru di bagian ini , jadi masih sedikit kurang paham tentang media sosial yang digunakan sebagai sarana promosi perpustakaan.* ”

Berdasarkan jawaban dari informan di atas dapat diketahui bahwa ada beberapa kendala dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi perpustakaan adalah dari SDM (Sumber Daya Manusia) itu sendiri, masih kurangnya pengetahuan dan perhatian dalam mengelola media sosial sebagai sarana promosi Perpustakaan Universitas Negeri Medan serta tidak adanya dana khusus yang tersedia.

#### 4.4 Rangkuman Hasil Penelitian

Tabel 4.7

#### Rangkuman Hasil Penelitian

NO	Kategori	Indikator	Hasil Penelitian
1	Proses Kegiatan promosi	Perencanaan	Sebelum melakukan kegiatan promosi melalui media sosial, perpustakaan Universitas Negeri Medan tidak ada melakukan rapat perencanaan atau pembicaraan secara khusus mengenai hal tersebut.
			<i>Problem analysis</i> dalam melakukan promosi melalui media sosial tidak ada dilakukan oleh penanggung jawab bagian promosi karena berdasarkan penjelasan dari informan tidak ada masalah yang menjadi dasar memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi Perpustakaan Universitas Negeri Medan.
			<i>Identifocation of target audiences</i> dalam kegiatan promosi yang dilakukan oleh perpustakaan Universitas Negeri Medan melalui media sosial adapun yang menjadi target sasarannya adalah semua masyarakat umum tidak hanya mahasiswa dilingkungan universitas saja.
			<i>Management by objective statement</i> atau menyusun konsep/ rencana kegiatan tidak ada dilakukan atupun dibuat oleh pihak penanggung jawab

			promosi di bagian masyarakat.
			Tujuannya adalah agar informasi yang disampaikan lebih cepat sampai ke sasaran, lebih bisa memberikan gambaran secara utuh tentang kondisi perpustakaan, agar membantu pengguna untuk lebih mudah mengetahui tentang perpustakaan
			<i>Message strategy and plan</i> untuk tahapan ini dalam penentuan pesan yang dimuat di media sosial adalah semua yang berhubungan tentang perpustakaan seperti pelayanan, fasilitas perpustakaan, segala kegiatan yang dilakukan di perpustakaan salah satunya acara anniversary perpustakaan, tetapi untuk saat ini yang sering digunakan hanya facebook saja dengan memuat informasi mengenai judul-judul karya ilmiah yang baru di repository yang bisa langsung terlink ke facebook, untuk instagram, twitter dan youtube jarang dimuat informasi.
			<i>Media channel strategy and plan</i> atau penentuan media yang digunakan sebagai sarana promosi perpustakaan adalah media sosial seperti facebook, instagram, twitter dan youtube.
			<i>Budget/anggaran</i> sampai saat ini belum ada secara khusus.
			Manfaat yang didapatkan dalam melakukan kegiatan promosi melalui pemanfaatan media sosial adalah respon pengguna

			lebih cepat, pengunjung perpustakaan semakin bertambah tidak hanya dari lingkungan universitas tetapi dari lingkungan luar juga.
		Pelaksanaan	Untuk waktu pelaksanaan dalam melakukan promosi melalui mediasosial tidak ada ditentukan, belum ada dibuat secara rinci, kapan ada berita yang menarik maka disitu baru dimuat di media sosial perpustakaan.
			Cara penyampaian atau mendesain informasi di media sosial agar terlihat lebih menarik yaitu untuk informasi- informasi yang akan dimuat di media sosial terkadang meminta bantuan keluar orang yang lebih ahli, biasanya seperti video-video besar tentang perpustakaan, standing benner dan dengan memuat informasi menarik seperti mengadakan lomba resensi buku.
			Strategi dalam meningkatkan jumlah followers ataupun pengikut di media sosial tidak ada strategi khusus yang dibuat hanya saja pada saat awal pembuatan media sosial dilakukan strategi untuk meningkatkan jumlah followers atau pengikut dengan masuk ke laman-laman fakultas, perpusnas, perpustakaan daerah dan antar universitas.
2	Kendala dalam pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi Perpustakaan		Masih kurangnya pengetahuan dan perhatian dari SDM dalam mengelola media sosial yang digunakan sebagai sarana promosi perpustakaan yaitu

	Universitas Negeri Medan		masih meminta bantuan keluar untuk beberapa informasi seperti video video besar, kurangnya perhatian serta jarang nya admin yang mau menyempatkan untuk updae informasi di media sosial serta anggaran yang belum ada.
--	--------------------------	--	--

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Perpustakaan Universitas Negeri Medan telah memanfaatkan media sosial sebagai sarana untuk mempromosikan perpustakaan. Sejauh ini sudah baik dengan memanfaatkan media sosial sebagai salah satu sarana promosi perpustakaan berarti mengikuti perkembangan saat ini. Namun strategi promosi dalam memanfaatkan media sosial tersebut masih belum maksimal. Proses kegiatan promosi dalam memanfaatkan media sosial dengan melakukan tahapan yaitu perencanaan dan pelaksanaan dalam tahapan perencanaan tidak rencana kegiatan yang dibuat, isi pesan ataupun informasinya masih sedikit dan jarang update, untuk dipelaksanaan belum ada dibuat secara rinci mengenai kapan waktu pelaksanaannya, masih menggunakan bantuan dari luar untuk mengelola beberapa informasi tertentu untuk dimuat di media sosial serta dalam meningkatkan jumlah pengikut di media sosial yang masih sedikit tidak ada strategi yang dibuat.

Promosi menggunakan media sosial seperti facebook, instagram, twitter dan youtube bersifat interaktif karena adanya aliran informasi yang timbal balik atau komunikasi dua arah yang terjadi antara perpustakaan dengan penggunanya.

Perpustakaan Universitas Negeri Medan dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana untuk promosi masih mengalami kendala dalam mengelola media sosial sebagai sarana promosi perpustakaan dalam hal ini masih kurangnya

pengetahuan dan perhatian dari SDM serta anggaran yang sampai saat ini belum tersedia.

## **5.2 Saran**

Adapun saran yang dapat penulis berikan adalah:

1. Hendaknya Perpustakaan universitas Negeri Medan lebih meningkatkan lagi strategi dalam hal pemanfaatan media sosial yang telah digunakan agar terlihat lebih aktif lagi dengan menambah muatan informasinya sehingga dengan begitu dapat juga meningkatkan jumlah followers/pengikut yang masih sedikit.
2. Hendaknya SDM nya dapat menambah pengetahuannya dan lebih kreatif agar SDM yang bekerja dibidang promosi perpustakaan melalui media sosial mendapat reward atau penghargaan yang layak agar kinerja mereka lebih meningkat.
3. Melakukan evaluasi secara berkala terhadap penggunaan media sosial sebagai sarana promosi perpustakaan untuk pengembangan di masa mendatang.