

Strategi Promosi Melalui Media Sosial Terhadap Minat Kunjung di Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kabupaten Aceh Tenggara

Dea Ruhul Hayati¹, Abdul Karim Batubara², Syahrul Abidin³

^{1,2,3} Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan, Indonesia

Email : dearuhulhayati@gmail.com¹, abdulkarimbatubara@uinsu.ac.id²,
syahrulabidin@uinsu.ac.id³

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi promosi melalui media sosial terhadap minat kunjung di Perpustakaan Dinas dan Kearsipan Kabupaten Aceh Tenggara, dan juga untuk mengetahui kendala yang dihadapi pustakawan dalam melakukan strategi promosi di Perpustakaan Dinas dan Kearsipan Kabupaten Aceh Tenggara. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan deskriptif, yaitu suatu proses penelitian dan pemahaman yang berdasarkan pada metodologi yang menyelidiki suatu fenomena sosial dan masalah manusia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi promosi melalui media sosial terhadap minat kunjung di Perpustakaan Dinas dan Kearsipan Kabupaten Aceh Tenggara adalah melakukan promosi melalui media sosial *website, facebook, instagram* dan pembuatan akun.

Kata Kunci: Media Sosial, Minat Membaca, Perpustakaan, Strategi Promosi.

Promotion Strategy Through Social Media Against Interest in Visits at the Southeast Aceh Regency Library and Archives Service

Abstract

This study aims to determine promotion strategies through social media for visiting interest at the Southeast Aceh Regency Archives and Service Libraries, and also to find out the obstacles faced by librarians in carrying out promotional strategies at the Southeast Aceh District Archives and Service Libraries. The research method used in this research is qualitative research using a descriptive approach, which is a research process and understanding based on a methodology that investigates a social phenomenon and human problems. The results showed that the promotion strategy through social media for interest in visiting the Aceh Tenggara District Archives and Service Libraries was to carry out promotions through social media websites, Facebook, Instagram and account creation.

Keywords: Social Media, Reading Interest, Library, Promotion Strategy.

PENDAHULUAN

Promosi perpustakaan merupakan unsur yang perlu dilakukan dalam menjalankan perpustakaan, akan tetapi tidak terlalu diperhatikan oleh individu yang bekerja di dalamnya, yaitu disebut sebagai penggerak suatu organisasi adapun dalam konteks penjelasan ini, yaitu pustakawan atau staf yang ada di perpustakaan, karena sumber daya

manusia akan menentukan kualitas dari promosi perpustakaan itu sendiri (Halizah, 2022). Dengan terciptanya kegiatan promosi, harapannya pengguna perpustakaan akan semakin meningkat dan masyarakat akan menjadi pengguna tetap dan taat dengan aturan yang sudah diterapkan dalam perpustakaan.

Dalam melakukan kegiatan promosi di perpustakaan hal yang perlu diperhatikan dan dilakukanyaitu meningkatkan layanan yang di sediakan oleh perpustakaan, karena layanan perpustakaan menjadi acuan bagi pengguna dalam penggunaan informasi di perpustakaan (Nurdin, 2013). Oleh karena itu, meningkatkan layanan teramat penting dilakukan, karena di Indonesia pengguna perpustakaan masih tergolong rendah dan masih sering diabaikan keberadaannya oleh masyarakat luas.

Melakukan kegiatan promosi perpustakaan memerlukan beberapa teknik/cara dalam melakukanpromosi. Menurut Setiawan & Arfa (2019), dalam promosi perpustakaan memiliki beberapa teknik promosi yang sudah lumrah digunakan oleh instansi perpustakaan dalam melakukan kegiatan promosi seperti promosi melalui spanduk, poster, selebaran perpustakaan, program khusus perpustakaan. Promosi melalui media iklan terdiri oleh dua bentuk antara lain, bentuk tercetak dan bentuk elektronik (Supriyanto, 2006). Dalam melaksanakan promosi perpustakaan, pustakawan harus mengerti dan paham siapa sasaran yang akan menjadi target dalam promosi perpustakaan dan harus mengetahui siapa itu pengguna yang akan dilakukan pengenalan layanan, fasilitas dan jasa yang sudah disediakan di perpustakaan untuk pengguna, sasaran perpustakaan umum adalah masyarakat luas, baik itu dari kalangan akademik dan non-akademik (Syamsiyah, *et.al.*, 2021). Hal tersebut dilakukan untuk meningkatkan minat kunjungan masyarakat.

Minat bisa diartikan sebagai kemauan dari diri sendiri untuk melakukan suatu kegiatan atau kegiatan yang dilaksanakan dengan senang melakukan terhadap suatu objek, orang, yang berkaitan dengan dirinya oleh karena itu minat adalah suatu kegiatan yang dilakukan sebagai suatu yang sadar. Pada dasarnya minat kunjung masyarakat (pemustaka) bisa terangsang dan bangkit bila ada rasa ketertarikan. Ketertarikan yang dimaksud bisa diartikan sebagai ketertarikan terhadap tempat, lingkungan, koleksi, pelayanan dan lain-lain (Hasanah, *et.al.*, 2015).

Perpustakaan umum merupakan perpustakaan yang memiliki peran yang sangat penting, karena melayani semua lapisan masrakat luas tanpa membedakan latar belakang sosial, latar belakang agama, pendidikan, usia, dan sebagainya. Perpustakaan dan Kearsipan Daerah Kabupaten Aceh Tenggara tergolong memadai dan tempat yang dapat tergolong strategis, yaitu di daerah perkotaan dan berdekatan dengan berbagai instansi pemerintahan di Kabupaten Aceh Tenggara, Perpustakaan dan Kearsipan Daerah Kabupaten Aceh Tenggara melakukan kegiatan promosi melalui media iklan baik melalui media cetak seperti spanduk, baliho, brosur, dan promosi melalalui media massa dalam bentuk elektronik, seperti internet, radio juga sudah dilakukan. Kegiatan ini sudah dilakukandan langsung dikoordinasi oleh staf dan pustakawan.

METODE

Metode penelitian merupakan suatu cara sistematis yang digunakan untuk memahami suatu objek atau subjek penelitian. Metode penelitian merupakan cara yang digunakan peneliti dalam mengumpulkan data penelitiannya (Arikunto, 2002). Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan

menggunakan pendekatan deskriptif, yaitu suatu proses penelitian dan pemahaman yang berdasarkan pada metodologi yang menyelidiki suatu fenomena sosial dan masalah manusia (Sugiyono, 2010).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Metode Promosi Perpustakaan

Ada beberapa metode promosi perpustakaan agar terselenggaranya promosi yang dilakukan antara lain: *pertama*, iklan (*advertising*), selama melakukan kegiatan Praktik Kerja Lapangan (PKL) di Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Aceh Tenggara belum mengadakan iklan untuk mempromosikan perpustakaan, tetapi Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Aceh Tenggara sudah membuat brosur untuk disebar ke tempat umum dan sekolah-sekolah dan alangkah baiknya jika promosi ini bisa dipasang dalam media massa seperti surat kabar, majalah, Radio, TV, dan sebagainya (Basuki, 1993).

Kedua, *sales promotion*. Promosi dengan sistem *sales promotion* berarti mengadakan promosi penjualan. Dalam pemasaran perpustakaan, pihak perpustakaan dapat mengadakan kerjasama dengan penerbit atau toko buku untuk mengadakan pameran buku bertempat di gedung perpustakaan atau di dalam aula. Selama melakukan kegiatan Praktik Kerja Lapangan (PKL) di Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Aceh Tenggara tidak pernah melaksanakan *sales promotion* tersebut (Sangadji & Sopiah, 2010).

Media Yang Digunakan untuk Mempromosikan Minat Kunjung di Perpustakaan

Pertama, *website*. Kegiatan dari perpustakaan dapat dituangkan dalam sebuah halaman *website* di internet. Dengan portal *website* tersebut segala kebutuhan untuk berintraksi antara pengguna dan pustakawan dilaksanakan. Dengan catatan *website* yang digunakan dibuat dengan kreatif mungkin agar dapat meningkatkan pemustaka untuk mengakses informasinya (Harahap, 2021).

Kegiatan promosi melalui website menurut peneliti sendiri merupakan media promosi yang sangat baik, di mana masyarakat atau pelajar yang memiliki kendala tertentu dalam mengunjungi perpustakaan bisa membuka *website* ataupun bisa mencai buku melalui *link* yang dimiliki oleh perpustakaan itu sendiri seperti *google book* yang dapat diakses pada internet atau *google*. Jadi, jika Pustakawan melakukan promosi perpustakaan, jasa dan layanan, koleksi atau informasi penting lainnya melalui *website* yang bertujuan untuk dapat dinikmati oleh siapa saja di mana saja di internet, karena keefektifannya dalam menyebarkan informasi tidak diragukan lagi (Siregar, 2010).

Kedua, *Facebook*. *Facebook* menawarkan untuk pengguna *account* bisa menampilkan gambar dan juga tulisan dan lain-lain bisa mengirim *messenger* dan lain sebagainya. *Facebook* berfungsi dapat memasarkan barang atau jasa dari perpustakaan dengan menggunakan akun yang dikelola oleh pustakawan tentunya ini sangat efektif (Prisunanto, 2005). Aplikasi *Facebook* juga hampir sama dengan *instagram* pemanfaatan promosi melalui *facebook* ini juga dapat dimanfaatkan untuk mempromosikan perpustakaan, dengan mengunggah foto kegiatan yang ada di perpustakaan, fasilitas yang dimiliki dan ditambahkan dengan pesan promosi untuk mengajak pemustaka untuk berkunjung ke perpustakaan (Mumek, et.al., 2021).

Facebook merupakan media promosi melalui media sosial yang kedua digunakan di Perpustakaan Kabupaten Aceh Tenggara dimana pada umumnya 80% masyarakat

menggunakan aplikasi tersebut, hal tersebut membuat staf perpustakaan menjadikan *facebook* sebagai media promosi agar masyarakat bisa melihat secara tidak langsung bagaimana kondisi perpustakaan karena di dalam *facebook* kita bisa langsung mengupload foto, video, dan lain-lain (Lasa & Soenarno, 2009).

Berdasarkan pemaparan di atas, dapat disimpulkan bahwasanya promosi perpustakaan melalui *facebook* jauh lebih efektif daripada menggunakan *website* karena di dalam aplikasi *facebook* sendiri masyarakat bisa melihat langsung gambar yang di-*share* mengenai hal-hal dan koleksi yang dimiliki oleh perpustakaan itu sendiri.

Ketiga, *instagram*. *Instagram* merupakan media atau sebuah aplikasi dari *playstore* *Instagram* juga merupakan media sosial yang sangat digandrungi oleh anak-anak muda jaman sekarang, maka aplikasi ini dapat digunakan oleh perpustakaan dengan membuat akun yang beratas namakan instansi dari perpustakaan dan dari *instagram* pengikut akun perpustakaan bisa mengetahui informasi-informasi yang dimilikinya. Dapat diunggah melalui akun resmi perpustakaan tersebut dengan menggunakan foto atau video yang dibagikan nantinya akan terpampang di-*feed* pengguna lain yang menjadi *Follower* perpustakaan. Aplikasi ini dapat memungkinkan perpustakaan dalam melakukan promosi melalui pengunggahan foto perpustakaan, kegiatan perpustakaan, koleksi, dan fasilitas yang dimiliki perpustakaan.

Sama halnya dengan *facebook*, *instagram* juga merupakan sebuah aplikasi yang dapat membantu sebuah instansi khususnya perpustakaan dalam meningkatkan minat kunjung, karena *instagram* merupakan aplikasi yang banyak digunakan oleh anak-anak muda jadi pengunjung perpustakaan dan promosi bukan hanya untuk masyarakat-masyarakat khusus tapi seluruh kalangan masyarakat pada umumnya.

Keempat, aplikasi. Aplikasi adalah suatu instruksi atau pernyataan yang terdapat pada suatu perangkat keras baik komputer ataupun *smartphone* yang dibuat sedemikian rupa agar dapat mengolah sebuah masukan (*input*) menjadi keluaran (*output*) (Jogiyanto, 2018). Aplikasi merupakan suatu situs yang diciptakan seseorang atau sebuah instansi yang bertujuan untuk memudahkan orang khususnya masyarakat agar lebih mudah mencari sebuah instansi seperti perpustakaan Kab. Aceh Tenggara membuat sebuah aplikasi "INSLITE", di mana aplikasi tersebut dikelola oleh staf yang ada di perpustakaan yang bertujuan untuk lebih mudah membuat kartu keanggotaan dan mencari ketersediaan buku-buku apa saja yang ada di perpustakaan Aceh Tenggara (Ghozali, 2005).

Kendala yang Dihadapi Pustakawan dalam Melakukan Strategi Promosi di Perpustakaan Dinas dan Kearsipan Kabupaten Aceh Tenggara

Promosi seringkali mempunyai banyak kendala dalam proses pelaksanaannya. Hambatan yang dihadapi dalam promosi perpustakaan tidak terlepas dari berbagai masalah yang kadang menjadi penghambat atau kendala dalam pelaksanaannya. Kendala-kendala tersebut bisa berasal dari dalam (internal) perpustakaan maupun luar (eksternal) perpustakaan.

Penjelasannya ialah sebagai berikut (Harahap, 2021): *pertama*, kendala dari dalam (internal), yaitu: (a) Pengetahuan pustakawan tentang ilmu dan teknik pemasaran masih lemah; (b) Pandangan tradisional terhadap perpustakaan yang perpustakaan hanya sebagai sebuah gudang buku; (c) Gedung/fasilitas perpustakaan tidak memadai; (d) Dana untuk membeli bahan pustaka dan membuka layanan-layanan; (3) apresiasi pustakawan terhadap

pengguna perpustakaan lemah.

Selanjutnya, kendala dari luar (eksternal), meliputi; (a) komitmen dari pimpinan dalam mendukung terhadap eksistensi perpustakaan masih sangat kurang; (b) Pengguna perpustakaan hanya bersifat sementara, kecuali yang terdapat pada jenis perpustakaan khusus dan perpustakaan umum; (c) manajemen organisasi lemah; (d) Budaya baca masyarakat dengan memanfaatkan perpustakaan sangat lemah; (e) Kondisi sosial budaya dan ekonomi belum sepenuhnya menunjang.

Meskipun cukup banyak kendala yang dihadapi pustakawan dalam menjalani promosi perpustakaan pasti ada jalan keluar untuk menuntaskan kendala-kendala tersebut. Adapun upaya yang cocok dilakukan perpustakaan, yaitu dengan membantu mendorong pustakawan mengembangkan minatnya, kemampuan, dan kebiasaan membaca dari diri mereka sendiri. Perpustakaan perlu dikelola dengan baik agar pemustaka merasa "betah" dan kerasan berkunjung ke perpustakaan. Pengelolaan ini meliputi semua aspek mulai dari pustakawannya (SDM) sampai pada anggaran dan koleksi yang disajikan sampai pada tata ruang perpustakaan dan yang tidak kalah pentingnya, adanya dukungan dari instansi-instansi pemerintah baik pemerintah daerah maupun provinsi (Mustafa, 1996).

Kendala yang dihadapi pustakawan dalam melakukan strategi promosi di Perpustakaan Dinas dan Kearsipan Kabupaten Aceh Tenggara, di antaranya *pertama*, minimnya dana untuk melakukan Promosi. Minimnya dana merupakan suatu kendala utama dalam melaksanakan kegiatan promosi, kendala minimnya dana dalam melakukan promosi dialami oleh Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kabupaten Aceh Tenggara sehingga kurang maksimalnya kegiatan promosi yang akan dilaksanakan. Peneliti melihat bahwa perhatian pemerintah setempat terhadap perkembangan perpustakaan masih minim sehingga perpustakaan tidak bisa mengoptimalkan kegiatan promosinya. Kegiatan promosi ini sangat penting karena dapat meningkatkan minat kunjung di perpustakaan di Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kabupaten Aceh Tenggara, karena jumlah pengunjung ini dapat menjadi tolak ukur berhasil atau tidaknya kegiatan promosi Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kabupaten Aceh Tenggara.

Kedua, pustakawan masih terbatas. Di Perpustakaan Daerah Kabupaten Aceh Tenggara belum memiliki tenaga pustakawan yang ahli dalam bidang IT sehingga sedikit kesulitan melakukan kegiatan promosi melalui media sosial dan mengharuskan untuk menghadirkan orang dari luar kota untuk mengadakan pelatihan dan mengarah staf yang ada di Perpustakaan Daerah Kabupaten Aceh Tenggara. *Ketiga*, kurangnya kesadaran masyarakat mengenai pentingnya perpustakaan, perlu dipahami bahwa masyarakat Kabupaten Aceh Tenggara belum tahu dan mengerti tentang apa itu perpustakaan, apa manfaat yang diperoleh dan didapatkan dari perpustakaan serta manfaat yang didapat dari banyak membaca buku sehingga masyarakat enggan untuk ke perpustakaan. Selain itu, faktor ekonomi juga menjadi salah satu penyebab di mana masyarakat tidak bisa membeli kuota internet untuk mengakses dan mencari tau tentang informasi yang telah disediakan pihak perpustakaan.

Perlu dilakukannya kegiatan promosi yang optimal, di mana pustakawan harus lebih banyak melakukan sosialisasi langsung ke masyarakat umum tentang perpustakaan untuk mengingat akan pentingnya membaca, sehingga masyarakat mau berkunjung ke Dinas Perpustakaan Kabupaten Aceh Tenggara. *Keempat*, sarana dan prasarana. Promosi perpustakaan di Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Aceh Tenggara salah satu kendala yang

menyebabkan, yaitu sarana dan prasarana karena tidak mempunyai tempat untuk berdiskusi, sehingga sulit bagi pustakawan atau petugas menyusun strategi promosi perpustakaan, jauhnya gedung perpustakaan dari keramaian serta perlengkapan yang lainnya kurang memadai. Upaya mengatasi kendala tersebut ialah dengan melakukan penganggaran dana melalui pembuatan proposal dan memanfaatkan fasilitas yang ada terlebih dahulu.

Faktor ekonomi bisa menjadi salah satu penyebab kurangnya masyarakat berkunjung ke perpustakaan Daerah Kabupaten Aceh Tenggara karena masyarakat setiap hari sibuk bekerja memenuhi kebutuhan sehari-hari bagi keluarganya sehingga masyarakat tidak bisa meluangkan waktu untuk berkunjung ke perpustakaan. Bagi masyarakat yang sadar akan pentingnya membaca sesulit apapun ekonomi yang dihadapi masyarakat akan tetap meluangkan waktu walau sebentar untuk berkunjung ke perpustakaan (Ortega & Alhifni, 2017). Promosi sangat berperan penting dalam meningkatkan minat kunjung di Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kabupaten Aceh Tenggara, hal ini juga harus disertai dengan tingkat kesadaran masyarakat akan pentingnya membaca di perpustakaan (Suryana, 2001). Membaca akan meningkatkan pengetahuan pada masyarakat dan menambah wawasan yang akan membuat masyarakat akan lebih berhati-hati dalam mengambil keputusan pada masalah yang dihadapi maupun dalam menjalankan usaha bisnis yang sedang dilakoninya, sehingga akan berpengaruh pada taraf kehidupan pada masyarakat.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut: *Pertama*, strategi promosi melalui media sosial terhadap minat kunjung di Perpustakaan Dinas dan Kearsipan Kabupaten Aceh Tenggara adalah melakukan promosi melalui media sosial *website, facebook, instagram*, dan pembuatan akun pemustaka. *Kedua*, kendala yang dihadapi pustakawan dalam melakukan strategi promosi di Perpustakaan Dinas dan Kearsipan Kabupaten Aceh Tenggara, yaitu minimnya dan untuk melakukan promosi perpustakaan, pustakawan masih terbatas dan kurangnya kesadaran masyarakat (pemustaka) akan pentingnya suatu perpustakaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (2002). *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Basuki, S. (1993). "Istilah Pustaka dan Perluasannya" dalam *Modul 1: Istilah Pustaka dan Perluasannya*. Jakarta: Universitas Terbuka. <https://pustaka.ut.ac.id/lib/wp-content/uploads/pdfmk/PUST2227-M1.pdf>.
- Ghozali, I. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: BP Universitas Diponegoro.
- Halizah, S. N. (2022). "Strategi Promosi Perpustakaan dalam Menarik Minat Kunjung Pemustaka Pada Masa Pandemi Covid-19 di Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Provinsi Kalimantan Selatan" *Skripsi*, Makassar: UIN Alauddin. <https://idr.uin-antasari.ac.id/id/eprint/19779>.
- Harahap, W. R. (2021). "Penerapan Strategi Promosi Perpustakaan" *JUPI (Jurnal Ilmu Perpustakaan dan Informasi)*, 6(1), 103-116. <http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/jupi/article/view/9314>.
- Hasanah, N., Nugroho, L. E., & Nugroho, E. (2015). "Analisis Efektivitas Iklan Jejaring Sosial

- sebagai Media Promosi Menggunakan EPIC Model” *Scientific Journal of Informatics*, 2(2), 99-109. <https://journal.unnes.ac.id/nju/index.php/sji/article/view/5075>.
- Jogiyanto, H. (2018). *Metoda Pengumpulan dan Teknik Analisis Data*. Yogyakarta: ANDI Publisher.
- Lasa, H. S., & Soenarno, T. (2009). *Kamus Kepustakawanan Indonesia*. Yogyakarta: Pustaka Book Publisher.
- Mumek, F., Golung, A. M., & Rogi, S. P. (2021). “Peranan Promosi Perpustakaan dalam Meningkatkan Minat Kunjung di Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Manado” *Acta Diurna Komunikasi*, 3(2). <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/actadiurnakomunikasi/article/view/33393>.
- Mustafa, B. (1996). *Promosi Jasa Perpustakaan*. Jakarta: Universitas Terbuka.
- Nurdin, M. (2013). “Hubungan Promosi perpustakaan Terhadap Minat kunjung Pemustaka di Badan Perpustakaan dan Arsip Daerah Provinsi Sulawesi Selatan” *Skripsi*, Makassar: Fakultas Adab dan Humaniora UIN Alauddin.
- Ortega, D., & Alhifni, A. (2017). “Pengaruh Media Promosi Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung Masyarakat di Bank Syariah” *Equilibrium*, 5(01), 87-98. <https://smartlib.umri.ac.id/assets/uploads/files/ad599-2468-8971-1-pb.pdf>.
- Prisgunanto, I. (2005). *Kekuatan Ambivalen Polisi Tarik Ulur antara Kontrol, Netralitas dan Independensi Otonomi*. Jakarta: STIK-PTIK. <http://library.stik-ptik.ac.id/detail?id=28697&lokasi=lokal>.
- Sangadji, E. M., & Sopiah, S. (2010). *Metodologi Penelitian: Pendekatan Praktis dalam Penelitian*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Setiawan, B., & Arfa, M. (2019). “Efektifitas Promosi Perpustakaan dalam Bentuk Brosur Terhadap Minat Kunjung Pemustaka: Studi Kasus di Kantor Arsip dan Perpustakaan Kabupaten Pati Jawa Tengah” *Jurnal Ilmu Perpustakaan*, 7(1), 231-240. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jip/article/viewFile/22834/20880>.
- Siregar, S. (2010). *Statistik Deskriptif Untuk Penelitian*. Jakarta: Raja Gafindo Persada.
- Sugiyono, S. (2010). *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: Alfabeta.
- Supriyanto, D. (2006). *Aksentuasi Perpustakaan dan Pustakawan*. Jakarta: IPI.
- Suryana, S. (2001). *Kewirausahaan*, Edisi Pertama. Jakarta: Salemba Empat.
- Syamsiyah, S., Rum, M., & Syamsuddin, S. (2021). “Pengembangan Layanan Perpustakaan Berbasis Revolusi Industri 4.0 di Dinas Perpustakaan dan Arsip Daerah Provinsi Jambi” *Skripsi*, UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.