

BAB I

PENDUHLUAN

1.1 Latar Belakang

Literasi secara umum dimaknai sebagai kemampuan dalam berbahasa yang meliputi kemampuan menyimak, berbicara, dan menulis, serta daya berpikir yang menjadi elemen yang ada di dalamnya. Secara sederhana, literasi dapat diartikan sebagai sebuah kemampuan membaca dan menulis (Permatasari, 2015). Pada awalnya Pendidikan di Indonesia lebih memahami dengan istilah pengajaran Bahasa atau Pelajaran Bahasa. Namun, seiring dengan perkembangan zaman, pemahaman mengenai literasi telah meluas. Saat ini, literasi juga mencakup kemampuan dalam berpikir kritis dan keterampilan dalam mengidentifikasi sebuah informasi. Perubahan ini terjadi karena adanya perkembangan dalam transformasi teknologi yang dapat mempengaruhi cara masyarakat dalam berkomunikasi dan mengakses informasi yang tersebar. Diharapkan kemampuan literasi masyarakat dapat membantu mereka dalam memproses informasi dengan lebih kritis. Pemikiran kritis ini berkembang dari kebiasaan membaca yang di terapkan sejak usia dini. Kebiasaan literasi saat dini ini membentuk kemampuan individu untuk menganalisis dan menilai sebuah informasi.

Maka dari itu, membiasakan diri untuk membaca sejak kecil dapat menjadi sebuah factor yang penting dalam meningkatkan kemampuan berpikir kritis. Membaca secara rutin tanpa adanya paksaan adalah kunci untuk menciptakan kebiasaan yang berkelanjutan. Kebiasaan membaca yang dilakukan dalam berulang kali akan memberikan minat dan kecintaan seseorang terhadap literasi. Seorang dikatakan literat jika ia sudah bisa memahami sesuatu karena membaca informasi yang tepat dan melakukan sesuatu berdasarkan pemahamannya terhadap isi bacaan tersebut (Permatasari, 2015). Literasi yang baik tidak hanya membantu seseorang dalam memahami informasi, tetapi juga dapat menambah pengalaman berbicara mereka. Ketika seseorang memiliki kemampuan dalam literasi, mereka akan lebih mampu menguasai berbagai kosakata, struktur kalimat, dan tata Bahasa yang baik. Menurut (Suweca, 2021) Orang yang rajin mengasah diri dengan ilmu pengetahuan dan teknologi, pada umumnya akan lebih mudah baginya untuk menyampaikan gagasan secara lisan. Literasi memungkinkan seseorang untuk memahami konsep yang lebih kompleks dan memperluas wawasan mereka melalui bacaan. Dengan wawasan yang lebih luas, seseorang dapat berkontribusi lebih baik dalam percakapan, serta mampu berpikir kritis saat berdialog dengan orang lain. Secara keseluruhan, literasi tidak

hanya terbatas pada keterampilan membaca dan menulis, tetapi juga mempengaruhi bagaimana cara seseorang dalam berbicara.

Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa budaya literasi di Indonesia masih tergolong sangat rendah. Menurut data dari Badan Pusat Statistik (BPS), menunjukkan jumlah penduduk Indonesia pada tahun 2023 telah mencapai 278,69 juta jiwa. Namun, sangat disayangkan jumlah penduduk ini tidak sebanding dengan tingkat minat baca Masyarakat. Menurut UNESCO dalam (Permatasari, 2015) hanya terdapat 0,001% dari populasi masyarakat Indonesia yang memiliki minat dalam membaca. Selain itu, survey yang dilakukan oleh Program for Internasional Student (PISA) pada tahun 2022 menunjukkan bahwa Indonesia berada di peringkat ke-70 dari 81 negara, sebagai negara yang memiliki Tingkat literasi terendah. Terdapat juga data dari Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kabupaten Sidoarjo juga menunjukkan penurunan pengunjung perpustakaan antara tahun 2022 hingga 2023, dengan penurunan sebanyak 38,222 pengunjung. Sidoarjo sendiri adalah, sebuah kota yang berada di Provinsi Jawa Timur, Indonesia. Sidoarjo adalah salah satu kota yang strategis karena berdekatan dengan Surabaya sebagai ibu kota Provinsi Jawa Timur. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistika Kabupaten Sidoarjo, menunjukkan bahwa penduduk Sidoarjo mencapai 1.996.825 jiwa. Namun, sangat disayangkan bahwa jumlah penduduk ini tidak sebanding dengan jumlah pengunjung yang berada di perpustakaan Sidoarjo yang hanya berkisar 100.000 pengunjung setiap tahunnya.

Hasil dari survey dan data ini menggambarkan bahwa kemampuan membaca dan memahami informasi di kalangan masyarakat Indonesia khususnya di kota Sidoarjo masih sangat memprihatinkan. Terdapat beberapa factor mengapa Indonesia memiliki angka yang rendah dalam literasi. Pertama adalah kurangnya minat baca dikalangan masyarakat. Seiring dengan perkembangan zaman, masyarakat kini cenderung lebih memilih aktivitas hiburan seperti menonton televisi dan menggunakan media sosial daripada membaca buku. Munculnya acara dan konten yang mudah diakses melalui perangkat elektronik seperti ponsel membuat masyarakat lebih tertarik. Akibatnya, kebiasaan membaca buku cenderung menurun, karena mereka lebih menyukai konten-konten digital yang bisa mereka dapatkan secara instan. Hal ini turut mempengaruhi rendahnya tingkat literasi di Indonesia, terutama di kalangan generasi muda. Kedua karena saran dan prasana yang tidak memadai. Ketersediaan buku menjadi hal yang mempengaruhi. Kurangnya distribusi buku berkualitas kepada setiap daerah juga menjadi factor besar dalam upaya mendorong kebiasaan membaca di masyarakat. Fasilitas umum seperti perpustakaan juga masi memprihatinkan. Masih banyak perpustakaan yang tidak

dilengkapi dengan buku-buku baru yang berkualitas. Akses yang terbatas terhadap buku bacaan berkualitas membuat masyarakat menjadi kesulitan membangun kebiasaan dalam membaca. Ketiga yaitu karena pengaruh ponsel dan televisi. Kehadiran ponsel sebagai media hiburan, dan game membuat banyak orang lebih memilih menghabiskan waktunya dibandingkan dengan membaca buku. Televisi dan video pendek di beberapa aplikasi media sosial memberikan informasi dan hiburan secara langsung tanpa memerlukan upaya untuk berpikir, hal ini dapat membuat orang menjadi lebih malas untuk membaca karena lebih sering terpapar informasi secara langsung. Data dan factor ini membuktikan bahwa sangat penting untuk mengadakan program-program literasi yang dapat meningkatkan minat baca dan keterampilan literasi masyarakat. Pembentukan program literasi untuk masyarakat diharapkan dapat meningkatkan minat baca serta membantu masyarakat dalam memproses informasi dengan lebih kritis dan bijaksana. Program-program ini dapat meliputi beragam aktivitas, seperti kampanye membaca dan memberikan penyediaan akses untuk buku.

Kampanye sosial adalah kegiatan yang dibentuk untuk mengubah kesadaran public yang menyangkut dengan isu, perilaku, atau peristiwa tertentu dengan tujuan untuk meningkatkan pengetahuan masyarakat tentang isu tertentu. Kampanye umumnya membahas topik-topik penting yang berada di lingkungan masyarakat. Isu seperti lingkungan, kesehatan, keadilan sering menjadi topik yang diangkat dalam kampanye sosial. Kampanye sosial bertujuan untuk memperdalam pemahaman masyarakat, sehingga diharapkan nantinya mereka dapat memahami pentingnya keterlibatan mereka dalam menghadapi berbagai isu di lingkungan mereka. Dengan menyoroti isu-isu yang ada di sekitar lingkungan, diharapkan kampanye dapat mendorong para pelajar SMA untuk lebih memperhatikan dan peduli terhadap kondisi lingkungan mereka.

(Venus, 2019) menyatakan bahwa Kampanye mengandalkan kekuatannya untuk memengaruhi khalayak melalui pesan-pesan yang dirancang secara kreatif, sistematis, dan efektif. Strategi kreatif kampanye sosial adalah cara paling tepat untuk memberikan informasi kepada publik. Strategi kreatif kampanye sosial disampaikan kepada masyarakat melalui pesan yang dikomunikasikan secara efektif dan efisien, serta disampaikan secara bertahap dan berkelanjutan (Sutejo et al., 2020). Pesan-pesan dalam kampanye perlu disusun secara ringkas, mudah diingat, jelas, mudah di ingat dan beririsan dengan kepentingan masyarakat. Pesan kampanye yang jelas dapat membantu masyarakat agar lebih mudah dalam memahami tujuan dari kampanye tersebut. Selain itu, pesan dalam kampanye perlu berhubungan dengan

kepentingan masyarakat. Dengan penyusunan pesan yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat, kampanye dapat lebih mudah untuk menarik minat dan perhatian masyarakat. Sangat penting bahwa pesan-pesan dalam kampanye didukung oleh bukti-bukti yang bersumber dari pengalaman atau pengetahuan (Venus, 2019). Pesan dalam kampanye harus mampu melekat di ingatan audiens. Pesan kampanye yang mudah diingat dapat membantu audiens dalam memahami inti dari kampanye dan meningkatkan efektivitas dalam penyampaian tujuan kampanye. Merancang sebuah pesan komunikasi memerlukan pendekatan pesan pemasaran dan wawasan konsumen (Sutejo et al., 2020). Pesan-pesan dalam kampanye perlu disesuaikan dengan target audiens agar lebih efektif dan relevan. Pesan yang sesuai dengan target audiens dapat lebih mudah dipahami. Penyesuaian pesan kampanye dapat menghubungkan emosional antara kampanye dan audiens. Pesan dalam kampanye akan lebih mudah dikenali dan diingat jika didukung oleh visual identify yang kuat dan khas. Menurut (Sutejo et al., 2020) “identitas visual kampanye tidak hanya sebatas logo, namun segala bentuk visual, warna dapat menjadi ciri khas kampanye dan dapat dibedakan dengan kampanye lainnya.” Elemen-elemen kampanye seperti logo, warna, tipografi, dan elemen grafis lainnya dapat memberikan kesan unik bagi kampanye.

Setelah merancang pesan-pesan dan identitas visual, kampanye dapat disebarluaskan melalui berbagai platform media guna menjangkau audiens yang lebih luas. Media cetak seperti poster, banner dan brosur, dan media elektronik seperti televisi dan radio sering digunakan sebagai media dalam penyampaian pesan kampanye. Dengan perkembangan kemajuan teknologi saat ini, muncul media baru yaitu media digital. Media digital mencakup berbagai platform seperti media sosial, website, video, dan aplikasi tertentu yang memungkinkan menjadi media dalam penyebaran pesan dan interaksi langsung dengan audiens. Platform media sosial adalah media yang memberikan kemudahan pada penyelenggara kampanye dalam menyebarkan pesan secara cepat dan luas. Platform media sosial memiliki berbagai keunggulan seperti, media sosial memungkinkan penyebaran pesan kampanye secara luas dalam waktu yang singkat, media sosial juga dapat dilakukan dengan biaya yang lebih rendah daripada pemasangan iklan di televisi, radio dan media cetak lainnya. Platform media sosial gratis seperti facebook, instagram, tiktok, dan twitter juga dapat mempermudah para penyelenggara kampanye dengan menekan untuk menyebarkan pesan secara luas tanpa memerlukan biaya yang besar. Media sosial juga memungkinkan interaksi langsung dengan audiens melalui komentar, likes, dan share. Hal ini memudahkan para penyelenggara kampanye untuk mendapatkan umpan balik lebih cepat dengan para audiens.

Kuisisioner online telah dibagikan untuk mengetahui kebiasaan membaca dan pandangan masyarakat terhadap budaya literasi. Kuisisioner ini bertujuan untuk memahami sejauh mana masyarakat Indonesia, khususnya di berbagai daerah dalam minat dan kebiasaan membaca serta pandangan mereka terhadap pentingnya literasi dalam kehidupan. Kuisisioner ini telah mencakup berbagai aspek, seperti kebiasaan membaca, topik bacaan, hingga faktor terbesar yang menghambat masyarakat Indonesia untuk membaca. Kuisisioner ini telah diisi oleh 100 responden pelajar SMA yang berada di Sidoarjo.

Hasil dari kuisisioner menunjukkan. 71,8 % setuju bahwa literasi dapat memiliki pengaruh besar dalam seseorang berpikir kritis. Sebanyak 39,8% responden membaca buku beberapa kali dalam seminggu, sebanyak 51,5% responden membaca 1-2 buku dalam satu bulan, sebanyak 40,8% responden memilih media digital sebagai bahan bacaan, sebanyak 49,6% responden menyukai topik bacaan fiksi, sebanyak 63,1% responden menganggap literasi adalah hal yang sangat penting, sebanyak 73,8% responden memiliki akses yang cukup dengan bahan bacaan, sebanyak 67% responden mengakses bahan bacaan secara online, sebanyak 34% responden tidak memiliki motivasi khusus dalam membaca, sebanyak 62,1% responden memiliki alasan utama jarang membaca karena kurangnya minat dalam membaca, sebanyak 54,4% responden merasa masyarakat disekitar mereka memiliki kebiasaan membaca yang tidak baik. Sebanyak 90,1% responden menjelaskan bahwa faktor terbesar yang menghambat masyarakat dalam membaca adalah Pengaruh teknologi (TV, Ponsel, Media sosial, Game) dan 81,6% responden kurangnya minat baca. Dari hasil kuisisioner ini bisa disimpulkan bahwa literasi menjadi sebuah tantangan yang besar di kalangan Pelajar SMA.

1.2 Identifikasi Masalah

- Data dari UNESCO hanya terdapat 0,001% dari populasi masyarakat Indonesia yang memiliki minat dalam membaca.
- Data dari Program for Internasional Student (PISA) pada tahun 2022 menunjukkan bahwa Indonesia berada di peringkat ke-70 dari 81 negara, sebagai negara yang memiliki Tingkat literasi terendah.
- Terdapat data dari Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kabupaten Sidoarjo menunjukkan penurunan pengunjung perpustakaan antara tahun 2022 hingga 2023, dengan penurunan sebanyak 38,222 pengunjung.
- sebanyak 62,1% responden memiliki alasan utama jarang membaca karena kurangnya minat dalam membaca. Sebanyak 46% responden memiliki alasan utama yaitu

kurangnya minat baca dan sebanyak 44% responden memiliki alasan karena kurangnya waktu.

- sebanyak 90,1% responden menjelaskan bahwa faktor terbesar yang menghambat masyarakat dalam membaca adalah Pengaruh teknologi (TV, Ponsel, Media sosial, Game) dan 81,6% responden kurangnya minat baca.

1.3 Rumusan Masalah

- Bagaimana merancang kampanye sosial dalam meningkatkan kesadaran dan minat baca pelajar SMA Kota Sidoarjo?

1.4 Batasan Masalah

- Kampanye ini akan dilaksanakan pada kota Sidoarjo. Wilayah ini dipilih karena adanya potensi untuk meningkatkan kebiasaan membaca melalui akses media sosial dan kegiatan literasi lokal.
- Kampanye sosial ini akan mencakup promosi membaca buku fisik maupun digital, dengan tujuan meningkatkan akses dan minat baca di kalangan masyarakat.

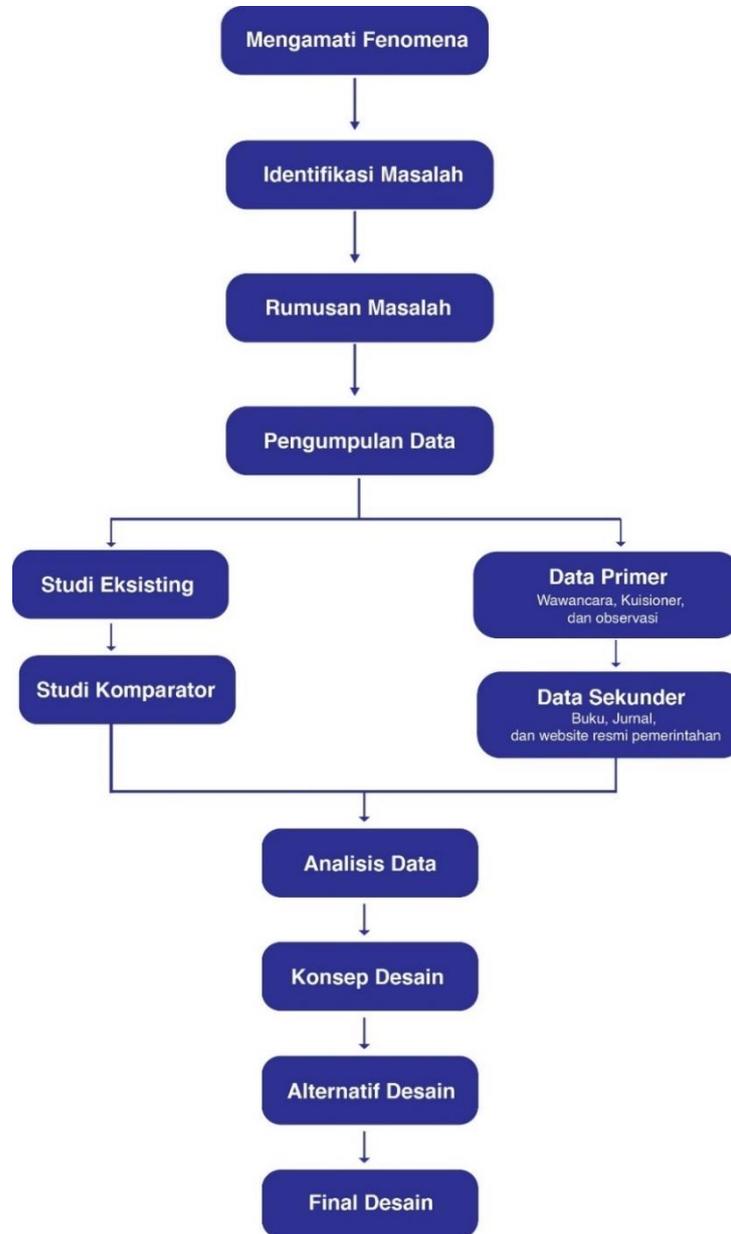
1.5 Tujuan Perancangan

- Kampanye ini juga bertujuan untuk meningkatkan kesadaran pelajar SMA tentang pentingnya budaya literasi dalam kehidupan sehari-hari, baik melalui buku fisik maupun digital, agar dapat mendukung pengembangan diri.
- Kampanye ini juga merupakan upaya untuk membentuk generasi yang kritis, dengan meningkatkan kemampuan literasi mereka.
- Memotivasi pelajar SMA untuk berpartisipasi aktif dalam kegiatan literasi, membaca.

1.6 Manfaat Hasil Perancangan

- Meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya literasi.
- Meningkatkan partisipasi masyarakat dalam kegiatan literasi membaca

1.7 Kerangka Perancangan



Gambar 1. 1 Kerangka Perancangan

(Sumber : Putri)