



## Penelitian Tentang LinkedIn

<sup>1</sup>Lisa Darmayanti <sup>2</sup>Putri Charolina Barus <sup>3</sup> Kartini

Mahasiswa Prodi Ilmu Perpustakaan Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Email :

[<sup>1</sup>lisadatmayanti2310@gmail.com](mailto:lisadatmayanti2310@gmail.com) [<sup>2</sup>putrihanitaryeon6@gmail.com](mailto:putrihanitaryeon6@gmail.com)

[<sup>3</sup>kartinisikumbang86@gmail.com](mailto:kartinisikumbang86@gmail.com)

*Abstract: Article Title. the use of communication tools used by the public so that not everyone understands about the application and running the application, one of which is whatsapp, here the author will discuss about whatsapp, this WhatsApp application is not only used by the general public for communication but is used by librarians also in circulation services as a communication tool about lending and collection to find learning resources needed in activities Learning. The purpose of this study is so that the function or use of the whatsapp application is widely known and developed in terms of features and functionalities.the type used is in the form of qualitative research, using a Narrative study approach. this approach could be defined as a study that focuses on narratives, stories, or descriptions of things related to human experience. WhatsApp is a cross-platform mobile messaging application that allows its users to exchange ...*

**Abstrak:** LinkedIn adalah jaringan social untuk komunitas bisnis baik pencari kerja dan pemberi lowongan atau perusahaan. Didirikan pada tahun 2002, situs ini adalah tempat bagi professional untuk terhubung dengan kolega lama dan saat ini, membantu meningkatkan jumlah koneksi bisnis, membangun jaringan dalam industri, mendiskusikan ide bisnis, mencari pekerjaan, dan mencari karyawan baru. Tujuan dari penelitian ini agar fungsi atau kegunaan aplikasi LinkedIn ini banyak diketahui dan dikembangkan secara fitur-fitur dan fungsionalnya. Jenis yang digunakan berupa penelitian kualitatif deskriptif, dengan menggunakan pendekatan studi Naratif. pendekatan ini bisa didefinisikan sebagai studi yang berfokus pada narasi, cerita, atau deskripsi tentang hal-hal terkait dengan pengalaman manusia.

**Kata-kata kunci:** LinkedIn, Lowongan Pekerjaan, Sosial Media

## **PENDAHULUAN**

Linkedin adalah jaringan social untuk komunitas bisnis baik pencari kerja dan pemberi lowongan atau perusahaan. Didirikan pada tahun 2002, situs ini adalah tempat bagi professional untuk terhubung dengan kolega lama dan saat ini, membantu meningkatkan jumlah koneksi bisnis, membangun jaringan dalam industri, mendiskusikan ide bisnis, mencari pekerjaan, dan mencari karyawan baru.

Pengguna Linkedin membuat profil professional seperti resume yang memungkinkan anggota situs lain mempelajari lebih lanjut tentang latar belakang bisnis mereka, bidang keahlian mereka, dan grup atau organisasi tempat mereka bergabung. Setelah pengguna membuat profilnya, mereka dapat menambahkan pengguna lain ke jaringan mereka layaknya sosial media.

Profil tersebut juga menyertakan opsi untuk menyertakan pembaruan status yang memungkinkan orang-orang di jaringan pengguna mengetahui apa yang mereka kerjakan, riwayat pekerjaan, agenda dan jadwal, atau menawarkan saran bila diperlukan. Ada juga fitur yang memungkinkan mereka yang tidak masuk ke Linkedin untuk melihat bagian dari profil yang dianggap diizinkan oleh pengguna.

Linkedin adalah jaringan social untuk

komunitas bisnis baik pencari kerja dan pemberi lowongan atau perusahaan. Didirikan pada tahun 2002, situs ini adalah tempat bagi professional untuk terhubung dengan kolega lama dan saat ini, membantu meningkatkan jumlah koneksi bisnis, membangun jaringan dalam industri, mendiskusikan ide bisnis, mencari pekerjaan, dan mencari karyawan baru.

Pengguna Linkedin membuat profil professional seperti resume yang memungkinkan anggota situs lain mempelajari lebih lanjut tentang latar belakang bisnis mereka, bidang keahlian mereka, dan grup atau organisasi tempat mereka bergabung. Setelah pengguna membuat profilnya, mereka dapat menambahkan pengguna lain ke jaringan mereka layaknya sosial media.

Profil tersebut juga menyertakan opsi untuk menyertakan pembaruan status yang memungkinkan orang-orang di jaringan pengguna mengetahui apa yang mereka kerjakan, riwayat pekerjaan, agenda dan jadwal, atau menawarkan saran bila diperlukan. Ada juga fitur yang memungkinkan mereka yang tidak masuk ke Linkedin untuk melihat bagian dari profil yang dianggap diizinkan oleh pengguna.

## **PEMBAHASAN**

### **Mengenal LinkedIn**

Andreas Kaplan dan Michael Haenlein

(2010) dalam jurnal *Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media* mendefinisikan media sosial sebagai sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun di atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0, dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran user-generated content. Sedangkan Jejaring sosial adalah sebuah komunitas online dimana penggunanya ingin berkomunikasi dengan pengguna lain yang mempunyai ketertarikan yang sama. Setiap jejaring sosial mempunyai karakteristik dan daya tarik masing-masing yang mempunyai pengaruh bagi masyarakat, budaya maupun politik, namun mempunyai tujuan yang sama yaitu untuk berkomunikasi dengan mudah dan menarik dengan fitur-fitur yang dimiliki masing-masing jejaring sosial.

LinkedIn merupakan jejaring sosial profesional online yang memungkinkan penggunanya untuk terhubung dengan orang-orang profesional maupun berbagai macam perusahaan dari seluruh penjuru dunia. Dengan lebih dari 347 juta anggota di seluruh dunia, LinkedIn menawarkan berbagai fasilitas yang berhubungan dengan dunia karir profesional penggunanya. Dikutip dari jurnal *Applying Uses and Gratifications Theory to Students' LinkedIn Usage* oleh Bela Florental (2015: 17) yang mengutip dari Bradley (2011) dan Buck (2012) bahwa *to cater exclusively to professionals, it enables users to search for*

*employment opportunities, research companies and industries, include resume information in their profiles and give or receive recommendations.*

*On LinkedIn or other business networks, the focus is clearly on professional life* (Papacharissi, 2009). LinkedIn merupakan salah satu situs jejaring sosial yang begitu populer belakangan ini baik perindividu maupun perusahaan. Jika situs jejaring sosial lainnya seperti Facebook, WhatsApp, Instagram, Twitter lebih berorientasi pada layanan pertemanan dan pribadi, situs jejaring sosial LinkedIn ini berorientasi pada layanan bisnis terutama untuk jaringan profesional dan pengusaha. LinkedIn memiliki perbedaan yang menonjol antara situs jejaring sosial lainnya terletak pada bentuk penyajian informasinya yang mirip dengan sebuah riwayat hidup, CV (*curriculume Vitae*), atau resume lengkap seseorang. Oleh sebab itu, banyak menggunakan LinkedIn oleh perusahaan untuk mencari calon pekerja yang dibutuhkan serta mempromosikan atau memperluas jaringan bisnis mereka.

Di Indonesia, banyak perusahaan yang sudah menggunakan situs ini, guna kepentingan bisnis. Beberapa diantaranya adalah PT. HM Sampoerna, Kopi Kenangan, dan PT. Bank Mandiri. Saat ini, pengguna LinkedIn mencapai lebih dari 150 juta dari 200 negara dan wilayah di seluruh dunia. Menurut [Republika.co.id](http://Republika.co.id) (21 Februari

2012), pengguna LinkedIn di Indonesia tembus 1 juta.

### **Sejarah Dibentuknya Situs LinkedIn**

Pendiri utama LinkedIn adalah Reid Hoffman, pada tahun 2002. Situs resmi LinkedIn, yaitu <http://www.Linkedin.com/> yang diluncurkan pada 5 Mei 2003. Saat itu, Reid Hoffman menggunakan sebanyak 350 kenalnya untuk bergabung di situs tersebut. Profil mereka dimuat di dalam situs tersebut. Di akhir bulan, situs LinkedIn berhasil menjaring 4.500 pengguna. Dan akhirnya LinkedIn memiliki lebih dari 14 juta pengguna yang meliputi 150 perusahaan dari berbagai negara pada bulan September 2007. Melalui situs LinkedIn, penggunaannya dapat mengenal beberapa perusahaan sehingga mempermudah mereka untuk mencari pekerjaan. Begitu juga sebaliknya, perusahaan juga dapat menemukan karyawan profesional yang dibutuhkan dengan mudah.

Dan inilah rahasia kesuksesan situs LinkedIn. Kebanyakan orang pasti tidak mau mencampurkan kehidupan pribadi mereka dengan kehidupan karir mereka. Mungkin mereka akan senang mengupload berbagai foto pribadi pada situs jejaring social lainnya seperti Facebook atau Twitter, tetapi mereka tidak akan melakukannya pada situs jejaring social LinkedIn. Hal ini

disebabkan karena mereka tidak ingin foto-foto pribadi itu dilihat oleh perusahaan yang mungkin akan merekrut mereka.

LinkedIn bisa mendapatkan uang dari para pengguna yang terdaftar sebagai anggota, penjualan iklan, dan informasi lowongan kerja. Berbeda dengan situs jejaring social lainnya seperti Facebook atau Twitter yang bergantung pada iklan, penghasilan situs jejaring social LinkedIn yang signifikan berasal dari upah yang diberikan oleh jasa pencarian kerja.

Setiap detik ada anggota baru yang bergabung di LinkedIn. Sekarang ini LinkedIn sudah mempunyai lebih dari 150 juta anggota dari 200 negara. Kantor pusat LinkedIn berada di Mountain View, California. Perusahaan ini didanai oleh Sequoia Capital, Greylock Partners, serta Bessemer Venture Partners. Pada tahun 2003, Sequoia Capital menanamkan modal \$4,7 juta dan kini meningkat menjadi sekitar \$1,6 miliar. Pada tahun 2004, Greylock Partners menanamkan modal \$10 juta kini meningkat menjadi sekitar \$1,3 miliar. Pada tahun 2007, Bessemer Venture Partners menanamkan modal \$12,8 juta dan kini meningkat menjadi sekitar \$430 juta.

### **Pendiri LinkedIn**

LinkedIn didirikan oleh beberapa

orang

berikut:

1. Reid Hoffman
2. Allen Blue
3. Konstantin Guericke
4. Eric Ly
5. Jean-Luc Vaillant

### **Fitur-fitur LinkedIn**

Fitur-fitur LinkedIn, diantaranya:

#### 1. Search

Digunakan untuk melakukan pencarian dengan cepat dan mudah hanya dengan menuliskan kata kunci tertentu. Berapa hal yang bisa dicari adalah pekerjaan, orang, pembaruan, tanya jawab, kontak pesan dan grub.

#### 2. Add connections

Dengan fitur ini bisa menambahkan koneksi untuk memperluas dan meningkatkan hubungan profesional anda. Anda dapat mengundang siapa saja untuk menjadi koneksi anda baik melalui impor kontak dari alamat email anda atau melalui email dengan mengirimkan pesan undangan untuk bergabung di LinkedIn.

#### 3. Share Update Status

LinkedIn memungkinkan untuk berbagi update status seperti halnya pada status jejaring sosial facebook atau Twitter. LinkedIn sudah dilengkapi dengan fitur Twitter

Application sehingga apabila akun LinkedIn anda terintegrasi dengan akun twitter anda, maka akan muncul di akun twitter anda.

#### 4. Company Page

Dengan fitur ini bisa mengetahui berbagai informasi seputar perusahaan, produk, atau jasa yang ditawarkan oleh sebuah perusahaan.

#### 5. Company Follow

Fitur ini digunakan untuk mempermudah jika ingin mengikuti perusahaan tertentu yang tergabung di LinkedIn.

#### 6. Company Share

Dapat membagikan perusahaan kepada pengguna lain dengan cepat dan mudah menggunakan fitur *Share*.

#### 7. Group

LinkedIn memiliki berbagai macam grup atau kelompok dimana dapat bergabung di dalamnya.

#### 8. Share Group

Ketika berada dalam sebuah grup tertentu, bisa melihat link share group yang memungkinkan kita untuk dapat membeagikan grup kepada orang lain dengan cepat dan mudah.

#### 9. LinkedIn Today

LinkedIn menyediakan layanan

LinkedIn Today dimana kita dapat mengetahui berita-berita atau informasi terkini seperti layaknya sedang membaca surat kabar.

#### 10. Answer

Fitur ini mirip dengan layanan Yahoo! Answer dimana dapat membagikan pertanyaan kepada orang lain kemudian anda akan mendapatkan jawaban atas pertanyaan tersebut.

#### 11. Apply Now

Fitur ini digunakan untuk mempermudah kita ketika ingin melamar pekerjaan.

#### 12. Save Job

Ketika membuka halaman lowongan pekerjaan, anda juga akan melihat link Save Job yang memungkinkan kita untuk menyimpan lowongan pekerjaan yang disediakan oleh perusahaan tertentu.

#### 13. Share Job

Setiap lowongan pekerjaan yang disediakan perusahaan juga dapat dibagikan ke LinkedIn, Facebook, dan Twitter.

### **Manfaat LinkedIn**

LinkedIn unggul dalam hal bidang bisnis dan karier, jika dibandingkan dengan situs jejaring sosial lainnya, seperti facebook atau

twitter. *LinkedIn has many capabilities that facilitate the type of networking that college students must engage in to find internships, jobs and make professional connections. Users post an equivalent to a resume on the site, including specific skills they possess. The website uses statistical techniques to connect or link users with potential contacts and relevant groups* (Albrecht, 2011). Berikut adalah manfaat ketika memakai jejaring sosial LinkedIn:

#### 1. Membangun profil profesional

Penyajian informasi di LinkedIn bisa dijadikan sebagai CV atau resume lengkap untuk promosi diri dalam mencari pekerjaan. Anda dapat membuat dan mengatur sendiri informasi-informasi apa saja yang menurut anda penting untuk diketahui oleh profesional lainnya.

#### 2. Membangun jaringan profesional

LinkedIn dapat digunakan siapa saja dari berbagai kalangan baik itu individu atau perusahaan. Dengan bergabung di LinkedIn anda bisa membangun dan memelihara jaringan profesional dengan semua orang. Di dalam LinkedIn juga tersedia beberapa group atau kelompok dimana anda dapat bergabung di dalamnya sesuai dengan bidang, profesi, keahlian, atau kemampuan yang anda miliki.

#### 3. Mengenal perusahaan

Melalui LinkedIn anda juga dapat mengenal perusahaan-perusahaan yang anda minati mengingat saat ini banyak perusahaan yang memanfaatkan LinkedIn untuk mencari tenaga kerja profesional atau mempromosikan bisnis mereka.

#### 4. Tetap terhubung dengan teman atau kolega

Perkembangan dunia informasi yang sangat cepat juga memungkinkan seseorang untuk mengubah-ubah informasi tentang dirinya dengan cepat. Dengan bergabung di LinkedIn, anda tetap bisa terhubung dengan teman atau kolega anda, sehingga apabila mereka melakukan perubahan informasi tentang dirinya, anda tetap dapat mengetahui update terbaru perubahan informasi tersebut.

#### 5. Menemukan seorang ahli

Misalnya anda sedang menghadapi sebuah masalah dan anda tidak bisa menyelesaikannya, anda bisa memanfaatkan LinkedIn untuk mencari solusi tentang masalah anda. Anda dapat menemukan seorang ahli berdasarkan nama, pekerjaan, perusahaan, atau kata kunci lain yang terkait dengan masalah anda.

#### 6. Menemukan mitra bisnis

Menemukan mitra bisnis terkadang menjadi sebuah proses yang lama dan

melelahkan karena anda harus melakukan seleksi. Tetapi dengan LinkedIn anda dapat menemukan mitra bisnis dengan cepat dan mudah. Anda hanya menemukan orang yang tepat diantara banyak pengguna LinkedIn.

#### 7. Peluang berkembang karir

Melalui LinkedIn anda bisa mencari informasi seputar pekerjaan yang akan menunjang pengembangan karir anda. Selain itu perusahaan yang bergabung di LinkedIn juga dapat membuka halaman profil anda sehingga mereka bisa melihat portofolio anda. Apabila portofolio anda sesuai dengan kriteria perusahaan mereka, tentunya ada kemungkinan perusahaan tersebut merekrut anda.

#### 8. Sebagai alat rekrutmen perusahaan

Dikutip dari jurnal Penerapan Platform Media Sosial LinkedIn Sebagai Alat Rekrutmen oleh (Hamzah dan M. Hatta, 2021: 15) bahwa Proses rekrutmen konvensional menghabiskan lebih banyak waktu dan biaya serta organisasi terbaik dalam mempekerjakan karyawan terbaik dengan biaya terendah. Hal tersebut menjadi sebuah keharusan dalam bersaing demi meraih keunggulan kompetitif di dunia industri. Seiring berjalannya waktu, proses rekrutmen sudah berubah dari metode konvensional menjadi metode dengan penerapan teknologi seperti melalui rekrutmen

berbasis website, job street, dan social media sebagai alat rekrutmen perusahaan.

### **Memulai LinkedIn**

1. Membuat akun di LinkedIn
2. Melengkapi profil diri
3. Menambah foto profil
4. Mengubah nama
5. Menambahkan jabatan anda saat ini
6. Menambahkan pendidikan
7. Menambahkan website
8. Menambahkan akun twitter
9. Mengatur LinkedIn
10. Mengatur profil
11. Mengatur e-mail
12. Mengatur grub, perusahaan, dan aplikasi
13. Mengatur akun

### **Menggunakan LinkedIn**

LinkedIn dapat digunakan oleh semua orang baik itu individu maupun perusahaan. Bagi individu, LinkedIn berfungsi sebagai media untuk promosi diri dalam mencapai pekerjaan. Sedangkan bagi perusahaan, LinkedIn berfungsi sebagai media untuk mencari karyawan serta mempromosikan atau memperluas jaringan bisnis mereka. Berikut cara cara untuk menggunakan LinkedIn:

1. Menambahkan koneksi

Di dalam LinkedIn anda bisa menambahkan koneksi sebanyak mungkin untuk memperluas jaringan

professional anda. Berikut ini adalah beberapa teknik yang bisa digunakan untuk menambahkan koneksi.

- a. Melalui fitur add connection
- b. Melalui fitur search
- c. Melalui halaman profile seseorang

2. Meminta Rekomendasi

Rekomendasi adalah sebuah komentar yang ditulis untuk merekomendasikan seseorang terkait dengan pekerjaan atau sekolah mereka. Sebelum membuat keputusan untuk merekrut atau menjalin hubungan, biasanya perusahaan akan mempertimbangkan rekomendasi yang anda miliki. Salah satu cara untuk mendapatkan rekomendasi yaitu dengan meminta rekomendasi kepada koneksi anda.

3. Merekomendasikan seseorang

Anda juga dapat merekomendasikan orang lain sebagai rekan kerja, penyedia layanan, mitra bisnis, atau teman sekolah anda. Dengan merekomendasikan seseorang tentunya jaringan professional anda akan semakin kuat.

4. Melakukan update status

Selain untuk menjalin koneksi dan memperluas jaringan professional, LinkedIn juga dapat digunakan untuk berbagi pikiran, ide, berita, atau

informasi melalui update status.

#### 5. Membagi link URL

Misalnya anda menemukan artikel yang menarik di internet dan ingin memberitahukannya kepada orang lain, anda bisa langsung membagikannya dengan melampirkan link URL situs tersebut pada update status.

#### 6. Memberikan komentar

Untuk mempererat hubungan koneksi dan jaringan professional, anda bisa saling memberi komentarpada aktivitas koneksi anda.

#### 7. Mengirim pesan

Anda dapat mengirim pesan untuk berinteraksi dengan koneksi anda. Ada 3 metode yang bisa anda gunakan untuk mengirim pesan, yaitu melalui halaman Inbox, Connections, dan profile.

### **Hubungan LinkedIn dengan Perpustakaan**

Dalam menjangkau luas pemustaka, diperlukannya sebuah strategi promosi perpustakaan. seiring berkembangnya zaman, maka sebagai pustakawan diharapkan lebih bijak dalam memanfaatkan teknologi yang ada. Hal ini sesuai dengan penjelasan dari Nova Afrianti pada jurnal yang berjudul Peranan Promosi Perpustakaan Terhadap Kunjungan Pemustaka di Perpustakaan Umum kota

Selok (Desember: 2017) bahwa peromosi perpustakaan adalah proses memperkenalkan seluruh kegiatan, layanan, dan koneksi yang ada di Perpustakaan kepada masyarakat. Tujuan diadakan promosi perpustakaan agar masyarakat selaku pemustaka dapat memanaatkan seluruh jasa dan produk yang ada di Perpustakaan tersebut.

Promosi yang paling efektif saat ini adalah melalui media sosial karena hampir seluruh masyarakat di belahan dunia mengkonsumsi media sosial. Pustakawan harus bisa melihat peluang tersebut untuk memperomosisan diri sendiri maupun perpustakaan melalui media sosial tersebut.

Perpustakaan bisa menggunakan Media Sosial untuk berbagai tujuan yang relavan anantara lain (Linga Wastu: 2016) :

1. Promosi iproduktif, fasilitas, koleksi ibuku yang dimiliki oleh perpustakaan
2. Membangun intraksi dengan para pengguna Perpustakaan
3. Sebagai sarana emmbangun hubungan dengan komunitas pustakawan dan komunitas lain yang relavan.

Pada prakteknya, LinkedIn dikenal sebagai jaringan bisnis yang fokus pada spesifikasi dan pemanfaatan alat atau media. Perpustakaan menggunakan LinkedIn untuk membangun jaringan diskusi melalui grub, biasanya untuk mengomentari dan

memberikan saran terhadap adanya buku baru di Perpustakaan, kegiatan reesensi buku, dan pemasaran buku di Perpustakaan.

Orang dewasa di Amerika Serikat menggunakan LinkedIn untuk mem-posting dan me-resume riwayat pekerjaan mereka. selain itu, promosi buku baru, perpustakaan dapat menggunakan LinkedIn untuk menghubungkan jaringan pengguna profesional yang menjadi target layanan perpustakaan.

Adapun kendala atau tantangan yang sering terjadi dalam mempromosikan Perpustakaan melalui media sosial antara lain (Nadia Amelia Q.A : 2018):

1. Kurangnya SDM perpustakaan yang khusus menangani promosi
2. Kurangnya kompetensi di dalam mengembangkan dan mengisi konten untuk LinkedIn atau sebagainya sesuai dengan perpustakaan terkait

### **Kesimpulan**

Dapat disimpulkan bahwa LinkedIn merupakan salah satu situs jejaring sosial yang begitu populer belakangan ini baik perindividu maupun perusahaan. Jika situs jejaring sosial lainnya seperti Facebook, WhatsApp, Instagram, Twitter lebih berorientasi pada layanan pertemanan dan pribadi, situs jejaring sosial LinkedIn ini berorientasi pada layanan bisnis terutama untuk jaringan profesional dan pengusaha.

Pada prakteknya, LinkedIn dikenal

sebagai jaringan bisnis yang fokus pada spesifikasi dan pemanfaatan alat atau media. Perpustakaan menggunakan LinkedIn untuk membangun jaringan diskusi melalui grup, biasanya untuk mengomentari dan memberikan saran terhadap adanya buku baru di Perpustakaan, kegiatan reesensi buku, dan pemasaran buku di Perpustakaan

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Albrecht, W. D. (2011). *LinkedIn for Accounting and Business Students. American Journal of Business Education*, 4(10) 39-41.
- Amelia, Nadia Qurrota A'yunin. 2018. *Promosi Perpustakaan Pusat Studi Sosial Asia Tenggara Universitas Gajah Mada Yogyakarta Melalui Media Sosial. LIBRIA*, Vol. 10, No. 1.
- Enterprise, Jubilee. 2012. *Trik Mendapatkan Pekerjaan Idaman Menggunakan LinkedIn*. Jakarta: PT Elek Media Komputindo.
- Florental, Bela. (2015). *Applying Uses and Gratifications Theory to Student's LinkedIn Usage. Journal of Research in Young Consumers*. Vol. 16 No. 1 page 17-35
- Kaplan, M. Andreas & Michael Haenlein. (2010). *Users of The World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media*. Vol. 53 page 59-68.
- Muhammad, Hamzah Mardi Putra, dan Mohammad Hatta Fahamsyah. (2021). *Penerapan Platform Media Sosial LinkedIn Sebagai Alat Rekrutmen*. Vol. 7 No.4 hal.15

- Afriani, Nova. *Peranan Promosi Perpustakaan Terhadap Kunjungan Pemustaka di Perpustakaan Umum Kota Solok*. Jurnal Ilmu Perpustakaan dan Kearsipan Vol. 1. No. 1
- Papacharissi Z (2009) *The virtual geographies of social networks: a comparative analysis of Facebook, LinkedIn and ASmallWorld*. New Media & Society 11(1–2): 199–220.
- Wastu, Lingga.2016. *Social Media: Help Librarian to Deliver the Information*. <https://www.slideshare.net/linggawastoo/social-media-help-librarian-to-deliver-the-information>. Diakses pada tanggal 17 September 2022).