

Penggunaan Sosial Media Sebagai Wadah Promosi TBM Pelita Karangwidoro

**Moh. Saffi'i, Lia Yunaidah, Maryam Ignatia Latifha, Mukhamad Refyan Taufikur Shafa,
Shifa Amaliah Batara**

¹*Ilmu Perpustakaan, Universitas Negeri Malang, Kota Malang, Indonesia*

²*Teknologi Pendidikan, Universitas Negeri Malang, Kota Malang, Indonesia*

Email: moh.safii@um.ac.id , [lia.yunaidah.2102146@students.um.ac.id](mailtolia.yunaidah.2102146@students.um.ac.id) ,
[maryam.ignatia.2102146@students.um.ac.id](mailtomaryam.ignatia.2102146@students.um.ac.id) , mukhamad.refyan.210216@students.um.ac.id ,
shifa.amalia.2102146@students.um.ac.id

Abstrak

Taman Baca Masyarakat Karangwidoro merupakan sebuah lembaga nirlaba yang berlokasi di Dusun Ndoro, Kabupaten Malang, Jawa Timur. Taman Baca Masyarakat ini memiliki pengelolaan yang menjadi rintangan bagi mereka dalam mempromosikan Taman Baca Masyarakat kepada khalayak umum dengan menggunakan media sosial yang dianggap kurang efektif. Maka dari itu, kami akan mengembangkan strategi promosi Taman Baca Masyarakat yang efektif melalui media sosial dengan menciptakan konten menarik dan informatif seperti video promosi, pembuatan konten menarik, dan postingan terkait kegiatan Taman Baca Masyarakat.

Kata kunci: Pelatihan; Optimalisasi; Sosial Media; Taman Baca Masyarakat.

Abstract

Karangwidoro Community Reading Park is a non-profit institution located in Ndoro Hamlet, Malang Regency, East Java. This Community Reading Park has management, which is an obstacle to promoting it to the general public through social media, a less effective means of communication. Therefore, we will develop an effective promotional strategy for Community Reading Parks through social media by creating interesting and informative content such as promotional videos, creating interesting content, and posts related to Community Reading Park activities.

Keywords: Training; Optimization; Social Media; Taman Baca Masyarakat

Submit: Mei 2025

Diterima: Mei 2025

Publish: Mei 2025



Amaliah: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat is licensed under a Creative Commons
Attribution 4.0 International (CC-BY-NC-ND 4.0)

1. PENDAHULUAN

Taman Bacaan Masyarakat Pelita Karangwidoro merupakan Taman Bacaan Masyarakat yang didirikan oleh Evi Yustiana dan suami sebagai bagian dari kontribusinya dalam mengedukasi masyarakat di lingkungan sekitar. Taman Bacaan Masyarakat ini terletak di Raya Karangwidoro No.14 RT.26/RW.03 Dusun Ndoro, Karangwidoro. Taman Baca Masyarakat Pelita Karangwidoro menyediakan koleksi buku dan menyelenggarakan berbagai kegiatan bermanfaat bagi masyarakat sekitar. Meskipun memiliki misi yang mulia, Taman Baca Masyarakat Pelita Karangwidoro menghadapi tantangan dalam mencapai lebih banyak audiens dan menarik minat potensial pengunjung dan relawan. Pengelola Taman Baca Masyarakat menyadari pentingnya memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi untuk mencapai tujuan tersebut. Namun, pengelolaan promosi Taman Baca Masyarakat melalui media sosial masih belum efektif dan optimal.

Penggunaan Media Sosial sebagai metode promosi. Menurut Marjorie Clayman menggambarkan media sosial sebagai proses promosi baru yang memungkinkan mengenal pengguna dan calon pengguna dengan cara yang sebelumnya dianggap tidak biasa (Kustiawan et al., 2022). Memanfaatkan media sosial sebagai alat promosi sudah menjadi sebuah strategi yang biasa digunakan oleh organisasi nirlaba dan lembaga nirlaba. Menurut Rangkuti (Rangkuti, Freddy. 2009.) Indikator yang digunakan dalam promosi online adalah:

1. Iklan. Iklan yang digunakan dapat berupa link atau semacam iklan yang dapat diletakkan dalam situs yang bersangkutan.

2. Promosi Penjualan. Indikator yang digunakan adalah: (a) memberikan sesuatu secara gratis, (b) menawarkan kupon diskon atau penawaran khusus, (c) menawarkan program loyalitas, (d) mengadakan program undian dan permainan, dan (e) mengadakan permainan online.
3. HUMAS (Hubungan Masyarakat). Indikator hubungan publik termasuk: (a) kumpulan pertanyaan yang sering diajukan konsumen dan jawabannya, atau pertanyaan yang sering diajukan, (b) admin, (c) siaran langsung, (d) galeri informasi, (e) mendaftar untuk menerima newsletter e-mail, (f) testimonial atau buku tamu online, (g) merekomendasikan situs web kepada orang lain, dan (h) emoji gratis atau bentuk file lainnya yang dapat diunduh secara gratis.
4. Pemasaran Langsung. Untuk pemasaran langsung, indikator berikut digunakan: (a) nomor telepon, (b) kode pos, (c) alamat, (d) alamat email, (e) link tautan video, (f) formulir respons online, (g) penjelasan situs, (h) indeks pencarian, (i) tur virtual, (j) bagian yang menjelaskan berita terbaru, (k) timeline kegiatan, (l) informasi tentang nilai guna informasi, (m) meme atau kartun, dan (n) subtitle berbagai Bahasa
5. Personal Selling. Adanya fasilitas yang memungkinkan dilakukannya penjualan secara online maupun offline secara langsung antara penjual kepada konsumen.

Adapun penelitian terdahulu yang berkaitan dengan media sosial sebagai alat promosi, diantaranya;

Tabel 1. Penelitian Terdahulu

No.	Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Maulina Yusfiani, Sri Vita Azhari, Wahyu Anggraini, dan Marini. (2022) (Hilmy Baroro h et al., 2022)	Promosi Desa Wisata Loyok	media sosial dan web sebagai alat promosi untuk memasarkan barang kerajinan anyaman bambu. Oleh karena itu, penting untuk mengembangkan strategi pemasaran digital. Jurnal ini menyimpulkan bahwa pemasaran digital dapat memberikan peluang pemasaran produk secara lokal, nasional, dan internasional.
1	Nuning, 2016	Optimalisasi Penggunaan Media Sosial untuk Perpustakaan	Perpustakaan dapat memperoleh manfaat dari penggunaan media sosial secara signifikan. Dalam mengoptimalkan pemanfaatan media sosial, perpustakaan perlu memberikan dukungan manajemen, kualifikasi pustakawan, orientasi pengguna, perhatian terhadap sumber informasi, dan strategi posting informasi yang tepat pada setiap platform media sosial. Perpustakaan juga perlu merencanakan penggunaan media sosial dengan memahami jenis dan karakteristik media sosial untuk memilih platform yang sesuai.	Anak Agung Istri Syawan a Bargan dini & Ni Nyoman Juwita Arsawati, 2022	Optimalisasi Media Sosial Dalam Upaya Promosi Desa Wisata di Desa Kenderan, Tegallalang, Gianyar	Pemanfaatan media sosial khususnya Instagram dapat menjadi strategi yang efektif dalam mempromosikan pariwisata di Desa Kenderan. Dalam menghadapi tantangan seperti persaingan, terbatasnya pengelolaan destinasi wisata, efek pandemi COVID-19, dan pemasaran digital melalui media sosial dapat membantu meningkatkan kesadaran dan
2	Hilmy Baroro h, Fathur Haer,	Optimalisasi Media Sosial Dan Website Sebagai Media	Desa Loyok perlu mengoptimalkan pemanfaatan			

		memaksimalkan potensi desa wisata. Pentingnya kolaborasi antara keindahan alam, budaya, dan masyarakat lokal juga ditekankan dalam keberhasilan pengembangan destinasi wisata.
--	--	--

Tujuan utama dari pengabdian ini adalah meningkatkan promosi Taman Baca Masyarakat Pelita Karangwidoro melalui media sosial sehingga lebih banyak masyarakat dapat mengetahui dan memanfaatkan layanan Taman Baca Masyarakat. Selain itu, pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan keterlibatan pengurus dan masyarakat sekitar dalam kegiatan Taman Baca Masyarakat Pelita Karangwidoro melalui media sosial serta meningkatkan dukungan dari masyarakat terhadap program-program Taman Baca Masyarakat tersebut. Untuk mewujudkan hal tersebut, tim memberikan pelatihan kepada pengelola Taman Baca Masyarakat dalam memanfaatkan media sosial sebagai alat promosi dan memperkenalkan program, koleksi, maupun kesempatan berkolaborasi bagi masyarakat umum serta membangun awareness kepada masyarakat sekitar terkait eksistensi Taman Baca Masyarakat Pelita Karangwidoro.

2. METODE PELAKSANAAN

Pendampingan optimalisasi pemanfaatan media sosial sebagai media promosi Taman Baca Komunitas Pelita Karangwidoro akan dilakukan dalam beberapa tahap. Misalnya saja persiapan Pengabdian kepada Masyarakat dimana tim melakukan survei dan observasi ke Taman Baca Masyarakat Pelita Karangwidoro untuk menganalisis situasi dan mengidentifikasi permasalahan yang ada dalam pengelolaan media sosial sebagai sarana promosi. Menurut (Sujarwani 2015, 13) Penelitian survei merupakan penelitian yang dilakukan untuk mengumpulkan informasi, dengan menyusun daftar pertanyaan yang diajukan kepada responden. Penelitian survei dilakukan untuk mengkaji perilaku suatu kelompok atau individu. (Yohana, 2019)

Kemudian dilakukan sosialisasi penggunaan media sosial untuk memberikan edukasi kepada masyarakat pengelola taman bacaan tentang efektifitas penggunaan media sosial sebagai alat promosi. Berikutnya Kegiatan Kawan Batik, kegiatan ini bertujuan untuk memperkenalkan Taman Baca Komunitas Pelita Karangwidoro kepada anak-anak sekolah melalui kegiatan yang menarik dan memanfaatkan media sosial TikTok sebagai sarana promosi. Bersamaan dengan kegiatan membatic yang dilakukan di Sekolah Dasar Negeri 2 Karangwidoro terdapat acara Pameran Buku, dilaksanakan di untuk memperkenalkan koleksi buku Taman Bacaan Masyarakat Pelita Karangwidoro dan menyertakan konten media sosial sebagai alat promosi. Yang terakhir ada kegiatan dolanan Jaman Mbiyen, menampilkan permainan tradisional untuk menarik pengunjung dan memanfaatkan media sosial sebagai alat promosi

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Melalui program pengabdian masyarakat, kami mahasiswa Program Studi Ilmu Perpustakaan Universitas Negeri Malang (UM) turut membantu kemajuan TBM Pelita Karangwidoro. Direktorat Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Indonesia (2011:4) mengatakan bahwa pengabdian kepada masyarakat adalah kegiatan yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia dengan meningkatkan wawasan, pengetahuan, dan keterampilan masyarakat. civitas akademika sebagai konsekuensi dari tanggung jawab dan keinginan untuk berkontribusi secara aktif pada peningkatan kesejahteraan dan pemberdayaan masyarakat umum, terutama masyarakat yang kurang mampu secara ekonomi (Ryan Tobing, 2022) Ada banyak topik dan cara untuk melaksanakan pengabdian kepada masyarakat. Topik dan cara pelaksanaan pengabdian masyarakat yang dilakukan oleh kelompok kami menggunakan media sosial. Anggota tim pengabdian ini adalah, Lia Yunaidah, Maryam Ignatia Latifha, Shifa Amaliah Batara, dan Mukhamad Refyan Taufikur S., mengikuti program pengabdian masyarakat yang dipandu oleh Moh. Safii, S.Kom., M.Hum., Dosen Program Studi Ilmu Perpustakaan UM, berlangsung pada tanggal 22 Juli 2023 hingga 25 Juli 2023 di TBM Pelita Karangwidoro, Kecamatan Dau, Kabupaten Malang.

Dari penelusuran awal kami, TBM Pelita Karangwidoro berfungsi sebagai platform bagi komunitas lokal yang berusaha meningkatkan kualitas personal diri. Salah satu warga Desa Karang Widoro mendirikan TBM Pelita Karang Widoro pada tahun 2016 dengan tujuan untuk mendorong masyarakat

setempat terutama anak-anak untuk meningkatkan minat membaca. Mereka juga ingin mengenalkan masyarakat pada pengetahuan umum melalui bahan bacaan dan beberapa program. (Sudirman, S. 2019). Dengan jangka waktu yang lumayan lama sejak TBM ini dibangun untuk memberikan layanan kepada masyarakat di sekitarnya ada beberapa hal kesulitan yang TBM hadapi dalam menarik perhatian publik dan mendorong aktivitas. Untuk mengatasi masalah ini, tim pengabdian masyarakat kami memilih untuk berkonsentrasi pada penggunaan media sosial sebagai alat promosi yang efektif. Kami membantu dan melatih pengelola TBM Pelita Karangwidoro dalam mengelola dan memanfaatkan platform media sosial seperti Instagram, Facebook, dan Twitter.

Tim percaya bahwa media sosial dapat memungkinkan pengguna untuk berinteraksi, bekerja sama, berbagi, dan berkomunikasi dengan pengguna lain (Nasrullah, 2018) dan berpotensi berfungsi sebagai alat komunikasi yang kuat antara Taman Bacaan Masyarakat dengan masyarakat luas. Dengan perencanaan yang tepat, mereka dapat menjangkau khalayak lebih luas dan mempromosikan potensi serta manfaat Taman Baca Masyarakat Pelita Karangwidoro. Pelatihan menulis konten yang menarik, mengatur jadwal posting, penggunaan hashtag yang benar, dan analisis kinerja melalui statistik media sosial adalah bagian dari program ini. Selain itu, tim membantu Taman Bacaan Komunitas dalam membuat konten visual menarik yang sesuai dengan identitas Taman Bacaan Komunitas. Selain itu, mereka juga berkolaborasi dengan SDN Karangwidoro 2 mengadakan kegiatan seperti Kawan Batik, Dolanan Jaman Biyen, dan Pameran Buku.

Program ini juga mendapatkan respon positif dari pihak pengelola Taman Bacaan Masyarakat Pelita Karangwidoro mengapresiasi gagasan ini. Sebagai Dosen Pembimbing program Pengabdian ini, bapak Moh. Safii juga mengucapkan terima kasih atas bantuan dan kolaborasi antar mahasiswa dan pengelola Taman Baca Masyarakat Pelita dalam memanfaatkan media sosial. Untuk membantu memajukan perpustakaan dengan tujuan memperkenalkan perpustakaan, mendidik pemustaka perpustakaan, menarik lebih banyak pemustaka dan meningkatkan pelayanan pemustaka pada suatu perpustakaan. (Suhartina, 2014) Langkah ini sangat membantu untuk tetap relevan di era komputer dan internet saat ini. Setelah program pendampingan selesai, kami sekaligus tim pengabdian masyarakat juga akan memantau dan menilai dari akun sosial media Taman Bacaan Masyarakat. Program pendampingan ini diharapkan menjadi langkah awal yang signifikan dalam mempromosikan Taman Bacaan Masyarakat melalui media sosial melalui kerjasama antara mahasiswa dengan Taman Bacaan Masyarakat Pelita Karangwidoro.

Suchman (1961) dalam Arikunto (2010:1) mengatakan, bahwa evaluasi merupakan tahap proses yang menentukan hasil dari berbagai tindakan yang telah direncanakan dan dicapai untuk membantu mencapai tujuan tertentu. Evaluasi dilakukan untuk memantau perkembangan program kegiatan dan menganalisis tingkat keberhasilan program yang telah dilaksanakan. Evaluasi meliputi keberhasilan terhadap konten yang diadakan selama kegiatan pengabdian. Serta keterlibatan pengurus, anak-anak, dan kami sebagai mahasiswa dalam dampak promosi untuk Taman Bacaan Masyarakat melalui media sosial. Hasil

evaluasi akan menjadi dasar untuk perbaikan dari program pendampingan “Optimalisasi Penggunaan Media Sosial Sebagai Media Promosi Taman Bacaan Masyarakat Pelita Karangwidoro”.

Melalui inisiatif pengabdian masyarakat, kami, sebagai mahasiswa Program Studi Ilmu Perpustakaan di Universitas Negeri Malang (UM), telah turut serta dalam upaya untuk mendukung perkembangan TBM Pelita Karangwidoro. Sebagaimana yang dijelaskan oleh Direktorat Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Indonesia (2011:4), pengabdian kepada masyarakat adalah suatu kegiatan yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia dengan cara meningkatkan pemahaman, pengetahuan, dan keterampilan masyarakat. Hal ini merupakan wujud dari tanggung jawab dan keinginan kami, sebagai anggota komunitas akademik, untuk secara aktif berkontribusi dalam meningkatkan kesejahteraan dan memberdayakan masyarakat umum, terutama mereka yang kurang mampu secara ekonomi, seperti yang diungkapkan oleh Ryan Tobing pada tahun 2022.

Ada banyak topik dan metode yang dapat digunakan dalam menjalankan program pengabdian kepada masyarakat. Dalam hal ini, kelompok kami memilih untuk menggunakan media sosial sebagai sarana untuk melaksanakan pengabdian masyarakat kami. Tim pengabdian ini terdiri dari anggota-anggota berikut: Lia Yunaidah, Maryam Ignatia Latifha, Shifa Amaliah Batara, dan Mukhammad Refyan Taufikur S. Program pengabdian masyarakat ini dipandu oleh Moh. Safii, S.Kom., M.Hum., seorang dosen dari Program Studi Ilmu Perpustakaan UM, dan berlangsung mulai tanggal 22 Juli 2023 hingga 25 Juli 2023 di TBM Pelita

Karangwidoro, yang berlokasi di Kecamatan Dau, Kabupaten Malang.

Dari informasi yang kami temukan dalam penelusuran awal, TBM Pelita Karangwidoro berperan sebagai platform bagi komunitas lokal yang berusaha untuk meningkatkan kualitas individu. Seorang warga Desa Karang Widoro mendirikan TBM Pelita Karangwidoro pada tahun 2016 dengan tujuan utama untuk mendorong minat membaca, terutama di kalangan anak-anak di wilayah tersebut. Selain itu, mereka berupaya memperkenalkan pengetahuan umum melalui berbagai materi bacaan dan program (Sudirman, S. 2019). Meskipun telah berjalan cukup lama sejak pendiriannya, TBM Pelita Karangwidoro menghadapi beberapa kesulitan dalam menarik perhatian publik dan mendorong partisipasi. Dalam upaya untuk mengatasi permasalahan ini, tim kami yang terlibat dalam program pengabdian masyarakat memilih untuk fokus pada pemanfaatan media sosial sebagai alat promosi yang efektif. Kami memberikan bantuan serta pelatihan kepada pengelola TBM Pelita Karangwidoro untuk mengelola dan memanfaatkan platform media sosial seperti Instagram, Facebook, dan Twitter.

Kami meyakini bahwa media sosial memungkinkan pengguna untuk berinteraksi, berkolaborasi, berbagi, dan berkomunikasi dengan pengguna lainnya, sebagaimana yang diungkapkan oleh Nasrullah pada tahun 2018. Kami percaya bahwa media sosial memiliki potensi besar sebagai alat komunikasi yang kuat antara Taman Bacaan Masyarakat dan masyarakat luas. Dengan perencanaan yang cermat, media sosial dapat digunakan untuk mencapai audiens yang lebih luas dan mempromosikan potensi serta manfaat yang ditawarkan oleh Taman Bacaan Masyarakat Pelita Karangwidoro. Dalam

rangka mencapai tujuan ini, kami melaksanakan program pelatihan yang mencakup topik seperti penulisan konten yang menarik, pengaturan jadwal posting, penggunaan hashtag yang tepat, serta analisis kinerja melalui data statistik media sosial. Kami juga memberikan dukungan dalam pembuatan konten visual yang menarik dan sesuai dengan identitas Taman Bacaan Masyarakat. Selain itu, kami melakukan kolaborasi dengan SDN Karangwidoro 2 untuk menyelenggarakan berbagai kegiatan seperti Kawan Batik, Dolanan Jaman Biyen, dan Pameran Buku.

Program ini telah menerima tanggapan positif dari pihak pengelola Taman Bacaan Masyarakat Pelita Karangwidoro, yang menghargai gagasan dan usaha kami. Sebagai Dosen Pembimbing dalam program Pengabdian ini, Bapak Moh. Safii juga mengucapkan terima kasih atas bantuan dan kerja sama yang erat antara mahasiswa dan pengelola Taman Bacaan Masyarakat Pelita dalam memanfaatkan media sosial. Upaya ini bertujuan untuk memajukan perpustakaan dengan maksud untuk memperkenalkan perpustakaan kepada masyarakat, memberikan pendidikan kepada pemustaka perpustakaan, menarik lebih banyak pemustaka, dan meningkatkan pelayanan kepada pemustaka di dalam perpustakaan, sebagaimana yang diungkapkan oleh Suhartina pada tahun 2014. Langkah-langkah yang telah diambil ini sangat relevan dalam era komputer dan internet saat ini, yang memungkinkan perpustakaan untuk tetap relevan dan terhubung dengan masyarakat yang semakin terhubung secara digital.

Setelah program pendampingan selesai, kami bersama dengan tim pengabdian masyarakat, akan terus memantau dan mengevaluasi akun

media sosial Taman Bacaan Masyarakat. Program pendampingan ini diharapkan akan menjadi langkah awal yang sangat berarti dalam memperkenalkan Taman Bacaan Masyarakat melalui media sosial. Kerja sama antara mahasiswa dan Taman Bacaan Masyarakat Pelita Karangwidoro diharapkan akan berlanjut dan memberikan manfaat jangka panjang dalam mempromosikan kegiatan dan tujuan Taman Bacaan Masyarakat melalui media sosial.

Menurut Uchman (1961) yang dikutip oleh Arikunto (2010:1), evaluasi merupakan tahap dalam proses yang membantu menentukan hasil dari berbagai tindakan yang telah direncanakan dan dilaksanakan untuk mencapai tujuan tertentu. Evaluasi memiliki peran penting dalam memantau perkembangan program kegiatan dan menganalisis tingkat keberhasilan program yang telah dijalankan. Dalam konteks program pendampingan "Optimalisasi Penggunaan Media Sosial Sebagai Media Promosi Taman Bacaan Masyarakat Pelita Karangwidoro", evaluasi akan mencakup penilaian terhadap keberhasilan konten yang dihasilkan selama program berlangsung, serta keterlibatan pengurus, anak-anak, dan kami sebagai mahasiswa dalam upaya promosi Taman Bacaan Masyarakat melalui media sosial. Hasil evaluasi akan menjadi dasar yang sangat penting untuk perbaikan program. Dengan menganalisis hasil evaluasi, kami dapat mengidentifikasi area-area yang memerlukan perbaikan, membuat perubahan yang diperlukan, dan merancang strategi lebih baik untuk masa depan. Dengan demikian, evaluasi akan membantu memastikan bahwa program pendampingan ini dapat memberikan dampak positif yang lebih besar dalam promosi Taman Bacaan Masyarakat melalui media sosial dan mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

4. KESIMPULAN

Bantuan optimalisasi pemanfaatan media sosial untuk promosi Taman Baca Masyarakat Pelita Karangwidoro bertujuan untuk meningkatkan kualitas dan dampak positif bagi TBM itu sendiri. Melalui penggunaan strategi dan taktik yang efektif dalam memanfaatkan media sosial, Taman Bacaan Masyarakat Pelita Karangwidoro diharapkan dapat lebih menarik minat dan dukungan komunitas. Selain itu, tujuan bantuan ini adalah untuk meningkatkan partisipasi masyarakat dalam kegiatan Taman Bacaan Masyarakat dan memperluas jangkauan pengunjung dari wilayah sekitar. Dengan demikian, Taman Baca Masyarakat Pelita Karangwidoro dapat berkontribusi lebih besar dalam meningkatkan minat baca dan mencerdaskan masyarakat di wilayahnya.

REFERENSI

- Anak Agung Istri Syawana Bargandini, & Ni Nyoman Juwita Arsawati. (2022). Optimalisasi Media Sosial Dalam Upaya Promosi Desa Wisata di Desa Kenderan, Tegallalang, Gianyar. Kaibon Abhinaya : Jurnal Pengabdian Masyarakat, 4(1), 1–7. <https://doi.org/10.30656/ka.v4i1.3107>
- Hilmy Baroroh, Haer, F., Yusfiani, M., Azhari, S. V., Anggraini, W., & Marini, M. (2022). Optimalisasi Media Sosial Dan Website Sebagai Media Promosi Desa Wisata Loyok. Jurnal Pengabdian Masyarakat Bumi Raflesia, 5(1), 771–776. <https://doi.org/10.36085/jpmbr.v5i1.3257>

- Kustiawan, W., Dalilah Balqis, F., Wulandari, L., Siregar, R. H., Simbolon, M. B., Ryan Tobing. (2022). Pengenalan Metode Belajar Hybrid Dan Meningkatkan Motivasi Belajar Anak Panti Melalui Kegiatan Belajar Menyenangkan. ABDIKAN: Jurnal Pengabdian Masyarakat Bidang Sains Dan Teknologi, 1(2), 114–120. <https://doi.org/10.55123/abdiikan.v1i2.236>
- Nasrullah, R. (2018). Riset Khalayak Digital : Perspektif Khalayaka Media dan Realitas Virtual di Media Sosial. Jurnal Sosioteknologi, 17(2), 271–287.
- Nuning, K. (2016). Optimalisasi Penggunaan Media Sosial untuk Perpustakaan. Prosiding Makalah Seminar Nasional “Komunikasi, Informasi Dan Perpustakaan Di Era Global, 1–9.
- Pandiangan, H. E., & Prawira, Y. B. (2022). Media Sosial Sebagai Media Penyiaran. Media Sosial Sebagai Media Penyiaran, 3(2), 298–299.
- Peran Taman Baca Masyarakat Pelita Karang Widoro Dalam Pemberdayaan Masyarakat (Studi Pada Taman Baca Masyarakat Pelita Karang Widoro Kecamatan Dau Kabupaten Malang) (Doctoral dissertation, Universitas Brawijaya).
- Strategi promosi yang kreatif & analisis kasus integrated marketing communication / Freddy Rangkuti. Jakarta :: Gramedia Pustaka Utama,.
- Suhartina. (2014). Promosi Perpustakaan Di Perpustakaan Universitas Islam Negeri Alauddin Makasar. 1–83.
- Yohana. (2019). Pengaruh Lingkungan Sosial, Tingkat Pendidikan Dan Tingkat Pendapatan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi (Studi Kasus Pada WPOP Di Desa Tegalangus). Metode Penelitian, 37–54.