Krepa: Kreativitas Pada Abdimas
ISSN 2988-3059
Cahaya Ilmu Bangsa
Vol. 7 No. 6
Prefix DOI : 10.9765/Krepa.V218.3784

OPTIMALISASI BRANDING PERPUSTAKAAN SD MICA MELALUI PENGEMBANGAN KONTEN KREATIF MAHASISWA MAGANG UMSIDA

Syakirah Rosalinda[1], Ainur Rochmaniah [2]
Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Fakultas Bisnis, Hukum Dan Ilmu Sosial,
Program Studi Ilmu Komunikasi

syakirahrosalinda3@gmail.com ainur@umsida.ac.id

Abstrak

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan oleh mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Sidoarjo **UMSIDA** melalui program magang berbasis Project Based Learning optimalisasi branding Perpustakaan SD Muhammadiyah 1 Candi (SD Mica) di Sidoarjo melalui pengembangan konten kreatif seperti media sosial dan kegiatan interaktif. Metode pelaksanaan meliputi observasi, perancangan, dan produksi konten kreatif berbasis offline yang melibatkan pustakawan, guru, serta siswa kelas 2–6. Program kerja abdimas dengan membuat konten kreatif menghasilkan produk edukasi interaktif seperti video instruksional, narasi visual, maskot perpustakaan, dan dokumentasi aktivitas literasi, sehingga dapat meningkatkan citra perpustakaan sebagai ruang yang menarik, inklusif, dan menginspirasi. Branding yang konsisten melalui media sosial sekolah juga meningkatkan partisipasi siswa, perpustakaan, dan keterlibatan guru.

Kata Kunci: Branding Perpustakaan, Konten Kreatif Digital, Perpustakaan Sekolah Dasar, Literasi Sekolah.

Abstract

This community service activity was carried out by Communication Science students from Muhammadiyah University Sidoarjo (UMSIDA) through a Project Based Learning-based internship program to optimize the branding of the Muhammadiyah 1 Candi Elementary School Library (SD Mica) in Sidoarjo through the development of creative content such as social media and interactive activities. The implementation methods included observation, design, and production of offline-based creative content involving librarians, teachers, and students in grades 2-6. The community service program involved creating creative content to produce interactive educational products such as instructional videos, visual narratives, library mascots, and documentation of literacy activities, thereby enhancing the library's image as an attractive, inclusive, and inspiring space. Consistent branding through school social media also increases student participation, library engagement, and teacher involvement.

***Keywords**: Library Branding, Digital Creative Content, Elementary School Library, School Literacy.*

Article History
Received: Januari 2026
Reviewed: Januari 2026
Published: Januari 2026

Plagirism Checker No 533
Prefix DOI : Prefix DOI : 10.8734/krepa.v1i2.365
Copyright : Krepa

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License

Krepa: Kreativitas Pada Abdimas Vol. 7 No. 6
ISSN 2988-3059 Prefix DOI : 10.9765/Krepa.V218.3784
Cahaya Ilmu Bangsa

PENDAHULUAN

Di era digital saat ini, anak-anak sekolah dasar tumbuh dalam lingkungan yang dipenuhi dengan media visual, video interaktif, dan platform digital. Situasi ini menghadirkan tantangan dan peluang bagi perpustakaan sekolah untuk bertransformasi, tidak hanya dalam hal layanan, tetapi juga dalam komunikasi dan citra institusi secara keseluruhan. Salah satu pendekatan yang relevan untuk mengatasi tantangan ini adalah melalui branding. Branding tidak lagi hanya tentang identitas visual; melainkan tentang menciptakan persepsi positif, membangun kepercayaan, dan membentuk ikatan emosional antara perpustakaan dan penggunanya (Wasilah, Widiyanah and Trihantoyo, 2025). Dengan branding yang tepat, perpustakaan dapat dilihat sebagai ruang yang menyenangkan, ramah anak, dan menginspirasi.

Branding perpustakaan sekolah semakin penting seiring dengan perhatian siswa yang terbagi antara smartphone, media sosial, dan hiburan digital. Perpustakaan perlu menawarkan pengalaman yang unik dan menarik untuk mendorong siswa mengunjungi dan berpartisipasi dalam kegiatan literasi. Salah satu cara efektif untuk melakukannya adalah dengan menciptakan konten yang menarik, baik dalam format digital maupun melalui aktivitas interaktif di lingkungan sekolah (Alfianita and Arfa, 2024). Pengembangan konten kreatif pada perpustakaan sekolah dapat dipandang sebagai langkah strategis yang efektif dalam menumbuhkan minat literasi peserta didik.

Perpustakaan di tingkat sekolah dasar memiliki fungsi optimal dalam menanamkan kebiasaan literasi sejak usia awal. Namun demikian, keberadaannya kerap dihadapkan pada persoalan rendahnya minat baca siswa yang dipengaruhi oleh citra perpustakaan yang kurang menarik. Dalam konteks perkembangan digital, penerapan optimalisasi branding melalui pengembangan konten kreatif menjadi alternatif yang inovatif untuk mereposisi perpustakaan, tidak lagi dipandang sebatas tempat penyimpanan buku, mengkaji optimalisasi branding Perpustakaan Sekolah Dasar Muhammadiyah 1 Candi melalui pemanfaatan konten kreatif sebagai upaya untuk meningkatkan intensitas kunjungan siswa serta keterlibatan mereka dalam kegiatan literasi di lingkungan pendidikan Muhammadiyah Kabupaten Sidoarjo.

Branding tidak terbatas pada dunia korporasi semata, tetapi juga berperan sebagai optimalisasi penting bagi perpustakaan sekolah dalam membangun citra positif di hadapan para pemangku kepentingan, termasuk siswa, guru, dan orang tua. Pada jenjang sekolah dasar, penerapan branding berfungsi untuk menyelaraskan nilai-nilai pendidikan karakter Muhammadiyah, seperti penguatan literasi yang berlandaskan ajaran agama dan moral, ke dalam identitas visual yang komunikatif dan menarik (Rahmawati *et al.*, 2022).



Krepa: Kreativitas Pada Abdimas **Vol. 7 No. 6**
ISSN 2988-3059 **Prefix DOI : 10.9765/Krepa.V218.3784**
Cahaya Ilmu Bangsa

Pada tanggal 17–20 November 2025, mahasiswa magang Universitas Muhammadiyah Sidoarjo (UMSIDA) menganalisis kondisi di Perpustakaan Sekolah Dasar Muhammadiyah 1 Candi (SD MICA) di Sidoarjo, Jawa Timur. Di SD MICA, langkah pertama adalah mengidentifikasi pola kunjungan siswa yang rendah dan belum adanya produksi konten promosi digital yang relevan dengan karakteristik anak-anak berusia 6 hingga 12 tahun. Situasi ini disebabkan oleh minimnya integrasi teknologi informasi, meskipun perpustakaan memiliki potensi untuk menjadi pusat literasi modern.

Berdasarkan kajian mengenai branding yang menekankan peran sentral pustakawan sebagai penggerak utama, penerapan optimalisasi sejenis melalui pengembangan konten kreatif dinilai mampu membangun ikatan emosional dengan siswa sekolah dasar. Bagi SD MICA, penguatan branding perpustakaan menjadi aspek strategis mengingat posisinya di wilayah Sidoarjo yang berdekatan dengan pusat pendidikan Muhammadiyah, sehingga upaya peningkatan literasi dapat selaras dan berkontribusi langsung terhadap pencapaian visi literasi nasional. Citra diri yang positif menciptakan kesan awal yang kuat, membangun kredibilitas institusi, serta mengeksplorasi peran media sosial sebagai alat pembentuk citra emosional Lembaga (Ikram and Rata, 2025). Seperti yang ditunjukkan dalam studi tentang branding emosional, yang menyoroti peran penting pustakawan sebagai aktor kunci, pendekatan serupa melalui konten kreatif dapat menciptakan kedekatan emosional di tingkat sekolah dasar. Bagi Sekolah Dasar MICA, branding ini sangat penting mengingat lokasinya di Sidoarjo, yang berdekatan dengan pusat pendidikan Muhammadiyah, di mana pertumbuhan literasi mendukung visi literasi nasional.

Terdapat kekurangan literatur yang secara khusus membahas branding perpustakaan sekolah dasar, yang menyoroti kebutuhan akan penelitian empiris di dunia nyata, terutama dalam konteks keterlibatan komunitas oleh mahasiswa magang. Diharapkan kegiatan abdimas ini menghasilkan optimalisasi praktis yang dapat digunakan oleh SD Muhammadiyah 1 Candi untuk meningkatkan eksistensi, citra, dan keterlibatan pengguna melalui konten kreatif yang sesuai dengan karakteristik siswa sekolah. Sebagai hasilnya, program magang Project Base Learning Mahasiswa Ilmu Komunikasi UMSIDA di SD Muhammadiyah 1 Candi berfokus pada pengembangan dan implementasi optimalisasi branding melalui pengembangan konten kreatif. Pendekatan ini tidak hanya membantu perpustakaan menciptakan citra positif, tetapi juga meningkatkan fungsi perpustakaan dan literasi pada siswa dan guru.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan magang Project Base Learning Mahasiswa Ilmu Komunikasi UMSIDA dilaksanakan di SD Muhammadiyah 1 Candi, yang terletak di Jl. Raya Candi No. 45, Candi, Sidoarjo, Jawa Timur, dari tanggal 1 November - 30 November. Lokasi ini dipilih karena sekolah ini memiliki perpustakaan yang secara fasilitas sudah memadai, namun belum optimal dalam hal branding dan keterlibatan siswa dalam kegiatan literasi. Program ini melibatkan pustakawan sekolah dan siswa. Tahap pengabdian masyarakat di Perpustakaan SD MICA adalah:

1. Tahap observasi

Langkah pertama adalah pengamatan dilakukan untuk mempelajari kondisi perpustakaan sekolah dan cara siswa menggunakan fasilitas perpustakaan. Kemudian, wawancara dilakukan dengan siswa, pustakawan, dan beberapa murid untuk mendiskusikan persepsi dan harapan mereka tentang perpustakaan sekolah. Dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data visual, seperti foto kegiatan dan konten media sosial yang dibuat selama acara.

ISSN 2988-3059 **Prefix DOI : 10.9765/Krepa.V218.3784**
Cahaya Ilmu Bangsa

2. Tahap perencanaan

Menyusun rencana kegiatan berdasarkan hasil observasi, termasuk tujuan, program yang akan dilaksanakan, jadwal, serta pembagian tugas.

3. Tahap pelaksanaan atau produksi

Konsep konten kreatif dirancang untuk selaras dengan tujuan branding, termasuk video pendek, poster edukatif, dan cerita naratif tentang buku-buku unggulan.

4. Tahap evaluasi

Terdapat kekurangan literatur yang secara khusus membahas branding perpustakaan sekolah dasar, yang menyoroti kebutuhan akan penelitian empiris di dunia nyata, terutama dalam konteks keterlibatan komunitas oleh mahasiswa magang. Diharapkan kegiatan abdimas ini menghasilkan optimalisasi praktis yang dapat digunakan oleh SD Muhammadiyah 1 Candi untuk meningkatkan eksistensi, citra, dan keterlibatan pengguna melalui konten kreatif yang sesuai dengan karakteristik siswa sekolah. Kerangka kerja ini diadaptasi dari literatur dan praktik terbaik, yang menyatakan bahwa konten kreatif yang konsisten dan terstruktur dengan baik akan membantu mencapai komunikasi yang efektif dengan audiens. (Susilo and Rochmania, 2023).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengembangan masyarakat ini dilaksanakan di SD Muhammadiyah 1 Candi, yang lebih dikenal sebagai SD MICA, yang berlokasi di Kecamatan Candi, Kabupaten Sidoarjo, Jawa Timur. Sekolah ini merupakan sekolah dasar yang berlandaskan prinsip-prinsip Islam Muhammadiyah, dengan komitmen yang kuat terhadap pengembangan literasi dan pendidikan karakter. Perpustakaan sekolah berfungsi sebagai fasilitas pendukung pembelajaran, namun sebelum kegiatan ini, perpustakaan tersebut belum memiliki strategi branding yang terstruktur dan konsisten.

1. **Tahap observasi**

Pada hari pertama kegiatan, mahasiswa program Ilmu Komunikasi dari UMSIDA melakukan observasi partisipatif di SD Muhammadiyah 1 Candi, yang juga dikenal sebagai SD MICA. Tujuan observasi adalah untuk mengetahui kebutuhan perpustakaan dalam hal branding, terutama dalam menciptakan ruang baca yang mudah digunakan, ramah anak, dan mudah dipahami oleh siswa sekolah dasar, dan mengamati siswa yang berkunjung ke perpustakaan, interaksi antara pustakawan dan pengguna, tata letak ruangan, serta seberapa sering fasilitas perpustakaan digunakan. Tim abdimas juga mengidentifikasi pola kunjungan siswa yang rendah dan belum adanya produksi konten promosi digital yang relevan dengan karakteristik anak-anak berusia 6 hingga 12 tahun. Situasi ini disebabkan oleh minimnya integrasi teknologi informasi, meskipun perpustakaan memiliki potensi untuk menjadi pusat literasi modern.

Krepa: Kreativitas Pada Abdimas Vol. 7 No. 6
ISSN 2988-3059 Prefix DOI : 10.9765/Krepa.V218.3784
Cahaya Ilmu Bangsa



Gambar 1. Observasi Perpustakaan dan produksi konten kreatif oleh mahasiswa Ilmu Komunikasi UMSIDA bersama siswa di Perpustakaan SD Muhammadiyah 1 Candi bagian dari penguatan branding perpustakaan.

2. Tahap Perencanaan

Selama observasi berlangsung, mahasiswa mencermati intensitas kunjungan siswa, bentuk interaksi antara pustakawan dan pemustaka, pengaturan ruang perpustakaan, serta optimalisasi sarana dan prasarana yang tersedia. Temuan lapangan tersebut kemudian dijadikan dasar dalam penyusunan konten kreatif bertajuk "Tour Library MICA". Konten video ini dirancang untuk memperkenalkan fasilitas perpustakaan, ragam koleksi bacaan, serta prosedur peminjaman buku melalui penyajian yang santai, ramah, dan disesuaikan dengan karakter serta kebutuhan siswa sekolah dasar.



Gambar 2. Implementasi konten kreatif Library MICA Tour

3. Tahap Pelaksanaan atau Produksi

Fokus utama diarahkan pada dua kegiatan utama yang bertujuan untuk mengembangkan konten pendidikan. Konten ini dirancang untuk membantu meningkatkan keterampilan membaca siswa dan juga memicu minat mereka dalam kegiatan literasi. Selama proses tersebut, siswa didorong untuk menggunakan keterampilan literasi mereka dalam format visual melalui penggunaan cerita yang menarik dan memotivasi, dikombinasikan dengan warna-warna cerah dan

ISSN 2988-3059 **Prefix DOI : 10.9765/Krepa.V218.3784**
Cahaya Ilmu Bangsa

ilustrasi yang sesuai dengan karakter anak-anak.

Konten yang dibuat menyampaikan pesan bahwa membaca adalah aktivitas positif yang menawarkan manfaat nyata bagi pembelajaran dan pengembangan karakter. Dengan menggabungkan pendekatan pendidikan dengan strategi komunikasi persuasif, materi-materi tersebut tidak hanya berfungsi sebagai alat promosi, tetapi juga sebagai media pembelajaran yang membantu memperkuat budaya literasi di SD MICA. Pendekatan ini menyoroti bahwa memperkuat merek perpustakaan melalui konten kreatif dapat menjadi strategi efektif dalam membangun citra perpustakaan sebagai pusat literasi yang terbuka, ramah, dan berkelanjutan..



Gambar 3. Konten visual mengusung pesan interaktif “Apa Buku Favorit Kamu Minggu Ini?” sebagai strategi branding untuk meningkatkan keterlibatan siswa dan membangun budaya literasi melalui pendekatan komunikasi kreatif.



Gambar 4. Aktivitas literasi siswa (SD MICA) di lingkungan Perpustakaan.

Sebagai bagian dari strategi untuk mengoptimalkan branding SD Muhammadiyah 1 Candi (SD MICA), tim abdimas mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi UMSIDA fokus pada produksi konten visual kreatif dengan pendekatan sinematik pada hari ketiga program. Konten utama yang diproduksi “ Launching Maskot Perpustakaan” sebagai elemen branding simbolik yang berfungsi memperkuat identitas visual perpustakaan dan menciptakan daya ingat di kalangan siswa.

Krepa: Kreativitas Pada Abdimas Vol. 7 No. 6
ISSN 2988-3059 Prefix DOI : 10.9765/Krepa.V218.3784
Cahaya Ilmu Bangsa



Gambar 5. Konten yang diproduksi " Launching Maskot Perpustakaan"

Serta produksi konten edukatif "Macam-Macam Buku Ensiklopedia" yang bertujuan memperkenalkan koleksi referensi secara menarik dan mudah dipahami oleh siswa sekolah dasar. Konten ini mendukung pengembangan literasi dengan memperluas pengetahuan umum, memperkaya kosakata, dan meningkatkan daya ingat siswa sekolah dasar melalui pemrosesan informasi faktual yang menyenangkan. Ensiklopedia berbasis kebijaksanaan lokal, misalnya, mengintegrasikan tradisi, folklore, dan masakan regional, sehingga memperkuat identitas budaya sambil memfasilitasi pembelajaran berpusat pada siswa. Hal ini sejalan dengan Kurikulum Merdeka, yang menekankan relevansi materi dengan lingkungan siswa (Digital *et al.*, 2025).



Gambar 6. Konten yang di produksi "Macam-Macam Buku Ensiklopedia"

Pada akhir program, tim abdimas mahasiswa berhasil menganalisis seluruh konten kreatif yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan publikasi sekolah dan media sosial resmi SD MICA. Sebagai bagian dari rangkaian produksi, dokumen kolaboratif berjudul "Satu Kata yang Menggambarkan Perpustakaan SD MICA" dibuat, yang bermanfaat bagi siswa maupun guru dan ustadzah SD MICA. Dokumen ini berfungsi sebagai refleksi bersama mengenai citra perpustakaan setelah implementasi branding program.

ISSN 2988-3059 **Prefix DOI : 10.9765/Krepa.V218.3784**
Cahaya Ilmu Bangsa



Gambar 7. Konten yang di produksi "Satu Kata yang Menggambarkan Perpustakaan SD MICA"

Ustadz menggambarkan perpustakaan sebagai "rapih", sementara ustadzah menyampaikan kesan "bersih".Tanggapan dari siswa, ustadz, dan ustadzah menunjukkan persepsi yang sangat positif terhadap perpustakaan sebagai ruang informasi yang mudah dipahami, komunikatif, dan mudah dicerna. Melalui kegiatan ini, komitmen SD MICA dalam mengembangkan literasi kreatif dan adaptif semakin diperkuat, khususnya dalam pengembangan komunikasi visual dan digital. Kerja sama antara mahasiswa Ilmu Komunikasi UMSIDA dan siswa sekolah merupakan sinergi yang menghasilkan kata-kata bermanfaat untuk penguatan citra perpustakaan. Kegiatan ini juga memberikan peluang untuk pengembangan program sebagai bagian dari strategi berkelanjutan dalam mengembangkan ekosistem literasi di lingkungan sekolah.

Selama kegiatan berlangsung, tim abdimas mahasiswa secara aktif mendiskusikan konsep branding perpustakaan dalam jangka panjang dengan Ustadz Zaqi, kepala sekolah. Diskusi ini mengarah pada pemahaman tentang pola kunjungan siswa, preferensi bacaan berdasarkan jenjang kelas, dan tantangan yang dihadapi dalam meningkatkan minat baca. Informasi tersebut dimanfaatkan mahasiswa untuk menyesuaikan gaya visual, narasi, dan pesan konten agar selaras dengan karakteristik siswa sekolah dasar, sehingga materi yang dihasilkan menjadi lebih relevan, komunikatif, dan efektif sebagai media branding.

4. Tahap Evaluasi

Berdasarkan evaluasi yang telah dilakukan, program "**Optimalisasi Branding Perpustakaan Sekolah Dasar Muhammadiyah 1 Candi melalui Pengembangan Konten Kreatif**" terbukti memberikan dampak positif terhadap peningkatan literasi di SD MICA sebagai lingkungan yang dinamis, adaptif, dan komunikatif. Keberhasilan program ini didukung oleh pengembangan konten kreatif secara langsung, kerja sama yang erat antara mahasiswa Ilmu Komunikasi UMSIDA, pustakawan, dan guru, serta keterlibatan aktif siswa kelas 2–6. Selain itu, hasil evaluasi menunjukkan bahwa upaya branding perpustakaan sekolah tidak hanya berfokus pada tampilan visual, tetapi juga perlu memperhatikan interaksi pengguna, tingkat partisipasi, dan keberlanjutan kegiatan literasi. Oleh karena itu, perpustakaan sekolah diharapkan mampu berperan lebih maksimal sebagai pusat pembelajaran dan penguatan budaya baca di lingkungan pendidikan.

ISSN 2988-3059 **Prefix DOI : 10.9765/Krepa.V218.3784**
Cahaya Ilmu Bangsa

KESIMPULAN

Kerja sama antara tim abdimas mahasiswa Ilmu Komunikasi UMSIDA, pustakawan, ustadz, dan ustadzah, serta siswa, merupakan faktor kunci dalam kesuksesan program ini. Perpustakaan tidak hanya dipandang sebagai tempat untuk membaca buku, tetapi juga sebagai kegiatan literasi yang vital dan menarik. Selain memberikan umpan balik positif kepada siswa, kegiatan ini juga meningkatkan kesadaran siswa tentang pentingnya strategi branding. Secara keseluruhan, kegiatan keterlibatan masyarakat ini menunjukkan bahwa komunikasi kreatif dan partisipatif dapat menjadi cara efektif untuk memaksimalkan fungsi sekolah. Diharapkan program ini dapat menjadi model branding perpustakaan yang dapat diterapkan di sekolah lain untuk mempromosikan literasi di kelas.

DAFTAR PUSTAKA

Alfianita, S. and Arfa, M. (2024) 'Strategi Konten Promosi Perpustakaan SMP Negeri 43 Semarang Pada Media Sosial Instagram', 13(1), pp. 21–35.

Digital, P.E. *et al*. (2025) 'Pengembangan Ensiklopedia Digital Kearifan Lokal Kabupaten Kediri untuk Meningkatkan Literasi Budaya Pada Siswa Sekolah Dasar ELSE (Elementary School Education', 9(1), pp. 97–107.

Ikram, I.W. and Rata, M. (2025) 'Peran Citra Diri Dan Harga Diri Dalam Branding Lembaga Pendidikan : Strategi Emosional Untuk Meningkatkan Minat Peserta Didik', 1(1), pp. 26–35.

Rahmawati, D. *et al*. (2022) 'Research Trends of Branding in The Context of education : A Bibliometric Analysis', 14, pp. 5933–5944. Available at: https://doi.org/10.35445/alishlah.v14i4.2101.

Susilo, C.Z. and Rochmania, D.D. (2023) 'MELALUI PENANAMAN TOGA DI SEKOLAH DASAR', 04(02), pp. 44–52.

Wasilah, Z., Widiyanah, I. and Trihantoyo, S. (2025) 'Manajemen Digital Perpustakaan Sekolah untuk Mendorong Literasi Siswa', 0738(1), pp. 114–123.