

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Promosi perpustakaan yang diterapkan Perpustakaan Universitas Negeri Malang dilihat dari bentuk atau media promosinya yaitu publikasi, kontak perorangan dan penciptaan suasana atau lingkungan kondusif (*Asmospheric*). Publikasi sendiri dapat dipilah menjadi tiga media promosi yaitu berupa media cetak, media elektronik dan media penyelenggara kegiatan. Media cetak antara lain melalui brosur, banner dan pembatas buku. Media elektronik antara lain *website*, sosial media berupa *facebook* dan *twitter*. Media penyelenggara kegiatan antara lain pameran, ceramah dan seminar, bazar, wisata perpustakaan serta Kafe Pustaka. Promosi yang dilakukan Perpustakaan Universitas Negeri Malang belum dapat berjalan dengan maksimal dikarenakan keterbatasan jumlah Sumber Daya Manusia (SDM) serta jumlah anggaran. Sehingga mengakibatkan promosi Perpustakaan Universitas Negeri Malang belum dapat mencapai dari tujuan promosi perpustakaan, yaitu untuk menarik perhatian, menciptakan kesan, memikat, serta untuk memperoleh tanggapan yang positif dari pengguna.
2. Faktor yang menghambat pelaksanaan kegiatan promosi di Perpustakaan Universitas Negeri Malang adalah terbatasnya jumlah Sumber Daya

Manusia dalam hal ini pustakawan serta anggaran yang belum mencukupi kebutuhan perpustakaan, hal tersebut dapat mempengaruhi pengunjung saat mengunjungi perpustakaan. Sedangkan faktor penghambat lainnya adalah faktor sosial yang belum menjadikan perpustakaan sebagai prioritas utama bagi pengguna dalam pemenuhan kebutuhan informasi. Kemudian yang menjadi faktor pendukung dari pelaksanaan kegiatan promosi di Perpustakaan Universitas Negeri Malang adalah gedung dan perabotan yang memadai serta terdapat layanan pendukung berupa Kafe Pustaka.

B. Saran

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan tersebut, maka dapat diberikan saran sebagai berikut:

1. Untuk promosi melalui publikasi secara tercetak, seharusnya pihak Perpustakaan Universitas Negeri Malang dapat memberikan sarana promosi tercetak selain yang sudah ada di perpustakaan sebelumnya, misalkan buku panduan, poster, surat kabar serta kalender perpustakaan.
2. Untuk promosi melalui publikasi elektronik, sebaiknya pihak Perpustakaan Universitas Negeri Malang mulai membuat akun media sosial yang banyak digunakan oleh kalangan civitas akademika seperti *line*, *whatsapp*, *instagram* atau yang lainnya.
3. Untuk promosi melalui publikasi media penyelenggara kegiatan, sebaiknya perpustakaan Universitas Negeri Malang memberikan jadwal

tetap untuk pelaksanaan pameran, seminar, bazar dan yang lainnya baik per bulan maupun per tahun.

4. Untuk promosi melalui kontak perorangan, seharusnya pihak perpustakaan lebih meningkatkan pelayanan ketika ada pengunjung yang datang, misalnya pustakawan atau staff perpustakaan secara langsung membantu pengguna yang membutuhkan layanan dan informasi.
5. Untuk promosi melalui lingkungan kondusif, sebaiknya pihak perpustakaan dapat meningkatkan kenyamanan dan kebersihan baik melalui staff perpustakaan secara langsung ataupun membuat rambu-rambu untuk menjaga kebersihan dalam bentuk poster.
6. Untuk faktor penghambat kegiatan promosi dalam hal ini Sumber Daya Manusia (SDM), seharusnya pihak perpustakaan dapat menambah pustakawan serta memberikan diklat kepada semua staff di perpustakaan Universitas Negeri Malang.
7. Untuk faktor penghambat kegiatan promosi dalam hal ini anggaran, sebaiknya pihak perpustakaan melakukan perencanaan anggaran yang baik serta bekerjasama dengan pihak lain agar dapat membantu kekurangan anggaran.
8. Untuk faktor penghambat kegiatan promosi dalam hal faktor sosial, sebaiknya pihak perpustakaan memberikan sosialisasi kepada civitas akademika mengenai pentingnya perpustakaan.
9. Untuk faktor pendukung kegiatan promosi, sebaiknya pihak perpustakaan meningkatkan gedung dan perabotan yang dimiliki, baik di perbaharui

setiap tahunnya ataupun segera melakukan perbaikan ketika terdapat kerusakan pada layanan tertentu.