

Sosialisasi Pentingnya Penggunaan Media Sosial sebagai Sarana Promosi Perpustakaan SMA Negeri 12 Medan

Diana Maulida Zakiah¹, Fithria Rizka Sirait², Elizabeth Haloho³, Febryna Priti Sirait⁴, Novia Adelina Marbun⁵

^{1,4,5} Universitas Sari Mutiara Indonesia

²Universitas Sumatera Utara

³ Universitas Mikroskil

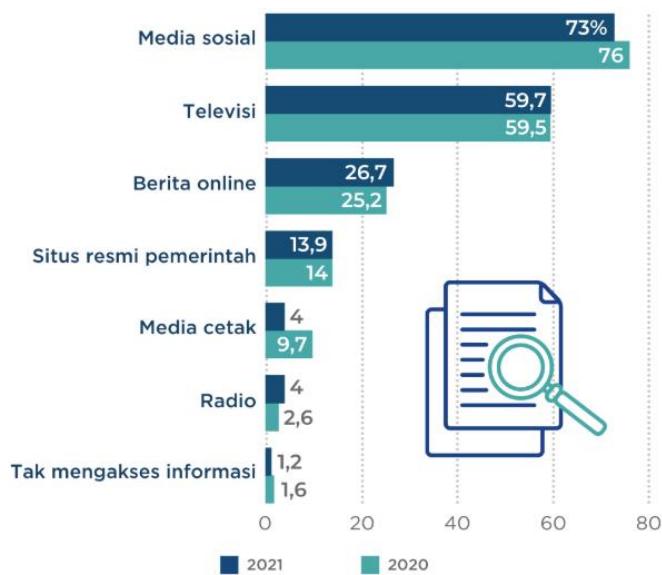
<p>E-mail : diana.zakiah22@gmail.com,</p>	<p>Submitted : Mei Reviewed : Juni Accepted : Juni</p>
<p>ABSTRAK</p> <p>Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan bertujuan untuk memberikan sosialisasi pentingnya penggunaan media sosial dalam mempromosikan perpustakaan SMA N 12 Medan. Permasalahan yang dihadapi adalah kurangnya tingkat pemahaman dan pengetahuan staf perpustakaan terkait pentingnya penggunaan media sosial <i>instagram</i> sebagai sarana promosi perpustakaan, bagaimana pembuatan media sosial <i>instagram</i>, bagaimana memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi perpustakaan dan kapan waktu yang tepat untuk membuat postingan konten agar dapat menarik minat pemustaka. Metode yang digunakan adalah ceramah, tanya jawab dan pelatihan membuat media sosial <i>instagram</i> yang dapat digunakan untuk mengenalkan profil, koleksi, berbagai kegiatan dan layanan yang dimiliki oleh perpustakaan, postingan apa dan bagaimana yang menarik agar semakin menambah <i>insight</i> dan perpustakaan juga semakin dikenal serta contoh akun <i>instagram</i> perpustakaan yang dapat dijadikan sumber referensi. Hasil dari kegiatan ini adalah staf perpustakaan sudah dapat memahami pentingnya penggunaan media sosial dalam kegiatan promosi perpustakaan SMA N 12 Medan secara <i>online</i> dan juga bagaimana membuat postingan yang bagus dan menarik serta</p>	<p>ABSTRACT</p> <p><i>The community service activities carried out aim to provide socialization of the importance of using social media in promoting the library of SMA N 12 Medan. The problems faced are the lack of understanding and knowledge of library staff regarding the importance of using Instagram social media as a means of library promotion, how to create Instagram social media, how to utilize social media as a means of library promotion and when is the right time to create content posts to attract the interest of library users. The methods used are lectures, Q&A and training in creating Instagram social media that can be used to introduce profiles, collections, various activities and services owned by the library, what and how interesting posts are to increase insight and the library is also increasingly known and examples of library Instagram accounts that can be used as a source of reference. The results of this activity are that library staff can understand the importance of using social media in online promotional activities of the SMA N 12 Medan library and also how to make good and interesting posts and when is the right time to upload content.</i></p>

<p>kapan waktu yang tepat untuk mengupload konten.</p> <p>Kata Kunci: Media Sosial, Sarana Promosi, Perpustakaan</p>	<p>Keywords : Social Media, Promotional Media, Library</p>
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi saat ini, berdampak pada setiap lini kehidupan. Perkembangan tersebut juga memainkan peran penting terhadap perubahan bagaimana cara setiap individu berkomunikasi. Setiap individu dapat berkomunikasi tanpa melaksanakan tatap muka secara langsung (luring), namun dapat dilakukan juga secara daring. Hal ini membuat penggunaan media sosial juga semakin tinggi. Haryanto (2025) menyebutkan bahwa berdasarkan DataReportal per-Januari 2025 terdapat 143 juta pengguna aktif media sosial di Indonesia.

Banyak masyarakat yang mencari ataupun mendapatkan informasi juga bersumberkan media sosial. Hal ini sebagaimana data pada gambar grafik berikut ini:



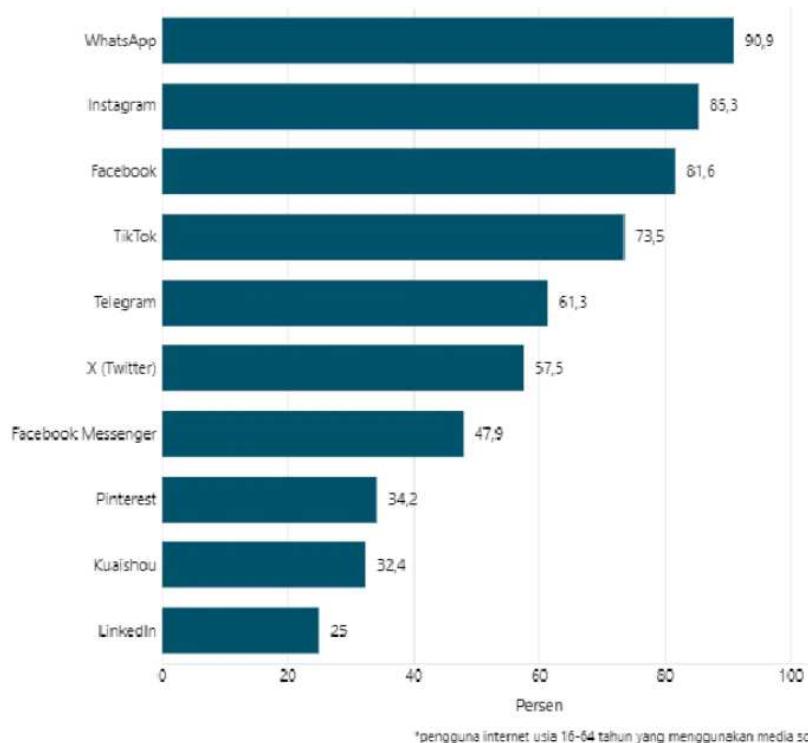
Sumber: Katadata Insight Center (KIC), 2021

Gambar 1: Data Warga Negara Indonesia Mencari Sumber Informasi

Dari gambar 1 tersebut dapat diketahui bahwa warga Indonesia lebih banyak mencari informasi melalui media sosial dengan presentase 73%. Permana & Erdansyah (2022) menjelaskan bahwa “Dengan cepat dan mudahnya akses tersebut maka sekarang banyak individu, perusahaan, UKM atau organisasi-organisasi pendidikan lainnya mulai memanfaatkan *Instagram* dalam menyebarkan informasi.” Selain digunakan untuk mencari maupun memperoleh

informasi, manfaat lain media sosial di era digital saat ini adalah dapat digunakan sebagai sarana promosi suatu instansi bahkan secara personal. Salah satu instansi yaitu perpustakaan dapat memanfaatkan media sosial untuk semakin mengenalkan profil, koleksi, layanan dan berbagai kegiatan yang dimiliki dan dilaksanakan secara *online*. Sari (2020) menjelaskan bahwa “Dengan munculnya berbagai media sosial pada dekade terakhir, banyak perpustakaan yang telah memasukkan aplikasi media sosial sebagai pemasaran utama dan alat komunikasi untuk terlibat dalam komunitas pengguna”.

Banyak jenis media sosial antara lain *youtube*, *instagram*, *facebook*, *tiktok*, *whatsapp* dan lain sebagainya. Dari beberapa jenis media sosial tersebut, *instagram* merupakan salah satu media sosial yang paling banyak diminati. Annur (2024) menyebutkan bahwa *instagram* merupakan media sosial peringkat kedua yang banyak digunakan di Indonesia pada awal tahun 2024. Sebagaimana gambar grafik berikut ini:



Gambar 2: Data Media Sosial yang Paling Banyak Digunakan

Berdasarkan gambar 2 tersebut dapat diketahui bahwa *instagram* merupakan jenis media sosial yang paling banyak digunakan dengan peringkat kedua. Konten *instagram* dapat berupa foto, video atau *reels*. Pengguna juga dapat membuat *stories* (postingan *instagram* berupa foto atau video yang memiliki masa berlaku 24 jam) dan juga *live*, yang digunakan sebagai konten interaktif. Promosi perpustakaan dengan menggunakan *instagram* sangat membutuhkan kreativitas staf perpustakaan. Staf perpustakaan dapat memanfaatkan berbagai fitur yang tersedia pada *platform instagram* untuk meningkatkan kesadaran dan minat pengunjung atau pemustaka tentang perpustakaan.

Salah satu contoh, misalnya ketika perpustakaan memiliki koleksi baru maka staf perpustakaan dapat memposting koleksi tersebut di *feed* kemudian menambahkan juga sebagai *stories*, hal ini bertujuan agar para pemustaka *online* dapat mengetahui informasi bahwa perpustakaan memiliki koleksi baru secara cepat dan tepat, apakah koleksi baru tersebut sesuai dengan kebutuhan mereka. Selain itu, staf perpustakaan juga dapat membuat video tentang layanan apa saja yang dimiliki perpustakaan, bagaimana cara memanfaatkan setiap layanan tersebut dan sebagainya. Sehingga tanpa pemustaka datang ke perpustakaan, mereka sudah mengetahui informasi layanan, koleksi tersebut secara *online*.

Berdasarkan analisis situasi ditemukan bahwa staf perpustakaan belum memahami bagaimana memanfaatkan media sosial *instagram* secara maksimal sebagai sarana promosi perpustakaan, konten apa saja yang dapat menarik minat pemustaka serta kapan waktu yang tepat untuk mengunggah konten pada media sosial *instagram*. Hal ini menyebabkan belum adanya akun *instagram* secara khusus yang dimiliki oleh perpustakaan, sehingga berdampak kurang dikenalnya perpustakaan oleh siswa maupun masyarakat umum. Padahal akun *instagram* sangat penting untuk digunakan mempromosikan berbagai layanan dan kegiatan yang dilaksanakan oleh perpustakaan agar dapat menarik minat para pengguna perpustakaan. Oleh sebab itu, tim pengabdian kepada masyarakat menganggap permasalahan yang telah diuraikan sebelumnya sangat penting untuk diberikan sosialisasi pentingnya penggunaan media sosial sebagai sarana promosi perpustakaan SMA N 12 Medan. Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk memberikan sosialisasi dan pendampingan pentingnya media sosial sebagai sarana promosi perpustakaan.

BAHAN DAN METODE

Kegiatan pelatihan ini diberikan pada 2 (dua) orang staf perpustakaan SMA N 12 Medan, pada tanggal 14 April 2025. Metode yang digunakan adalah ceramah, tanya jawab dan pelatihan penggunaan media sosial *instagram*. Syah (2022) berpendapat bahwa metode ceramah merupakan “cara mengajar dengan penyajian informasi secara lisan kepada peserta didik atau siswa”. Namun dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini metode ceramah dilakukan kepada staf perpustakaan. Beberapa tahapan yang dilakukan yaitu:

1. Tahapan persiapan

Pada tahapan ini, tim pengabdian kepada masyarakat melaksanakan rapat terlebih dulu, kemudian mengadakan pertemuan dengan pihak sekolah dan pihak perpustakaan lalu observasi dan mengidentifikasi pemasalahan yang dihadapi oleh staf perpustakaan SMA N 12 Medan melalui wawancara.

2. Tahapan pemaparan materi berjudul Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Perpustakaan

Pada tahapan ini, tim melakukan sosialisasi tentang media sosial *instagram* sebagai sarana promosi perpustakaan dan juga pemberian tampilan contoh akun *instagram* perpustakaan yang menarik pada staf perpustakaan SMA N 12 Medan, dengan memberikan materi dasar sebelum tahapan pelatihan. Tim juga berkolaborasi dengan pihak sekolah, karena perpustakaan di bawah naungan sekolah, sehingga kepala sekolah dapat memahami dan mengetahui bagaimana urgensi penggunaan media sosial sebagai sarana promosi perpustakaan.

3. Tahapan pelatihan

Tahapan ini merupakan pelatihan yaitu narasumber menyampaikan dan mempraktikkan bagaimana cara pembuatan dan penggunaan media sosial *instagram* dan juga diikuti oleh peserta.

4. Tahapan evaluasi

Merupakan tahapan penilaian atas seluruh rangkaian kegiatan pengabdian masyarakat secara keseluruhan. Evaluasi ini dilakukan dengan melihat dan memperhatikan keaktifan peserta selama kegiatan berlangsung, kemudian di akhir sesi evaluasi dilakukan dengan penyebaran kuesioner dalam bentuk *gform* pada peserta.

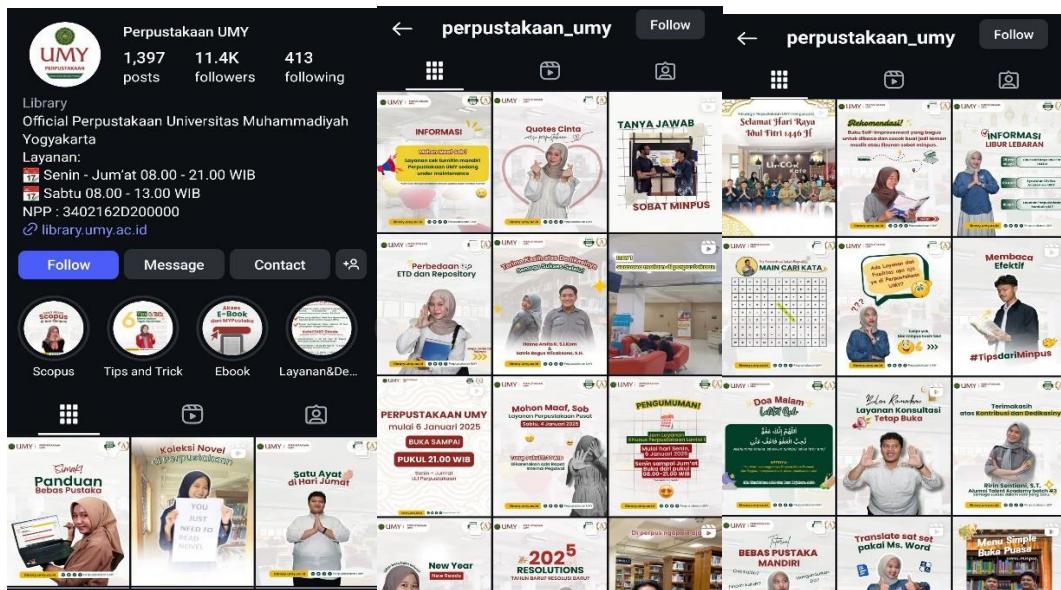
HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat diawali dengan pemaparan konsep media sosial, *instagram* dan sarana promosi, kemudian dilanjutkan pemaparan tentang bagaimana pembuatan dan penggunaan media sosial *instagram*. Selain itu juga, narasumber memberikan contoh media sosial *instagram* perpustakaan lain agar dapat dijadikan sebagai inspirasi. Sehingga staf perpustakaan semakin terpacu untuk meningkatkan kreativitas yang dimiliki.

Narasumber mengenalkan konten-konten apa saja yang dapat menarik minat pemustaka, bagaimana cara dan kapan waktu yang tepat untuk mempostingnya. Zuhriyah (2024) memaparkan bahwa jam upload konten pada *instagram* merupakan hal yang sangat penting dan krusial, karena hal ini berdampak pada jumlah jangkauan konten. Oleh karena itu, waktu atau *timing* mengunggah konten pada *instgaram* harus benar-benar diperhatikan. Jika staf perpustakaan membuat konten di jam yang tepat maka jangkauan penggunanya juga semakin banyak, hal ini juga berdampak positif pada promosi perpustakaan.

Salah satu contoh akun *instagram* perpustakaan adalah akun *instagram* Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, yang dinobatkan sebagai akun *instagram* terbaik pada FPPTMA Awards di tahun 2024. Walaupun akun tersebut merupakan akun di Tingkat perguruan tinggi, namun perpustakaan sekolah dapat menjadikannya rujukan dan atau sumber inspirasi.

Untuk kontennya dapat menyesuaikan dengan kebutuhan dan situasi kondisi yang dimiliki. Berikut contoh tampilan akun instagram Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta:



Gambar 3, 4 dan 5: Tampilan akun *instagram* Perpustakaan UMY

Gambar 3, 4 dan 5 merupakan tampilan akun *instagram* Perpustakaan UMY, dapat dilihat bahwa akun tersebut sudah memiliki pengikut (*followers*) sebanyak 11 ribu 400 orang, dengan jumlah postingan sebanyak 1.397 konten foto maupun video. Jika diperhatikan konten yang *diupload* memiliki *template* sehingga warnanya seragam hal ini merupakan salah satu hal yang membuat menarik. Anggraini & Nathalia (2018) menyebutkan bahwa “Warna merupakan salah satu elemen yang dapat menarik perhatian, atau meningkatkan *mood*, menggambarkan citra sebuah perusahaan, dan lainnya”.

Konten yang diunggah oleh pihak Perpustakaan UMY beraneka ragam jenisnya tergantung kapan konten tersebut dibuat, dalam artian menyesuaikan momentum, apakah dalam hari biasa, atau perayaan hari besar kenegaraan atau keagamaan, dan lain sebagainya. Konten-kontennya meliputi informasi layanan yang dimiliki, jam buka perpustakaan, koleksi perpustakaan, berbagai tips dan *quote* yang *relate* dengan pengunjung. Bahkan di akun *instagram* perpustakaan juga mengunggah konten kuis mini, hal ini juga menjadi salah satu upaya menarik minat pemustaka atau pengunjung. Postingan yang dimiliki pun tidak sekedar tentang perpustakaan namun juga terkait apa yang sedang viral atau ramai diperbincangkan.

Setelah pemaparan dan penjelasan secara teoritis dan salah satu contoh studi kasus yang ada, selanjutnya tim PkM mengarahkan staf perpustakaan, apakah masih terdapat yang ingin ditanyakan sebelum selanjutnya tim mempraktikkan pembuatan akun dan pembuatan konten yang diikuti peserta. Supardy (2024) menyampaikan bahwa “Studi kasus akan sangat membantu dalam mengatasi permasalahan yang mungkin terjadi secara nyata di lapangan.”

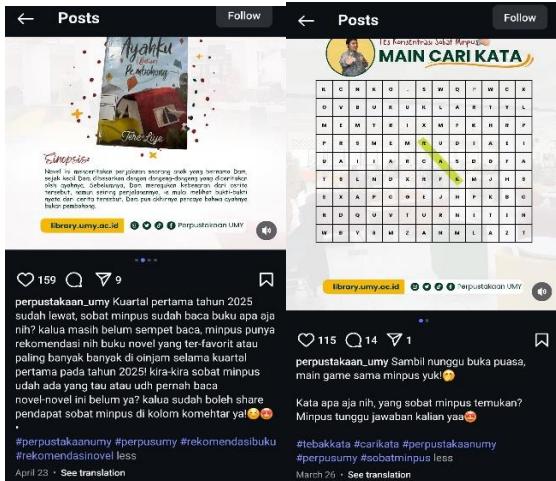
Dengan terlaksananya kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, staf perpustakaan sudah mulai menyadari, mengetahui dan memahami betapa pentingnya penggunaan media sosial *instagram* sebagai sarana promosi perpustakaan. Kemampuan kreativitas juga sangat diperlukan agar konten-konten yang nantinya akan dibuat, diunggah dan dikembangkan dapat menarik pemustaka. Kusuma, Darma & Sari (2023) memaparkan bahwa:

“Optimalisasi pemanfaatan media sosial *instagram* sebagai media promosi perpustakaan perlu dilakukan. Hal tersebut dapat dilakukan jika perpustakaan mengetahui bagaimana respon *follower* media sosial *instagram* perpustakaan terkait konten yang diposting diakun media sosial *instagram* perpustakaan tersebut dan tipe postingan apa yang paling sering direspon oleh *follower* media sosial *instagram* perpustakaan tersebut.”

Pada media sosial *instagram* pihak perpustakaan juga dapat memanfaatkan penggunaan *hashtag* di setiap postingan yang diunggah, agar dapat menjangkau kalangan secara lebih luas asalkan profil akun yang dimiliki tidak *diprivate*. Hal ini sebagaimana yang dijelaskan oleh Maulana & Wulandari (2023) bahwa “*Hashtag* digunakan sebagai alat untuk meningkatkan visibilitas dan interaksi dalam konteks pencarian dan eksplorasi konten di *Instagram*.”

Pemahaman staf perpustakaan tentang penggunaan media sosial *instagram* sebagai sarana promosi perpustakaan juga akan berdampak positif pada semakin dikenalnya perpustakaan, memudahkan pemustaka dalam mencari informasi tentang perpustakaan tersebut tanpa harus datang terlebih dulu ke perpustakaan secara langsung. Misalnya terkait jam buka layanan, koleksi yang dimiliki, kegiatan apa yang baru saja dilaksanakan oleh perpustakaan jika hal ini sudah tersedia dan diunggah di akun *instagram* tersebut. Selain itu, khalayak umum dan masyarakat luas juga otomatis akan lebih mengetahui tentang perpustakaan dengan pemanfaatan fitur *hashtag*. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilaksanakan oleh Nasrullah, Tawakkal dan Jannah (2022) “Promosi perpustakaan menggunakan media sosial *instagram* memberikan dampak positif, seperti meningkatnya jumlah pengunjung dan anggota perpustakaan”. Sebagaimana contoh pada akun Perpustakaan UMY berikut ini:

Sebagaimana contoh pada akun Perpustakaan UMY berikut ini:



Gambar 6 & 7: Contoh Pemanfaatan *Hashtag* Pada Konten IG

Berdasarkan gambar 6 & 7 dapat dilihat bahwa Perpustakaan UMY memanfaatkan penggunaan *hashtag* pada setiap postingannya agar mendapatkan jangkauan visibilitas. *Instagram* merupakan salah satu aplikasi jejaring sosial yang resmi diluncurkan pada 6 Oktober 2010 oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger. Pada mulanya *instagram* hanya berfokus pada postingan foto dan video dalam durasi pendek, namun seiring perkembangan setelah diambil alih atau diakuisisi oleh Perusahaan Meta pada tahun 2012, *instagram* terus mengalami pembaruan dan perkembangan berbagai fitur yang dapat dimanfaatkan oleh pengguna, salah satunya yaitu pengguna dapat mengunggah konten video dalam durasi tiga menit (*reels*).

Pembuatan akun bisa dilakukan melalui *personal computer* maupun *gadget*. Pengguna bisa terlebih dulu menginstall aplikasi *instagram* terlebih dulu, ataupun melalui alamat *website* <https://www.instagram.com/>.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan dari pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat ini adalah dengan pelaksanaan dan terselesaikannya sosialisasi pentingnya penggunaan media sosial *instagram* sebagai sarana promosi perpustakaan, pengetahuan dan pemahaman staf perpustakaan yang kurang terkait urgensi dan bagaimana pembuatan akun serta pengembangan konten pada akun *instagram* perpustakaan. Melalui sosialisasi ini staf perpustakaan sudah mulai peduli, memahami dan mengetahui bagaimana memanfaatkan media sosial *instagram* bagi perkembangan perpustakaan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami dari Tim Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) mengucapkan terimakasih kepada setiap pihak yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk mendukung kami dalam melaksanakan kegiatan PKM sebagai salah satu Tri Dharma di Perguruan Tinggi.

DAFTAR PUSTAKA

Anggraini, L. & Nathalia, K. (2018). *Desain komunikasi visual*. Bandung: Nuansa Cendekia.

Annur, Cindy Mutia. (2024). *Ini media sosial paling banyak digunakan di Indonesia awal 2024*. Diakses dari <https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/66ea436ab12f2/ini-media-sosial-paling-banyak-digunakan-di-indonesia-awal-2024>.

Haryanto, Agus Tri. (2025). *Daftar jumlah pengguna media sosial Indonesia terbaru, siapakah yang paling banyak?* Diakses dari <https://inet.detik.com/cyberlife/d-7854501/daftar-jumlah-pengguna-media-sosial-indonesia-terbaru-siapa-yang-paling-banyak>.

Kusuma, Arja, Darma & Suci Rhomana Sari. (2023). Analisis pemanfaatan media sosial instagram sebagai media promosi di Perpustakaan Universitas Bangka Belitung berdasarkan engagement rate, impression dan reach. *Lentera Pustaka: Jurnal Kajian Ilmu Perpustakaan, Informasi dan Kearsipan*, 9 (2), 105-116.

Maulana, Muhammad Raihan Ibra & Eka Ratri Noor Wulandari. (2023). Analisis perbandingan penggunaan hashtag panjang dan pendek pada platform instagram : studi kasus idekost. *Skripsi*. Malang: Universitas Brawijaya.

Nasrullah, Tawakkal & Mifathul Jannah. (2022). Pemanfaatan media sosial instagram sebagai sarana promosi perpustakaan di Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kabupaten Bulukumba. *Jurnal Ilmu Perpustakaan (JIPER) FISIP UMMAT*, 4 (1), 1-12.

Permana, Anju Oktaviandri & Fuad Erdansyah. (2022). Analisis penerapan prinsip-prinsip desain, tipografi, dan warna pada instagram feed senat mahasiswa Universitas Negeri Medan Tahun 2019. *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*, 5 (1), 102-110.

Sari, Margita Tiara. (2020). Promosi perpustakaan melalui media sosial *instagram* @austinpubliclibrary : studi di Austin Public Library Texas. *Jurnal Ilmu Perpustakaan*, 9 (4), 19-33.

Supardy, Satia. (2024). *Revolusi pembelajaran: mengapa studi kasus wajib dicoba?*. Diakses dari <https://radaredukasi.com/2024/12/19/revolusi-pembelajaran-mengapa-studi-kasus-wajib-dicoba/>.

Syah, Muhibbin. (2022). *Psikologi belajar*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Zuhriyah, Umi. (2024). *Jam upload instagram yang terbaik dan efektif agar viral*. Diakses dari <https://tirto.id/kapan-jadwal-dan-jam-upload-konten-instagram-terbaik-gZtq>.