

**PENGEMBANGAN MEDIA PROMOSI BERBASIS INSTAGRAM
DI PERPUSTAKAAN SEKOLAH**

*(Design and Development di Perpustakaan
Madrasah Aliyah Negeri 2 Kota Bogor)*



SKRIPSI

diajukan untuk memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh gelar
sarjana sains informasi

Oleh:
Azizah Hafshah Hafsari
NIM 2109200

**PROGRAM STUDI PERPUSTAKAAN DAN SAINS INFORMASI
FAKULTAS ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA**

2025

HALAMAN HAK CIPTA

PENGEMBANGAN MEDIA PROMOSI BERBASIS INSTAGRAM DI PERPUSTAKAAN SEKOLAH

**(*Design and Development* di Perpustakaan
Madrasah Aliyah Negeri 2 Kota Bogor)**

Oleh

Azizah Hafshah Hafsari

Sebuah skripsi yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar
Sarjana Sains Informasi pada Fakultas Ilmu Pendidikan

© Azizah Hafshah Hafsari 2025
Universitas Pendidikan Indonesia
Agustus 2025

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang.
Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian,
dengan dicetak ulang, difoto kopi, atau cara lainnya tanpa izin dari penulis.

LEMBAR PENGESAHAN

Azizah Hafshah Hafsari

2109200

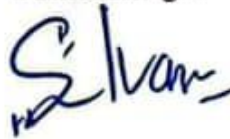
**PENGEMBANGAN MEDIA PROMOSI BERBASIS *INSTAGRAM* DI
PERPUSTAKAAN SEKOLAH**

*(Design and Development di Perpustakaan Madrasah Aliyah Negeri 2 Kota
Bogor)*

Bandung, 19 Agustus 2025

disetujui dan disahkan oleh:

Pembimbing I



Dr. Hana Silvana, M.Si.
NIP. 197303242010122001

Pembimbing II



Suci Yanti Ramadhan, M.A.
NIP. 920230219970131201

Mengetahui,

Ketua Program Studi Perpustakaan dan Sains Informasi



Dr. Hj. Linda Setiawati, M.Pd.
NIP. 196908021994122001

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Azizah Hafshah Hafsari

NIM : 2109200

Program Studi : Perpustakaan dan Sains Informasi

Judul Skripsi :

**PENGEMBANGAN MEDIA PROMOSI BERBASIS INSTAGRAM
DI PERPUSTAKAAN SEKOLAH
(*Design and Development* di Perpustakaan
Madrasah Aliyah Negeri 2 Kota Bogor)**

Dengan ini menyatakan bahwa karya tulis ini merupakan hasil kerja saya sendiri. Saya menjamin bahwa seluruh isi karya ini, baik sebagian maupun keseluruhan, bukan merupakan plagiarisme dari karya orang lain, kecuali pada bagian yang telah dinyatakan dan disebutkan sumbernya dengan jelas.

Jika di kemudian hari ditemukan pelanggaran terhadap etika akademik atau unsur plagiarisme, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku di Universitas Pendidikan Indonesia.

Bandung, Agustus 2025



Azizah Hafshah Hafsari

NIM 2109200

KATA PENGANTAR

Puji syukur alhamdulillah, penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas rahmat, berkat, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengembangan Media Promosi Berbasis Instagram di Perpustakaan Sekolah (*Design and Development* di Perpustakaan Madrasah Aliyah Negeri 2 Kota Bogor)”.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa terselesaikannya skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, dukungan dan arahan dari berbagai pihak. Penulis juga memahami bahwa skripsi ini masih memiliki banyak keterbatasan dan belum mencapai kesempurnaan. Meski demikian, informasi pada penulisan diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pembaca dalam mengembangkan penelitian serupa di masa mendatang. Oleh sebab itu, kritik dan saran yang bersifat membangun sangat diharapkan untuk penyempurnaan karya ilmiah di kemudian hari.

Penelitian ini ditujukan untuk memberikan kontribusi bagi perkembangan di lingkungan pendidikan, khususnya pada bidang perpustakaan. Pemanfaatan media sosial Instagram, diharapkan dapat menjadi solusi dalam menghadapi tantangan yang saat ini kurang dipahami oleh siswa/i MA Negeri 2 Kota Bogor. Akhir kata, penulis berharap hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat secara nyata dan mendorong perkembangan perpustakaan secara lebih optimal.

Bandung, Agustus 2025



Azizah Hafshah Hafsari

NIM 2109200

UCAPAN TERIMA KASIH

Bismillahirrahmanirrahim.

Alhamdulillah segala puji milik Allah SWT atas rahmat dan karunianya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat dan salam senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, beserta keluarga, sahabat, serta umatnya. Keberhasilan tersusunnya skripsi ini tidak terlepas dari motivasi dan kontribusi serta bantuan banyak pihak terkait. Oleh karena itu, penulis dengan penuh hormat mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Linda Setiawati, M.Pd. selaku ketua Program Studi Perpustakaan dan Sains Informasi dan segenap dosen yang telah mengarahkan kami selaku mahasiswa dalam mengemban ilmu pendidikan dengan baik.
2. Dr. Hana Silvana, M.Si., selaku dosen pembimbing I dan Suci Yanti Ramadhan, M.A., selaku dosen pembimbing II yang telah membimbing berjalannya penelitian ini dengan penuh kesabaran, dan telah meluangkan waktu dalam membimbing dengan baik dan dan mendorong penulis untuk tetap bersemangat.
3. Bapak Herli Bahtiar Saleh, M.I.Kom., yang telah meluangkan waktu dalam memberikan penilaian, saran dan masukan pada produk yang dihasilkan.
4. Ibu Shofiyah Gumanti S.Ag., yang telah membantu dalam menilai dan memberikan masukan serta saran pada produk konten yang dihasilkan.
5. Bapak Riksa Permana, S.Hum., yang selalu membantu dalam mengurus administrasi persuratan yang berkaitan dengan kebutuhan akademik.
6. Kepala sekolah MA Negeri 2 Kota Bogor, Bapak Eman Supriyatman, M.Pd., yang telah memberikan izin untuk melakukan penelitian di perpustakaan MA Negeri 2 Kota Bogor.
7. Kedua orang tua, Tugiman dan Sri Susanti yang senantiasa memberikan doa dan semangat serta dukungannya sehingga dapat menyelesaikan pendidikan hingga saat ini.

8. Adik-adik tercinta, Azhari Fathul Umar Aziz, Azahra Olivia Farah Hapsari, Azfhar Mujahid Arroby Al-Ansori, Azka Jovan Fahrezi yang selalu menghibur dan memberikan semangat.
9. Keluarga besar Siti Rohmah dan keluarga besar Sangidi yang memberikan dukungan, doa serta motivasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Sahabat sekaligus teman di masa perkuliahan Rini Indiyani, Kania Azzahra, Repa Ruhya, Alifa Baiduri dan Adika Subangkit yang selalu memberikan motivasi serta dukungan yang tidak pernah punah dalam menyelesaikan skripsi ini.
11. Guru-guru dan tenaga kependidikan MA Negeri 2 Kota Bogor, Bapak Fakhri Najmuddin Halim, S.IP., Ibu Retno Mujirati, S.Pd., M.Si., yang telah memberikan izin dan meluangkan waktunya kepada penulis untuk melakukan penelitian di perpustakaan serta memberikan informasi yang cukup untuk kebutuhan informasi penulis.
12. Terima kasih kepada seseorang bernama Abuzar yang telah memberikan tenaga dan waktunya, terima kasih atas dukungan dan semangat serta selalu sabar untuk menemani setiap proses yang saya lalui selama menyelesaikan skripsi ini.
13. Teman-teman Perpustakaan dan Sains Informasi 2021 yang telah membersamai penulis selama kegiatan perkuliahan dan berbagi pengalaman yang menyenangkan.
14. Terima kasih kepada seseorang yang pernah bersama penulis, yang tidak bisa penulis sebut namanya. Terima kasih telah menjadi bagian cerita yang menyenangkan dan tidak lain menyakitkan dari prosesnya pendewasaan ini.
15. Seluruh siswa-siswi MA Negeri 2 Kota Bogor yang telah bersedia membantu berjalannya kegiatan penelitian ini.
16. Terima kasih kepada diri saya sendiri Azizah Hafshah Hafsari. Apresiasi sebesar-besarnya sudah berjuang hingga akhir dari apa yang telah dimulai. Sulit bisa bertahan sampai di tahap ini, terima kasih telah berjuang dan merayakan dirimu sendiri. Tetaplah menjadi manusia yang terus berusaha

dan tidak kenal lelah untuk mencoba hal baru. Terima kasih ya allah sudah menjadikan saya sebagai perempuan yang mandiri.

Semoga Allah SWT senantiasa membalas dengan berlipat ganda atas segala bantuan dan dukungan yang diberikan kepada penulis. Penulis ucapkan permohonan maaf kepada semua pihak yang terlibat dalam penelitian ini apabila terdapat hal yang kurang berkenan.

ABSTRAK

Azizah Hafshah Hafsari (2109200). Pengembangan Media Promosi Berbasis Instagram di Perpustakaan Sekolah (*Design and Development* di Perpustakaan Madrasah Aliyah Negeri 2 Kota Bogor)”. Skripsi, Program Studi Perpustakaan dan Sains Informasi, Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Pendidikan Indonesia, 2025.

Perkembangan teknologi saat ini membawa perubahan termasuk perubahan penyampaian informasi dalam bentuk digital di perpustakaan. Perpustakaan sekolah perlu memberikan layanan informasi yang efektif kepada siswa. Dalam rangka mencapai tujuan, perpustakaan sekolah perlu mengoptimalkan teknologi sebagai sarana untuk menyampaikan informasi kepada siswa secara efektif dengan menerapkan pendekatan yang inovatif sebagai strategi promosi. Perpustakaan MA Negeri 2 Kota Bogor memanfaatkan media sosial Instagram pada akun @pusman2kotabogor sebagai *platform* penyebaran informasi yang relevan dengan kebutuhan siswa. Penelitian ini bertujuan untuk merancang dan mengembangkan media promosi perpustakaan melalui *platform* Instagram secara efektif. Tujuan dibuatnya pengembangan media promosi dikarenakan masih banyaknya siswa yang belum mengenal perpustakaan MA Negeri 2 Kota Bogor seperti koleksi-koleksi perpustakaan, layanan, dan pemanfaatan fasilitas perpustakaan yang belum optimal. Metode penelitian yang digunakan yaitu *Design and Development*. Partisipan penelitian terdiri dari satu ahli media, satu ahli konten, dan 92 siswa MA Negeri 2 Kota Bogor. Teknik pengumpulan data menggunakan angket Google Form sedangkan teknik analisis data menggunakan statistik deskriptif dengan Skala Likert sebagai acuan penilaian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengembangan konten video promosi perpustakaan telah layak digunakan sebagai media promosi perpustakaan dan dapat dipahami berdasarkan penilaian menggunakan aspek kriteria penggunaan media promosi yaitu *Online Communities, Interaction, Sharing of Content, Accessibility*, dan *Credibility* oleh siswa MA Negeri 2 Kota Bogor.

Kata Kunci: Instagram, Konten Video, Perpustakaan Sekolah, Promosi Perpustakaan

ABSTRACT

Azizah Hafshah Hafsari (2109200). *Development of Instagram-Based Promotional Media in School Libraries (Design and Development at Madrasah Aliyah Negeri 2 Kota Bogor Library)*. Thesis, Library and Information Science Study Program, Faculty of Education, Universitas Pendidikan Indonesia, 2025.

The advancement of technology today has brought significant changes, including the transformation of information delivery into digital formats within libraries. School libraries need to provide effective information services for students. In order to achieve its goals, school libraries must optimize technology as a means to convey information to students effectively by implementing innovative approaches as a promotional strategy. The library of MA Negeri 2 Kota Bogor utilizes the Instagram account @pusman2kotabogor as a platform to distribute information relevant to students' needs. This research aims to design and develop library promotional media through the Instagram platform effectively. The development initiative is driven by the fact that many students are still unfamiliar with the library at MA Negeri 2 Kota Bogor, its collections, services, and facilities remain underutilized. This research adopts the Design and Development method. The research participants include one media expert, one content expert, and 92 students of MA Negeri 2 Kota Bogor. Data were collected using Google Form questionnaires while data analysis descriptive statistics with a Likert scale as the reference for assessment. The results of the study indicate that the development of the library promotional video content is easy to be used as a library promotional medium and can be understood based on the assessment using the criteria for promotional media, namely Online Communities, Interaction, Sharing of Content, Accessibility, and Credibility by the students of MA Negeri 2 Kota Bogor.

Keywords: *Instagram, Library Promotion, School Library, Video Content*

DAFTAR ISI

HALAMAN HAK CIPTA	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
UCAPAN TERIMA KASIH	v
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah Penelitian	9
1.2.1. Rumusan Masalah Umum.....	9
1.2.2. Rumusan Masalah Khusus.....	9
1.3. Tujuan Penelitian.....	10
1.3.1. Tujuan Umum	10
1.3.2. Tujuan Khusus	10
1.4. Manfaat Hasil Penelitian	11
1.4.1. Manfaat Teoritis.....	11
1.4.2. Manfaat Praktis	11
1.5. Ruang Lingkup Penelitian	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA	14
2.1. Perpustakaan Sekolah.....	14
2.1.1. Tujuan Perpustakaan Sekolah.....	14
2.1.2. Fungsi Perpustakaan Sekolah	15
2.2. Promosi Perpustakaan Sekolah	16
2.2.1. Tujuan Promosi Perpustakaan Sekolah.....	18
2.2.2. Fungsi Promosi Perpustakaan Sekolah	19
2.3. Media Promosi	20
2.3.1. Media Promosi Perpustakaan Sekolah.....	21

2.4. Media Sosial Instagram	23
2.4.1. Fitur-Fitur Media Sosial Instagram.....	23
2.4.2. Instagram Sebagai Media Promosi	24
2.4.3. Manfaat Instagram Sebagai Media Promosi Perpustakaan.....	25
2.5. Penelitian Terdahulu.....	26
2.6. Asumsi.....	36
2.7. Kerangka Berpikir	37
BAB III METODE PENELITIAN	39
3.1. Pendekatan dan Metode Penelitian.....	39
3.2. Partisipan dan Lokasi Penelitian	41
3.2.1. Partisipan	41
3.2.2. Lokasi Penelitian.....	42
3.3. Definisi Operasional.....	43
3.3.1. Media Promosi.....	43
3.3.2. Instagram-Based	43
3.4. Prosedur Penelitian.....	43
3.4.1. <i>Identify the Problem</i> (Identifikasi Masalah)	44
3.4.2. <i>Describe the Objectives</i> (Perencanaan Tujuan)	44
3.4.3. <i>Design and Develop the Artifact</i> (Perencanaan dan Pengembangan Artefak).....	45
3.4.4. <i>Test the Artifact</i> (Uji Coba Terbatas).....	46
3.4.5. <i>Evaluate Testing Result</i> (Evaluasi Hasil Pengujian).....	46
3.4.6. <i>Communicate the Testing Result</i> (Laporan Hasil Pengujian)	47
3.4.7. Alur Prosedur Pengembangan Penelitian	47
3.5. Instrumen Penelitian.....	49
3.5.1. Uji Validitas.....	53
3.5.2. Uji Reliabilitas	54
3.6. Analisis Data	55
3.7. Waktu Pelaksanaan.....	56
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	57
4.1. Hasil Penelitian.....	57
4.1.1. Identifikasi Masalah.....	57
4.1.2. Perencanaan Tujuan.....	59
4.2. Pembahasan	61

4.2.1. Perancangan Desain dan Pengembangan Media Promosi	61
4.2.2. Uji Coba Terbatas	97
4.2.3. Evaluasi Pengembangan Media Promosi.....	110
4.2.4. Analisis Laporan Hasil Pengujian.....	112
BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI	115
5.1. Simpulan.....	115
5.2. Implikasi	115
5.2.1. Implikasi praktis	115
5.2.2. Implikasi Teoritis.....	116
5.3. Rekomendasi	116
DAFTAR PUSTAKA	118
LAMPIRAN.....	125

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu	26
Tabel 3. 1. Kisi-Kisi Instrumen Penelitian.....	49
Tabel 3. 2. Hasil Uji Validitas Instrumen Penilaian Siswa.....	53
Tabel 3. 3. Hasil Uji Reliabilitas.....	55
Tabel 3. 4. Kriteria Penilaian	55
Tabel 3. 5. Skala Persentase Penilaian	56
Tabel 4. 1. Identifikasi Masalah.....	58
Tabel 4. 2. Penentuan Tujuan.....	60
Tabel 4. 3. Garis Besar Isi Media.....	70
Tabel 4. 4. Jabaran Materi.....	71
Tabel 4. 5. <i>Storyboard</i> konten video promosi.....	72
Tabel 4. 6. Spesifikasi Kamera	78
Tabel 4. 7. Kebutuhan Perangkat Lunak.....	81
Tabel 4. 8. <i>Script</i> Konten Promosi Perpustakaan.....	86
Tabel 4. 9. Hasil Penilaian Produk Ahli Media	98
Tabel 4. 10. Hasil Penilaian Produk Ahli Konten.....	102
Tabel 4. 11. Hasil Penilaian Uji Coba Produk Kriteria Siswa	107

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1: Alasan Utama Penggunaan Internet	3
Gambar 1. 2: Instagram Perpustakaan MA Negeri 2 Kota Bogor	4
Gambar 1. 3: Media Sosial Favorit	6
Gambar 2. 1: Kerangka Berpikir	37
Gambar 3. 1: Fase <i>Design and Development</i>	40
Gambar 3. 2: Prosedur Pengembangan Penelitian	48
Gambar 4. 1: Alur <i>Pre-Production</i>	63
Gambar 4. 2: Alur <i>Brainstorming</i>	64
Gambar 4. 3: Hasil analisis kebutuhan media promosi kategori kelas	65
Gambar 4. 4: Analisis kebutuhan media promosi kategori media sosial yang sering digunakan	67
Gambar 4. 5: Alur GBIM	69
Gambar 4. 6: Hasil Rekaman Video	79
Gambar 4. 7: Hasil Rekaman Audio	80
Gambar 4. 8: Proses Penyuntingan	81
Gambar 4. 9: Proses <i>editing</i> transisi.....	82
Gambar 4. 10: Proses uploading	83
Gambar 4. 11: Alur Pengembangan Konten	84
Gambar 4. 12: Penerapan Konten Promosi Perpustakaan.....	96
Gambar 4. 13: Grafik Jumlah Responden	106

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Surat Keterangan Pengangkatan Dosen Pembimbing	126
Lampiran 2: Surat Izin Penelitian	128
Lampiran 3: Surat Jawaban Permohonan Izin Penelitian	129
Lampiran 4: Surat Pernyataan Cek Plagiarisme.....	130
Lampiran 5: Surat Keterangan Revisi	132
Lampiran 6: Surat Permohonan <i>Expert Judgement</i> instrumen penelitian Ahli Media.....	133
Lampiran 7: Surat Pernyataan <i>Expert Judgement</i> instrumen penelitian Ahli Media	134
Lampiran 8: Surat Permohonan <i>Expert Judgement</i> Instrumen Penelitian Ahli Konten	136
Lampiran 9: Surat Pernyataan <i>Expert Judgement</i> Instrumen Penelitian Ahli Konten	137
Lampiran 10: Surat Permohonan <i>Expert Judgement</i> Ahli Media	138
Lampiran 11: Surat Pernyataan <i>Expert Judgement</i> Ahli Media.....	139
Lampiran 12: Surat Permohonan <i>Expert Judgement</i> Ahli Konten.....	139
Lampiran 13: Surat Pernyataan <i>Expert Judgement</i> Ahli Konten	141
Lampiran 14: Instrumen penelitian <i>Expert Judgement</i> Ahli Media.....	142
Lampiran 15: Instrumen penelitian <i>Expert Judgement</i> Ahli Konten	145
Lampiran 16: Form angket uji coba kepada Siswa/i.....	153
Lampiran 17: Hasil penilaian <i>Expert Judgement</i> produk kepada Ahli Media	159
Lampiran 18: Hasil penilaian <i>Expert Judgement</i> produk kepada Ahli Konten ..	162
Lampiran 19: Tabulasi Data Ahli Media dan Ahli Konten.....	170
Lampiran 20: Tabulasi Data Penilaian Siswa	172
Lampiran 21: <i>LogBook</i>	177
Lampiran 22: Catatan Bimbingan	178
Lampiran 23: Dokumentasi Penyebaran angket uji coba.....	181
Lampiran 24: Hasil produk konten promosi perpustakaan	182
Lampiran 25: Data Diri	184

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Aswaja Pressindo.
- Agrawal, A., Atiq, M. A., & Maurya, L. S. (2016). A Current Study on the Limitations of Agile Methods in Industry Using Secure Google Forms. *Physics Procedia*, 78, 291–297. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2016.02.056>
- Ainun, N., Maming, R., & Wahida, A. (2023). Pentingnya Peran Logo Dalam Membangun Branding Pada UMKM. *Jesya: Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah*, 6(1), 674–681. <https://doi.org/10.36778/jesya.v6i1.967>
- Akbar, A., Aplisailita, W. O. D., & Rusadi, L. O. (2021). Fungsi Perpustakaan Sekolah Terhadap Prestasi Belajar Siswa Sekolah Dasar. *EDUKATIF: Jurnal Ilmu Pendidikan*, 3(1), 203–212. <https://doi.org/https://doi.org/10.31004/edukatif.v3i1.286>
- Al Hakim, R., Mustika, I., & Yuliani, W. (2021). Validitas dan Reliabilitas Angket Motivasi Berprestasi. *FOKUS (Kajian Bimbingan & Konseling Dalam Pendidikan)*, 4(4), 263. <https://doi.org/10.22460/fokus.v4i4.7249>
- Amanda, L., Yanuar, F., & Devianto, D. (2019). Uji Validitas dan Reliabilitas Tingkat Partisipasi Politik Masyarakat Kota Padang. *Jurnal Matematika UNAND*, 8(1), 179–188. <https://doi.org/10.25077/jmu.8.1.179-188.2019>
- Anggraini, J. (2021). *Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Pada Perpustakaan Universitas Islam Negeri Sumatera Utara*. Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
- Antasari, C., & Pratiwi, R. D. (2022). Pemanfaatan Fitur Instagram Sebagai Sarana Komunikasi Pemasaran Kedai Babakkeroyokan di Kota Palu. *Kinesik*, 9(2), 176. <https://doi.org/10.22487/ejk.v9i2.327>
- Apriyani, D., Harapan, E., & Houtman, H. (2021). Manajemen Perpustakaan Sekolah Dasar. *JMKSP: Jurnal Manajemen, Kepemimpinan, Dan Supervisi Pendidikan*, 6(1), 2021. <https://doi.org/10.31851/jmksp.v6i1.4103>
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2024). APJII Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tembus 221 Juta Orang. *Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia*. <https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang>
- Asri, T. M., Pitaloka, C. A., Badriyah, L., & Hasanah, I. M. (2018). Fascinating Read Movie Like: Penerapan Media Sosial Instagram Sebagai Promosi Ruang Baca Vokasi Universitas Brawijaya. *BACA: Jurnal Dokumentasi Dan Informasi*, 39(1), 23. <https://doi.org/10.14203/j.baca.v0i0.388>
- Chowdhury, E. K., & Begum, R. (2025). The Academic Implications of Social Media Use and Multitasking: Evidence from University Students in a Developing Nation. *Social Sciences & Humanities Open*, 11, 101623. <https://doi.org/10.1016/j.ssaho.2025.101623>
- CNBC Indonesia. (2024, February 26). *Raja Aplikasi Terbaru di RI, Ternyata Bukan WhatsApp-Instagram*. CNBC Indonesia. [https://www.cnbcindonesia.com/tech/20240226153650-37-517653/raja-aplikasi-terbaru-di-ri-ternyata-bukan-whatsapp-instagram#:~:text=Media%20Sosial%20Paling%20Laris%20di%20Indonesia&text=Berdasarkan%20survei%20yang%20dilakukan%2C%20media,Telegram%20\(61%2C3%25\).](https://www.cnbcindonesia.com/tech/20240226153650-37-517653/raja-aplikasi-terbaru-di-ri-ternyata-bukan-whatsapp-instagram#:~:text=Media%20Sosial%20Paling%20Laris%20di%20Indonesia&text=Berdasarkan%20survei%20yang%20dilakukan%2C%20media,Telegram%20(61%2C3%25).)

- Dari, S. W., & Zulaikha, S. R. (2023). Pengaruh Promosi Perpustakaan Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Minat Kunjung Pemustaka di Perpustakaan Universitas Mercu Buana Yogyakarta. *Jurnal Kajian Perpustakaan, Informasi, Dan Kearsipan*, 5(1). <https://doi.org/10.24952/ktb.v5i1.7004>
- Diba, S. F. (2023). *Pengembangan Reelsbrary Sebagai Media User Education Di Perpustakaan*. Universitas Pendidikan Indonesia.
- Drivas, I., & Vraimaki, E. (2024). Unveiling the Feed: Academic Libraries' Instagram Unpacked. *Journal of Academic Librarianship*, 50(5). <https://doi.org/10.1016/j.acalib.2024.102924>
- ElAydi, H. O. (2018). The Effect of Social Media Marketing on Brand Awareness through Facebook: An Individual-Based Perspective of Mobile Services Sector in Egypt. *Open Access Library Journal*, 05(10), 1–5. <https://doi.org/10.4236/oalib.1104977>
- Fadilah, A., Nurzakiah, K. R., Kanya, N. A., Hidayat, S. P., & Setiawan, U. (2023). Pengertian Media, Tujuan, Fungsi, Manfaat dan Urgensi Media Pembelajaran. *Journal of Student Research (JSR)*, 1(2). <https://doi.org/10.55606/jsr.v1i2.938>
- Fahrizandi, F. (2020). Pemanfaatan Teknologi Informasi di Perpustakaan. *Tik Ilmeu: Jurnal Ilmu Perpustakaan Dan Informasi*, 4(1). <https://doi.org/10.29240/tik.v4i1.1160>
- Febriani, S. R. (2023). *Pengembangan Media Infografis Dalam Akun Media Sosial Instagram Bagi Peserta Didik Kelas Xi Ips Sekolah Menengah Atas*. Universitas Pendidikan Indonesia.
- Febriyanti, N. (2023). *Bauran Promosi Paket Wisata Pada Biro Perjalanan Wisata Step Holidays*. Politeknik Negeri Lampung.
- Ferguson, D. G., Campbell, C., Nolen, Z. L., & Daniel, K. L. (2025). Considering and Measuring Student Perceptions on The Role of Using Social Media as an Educational Tool in Science Courses. *Computers and Education Open*, 8.
- Fernanda, A., Haryani, S., Prasetya, A. T., & Hilmi, M. (2019). Analisis Kemampuan Berpikir Kritis Siswa Kelas Xi Pada Materi Larutan Penyangga Dengan Model Pembelajaran Predict Observe Explain. *Jurnal Inovasi Pendidikan Kimia*, 13(1), 2326–2336. <https://doi.org/10.15294/jipk.v13i1.16183>
- Firdaus, R. M. (2023). *Pengembangan Video Promosi Perpustakaan SMPN 6 Kota Bogor Berbasis Youtube*. Universitas Pendidikan Indonesia.
- Hanbali, A. P., Maretha, L. E. N., Putri, A. E., & Aeni, A. N. (2023). Pemanfaatan Media Komik Digital: Sarana Sosialisasi Ajaran Islam Terhadap Jasa Joki Tugas Pelajar. *JIE (Journal of Islamic Education)*, 8(1), 49–60. <https://doi.org/10.52615/jie.v8i1.256>
- Hanum, A. N. L. (2021). Strategi Promosi Perpustakaan: Film Animasi Sebagai Media Edukasi Bagi Pemustaka. *INFORMATIO: Journal of Library and Information Science*, 1(2), 121. <https://doi.org/10.24198/inf.v1i2.31077>
- Haptanti, F. S., Hikmah, M., & Basuki, I. A. (2024). Peran Media Pembelajaran dalam Pendidikan Bahasa Indonesia. *Journal of Language Literature and Arts*, 4(9), 972–980. <https://doi.org/10.17977/um064v4i92024p972-980>
- Hariyah, H., & Triyanto, A. (2018). Media Sosial Alat Promosi Perpustakaan Badan Litbang dan Diklat Kementerian Agama RI. *Media Pustakawan*, 25(2). <https://doi.org/10.37014/medpus.v25i2.275>

- Hendrayadi, H., Kustati, M., & Sepriyanti, N. (2023). Mixed Method Research. *Jurnal Review Pendidikan Dan Pengajaran (JRPP)*, 6(4). <https://doi.org/10.31004/jrpp.v6i4.21905>
- Huda, I. C. (2020). Peranan Perpustakaan Sekolah Terhadap Hasil Belajar Siswa Sekolah Dasar. *Edukatif: Jurnal Ilmu Pendidikan*, 2(1). <https://doi.org/10.31004/edukatif.v2i1.86>
- Iblasi, W. N., Bader, D. M. K., & Al-Qreini, S. A. (2016). The Impact of Social Media as a Marketing Tool on Purchasing Decisions (Case Study on SAMSUNG for Electrical Home Appliances). *International Journal of Managerial Studies and Research (IJMSR)*, 4(1), 14–28. <https://doi.org/10.20431>
- Idham, F. S. (2020). *Kontribusi Perpustakaan Melalui Instagram @perpustakaan_upi Dalam Memenuhi Kebutuhan Informasi Pemustaka (Studi Kuantitatif Deskriptif dengan AISAS model pada pengikut instagram Perpustakaan Universitas Pendidikan Indonesia)*. Universitas Pendidikan Indonesia.
- J. Ellis, T., & Levy, Y. (2010). A Guide for Novice Researchers: Design and Development Research Methods. *Proceedings of the 2010 InSITE Conference*, 107–118. <https://doi.org/10.28945/1237>
- Karo-Karo, I. R., & Rohani, R. (2018). Manfaat Media dalam Pembelajaran. *AXIOM: Jurnal Pendidikan Dan Matematika*, 7(1). <https://doi.org/10.30821/axiom.v7i1.1778>
- King, D. L. (2015). Managing Your Library's Social Media Channels. *USA: American Library Association*, 51(1), 35. <https://doi.org/10.5860/ltr.51n1>
- Kurniawan, P. (2017). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Komunikasi Pemasaran Modern Pada Batik Burneh. *Competence: Journal of Management Studies*, 11(2). <https://doi.org/10.21107/kompetensi.v11i2.3533>
- Lendo, R., Jacobus Agustinus, & Mapaly, H. A. (2023). Rancang Bangun Aplikasi Perpustakaan Digital Berbasis Mobile Menggunakan Framework Flutter. *Jurnal Teknik Informatika*, 18(1). <https://doi.org/10.35793/jti.v18i1.50490>
- Lestari, P. (2024). Peran Perpustakaan Digital dalam Kebutuhan Literasi Informasi di Sekolah. *Journal of Educational Integration and Development*, 4(2), 2024. <https://doi.org/10.55868/jeid.v4i2.338>
- Maharani, V. E., & Djuwita, A. (2020). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Komunikasi dan Informasi Pemerintah Kota Semarang. *E-Proceedings of Management*, 7(2).
- Maretno, S., & Marlina, M. (2021). Pemanfaatan Media Sosial sebagai Media Promosi Perpustakaan. *Baitul 'Ulum: Jurnal Ilmu Perpustakaan Dan Informasi*, 5(1), 58–71. <https://doi.org/10.30631/baitululum.v5i1.98>
- Masrufa, B., Ya'cub, M., & Ramandani, A. D. (2024). Sinergi Kepemimpinan dan Literasi: Upaya Kepala Sekolah dalam Mengembangkan Perpustakaan Sekolah. *Jurnal Studi Kemahasiswaan*, 4(1), 40–55. <https://doi.org/10.54437/irsyaduna.v4i1.1550>
- Mensah, M., & Onyancha, O. B. (2021). A Social Media Strategy for Academic Libraries. *The Journal of Academic Librarianship*, 47(6), 102462. <https://doi.org/10.1016/j.acalib.2021.102462>
- Mu'alifah, O. L. (2022). Promosi Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta Menggunakan Instagram sebagai Sarana Mendekatkan Masyarakat pada

- Perpustakaan. *Jurnal Ilmu Perpustakaan*, 11(2). <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jip/article/view/40250>
- Mumek, F., Golung, A. M., & Posumah-Rogi, S. (2021). Peranan Promosi Perpustakaan Dalam Meningkatkan Minat Kunjung di Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Manado. *Acta Diuma Komunikasi*, 3(2). <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/actadiurnakomunikasi/article/view/33393>
- Mursyidah, M., Sukirman, S., & Hidayati, D. (2023). Pemanfaatan Sistem Informasi Manajemen Perpustakaan Dalam Menumbuhkan Minat Baca Siswa Di SMAN 1 Berau. *Jurnal Inovasi Dan Manajemen Pendidikan*, 3(1), 61–75. <https://doi.org/10.12928/jimp.v3i1.9366>
- Nasrullah, N., Tawakkal, T., & Jannah, M. (2022). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Perpustakaan di Dinas Perpustakaan Kabupaten Bulukumba. *Jurnal Ilmu Perpustakaan*, 4(1). <https://doi.org/10.31764/jiper.v4i1.7813>
- Nurkamila. (2024). *Pengembangan Media Komik Digital Untuk Mengembangkan Kemampuan Literasi Mitigasi Bencana Banjir*. UIN Syarif Hidayatullah.
- Oktarisa, C. T. (2023). Penggunaan Instagram Sebagai Media Promosi Perpustakaan Universitas Gadjah Mada. *JIMR : Journal Of International Multidisciplinary Research*, 02. <https://doi.org/10.62668/jimr.v2i02.841>
- Perpustakaan Nasional RI. (2022). *Mengenal Perkembangan Perpustakaan di AS dan Asia Tenggara*. Perpustakaan Nasional RI. <https://www.perpusnas.go.id/berita/mengenal-perkembangan-perpustakaan-di-as-dan-asia-tenggara>
- Perpustakaan Nasional RI. (2024). *Data Perpustakaan Sekolah*. Perpustakaan Nasional RI. <https://data.perpusnas.go.id/public/direktori/perpustakaan-sekolah>
- Prihartanta, W. (2015). Perpustakaan Sekolah. *Jurnal Adabiya*, 1(81).
- Puspasari, D., & Hadithya, R. (2023). Pemanfaatan Sosial Media Marketing Melalui Konten pada Instagram dalam Upaya Meningkatkan Brand Image Sebuah Produk. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Keuangan*, 4(2), 239–252. <https://doi.org/10.51805/jmbk.v4i2.122>
- Putra, G. L. L. A. K., & Yasa, G. P. P. A. (2019). Komik Sebagai Sarana Komunikasi Promosi dalam Media Sosial. *Jurnal Nawala Visual*, 1(1). <https://doi.org/10.35886/nawalavisual.v1i1.1>
- Putri, A. D. S., Winoto, Y., & Saepudin, E. (2019). Kegiatan Promosi Perpustakaan Melalui Instagram Kaitannya Dengan Perubahan Sikap Followers. *Jurnal Pustaka Budaya*, 6(2), 2442–7799. <https://doi.org/10.31849/pb.v6i2.3183>
- Putri, M. K., & Suharso, P. (2023). Pemanfaatan Instagram sebagai Media Promosi oleh Perpustakaan Nasional Republik Indonesia selama Pandemi Covid-19. *ANUVA: Jurnal Kajian Budaya, Perpustakaan, Dan Informasi*, 7(2), 215–232. <https://doi.org/10.14710/anuva.7.2.215-232>
- Qurrota, N. A. (2018). Promosi Perpustakaan Pusat Studi Sosial Asia Tenggara Universitas Gadjah Mada Yogyakarta Melalui Media Sosial. *LIBRIA: Library of UIN Ar-Raniry*, 10(1). <https://doi.org/10.22373/3381>
- Radio Republik Indonesia. (2024, April 23). *UNESCO Sebut Minat Baca Orang Indonesia Masih Rendah*. Yulia Indrasari.

- <https://www.rri.co.id/daerah/649261/unesco-sebut-minat-baca-orang-indonesia-masih-rendah>
- Rahmawati, N. A., & Bachtiar, A. C. (2018). Analisis dan Perancangan Sistem Informasi Perpustakaan Sekolah Berdasarkan Kebutuhan Sistem. *Berkala Ilmu Perpustakaan Dan Informasi*, 14(1), 76. <https://doi.org/10.22146/bip.28943>
- Richey, R. C., & Klein, J. D. (2007). *Design and Development Research: Methods, Strategies, and Issues* (Cet.1). <https://doi.org/10.4324/9780203826034>
- Riki, R., Kremer, H., Suratman, S., Ciptoputra, V. A. A., & Hazriyanto, H. (2023). Efektivitas Penggunaan Media Sosial Dalam Peranan Sebagai Sarana Komunikasi Dan Promosi Produk. *Jurnal Cafetaria*, 4(1), 98–105. <https://doi.org/10.51742/akuntansi.v4i1.811>
- Riski, M. A. (2021). Strategi Promosi Perpustakaan Khusus: Studi Pada Perpustakaan Museum Sonobudoyo Yogyakarta. *Jurnal Kajian Perpustakaan, Informasi, Dan Kearsipan*, 3(2). <https://doi.org/10.24952/ktb.v3i2.4149>
- Rosita, E., Hidayat, W., & Yuliani, W. (2021). Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner Perilaku Prososial. *FOKUS:Kajian Bimbingan & Konseling Dalam Pendidikan*, 4(4), 279–284. <https://doi.org/10.22460/fokus.v4i4.7413>
- Savitri, A. G. (2022). *Pemanfaatan Media Sosial Dalam Promosi Perpustakaan di Perpustakaan Madrasah Aliyah Negeri 2 Kota Banjarmasin*. Universitas Islam Negeri Antasari.
- Sipa, D. N. (2023). *Pengembangan Video Animasi Sebagai Media Penyampaian User Education Di Perpustakaan Perguruan Tinggi (Design and Development di Perpustakaan Universitas Pendidikan Indonesia)*. Universitas Pendidikan Indonesia.
- Sugiyama, K., & Andree, T. (2010). *The Dentsu Way: Secrets of Cross Switch Marketing from the Worlds Most Innovative Advertising Agency*.
- Sugiyono. (2010). *Statistika untuk Penelitian* (Cet 16). Alfabeta.
- Suharso, P., & Pramesti, A. N. (2019). Promosi Perpustakaan Melalui Instagram: Studi di Perpustakaan Universitas Airlangga Library. *Publication Library and Information Science*, 3. <https://doi.org/10.24269/pls.v3i2.2074>
- Sukarno, L. G. (2017). Promosi Perpustakaan Melalui Media Sosial di Perpustakaan SMA Negeri 2 Metro. *Media Pustakawan*, 24(04). <https://doi.org/10.37014/medpus.v24i4.526>
- Sunarya, L., Purbayani, A. D., & Handayani, N. (2021). Media Video Promosi Pada Roofpark Café & Restaurant Puncak Bogor Jawa Barat. *TMJ: Technomedia Journal*, 5(2). <https://doi.org/10.33050/tmj.v5i2.1448>
- Susilana, R., Johan, R. C., & Rullyana, G. (2024). *Pengembangan Modul Digital Pembelajaran Daring* (Cet.1). UPI PRESS.
- Syahputra, R. (2019). Strategi Pemasaran dalam Alquran Tentang Promosi Penjualan. *ECOBISMA: Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen*, 6(2). <https://doi.org/10.36987/ecobi.v6i2.8>
- Tahir, A., & Abidin, S. (2024). Action Research Tentang Strategi Promosi Perpustakaan Melalui Sosial Media Instagram di Perpustakaan SMP IT Anugrah Hidayah Makassar. *Jurnal Ilmu Perpustakaan (JIPER)*, 6(1), 20–34. <https://doi.org/10.31764/jiper.v6i1.21743>
- Tasya, A., Marni, M., & Ramadayanti, R. (2023). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi di Dinas Perpustakaan dan Kearsipan

- Provinsi Sulawesi Selatan. *Inkunabula: Journal of Library Science and Islamic Information*, 2(1). <https://doi.org/10.24239/ikn.v2i1.1804>
- Tiwi, D. I., & Mellisa, M. (2023). Pengembangan Video Pembelajaran Berbasis Aplikasi Capcut pada Mata Kuliah Kultur Jaringan. *Jurnal Inovasi Pembelajaran Biologi*, 4. <https://doi.org/10.26740/jipb.v4n1.p39-45>
- Untari, D., & Fajariana, D. E. (2018). Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun @Subur_Batik). *Widya Cipta: Jurnal Sekretari Dan Manajemen*, 2(2), 271–278. <https://doi.org/10.31294/widyacipta.v2i2.4387>
- Utami, M. A., Lestari, M. T., & Putri, B. P. S. (2016). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Smb Telkom University Tahun 2015/2016 Melalui Media Sosial Instagram. *E-Proceeding of Management*, 3(1).
- Vellania, K., Hanum, A. N. L., & Madeten, S. S. (2023). Penguatan Fungsi Perpustakaan Rosella Genematrik Dalam Mewujudkan Masyarakat Berbasis Informasi di Kelurahan Siantan Tengah. *Jurnal Pustaka Budaya*, 10(1), 44–49. <https://doi.org/10.31849/pb.v10i1.11443>
- Wahab, A., & Junaedi. (2022). Sampling dalam Penelitian Kesehatan. *Jurnal Pendidikan Dan Teknologi Kesehatan*, 5(1). <https://doi.org/10.56467/jptk.v5i1.33>
- We Are Social. (2024, January 31). *Digital 2024: 5 Billion Social Media Users*. We Are Social. <https://wearesocial.com/id/blog/2024/01/digital-2024-5-billion-social-media-users/>
- Widiyanti, S., & Othman, L. (2024). Pengaruh Atribut Iklan (Tagline, Jingle, dan Colour) di Televisi Terhadap Brand Awareness Marketplace Blibli (Survei Pada Mahasiswa Universitas Riau). *ECo-Buss*, 7(1). <https://doi.org/10.32877/eb.v7i1.1304>
- Wulandari, E. R., Rizal, E., & Lusiana, E. (2020). Perancangan Direktori Rumah Tahfidz Berbasis Web di Kota Padang. *Khazanah Al-Hikmah : Jurnal Ilmu Perpustakaan, Informasi, Dan Kearsipan*, 8(1), 1. <https://doi.org/10.24252/kah.v8i1a1>
- Yulia, I. (2018). Optimalisasi Penggunaan Media Sosial Dalam Pemasaran Sosial dan Komunikasi Perubahan Perilaku (Suatu Pendekatan Studi Literature Review). *Jurnal Kesehatan Masyarakat*, 6(2). <https://doi.org/10.32832/hearty.v6i2.1276>
- YuliYanti, E. D. (2022). *Pemanfaatan Booktok Sebagai Media Promosi Koleksi di Perpustakaan Sekolah*. Universitas Pendidikan Indonesia.
- Zohriah, A. (2017). Efektivitas Pelayanan Perpustakaan. *TARBAWI: Jurnal Keilmuan Manajemen Pendidikan*, 3(01). <https://doi.org/10.32678/tarbawi.v3i01.1782>
- Zuhri, M. M. A., & Christiani, L. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Library Based Community (Studi Kasus Komunitas Perpustakaan Jalanan Solo @Koperjas). *Jurnal Ilmu Perpustakaan*, 72, 21–30. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jip/article/view/22899>

Peraturan:

- Peraturan Kepala Perpustakaan Nasional Nomor 12 Tahun 2017 tentang Standar Nasional Perpustakaan Sekolah Menengah Atas/ Madrasah Aliyah
- Peraturan Perpustakaan Nasional RI No.4 Tahun 2024 tentang Standar Nasional Perpustakaan Sekolah/Madrasah