

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Simpulan

1. Promosi iKalsel telah dilakukan melalui berbagai media, seperti media sosial, website, spanduk, kerja sama dengan perpustakaan kabupaten/kota, dan media massa seperti Banjarmasin Post. Pelaksanaan ini sesuai dengan teori perpustakaan di bagian media dan sarana promosi perpustakaan yang menekankan penggunaan media digital dan media lain seperti brosur, spanduk untuk menjangkau masyarakat luas.
2. Kegiatan promosi sesuai dengan fungsi promosi perpustakaan menurut Fill, yaitu *informing*, *persuading*, dan *adding value*. *Informing* terlihat dari penyampaian informasi melalui media sosial, website, dan publikasi berita., *Persuading* melalui sosialisasi langsung ke sekolah, perguruan tinggi, instansi, dan perpustakaan daerah. *Adding value* melalui kemudahan akses koleksi digital yang menjadi nilai tambah aplikasi iKalsel.
3. Hasil penelitian sesuai dengan teori promosi perpustakaan, yaitu meningkatkan kesadaran, memperkenalkan layanan perpustakaan, dan mendorong masyarakat memanfaatkan koleksi perpustakaan. Hal ini dibuktikan dengan meningkatnya penggunaan iKalsel setelah kegiatan promosi dilakukan.
4. Hambatan yang ditemukan meliputi keterbatasan anggaran dan sumber daya manusia, sesuai dengan teori faktor penghambat promosi

perpustakaan yang menyebutkan bahwa kurangnya dana, SDM, serta sarana pendukung dapat menghambat optimalnya kegiatan promosi.

## **B. Saran**

Untuk meningkatkan efektivitas promosi iKalsel sebagai perpustakaan digital di Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Provinsi Kalimantan Selatan, disarankan sebagai berikut:

1. Memperluas Jangkauan Promosi: Meningkatkan intensitas promosi digital melalui media sosial dan website resmi dengan konten kreatif, seperti video tutorial, dan testimoni pengguna, sehingga pesan promosi lebih menarik dan mudah dipahami.
2. Meningkatkan Kerja Sama Lintas Lembaga: Memperkuat kerjasama dengan perpustakaan kabupaten/kota, lembaga pendidikan, komunitas literasi, dan media massa untuk memperluas jangkauan promosi hingga ke daerah yang belum terjangkau secara optimal.
3. Mengadakan Promosi Tatap Muka Secara Berkala: Mengadakan kegiatan sosialisasi dan literasi digital langsung di sekolah, kampus, dan komunitas, terutama di wilayah yang akses internetnya terbatas, untuk menjangkau masyarakat yang belum familiar dengan layanan digital.
4. Mengoptimalkan Evaluasi Berbasis Data: Melakukan pemantauan statistik pengguna dan peminjaman buku secara rutin, lalu menganalisis hasilnya untuk mengukur efektivitas promosi dan menentukan strategi perbaikan di periode berikutnya.

5. Meningkatkan Kapasitas SDM Promosi: Mengadakan pelatihan rutin bagi staf promosi dalam pembuatan konten digital, manajemen media sosial, dan teknik komunikasi publik, agar pesan promosi lebih efektif dan tepat sasaran.