



Pemanfaatan Media Sosial Instagram dan Tiktok sebagai Sarana Informasi dan Promosi Sanggar Mahligai Kabupaten Siak Provinsi Riau

Viona Saskia Lestari^{1*}, Laila Fitriah²

^{1,2}Program Studi Pendidikan Seni Pertunjukan, Universitas Islam Riau, Indonesia

Email: vionasaskialestari26@gmail.com^{1*}, fitriahl@edu.uir.ac.id²

*Penulis Korespondensi: vionasaskialestari26@gmail.com¹

Abstract. *This study is motivated by the rapid development of digital technology, which has positioned social media as an essential tool for disseminating information and conducting promotion, including in the field of arts and culture. Sanggar Mahligai in Siak Regency, as an institution dedicated to preserving Malay traditional dance, utilizes social media to expand its informational reach, attract public interest, and maintain the existence of traditional arts amid modern lifestyle changes. This research aims to describe how social media is used as a medium for information dissemination and promotion by Sanggar Mahligai. The study employs a descriptive qualitative method through observation, interviews, and documentation involving the head of the sanggar, social media administrators, and followers of the sanggar's social media accounts. The findings show that Instagram and TikTok serve as the main platforms for sharing information related to training schedules, performance activities, new member registration, and activity documentation. Visual content, the use of trending formats, and active interaction with the audience significantly increase public engagement and interest in the sanggar's activities. These results indicate that social media plays an important role in strengthening the sanggar's visibility, fostering two-way communication, and supporting the preservation of Malay cultural arts through consistent and strategic digital practices.*

Keywords: *Culture; Digital Strategy; Malay Traditional Dance; Promotion; Social Media.*

Abstrak. Perkembangan teknologi digital yang mendorong media sosial menjadi sarana penting dalam penyebaran informasi dan promosi, termasuk pada bidang seni dan budaya. Sanggar Mahligai Kabupaten Siak sebagai lembaga pelestari seni tari Melayu memanfaatkan media sosial untuk memperluas jangkauan informasi, menarik minat masyarakat, serta mempertahankan eksistensi seni tradisional di tengah perubahan gaya hidup modern. Penelitian ini bertujuan mendeskripsikan pemanfaatan media sosial sebagai sarana informasi dan promosi yang dilakukan Sanggar Mahligai. Metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi dengan ketua sanggar, admin media sosial, serta pengikut akun sanggar. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Sanggar Mahligai memanfaatkan media sosial, khususnya Instagram dan TikTok, sebagai sarana utama dalam menyampaikan informasi dan melakukan promosi kegiatan seni. Sanggar menggunakan media sosial Instagram digunakan untuk menyebarluaskan informasi mengenai jadwal latihan, pertunjukan seni, pendaftaran anggota baru, serta dokumentasi kegiatan sanggar. Selain itu, media sosial Tiktok juga berperan dalam memperluas jangkauan promosi, meningkatkan eksistensi sanggar, dan menarik minat generasi muda terhadap seni tari Melayu. Temuan ini mengindikasikan bahwa media sosial berperan signifikan dalam memperkuat visibilitas sanggar, membangun komunikasi dua arah, dan mendukung pelestarian budaya Melayu melalui strategi digital yang konsisten dan terarah.

Kata kunci: Budaya; Media Sosial; Promosi; Seni Tari Melayu; Strategi Digital.

1. LATAR BELAKANG

Media sosial adalah salah satu bentuk dari new media. New media (media baru) adalah istilah umum untuk proses penyampaian informasi melalui teknologi digital seperti media sosial dan internet. *New Media* (media baru) merupakan alat atau sarana yang digunakan dalam penyampaian pesan kepada khalayak luas dengan menggunakan teknologi digital atau disebut dengan jaringan teknologi, komunikasi dan informasi. Kategori yang termasuk media baru yaitu internet, *website* dan komputer multimedia (Nasrullah dalam Damayanti *et al.*, 2023).

Platform-media sosial juga menciptakan peluang bagi individu, merek, dan organisasi untuk mempromosikan diri berbagi informasi, membangun audiens, dan berpartisipasi dalam percakapan publik (Moh Fakhrurozi *et al.*, 2023).

Di era digital, media sosial efektif untuk menyebarkan informasi dan mempromosikan kegiatan seni, memungkinkan interaksi langsung, peningkatan visibilitas, dan penyebaran cepat (Manurung *et al.*, 2023). TikTok adalah salah satu platform populer yang memungkinkan pengguna berbagi konten kreatif seperti video, tarian, musik, dan hiburan, serta menawarkan peluang promosi karena banyaknya pengguna. (Dewa & Safitri, 2021). Organisasi seperti sanggar sangat membutuhkan media sosial untuk mempromosikan sanggar dan menarik minat generasi muda untuk bergabung. Media sosial akan memudahkan masyarakat mendapatkan informasi yang mereka butuhkan.

Sanggar Mahligai di Siak memanfaatkan Instagram dan TikTok untuk promosi budaya Melayu, namun pemanfaatannya masih menghadapi tantangan, seperti keterbatasan pengetahuan digital dan ketergantungan pada promosi konvensional. Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk mengkaji secara mendalam pemanfaatan media sosial sebagai sarana informasi dan promosi sanggar seni. Strategi media sosial yang terencana, konsisten, interaktif, dan kolaboratif dapat meningkatkan visibilitas, partisipasi masyarakat, dan pelestarian seni lokal.

2. KAJIAN TEORITIS

Menurut Laughey dan McQuail (dalam Julyanto & Ismail, 2023), media sosial terdiri dari media sebagai alat penyampai pesan dan sosial yang mencerminkan interaksi masyarakat. Sementara itu, perkembangan teknologi mendorong perkembangan media (Karunia H *et al.*, 2021). Media sosial memiliki keunikan dibanding media lain, dengan enam karakteristik menurut Nasrullah (Kurnia *et al.*, 2018) yakni Jaringan (*Network*), Informasi (*Information*), Arsip (*Archive*), Interaksi (*Interactivity*), Simulasi Sosial (*Simulation of Society*), dan Konten oleh Pengguna (*User Generated Content*). Menurut Jogyanto (2005) dalam Warpindyastuti & Sulistyawati, (2018), informasi adalah data yang diolah menjadi bentuk lebih berguna bagi penerima. Promosi bertujuan memenuhi kebutuhan individu dan masyarakat, berfungsi sebagai media komunikasi, memengaruhi minat konsumen, dan mengenalkan produk atau layanan yang ditawarkan (Febrian *et al.*, 2024), (Puspitorini *et al.*, 2022).

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Metode deskriptif analitis digunakan untuk data kualitatif melalui observasi, wawancara, dan studi literatur guna memperoleh landasan teori. Metode ini dipilih untuk menggambarkan secara mendalam fenomena pemanfaatan media sosial oleh Sanggar Seni Mahligai. Adapun Teknik analisis data dilakukan melalui tahapan pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Penelitian dilakukan pada bulan Mei–Juli 2025 di Sanggar Mahligai, Siak, Riau, dengan fokus pada pemilik, ketua, admin media sosial, dan pengikut sanggar. Kehadiran mereka memungkinkan penulis memperoleh informasi langsung tentang pemanfaatan media sosial sebagai sarana informasi dan promosi di Sanggar Mahligai Kabupaten Siak.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil Sanggar

Sanggar Mahligai didirikan pada 16 Februari 2016 di Kabupaten Siak, bertujuan melestarikan dan mengembangkan seni tari Melayu. Nama “Mahligai” melambangkan wadah yang indah tempat seni berkembang. Dengan kekayaan budaya Siak sebagai modal, sanggar berupaya menumbuhkan kecintaan masyarakat terhadap tari melalui pembelajaran teknik, nilai budaya, dan makna filosofis demi mendukung pelestarian budaya daerah.

Sanggar Mahligai yang di ketuai oleh Muhammad Sadly Ilham, sekretaris Nova Lia Rahma Yanti, dan bendahara Wan Tahlita Nayla. Sanggar Mahligai Siak membuka privat dance dalam tiga kategori yang dapat dilihat pada Tabel 1.

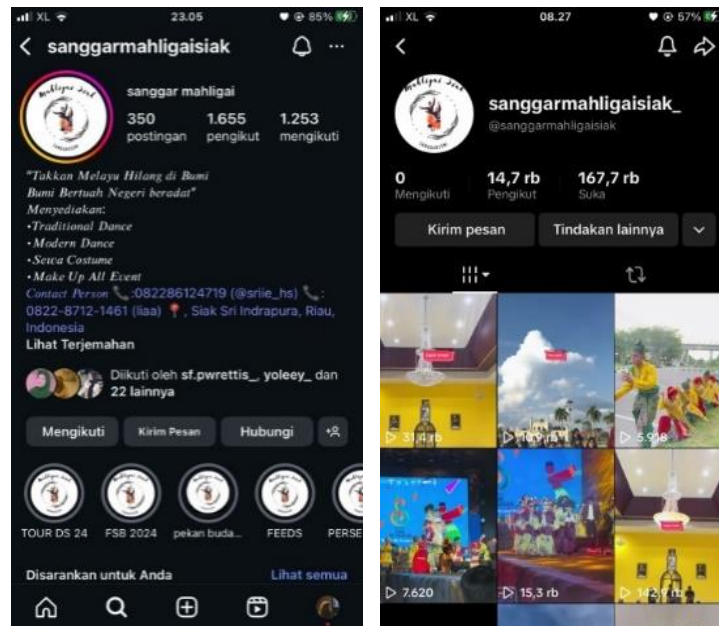
Tabel 1. Kategori Privat Dance

No.	Kategori	Jumlah Anggota	Jadwal Latihan
1.	Usia 6 s/d 10 tahun	17 orang	Hari Jumat
2.	Usia 11 s/d 15 tahun	15 orang	Hari Sabtu
3.	Usia 16 tahun keatas	19 orang	Hari Minggu

Pemanfaatan media sosial oleh Sanggar Mahligai bertujuan untuk memperluas penyebaran informasi mengenai program dan kegiatan seni mereka. Selain sebagai sarana promosi, media sosial juga menjadi ruang interaksi yang memungkinkan masyarakat memberikan respon dan dukungan, sehingga tercipta keterlibatan publik yang lebih kuat.

Pemanfaatan Media Sosial sebagai Sarana Informasi

Penelitian menunjukkan Sanggar Mahligai di Siak memanfaatkan Instagram dan Tiktok untuk menyampaikan informasi dan promosi kegiatan, seperti jadwal latihan, dokumentasi, pertunjukan, pendaftaran anggota, dan pengumuman internal. Akun Instagram memiliki 1.655 pengikut dan 350 postingan, sedangkan Tiktok memiliki 14,7 ribu pengikut dan 167,7 ribu like. Adapun akun media sosial yang dimiliki Sanggar Mahligai dapat dilihat pada Gambar 1.



1a. Akun Instagram

1b. Akun Tiktok

Gambar 1. Akun Instagram dan Tiktok Sanggar Mahligai

Sanggar Mahligai memanfaatkan Instagram (feed, stories, highlight, reels) dan Tiktok untuk membagikan video tari Melayu dan konten tren, memudahkan masyarakat memperoleh informasi, interaksi, dan pendaftaran. Media sosial efektif membangun hubungan, menarik generasi muda, dan memperkuat citra sanggar, meski masih ada kendala seperti keterbatasan admin dan ketidakrutinan unggahan.

Pemanfaatan Media Sosial sebagai Sarana Promosi

Media sosial juga dimanfaatkan sebagai sarana promosi kegiatan seni dan jasa yang ditawarkan oleh sanggar. Promosi dilakukan melalui dokumentasi pertunjukan, unggahan proses latihan, partisipasi dalam berbagai acara resmi daerah, serta informasi mengenai pembukaan kelas atau privat dance.

Ketua sanggar menjelaskan bahwa media sosial sangat membantu memperluas promosi hingga ke luar Kabupaten Siak. Admin menerapkan strategi seperti mengikuti tren TikTok dengan versi tari Melayu, menggunakan hashtag relevan, dan konsisten mengunggah konten menarik. Cara ini efektif meningkatkan jumlah pengikut dan jangkauan promosi meski tanpa promosi berbayar.

Sanggar Mahligai mempromosikan kegiatannya melalui unggahan rutin tentang latihan, pertunjukan, keterlibatan dalam acara daerah, dan capaian anggota. Foto dan video yang menunjukkan penampilan dan proses latihan menegaskan kualitas serta konsistensi sanggar dalam melestarikan seni. Pengumuman penerimaan anggota baru juga menjadi strategi untuk menarik calon penari. Promosi melalui media sosial memberikan dampak yang cukup signifikan terhadap peningkatan eksistensi Sanggar Mahligai. Hal ini dibuktikan dengan meningkatnya jumlah pengikut, bertambahnya interaksi publik terhadap unggahan, serta meningkatnya permintaan kerja sama dari berbagai pihak. Beberapa masyarakat menyatakan mengetahui keberadaan sanggar melalui unggahan di Instagram maupun TikTok, yang kemudian mendorong mereka untuk mengikuti program latihan atau mengundang sanggar tampil di acara tertentu. Media sosial terbukti menjadi sarana promosi yang efektif bagi sanggar dalam memperluas jangkauan informasi dan meningkatkan ketertarikan masyarakat.

Pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi oleh Sanggar Mahligai Kabupaten Siak telah memberikan kontribusi positif terhadap penguatan posisi sanggar di tengah masyarakat. Upaya promosi yang dilakukan tidak hanya membantu memperkenalkan sanggar kepada publik, tetapi juga berperan dalam menjaga keberlanjutan aktivitas seni, memperluas jaringan kerja, serta meningkatkan partisipasi masyarakat dalam pelestarian seni budaya Melayu. Dengan pengelolaan yang lebih terarah, pemanfaatan media sosial berpotensi menjadi strategi promosi yang semakin mendukung perkembangan sanggar ke depannya.

Jaringan

Media sosial memungkinkan interaksi, berbagi informasi, dan membangun jejaring (Nasrullah, 2023). Sanggar Mahligai memanfaatkan Instagram dan TikTok untuk membangun komunikasi digital, memperluas relasi dengan anggota dan masyarakat, memperkuat eksistensi, dan mempermudah kolaborasi seni.

. Pemanfaatan media sosial tidak hanya digunakan untuk menjalin hubungan dengan pihak luar, tetapi juga sebagai strategi promosi melalui pengelolaan konten di Instagram dan TikTok. Melalui media sosial ini sanggar pernah diajak untuk bergabung dengan suatu organisasi yaitu JKPI (Jaringan Kota Pusaka Indonesia), sanggar pernah mengikuti JKPI di Palembang pada tahun 2022 dan JKPI di Semarang tahun 2023. Dalam hal ini, penggunaan

media sosial yang tepat akan mampu menjangkau audiens yang luas. Saat ini media sosial cukup beragam dan populer digunakan disemua kalangan masyarakat. Hal ini dapat memungkinkan promosi yang dibuat mampu memperluas jaringan di berbagai wilayah.



Gambar 2. Postingan Sanggar Saat Mengikuti JKPI Palembang 2022 dan JKP Semarang 2023

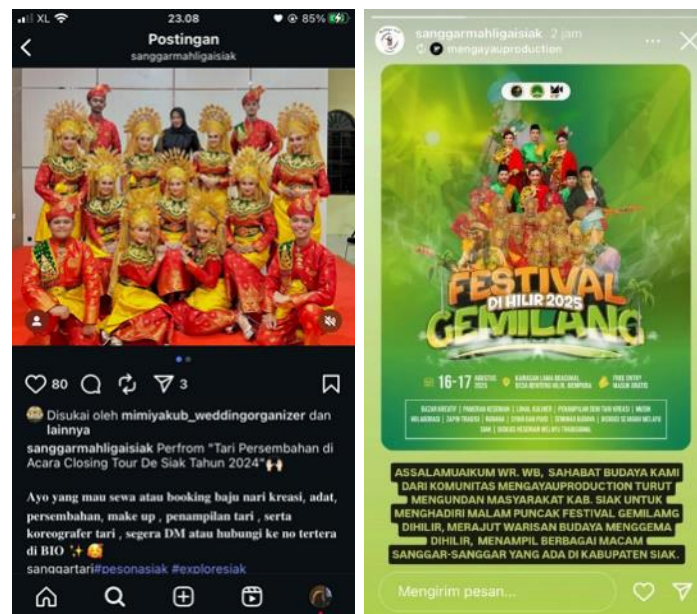
Pengelolaan media sosial oleh admin menunjukkan bahwa Sanggar Mahligai tidak hanya membangun relasi eksternal, tetapi juga menerapkan strategi konten untuk menarik perhatian publik. Media sosial berperan sebagai sarana kreatif promosi sekaligus pembentuk jaringan, yang muncul dari kesamaan minat, asal daerah, atau identitas pengguna lainnya.

upaya Sanggar Mahligai dalam memperluas jaringan sosial melalui media sosial, khususnya untuk mendukung kegiatan promosi, dilakukan dengan memproduksi konten yang menarik dan relevan. Konten tersebut umumnya berupa unggahan tari yang sedang diminati publik, dilengkapi dengan penggunaan caption yang informatif serta tagar yang sesuai. Strategi ini membantu konten sanggar lebih mudah dijangkau dan dilihat oleh masyarakat di media sosial, sehingga masyarakat yang melihat unggahan tersebut cenderung mengikuti akun resmi sanggar. Dengan bertambahnya pengikut, jangkauan informasi dan pengenalan Sanggar Mahligai di ruang digital menjadi semakin luas. Hal ini sesuai dengan teori jaringan yang dijelaskan oleh Dr. Rulli Nasrullah, media sosial menjadi alat penting untuk memperluas jaringan, memperkenalkan sanggar kepada masyarakat, serta membangun hubungan baik dengan pengikut maupun pihak lain.

Informasi

Menurut Nasrullah (2023), informasi di media sosial penting untuk membangun identitas, interaksi, dan jejaring, serta menjadi komoditas yang dikonsumsi pengguna. Sanggar Mahligai menyajikan informasi relevan melalui foto, video, poster, dan cerita singkat, memudahkan masyarakat mengikuti kegiatan tanpa hadir langsung dan meningkatkan kredibilitas sanggar.

Sanggar Mahligai secara aktif memanfaatkan media sosial Instagram untuk membagikan berbagai informasi seputar kegiatan mereka. Informasi yang sering diunggah meliputi dokumentasi latihan tari, sesi privat, promosi acara atau event, serta promosi penyewaan kostum dan jasa penampilan tari. Selain itu, media sosial juga digunakan untuk mengumumkan jadwal latihan, membuka pendaftaran anggota baru, dan membuat konten menarik agar lebih banyak orang mengetahui dan tertarik dengan kegiatan sanggar. Penggunaan media sosial ini bertujuan untuk memperluas jangkauan promosi serta meningkatkan partisipasi masyarakat terhadap sanggar.



Gambar 3. Informasi yang di Upload di Media Sosial Sanggar

Informasi yang dibagikan sanggar sudah bermanfaat dan dinilai sudah cukup membantu. Namun, masih terdapat beberapa masukan yang perlu diperhatikan, beberapa pengikut merasa bahwa informasi yang dibagikan terkadang kurang detail atau belum cukup terstruktur. Informasi seperti jadwal, biaya latihan, atau makna dari tarian yang ditampilkan juga ikut dijelaskan, agar pengikut mendapat pemahaman yang lebih menyeluruh. Informasi-

informasi ini membentuk identitas digital sanggar dan menjadi alat untuk memperkenalkan serta mempromosikan kegiatan mereka kepada masyarakat luas.

Sementara itu, dari sisi pengikut, informasi yang dibagikan oleh sanggar dimanfaatkan untuk mengetahui aktivitas sanggar, berinteraksi melalui komentar atau pesan, dan sebagai dasar pertimbangan untuk mengikuti kegiatan sanggar. Beberapa pengikut menyatakan bahwa informasi yang dibagikan sudah cukup lengkap dan menarik, namun ada juga yang menyampaikan perlunya peningkatan dari segi kejelasan, struktur, serta pembaruan konten agar informasi lebih mudah dipahami dan lebih menarik minat masyarakat. Hal ini sejalan dengan teori informasi menurut Rulli Nasrullah, yaitu informasi berperan sebagai fondasi interaksi digital sekaligus sebagai komoditas yang membentuk identitas dan jaringan sosial dalam ruang virtual. Keberhasilan sanggar dalam mengelola informasi akan sangat berpengaruh terhadap citra sanggar dan sejauh mana publik dapat terlibat secara aktif melalui media sosial.

Arsip

Media sosial berfungsi sebagai dokumentasi digital yang menyimpan rekam jejak kegiatan sanggar dalam jangka panjang. Unggahan mengenai pertunjukan, latihan, dan acara penting lainnya dapat diakses kembali kapan pun. Arsip digital ini penting untuk memperlihatkan portofolio sanggar, terutama ketika dibutuhkan untuk kerja sama atau kegiatan promosi.

Peneliti melakukan wawancara dengan pengikut atau *Followers* media sosial sanggar. Hasil wawancara dirangkum dan ditampilkan pada Tabel 2.

Tabel 2. Respon *Followers* Terhadap Unggahan Media Sosial Sanggar

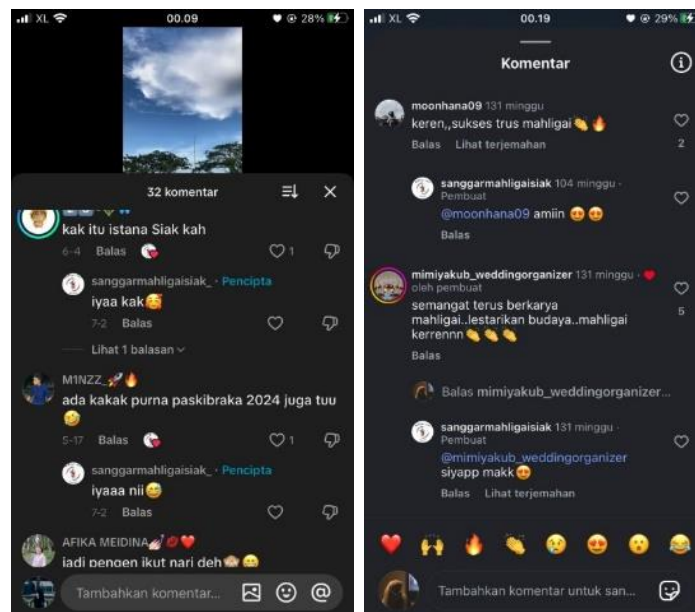
<i>Followers</i>	Pernah/Tidak Pernah Melihat Arsip Media Sosial Sanggar	Bermanfaat/Tidak Bermanfaat
1	Pernah Melihat	Bermanfaat
2	Pernah Melihat	Bermanfaat
3	Pernah Melihat	Bermanfaat
4	Pernah Melihat	Bermanfaat
5	Pernah Melihat	Bermanfaat

Wawancara menunjukkan dokumentasi lama di Instagram dan TikTok bermanfaat bagi pengikut sebagai hiburan, nostalgia, dan referensi kegiatan sanggar. Arsip digital ini memberi nilai tambah bagi audiens dan dapat diakses kapan saja melalui postingan, story, dan highlight.

sanggar menggunakan media sosial, seperti Instagram dan TikTok, untuk mengarsipkan dokumentasi kegiatan dalam bentuk postingan, story, dan highlight. Dokumentasi tersebut dapat dilihat kembali kapan pun dibutuhkan, memberikan nilai jangka panjang. Para pengikut sanggar juga mengakui bahwa mereka sering mengakses arsip digital tersebut untuk mendapatkan hiburan, mengenang momen lama, serta memperoleh informasi lebih lengkap mengenai kegiatan sanggar. Hal ini sesuai dengan teori arsip menurut Dr. Rulli Nasrullah, media sosial tidak hanya berfungsi sebagai media penyebaran informasi saat itu juga, tetapi juga sebagai ruang penyimpanan arsip yang memperkuat keterikatan emosional dan menjaga memori kolektif komunitas.

Interaksi

Media sosial membentuk jaringan pengguna yang aktif berinteraksi, misalnya lewat komentar atau tanda suka (Nasrullah, 2023). Sanggar memanfaatkan interaksi ini melalui komentar, DM, dan respons terhadap pertanyaan, menunjukkan keterbukaan dan responsivitas, sekaligus meningkatkan kepercayaan audiens.



Gambar 5. Interaksi antara audiens dan sanggar mahligai dikolom komentar salah satu konten di TikTok dan Instagram

Terlihat pada Gambar 5, admin Sanggar Mahligai responsif dan membalas komentar dengan ramah, sehingga hubungan dengan pengikut tetap terjaga. Kritik dan masukan juga diterima sebagai bahan evaluasi. Hal ini menunjukkan bahwa interaksi di media sosial tidak sekadar membalas komentar, tetapi juga menjadi upaya menjaga citra dan meningkatkan kualitas sanggar.

Untuk memperkuat hasil penelitian wawancara juga dilakukan dengan pengikut media sosial sanggar. Hasil wawancara dirangkum dan ditampilkan pada Tabel 3.

Tabel 3. Interaksi Media Sosial Sanggar dengan *Followers*

<i>Followers</i>	Interaksi yang Dilakukan	Respon Media Sosial Sanggar (Ada/Tidak ada)
1	Like dan komentar unggahan	Tidak ada
2	Like, komentar dan share unggahan	Ada
3	Like, komentar dan DM	Ada
4	Like dan komentar unggahan	Ada
5	Like, komentar dan DM	Ada

Hasil wawancara menunjukkan sebagian besar pengikut aktif memberi like dan komentar, merasa dihargai saat dibalas, namun respons belum merata. Hubungan pengelola dan pengikut positif dan dua arah, diperkuat oleh fitur live di Instagram dan TikTok, sesuai teori interaksi Nasrullah (2023).

Simulasi Sosial

Menurut Baudrillard *et al.* (1994) dalam Nasrullah (2023), media dapat menciptakan realitas semu di mana khalayak sulit membedakan antara nyata dan imaji. Media sosial menampilkan aktivitas seni Sanggar Mahligai secara virtual, menghadirkan pengalaman sosial baru, dan melalui video tari TikTok, memunculkan simulasi budaya modern yang menarik bagi generasi muda.

Sanggar sering menggunakan fitur live di TikTok untuk menayangkan proses latihan secara langsung, sehingga masyarakat dapat melihat perkembangan kegiatan sanggar secara real-time. Cara ini membuat pengikut merasa lebih dekat karena dapat menyaksikan aktivitas latihan secara langsung.

Untuk memperkuat hasil penelitian wawancara juga dilakukan dengan pengikut media sosial sanggar. Hasil wawancara dirangkum dan ditampilkan pada Tabel 4.

Tabel 4. Wawancara *Followers* Terhadap Simulasi Sosial

<i>Followers</i>	Konten yang Sering Dilihat	Tanggapan
1	Live (siaran langsung)	"Saya suka liat live nya akun sanggar"
2	Behind the scene	"Jadi lebih ngerti tentang tarian daerah sama makna di baliknya. Jadi nggak cuma nonton aja tapi tahu artinya dan sanggar udah lumayan menggambarkan suasana, tapi mungkin bisa lebih sering upload behind the scene atau suasana di balik layar saat latihan biar lebih hidup"
3	Instagram Story	"Menurut aku story ig sanggar cukup mengedukasi ya kak, soalnya aku jadi sedikit lebih ngerti soal budaya dan kesenian lokal mungkin bukan aku aja sih kak mungkin kalangan anak sekolah bisa lihat di media sosial mereka"
4	Behind the scene	"iya cukup mengedukasi lah karena banyak pengetahuan baru tentang tarian atau musik tradisional yang saya dapatkan dari sanggar tersebut, konten atau story sanggar udah cukup menggambarkan suasana latihan tapi akan lebih menarik jika ditambahkan dengan vlog sebelum memulai pertunjukkan atau latihan"
5	Instagram story	"Cukup mengedukasi karena jadi tau nih kayak secara gak langsung kan tarian itu sebagian budaya kan apalagi tarian melayu gitu itu udah jelas banget budaya melayu di riau ini kan kak, secara gak langsung finkhy nih oh ternyata ada tarian ini ya sebagai kesenian melayu di Siak atau di Riau ini gitu, kalau untuk menggambarkan suasana latihan atau saat mereka tampil itu sebagian besar udah menggambarkan ya kak kayak foto-foto latihannya atau video pertunjukannya contohnya dia ada tampil di siak bermadah waktu itu terus selama latihan mereka buat story ig dan dari situ kita bisa melihat progress latihannya"

Hasil wawancara pada Tabel 4 menunjukkan bahwa konten sanggar sudah mampu memperlihatkan suasana latihan dan persiapan pertunjukan melalui story dan unggahan lainnya. Namun, beberapa pengikut menyarankan penambahan variasi konten, seperti vlog atau *a day in my life*, agar tampilan media sosial lebih hidup dan menarik.

Teori dan hasil wawancara menunjukkan bahwa konten seperti video latihan, siaran langsung, dan dokumentasi kegiatan menjadi simulasi realitas yang membuat penonton seolah hadir dalam aktivitas sanggar. Dengan demikian, Sanggar Mahligai berhasil memanfaatkan media sosial sebagai ruang simulasi budaya yang menarik, edukatif, dan memperkuat identitas budaya daerah di ranah digital.

Konten Oleh Pengguna

Menurut Nasrullah (2023), *User Generated Content* (UGC) adalah konten yang dibuat langsung oleh pengguna, yang membedakan media sosial dari media tradisional karena memungkinkan partisipasi aktif. Melalui UGC, pengguna dapat memproduksi sekaligus mengonsumsi konten, sehingga tercipta interaksi yang lebih dinamis dalam kultur media baru.

Selain konten dari admin, beberapa konten promosi juga tersebar melalui unggahan ulang (*repost*) dari masyarakat atau penonton pertunjukan. Hal ini memperluas jangkauan promosi tanpa biaya tambahan. Pengguna juga sering memberikan dukungan dalam bentuk komentar positif yang memperkuat citra sanggar di ruang digital.

TikTok paling efektif menarik perhatian masyarakat terhadap kegiatan Sanggar Mahligai. Konten tari Melayu yang mengikuti tren dan menonjolkan ciri khas sanggar membuat video mudah viral, meningkatkan pengikut, dan memperkuat promosi, meski Instagram juga digunakan. Untuk memperkuat hasil penelitian wawancara juga dilakukan dengan pengikut media sosial sanggar. Hasil wawancara dirangkum dan ditampilkan pada Tabel 4.

Tabel 4. Tanggapan *Followers* Terhadap Konten Media Sosial Sanggar

<i>Followers</i>	Tanggapan
1	"Cukup mengedukasi dengan gerakan tarian mereka dan pakaian yg mereka gunakan saat tampil " "Sudah cukup, karna mereka sebelum tampil mereka latihan dan di videokan dan saat tampil juga buat video"
2	"Yang paling suka konten video penampilan, karena keliatan keren dan saran nisa mungkin bisa ditambahin konten edukasi singkat, kayak fun fact tentang tarian atau budaya, biar lebih variatif, terus kesan dari nisa sih positif ya, karena kontennya lumayan beragam ada video penampilan, ada foto kegiatan. Jadi menurut nisa udah cukup menarik dan informatif. Mungkin kalau ditambah storytelling atau cerita singkat di balik setiap kegiatan bakal makin seru lagi "
3	"Kalau bisa lebih sering upload <i>behind the scene</i> latihan nya mungkin, konten yang paling menarik itu kayak video penampilan, saran aku sih coba lebih bikin konten kreatif kayak reels atau tiktok biar lebih rame aja kak"
4	"Yang menarik itu konten pertunjukkan tari, saran dari saya perbanyak konten kreatif seperti reels, tutorial tarian sederhana, dan video latihan sanggar"
5	"Konten yang menarik itu kayak ada melihat itu sih kak yg diposting nya itu kayak <i>behind the scene</i> nya (video dibalik layar) atau konten <i>a day in my life</i> nya itu yang menarik, terus saran saya supaya media sosial nya lebih menarik gitu mungkin dari segi pengambilan video atau shoot nya, angel nya lebih di perbaiki lagi"

Hasil wawancara menunjukkan bahwa pengikut menilai konten Sanggar Mahligai sudah menarik dan informatif, terutama karena menampilkan tari dan pakaian tradisional Melayu yang bernilai edukatif. Namun, mereka menyarankan variasi konten seperti *behind the scene*, tutorial gerakan, storytelling, atau *a day in my life*, serta peningkatan kualitas pengambilan gambar. Secara keseluruhan, respons pengikut tetap positif terhadap konten yang dipublikasikan sanggar.

Teori dan hasil wawancara menunjukkan bahwa pengikut Sanggar Mahligai tidak hanya menjadi penonton, tetapi juga memberi masukan dan ide seperti *behind the scene*, tutorial tari, dan storytelling. Hal ini mencerminkan interaksi dua arah yang sejalan dengan konsep *user generated content* menurut Nasrullah, di mana pengguna berperan sebagai penerima sekaligus produsen konten. Dengan demikian, konten sanggar terbentuk melalui kolaborasi antara pengelola dan audiens, bukan hanya hasil kerja admin semata.

Media sosial kini menjadi alat penting untuk penyebaran informasi dan promosi organisasi seni karena mudah digunakan dan lebih murah dibanding media lainnya. Sanggar Mahligai memanfaatkan dua platform, yaitu Instagram dan TikTok, untuk membagikan informasi dan mempromosikan kegiatan mereka. Melalui kedua media sosial tersebut, sanggar

rutin mengunggah berbagai konten menarik yang mampu menarik perhatian pengguna dan memperluas jangkauan promosi.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Media sosial terbukti efektif sebagai sarana informasi dan promosi bagi Sanggar Mahligai. Melalui Instagram dan TikTok. Informasi yang dibagikan mencakup jadwal latihan, kegiatan pertunjukan, proses latihan, pendaftaran anggota baru, serta dokumentasi kegiatan seni. Media sosial memudahkan masyarakat terutama yang tinggal jauh dari sanggar untuk memperoleh informasi tanpa harus datang langsung. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial sangat membantu dalam meningkatkan keterbukaan, kemudahan akses, dan visibilitas sanggar di ruang publik. Strategi promosi dilakukan dengan membuat konten yang menarik, mengikuti tren tari yang sedang viral, menggunakan tagar yang sesuai, dan menjaga konsistensi unggahan. Upaya ini berhasil memperluas jangkauan audiens, menambah pengikut, menarik calon anggota baru, dan meningkatkan peluang sanggar untuk tampil dalam berbagai acara seni. Meski terdapat kendala seperti minimnya admin dan unggahan yang kurang konsisten, media sosial tetap memberi dampak positif dalam memperkuat eksistensi sanggar dan mendukung pelestarian budaya Melayu di Siak.

Sanggar Mahligai disarankan lebih konsisten membuat konten berkualitas, memaksimalkan fitur Instagram dan TikTok, serta bekerja sama dengan komunitas seni atau influencer untuk memperluas promosi. Masyarakat diharapkan mendukung dengan mengikuti akun sanggar, menyebarkan informasi, dan ikut berpartisipasi dalam kegiatan. Pemerintah Kabupaten Siak dianjurkan memberi dukungan melalui pelatihan media sosial, bantuan promosi digital, fasilitas kebudayaan, serta promosi melalui kanal resmi untuk memperkuat pelestarian dan pengembangan seni tradisional.

DAFTAR REFERENSI

- Akbar, M., & Hasyim, M. (2024). Pemanfaatan media sosial Tiktok sebagai sumber informasi bagi Generasi Z. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9(1), 45–58. <https://doi.org/10.1234/jik.v9i1.2024>
- Alfarizi, M. (2024). Pemanfaatan media sosial Instagram @SukuSeniRiau dalam program Budaya Rumah Kreatif Suku Seni Riau. *Jurnal Seni dan Budaya Melayu*, 6(2), 101–112. <https://doi.org/10.1234/jsbm.v6i2.2024>
- Budi, A., Santoso, D., & Rahmawati, L. (2019). Strategi promosi dalam meningkatkan minat konsumen. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 13(1), 15–25. <https://doi.org/10.1234/jmp.v13i1.2019>

- Damayanti, R., Putri, A. R., & Sari, M. (2023). Peran media sosial dalam pembentukan opini publik. *Jurnal Komunikasi Sosial*, 8(2), 134–145. <https://doi.org/10.1234/jks.v8i2.2023>
- Dewa, C. B., & Safitri, L. (2021). Pemanfaatan TikTok sebagai media promosi digital. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(1), 22–31. <https://doi.org/10.1234/jik.v6i1.2021>
- Fakhrurozi, M., Warsiyah, & Purwani, E. S. (2023). Strategi pemanfaatan media sosial untuk meningkatkan keterlibatan pelanggan pada UMKM Ecoprint Yasmin Wiwid. *Kalianda Halok Gagas*, 6(2), 138–146. <https://doi.org/10.52655/khg.v6i2.83>
- Febrian, D. A., Satrian, M., & Dama, D. (2024). Strategi pemanfaatan media sosial TikTok sebagai media promosi event musik Ekspectanica. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 11(6), 7562–7566. <https://doi.org/10.1234/jpm.v5i1.2024>
- Fitriani, Y. (2017). Analisis pemanfaatan media sosial dalam penyebaran informasi. *Jurnal Ilmu Perpustakaan*, 4(2), 67–78. <https://doi.org/10.1234/jip.v4i2.2017>
- Ihtifahudin. (2022). Pemanfaatan media sosial Instagram sebagai social media marketing pada sanggar seni. *Jurnal Seni Pertunjukan*, 7(1), 88–99. <https://doi.org/10.51804/ijsd.v4i1.1597>
- Julyanto, M. R., & Ismail, O. A. (2023). Strategi media sosial Instagram PRFMNews. *Jurnal Komunikasi Media*, 10(4), 17. <https://doi.org/10.1234/jkm.v10i2.2023>
- Karunia H., H., Ashri, N., & Irwansyah, I. (2021). Fenomena penggunaan media sosial: Studi pada teori uses and gratification. *Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi Bisnis*, 3(1), 92–104. <https://doi.org/10.47233/jteksis.v3i1.187>
- Kurnia, N. D., Johan, R. C., & Rullyana, G. (2018). Hubungan pemanfaatan media sosial Instagram dengan kemampuan literasi media di UPT Perpustakaan Itenas. *Edulib*, 8(1), 1. <https://doi.org/10.17509/edulib.v8i1.10208>
- Manurung, J., Anom, E., & Iswadi. (2023). Strategi pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi sekolah musik di Dotodo Music Edutainment. *Technomedia Journal*, 8(2), 248–260. <https://doi.org/10.33050/tmj.v8i2.2086>
- Nasrullah, R. (2023). *Media sosial: Perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi* (Edisi revisi). Simbiosis Rekatama Media.
- Puspitorini, A., Kustianti, N., & Lutfiati, D. (2022). Analisis strategi promosi jasa make up pengantin di Paras Asri Wedding Organizer melalui media sosial. *Jurnal Tata Rias*, 11, 49–57. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jurnal-tata-rias/article/view/44407/37766>