

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

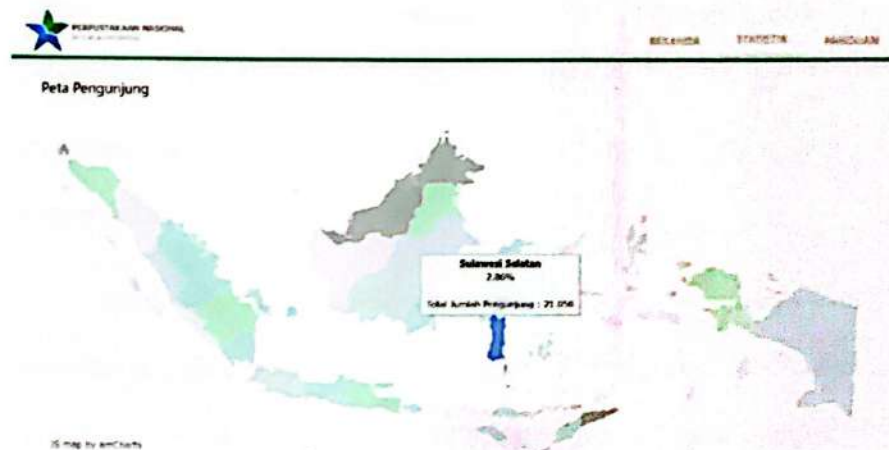
Strategi komunikasi memainkan peran penting dalam membangun dan mengembangkan minat baca, khususnya di kalangan mahasiswa. Di tengah perkembangan teknologi digital yang pesat, tantangan besar dihadapi oleh berbagai lembaga pendidikan, termasuk perpustakaan, dalam menarik perhatian generasi muda untuk kembali menggali dunia literasi. Perpustakaan sebagai institusi informasi dan pengetahuan memiliki peran strategi dalam mendorong minat baca melalui berbagai metode komunikasi yang efektif.

Strategi komunikasi layanan perpustakaan umum kabupaten Gowa menjadi faktor kunci dalam upaya meningkatkan minat baca di kalangan mahasiswa. Komunikasi yang dilakukan oleh pustakawan tidak hanya melibatkan aspek penyampaian informasi, tetapi juga bagaimana pesan tentang pentingnya membaca dapat diterima dengan baik dan mampu merangsang minat baca yang tinggi di kalangan mahasiswa. Pendekatan komunikasi yang tepat akan memungkinkan perpustakaan untuk menciptakan program-program yang relevan, menarik, sesuai dengan kebutuhan serta karakteristik audiensnya. Hal ini penting karena komunikasi pustakawan merupakan pengetahuan dan keterampilan asertif yang perlu dipahami dan dikuasai oleh pengelola perpustakaan (Mantasa, 2023).

Pendekatan yang lebih efektif dalam hal ini mencakup penyusunan strategi yang memanfaatkan berbagai saluran komunikasi yang tepat untuk mahasiswa, serta pemanfaatan teknologi yang relevan dalam memperkenalkan perpustakaan sebagai sumber informasi yang tidak hanya menyediakan buku fisik, tetapi juga layanan berbagai digital yang dapat diakses kapan saja dan dimana saja. Terdapat juga perpustakaan digital yang merupakan tempat atau ruang yang seluruh isi koleksi dan proses pengelolaannya disajikan dalam bentuk kombinasi data digital. (Arum 7 Marfianti,2021)

Memasuki era digital yang membawa dampak signifikan terhadap kebiasaan membaca, terutama di mahasiswa. Teknologi memberikan kemudahan akses terhadap berbagai sumber informasi melalui internet, tetapi disisi lain, kemudahan ini juga sering kali mengalihkan perhatian dari kegiatan membaca buku secara konvensional. Oleh karena itu, perpustakaan perlu beradaptasi dengan perubahan ini dan mengembangkan strategi komunikasi yang mampu memanfaatkan teknologi untuk menarik minat baca, sambil tetap mempertahankan peran tradisionalnya sebagai tempat yang menyediakan literatur berkualitas. Misalnya, dengan memperkenalkan e-book, platform digital, atau program layanan daring yang memungkinkan pengunjung untuk mengakses koleksi perpustakaan tanpa harus datang langsung ke lokasi. Perpustakaan menyediakan koleksinya dalam format digital untuk memudahkan akses jarak jauh ke pengguna perpustakaan. (shafina & Andita,2022)

Dari data yang diberikan oleh perpustakaan nasional. Provinsi Sulawesi selatan memiliki angka 2,86% total yang mengunjungi perpustakaan. Ini dapat dilihat pada gambar berikut:



Sumber: Perpustakaan Nasional Republik Indonesia.

Terlihat bahwa perbandingan antar provinsi-provinsi lainnya, Sulawesi Selatan menjadikan provinsi dengan tingkat gemar membaca dikategorikan sedang, dan ini patut untuk disyukuri.

Akan hal di atas terdapat strategi komunikasi atau pemerintah setempat mempertimbangkan konteks sosial dan budaya yang ada di provinsi Sulawesi Selatan khususnya kabupaten Gowa yang merupakan lokasi kota perpustakaan berdiri. Faktor-faktor seperti tingkat pendidikan, kebiasaan membaca masyarakat, dan aksesibilitas terhadap fasilitas perpustakaan menjadi elemen-elemen penting dalam merancang komunikasi yang tepat. Dalam hal ini, komunikasi yang efektif tidak hanya melibatkan penyampaian informasi, tetapi juga pemahaman

terhadap nilai-nilai lokal dan kebutuhan mahasiswa. Misalnya, mengidentifikasi minat dan kebutuhan mahasiswa di gowa dapat membantu perpustakaan dalam menyusun koleksi buku yang lebih relevan. Dengan mengetahui karakteristik dan preferensi audiens, perpustakaan dapat merancang program yang lebih relevan dengan minat pengguna, sehingga dapat meningkatkan partisipasi dan kunjungan ke perpustakaan.(Sintasari et al.,2024)

Salah satu aspek penting dalam strategi komunikasi merupakan pendekatan berbasis partisipasi. Program-program yang melibatkan audiens saat ini dalam proses komunikasi, seperti kamis puitis, study tour perpustakaan atau workshop penulisan, dapat meningkatkan keterlibatan mereka dengan perpustakaan. Dengan melibatkan mahasiswa dalam kegiatan-kegiatan tersebut, perpustakaan tidak hanya berfungsi sebagai penyedia informasi,tetapi juga sebagai wadah untuk mengembangkan kreativitas dan keterampilan literasi mereka. Selain itu, pendekatan berbasis partisipasi ini juga dapat menciptakan rasa memiliki terhadap perpustakaan yang pada gilirannya dapat meningkatkan minat baca mereka.(Ramdani & Puspita,2024)

Penting bagi perpustakaan untuk megembangkan kapasitas sumber daya manusia yang mumpuni, baik dari sisi tenaga pustkawan maupun pihak pengelola. Tenaga pustakawan yang terampil dalam bidang komunikasi serta teknologi informasi akan sangat mendukung upaya perpustakaan dalam menciptakan komunikasi yang efektif. Selain itu,

pelatihan dan pengembangan bagi staf perpustakaan dalam menghaapi tantang komunikasi digital dan menciptakan hubungan yang baik dengan pemuda khususnya mahasiswa juga sangat diperlukan.

Penting bagi peneliti untuk mengkspolarasi berbagai bentuk dan model strategi komunikasi yang telah diterapkan oleh perpustakaan umum kabupaten gowa, serta dampaknya terhadap minat baca mahasiswa. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan dari setiap pendekatan yang ada, serta memberikan rekomendasi mengenai strategi komunikasi yang lebih efektif untuk meningkatkan minat baca di kalangan generasi muda khususnya mahasiswa.

Konteks pemerintah kabupaten gowa, hal ini juga dapat berkontribusi pada peningkatan kualitas sumber daya manusia secara keseluruhan, sebab mahasiswa yang terlibat aktif dalam budaya membaca akan lebih siap menghadapi persaingan global, serta mampu memanfaatkan ilmu pengetahuan untuk membangun masa depan yang lebih baik. Di harapkan melalui upaya ini, minat baca dapat menjadi bagian dari budaya yang kuat di kalangan masyarakat khususnya mahasiswa yang memakai layanan perpustakaan umum di kabupaten gowa. Yang pada gilirannya akan memperkaya kehidupan intelektual dan sosial mereka.

Peningkatan minat baca ini tidak hanya berdampak pada pengembangan individu, tetapi juga peningkatan kapasitas kolektif generasi muda khususnya mahasiswa, yang lebih mampu mengakses

informasi dan pengetahuan yang dapat mendorong kemajuan di berbagai sektor. Zaman budaya membaca yang kuat di masyarakat akan menciptakan generasi yang tidak hanya cerdas secara akademis, tetapi juga memiliki kemampuan kritis dan kreatif dalam menghadapi tantangan zaman (Irhandyaningsih, 2019)

Salah satu cara untuk mencapai hal ini adalah dengan mengoptimalkan peran perpustakaan sebagai pusat literasi yang tidak hanya menyediakan bahan bacaan, tetapi juga ruang interaktif yang mendorong proses gemar membaca yang masih tergolong sedang, hal ini terlihat pada data yang dikeluarkan oleh laman resmi perpustakaan nasional republik indonesia diatas sebelumnya.

Dengan strategi komunikasi yang efektif, perpustakaan dapat mengubah persepsi masyarakat khususnya mahasiswa tentang keberadaannya, dari sekedar tempat penyimpanan buku menjadi pusat informasi dan inovasi yang relevan dengan perkembangan zaman. Dalam hal ini, perpustakaan harus mampu meyeleraskan layanan mereka dengan kebutuhan audiens muda yang semakin kritis, kreatif dan terhubung dengan dunia digital.

Sebagai lembaga pemerintahan yang bergerak di bidang edukasi dan informasi, yang beroperasi mulai 16 november 2022, tentunya masih tergolong menjadi ruang literatur yang muda. Perpustakaan gowa harus terus mengembangkan layanan berbasis teknologi untuk mempermudah akses informasi, seperti penyediaan koleksi digital yang dapat diakses

melalui perangkat mobile dan komputer.

Memungkinkan mahasiswa untuk mengakses berbagai sumber bacaan dengan lebih fleksibel dan efisien, tanpa terhalang kendala jarak dan waktu lebih jauh lagi, perpustakaan yang beralamat di jalan mesjid raya, no.36. sungguminasa, provinsi sulawesi selatan ini dapat menciptakan berbagai program yang melibatkan audiens seperti mahasiswa secara langsung, seperti seminar literasi, kompetisi menulis, atau bahkan webinar tentang topik-topik yang sangatlah relevan dengan kehidupan mereka. Melalui program-program ini, perpustakaan dapat memberikan pengalaman yang lebih menyeluruh dan mendalam tentang manfaat membaca, serta menciptakan komunitas literasi yang aktif dan berkembang secara terus menerus. Selain itu, keterlibatan mahasiswa dalam merancang dan menjalankan program-program literasi yang telah ada sangatlah penting. Dengan melibatkan mahasiswa dalam berbagai kegiatan perpustakaan seperti menjadi peserta aktif dalam kamis puitis, webinar penulisan atau organisir klub buku, perpustakaan dapat memperkuat rasa kepemilikan dan tanggung jawab mereka terhadap keberlangsungan budaya membaca. Hal ini tidak hanya akan meningkatkan keterlibatan mereka dalam dunia literasi, tetapi juga mendorong mereka untuk lebih sering mengunjungi perpustakaan dan memanfaatkan kegiatan maupun layanan yang telah berlangsung dan telah ada.

Secara keseluruhan, strategi komunikasi yang tepat akan

membantu perpustakaan umum kabupaten gowa untuk lebih dekat dengan mahasiswa. Dengan menyesuaikan pendekatan komunikasi dengan karakteristik mahasiswa serta memanfaatkan teknologi yang tepat, perpustakaan dapat menjadi fasilitator penting dalam mendorong minat baca. Keberhasilan strategi ini akan berdampak positif dalam menciptakan budaya literasi yang kuat pada kalangan mahasiswa yang menjadikan membaca sebagai bagian dari kehidupan sehari-hari mereka. Dengan demikian, mereka tidak hanya akan siap menghadapi tantangan global, tetapi juga berperan aktif dalam pembangunan daerah dan bangsa.

Melalui pengembangan strategi komunikasi yang melibatkan teknologi, partisipasi mahasiswa, serta perencanaan program yang sesuai dengan minat mahasiswa, perpustakaan dapat menjadi kekuatan utama dalam menciptakan generasi emas yang melek literasi dan siap berkontribusi pada kemajuan budaya, ekonomi, dan khususnya sosial masyarakat setempat. Melalui penelitian ini, diharapkan dapat menemukan model komunikasi yang tepat guna diadopsi oleh pihak pengelola perpustakaan. Untuk mencapai tujuan-tujuan yang tersebut yang pada gilirannya dapat mendorong budaya literasi yang lebih kuat untuk para generasi selanjutnya, hasil penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam merancang kebijakan dan program-program pengelola perpustakaan yang lebih efektif, yang tidak hanya fokus pada pemanfaatan teknologi, tetapi ketelibatan aktif mahasiswa dalam menciptakan ekosistem literasi yang telah ada dan akan terus terlanjutkan

dimasa akan datang .

Penelitian mengenai strategi komunikasi dalam lingkup perpustakaan telah banyak dilakukan, salah satunya oleh Praditya (2021) yang dalam jurnalnya berjudul *Strategi Komunikasi Pemasaran Perpustakaan dalam Mempromosikan Layanan Digital*, menjelaskan bahwa penggunaan media sosial dan pendekatan personal menjadi kunci utama dalam menjangkau audiens milenial. Senada dengan hal tersebut, Rahmawati & Setiadi (2022) dalam artikel *Implementasi Strategi Komunikasi Publik Dinas Kearsipan dan Perpustakaan*, menekankan bahwa keberhasilan peningkatan minat baca sangat bergantung pada diversifikasi konten publikasi dan kenyamanan fasilitas fisik yang ditawarkan kepada pemustaka. Selain itu, Hidayat (2023) melalui studinya tentang *Analisis Efektivitas Program Perpustakaan Keliling*, menemukan bahwa strategi jemput bola merupakan metode paling efektif untuk mengatasi hambatan geografis bagi pembaca di tingkat daerah.

Perbedaan mendasar antara penelitian-penelitian tersebut dengan penelitian ini terletak pada fokus audiens dan lokus penelitian. Jika penelitian sebelumnya cenderung membahas masyarakat umum secara luas atau pelajar sekolah menengah, penelitian ini secara spesifik menyorot kalangan mahasiswa di Kabupaten Gowa, yang memiliki karakteristik kebutuhan literasi akademik yang lebih kompleks. Selain itu, penelitian ini menekankan pada adaptasi strategi komunikasi Perpustakaan Umum Kabupaten Gowa dalam menghadapi tantangan digitalisasi di

wilayah penyangga kota besar, di mana persaingan antara literasi digital dan fisik sangat ketat. Kebaruan ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi strategi yang lebih taktis dan relevan dengan gaya hidup serta pola konsumsi informasi mahasiswa saat ini

Dari adanya penelitian-penelitian yang relevan yang telah diuraikan di atas, maka saya sebagai peneliti mengambil penelitian berjudul **“STRATEGI KOMUNIKASI LAYANAN UMUM PERPUSTAKAAN KABUPATEN GOWA DALAM MENINGKATKAN MINAT BACA PADA KALANGAN MAHASISWA.”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah peneliti ini yaitu:

1. Bagaimana strategi komunikasi yang diterapkan oleh perpustakaan umum Kabupaten Gowa dalam meningkatkan minat baca di kalangan mahasiswa?
2. Apa kendala yang dihadapi oleh perpustakaan umum Kabupaten Gowa dalam menerapkan strategi komunikasi untuk meningkatkan minat baca pada kalangan mahasiswa?

C. Tujuan Dan Kegunaan Penelitian

Adapun tujuan penelitian dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui strategi komunikasi layanan perpustakaan umum

Kabupaten Gowa dalam meningkatkan minat baca pada kalangan mahasiswa.

2. Untuk mengetahui kendala yang dihadapi oleh perpustakaan umum Kabupaten Gowa dalam menerapkan strategi komunikasi untuk meningkatkan minat baca pada kalangan mahasiswa.

Adapun kegunaan penelitian dari penelitian ini sebagai berikut:

a. Kegunaan teoritis

Kegunaan penelitian ini dari segi teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kemampuan penulis dengan mengetahui kajian-kajian teori yang menyangkut dengan strategi komunikasi layanan perpustakaan umum Kabupaten Gowa dalam meningkatkan minat baca di kalangan remaja dan mahasiswa. Serta menjadi referensi untuk penelitian serupa kedepannya.

b. Kegunaan Praktis

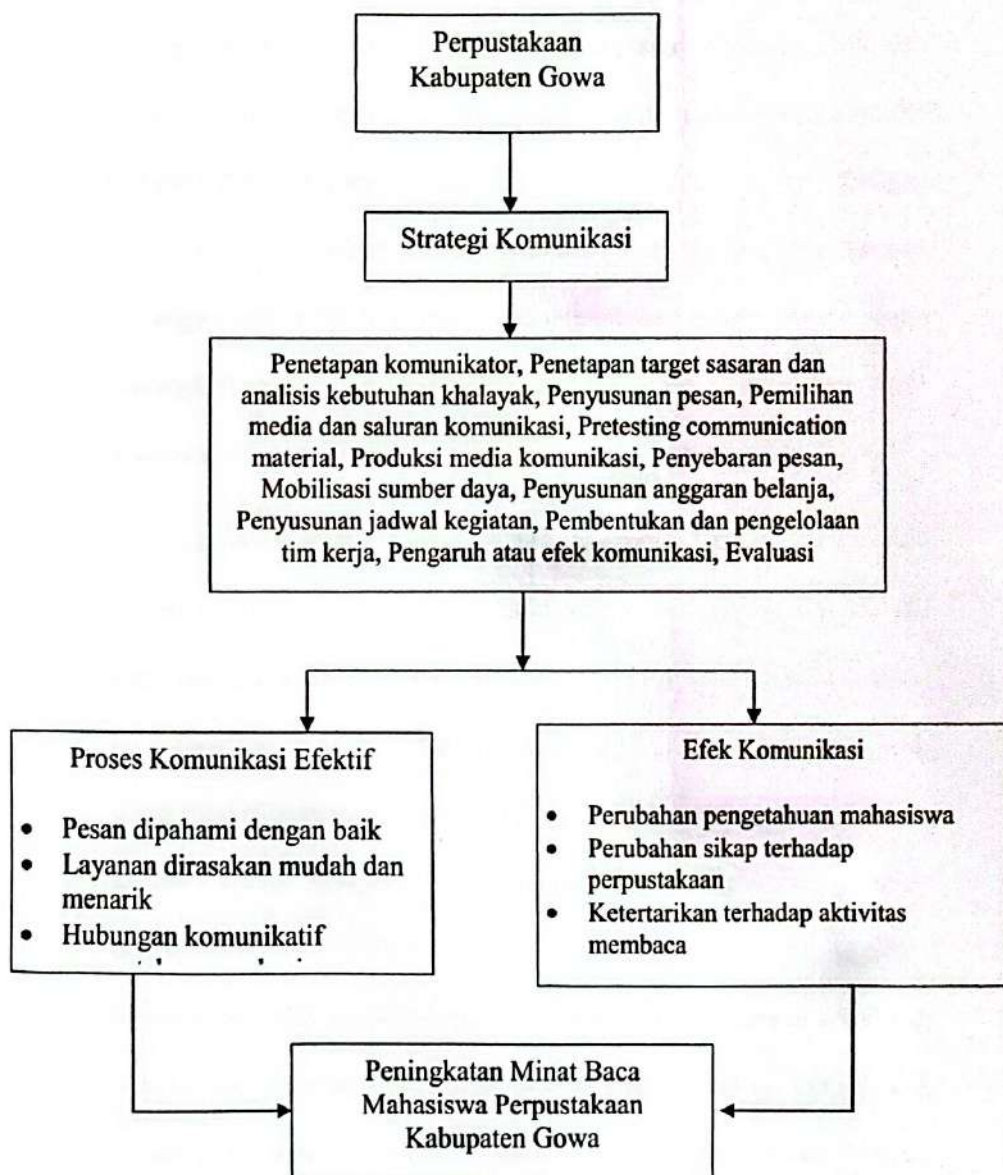
Kegunaan penelitian dari segi praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu sekaligus memberikan informasi terbaru tentang strategi komunikasi layanan perpustakaan umum Kabupaten Gowa dalam meningkatkan minat baca di kalangan remaja dan mahasiswa. Serta diharapkan mampu memiliki potensi untuk pemahaman yang lebih baik serta sebagai sumbangan pemikiran bagi pihak yang membutuhkan kajian penelitian serupa.

D. Kerangka Konseptual

Kerangka konsep merupakan hasil pemikiran yang bersifat kritis

dalam memperkirakan kemungkinan hasil penelitian yang akan dicapai.

Konsep yang akan dibahas pada penelitian ini sebagai berikut



Gambar 1.2 Kerangka Konsep

E. Definisi Konseptual

1. Strategi komunikasi yang dimaksud adalah perencanaan yang baik dan efektif untuk menyampaikan pesan kepada komunikan, sehingga mudah dipahami dan dapat mempengaruhi sikap atau perilaku mereka. Dengan tujuan strategi komunikasi yang dimaksud tersebut membangun hubungan jauh lebih baik antara pemerintah dan masyarakatnya, serta meningkatkan kualitas pelayanan publik melalui komunikasi yang transparan, responsive, dan diharapkan saling menguntungkan.
2. Layanan umum adalah segala bentuk pelayanan yang diberikan oleh instansi pemerintah untuk memenuhi kebutuhan masyarakatnya. Ini mencakup penyediaan barang dan jasa, seperti pelayanan administrasi, kesehatan, pendidikan, dan infrastruktur. Tujuan utamanya adalah untuk meningkatkan kesejahteraan dan memenuhi hak dasar warga negara sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang telah ditetapkan
3. Minat baca adalah kecenderungan yang kuat dan ketertarikan seseorang atau kelompok terhadap kegiatan membaca dalam hal ini tertuju pada mahasiswa, disertai dengan usaha yang berkelanjutan untuk melakukannya atau bisa dikatakan telah menjadi budaya yang baik pada

mereka.

4. Kendala merujuk pada berbagai hambatan yang mengganggu efektifitas proses penyampaian pesan antara komunikator dan komunikan. Dalam konteks ini, kendala dapat muncul dari beberapa aspek, termasuk proses penyampaian yang dilakukan oleh pihak layanan dan mahasiswa atau sebaliknya yakni mahasiswa dan pihak layanan.

F. Metode Penelitian

1. Waktu dan Lokasi

Keterlibatan mahasiswa dalam membaca penelitian ini dilakukan di Gedung layanan perpustakaan umum kabupaten gowa. Proses penelitian akan berlangsung kurang lebih 2 bulan, mulai dari Februari 2025 hingga bulan Maret 2025.

2. Tipe Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif sifatnya deskriptif. Masalah yang dihadapi dalam penarikan sampel, ditentukan oleh pertimbangan-pertimbangan peneliti, berkaitan dengan kebutuhan memperoleh informasi yang lengkap dan mencakupi sesuai dengan tujuan dan masalah penelitian.

3. Teknik Pengumpulan Data

Dalam hal ini, peneliti melakukan pengamatan dan wawancara secara langsung terhadap penerapan strategi komunikasi yang digunakan layanan perpustakaan umum kabupaten gowa dalam meningkatkan minat baca pada kalangan mahasiswa. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan

sebagai berikut:

a. Data Primer

Data primer diperoleh melalui penelitian lapangan yang melibatkan interaksi langsung dengan informan. Data primer diperoleh melalui hasil wawancara, dan dokumentasi langsung kepada subjek penelitian. Teknik pengumpulan data primer dalam penelitian ini diperoleh seperti hasil pengamatan, hasil wawancara, hasil pemotretan, analisis dokumen, catatan lapangan yang disusun di lokasi penelitian, dan tidak dituangkan dalam bentuk dan angka-angka. Hasil analisis data berupa pemaparan mengenai situasi yang diteliti tersebut disajikan dalam bentuk naratif.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data misalnya lewat orang lain atau dokumen. Teknik pengumpulan data sekunder merupakan pengumpulan data yang dilakukan sebagai data penunjang penelitian yang diperoleh dari berbagai sumber, referensi dan kajian pustaka terkait, buku, maupun penelusuran internet yang sesuai dengan masalah yang dibahas dengan cara mempelajari dan menelaah hal-hal yang berhubungan.

4. Analisis Data

Data yang diperoleh dan dikumpulkan dan penelitian baik itu data primer dan data sekunder dengan menggunakan bahasa yang mudah di mengerti dan di pahami akan analisis secara deskriptif melalui pendekatan kualitatif. Miles dan Huberman pada buku metodologi penelitian kualitatif

karya Feny rita Fiantika Dkk.

Mengungkapkan bahwa mengolah data kualitatif menggunakan metode penarikan kesimpulan dapat menggunakan 3 tahap yaitu:

a. Kondensasi Data atau Reduksi Data

Merujuk pada proses memilih, menyederhanakan, mengabstrakkan dan mentransformasikan data yang mendekati keseluruhan bagian dari catatan-catatan lapangan secara tertentu. Transkrip wawancara, dokumen-dokumen pendukung, serta materi-materi pendukung lainnya.

b. Tampilan Data (*Data Display*) atau Penyajian Data

Merupakan sekumpulan informasi. Yang tersusun secara sistematis dan mudah dipahami untuk memungkinkan melakukan penarikan kesimpulan dan pengambilan keputusan dan tindakan.

c. Penarikan Kesimpulan

Merupakan hasil analisis yang digunakan untuk mengambil tindakan setelah melalui proses verifikasi. Dalam hal ini kesimpulan dalam penelitian kualitatif akan dapat menjawab rumusan masalah yang telah tercantum.

Dalam sudut pandang sosiologis seperti yang tercermin dalam studi komunitas (seperti Middletown), komunikasi dipahami sebagai proses konstitutif sosial maupun politik.

terutama dalam membentuk opini publik dan menggerakkan massa dalam konteks seni mengelola seluruh elemen komunikasi guna mencapai tujuan tertentu, dan manajemen sumber daya yang efektif. Baginya, strategi komunikasi adalah menempatkan komunikasi sebagai perpaduan antara perencanaan yang matang untuk memengaruhi dan mengubah perilaku masyarakat. Secara strategis, Arfin bersifat multidimensional, di mana penciptaan makna digunakan sebagai alat Anwar Arfin memandang komunikasi sebagai sebuah proses sosial yang secara teratur.

nyata, baik dalam bentuk perubahan pengetahuan, sikap, maupun perilaku sasaran pada keterkaitan antara komunikator, pesan, dan media untuk menghasilkan efek upaya menciptakan kesamaan makna (*commonness*). Pijakan strategisnya terletak menekankan bahwa komunikasi bukan sekadar aktivitas satu arah, melainkan mencapai pengertian yang mendalam. Dalam konteks strategi, definisi ini transaksional di mana dua orang atau lebih saling bertukar informasi untuk Menurut Hafied Cangara, komunikasi didefinisikan sebagai suatu proses

1. Pengertian Strategi Komunikasi

A. Tinjauan Tentang Strategi Komunikasi

TINJAUAN PUSTAKA

BAB II

di mana realitas sosial dibentuk, dipertahankan, dan diubah melalui interaksi antarmanusia. Definisi ini memberikan pijakan strategi yang lebih luas, yaitu komunikasi bukan hanya sebagai alat pengiriman pesan, melainkan sebagai instrumen untuk membangun budaya dan norma. Strategi yang lahir dari pemikiran ini berfokus pada bagaimana sebuah narasi dapat menyatu dengan keseharian masyarakat sehingga pesan tersebut diterima sebagai sebuah kebenaran kolektif.:

2. Pentingnya Strategi Komunikasi

Strategi memegang peranan penting dalam pemberdayaan masyarakat, khususnya dalam hal meningkatkan pengetahuan dan keterlibatan masyarakat dalam inisiatif pemberdayaan. Kualitas hidup dapat ditingkatkan dengan meningkatkan pengetahuan masyarakat tentang pentingnya berpartisipasi dalam program pemberdayaan melalui komunikasi yang efektif. Efektivitas komunikasi ditentukan oleh strategi komunikasi. Tanpa strategi komunikasi massa, media atau bahkan lembaga komunikasi itu sendiri akan memiliki dampak negatif. Dalam buku mereka *Techniques for Effective Communication*, R. Wayne Pace, Brent D. Peterson, dan M. Dallas Burnett menyatakan bahwa ada empat tujuan dalam strategi komunikasi, (Efendy, 2007) sebagai berikut :

- a. *To secure understanding* : Membangun saling pengertian dalam komunikasi dan memengaruhi komunikasi melalui pesan yang disampaikan untuk mencapai tujuan organisasi tertentu adalah tujuan strategi komunikasi.
- b. *To establish acceptance* : Strategi komunikasi disusun agar saling pengertian dan penerimaan tersebut terus dibina dengan baik.

- c. *To motive action* : Teknik komunikasi menginspirasi perilaku atau tindakan dan menawarkan dukungan. Pemahaman yang diperoleh melalui komunikasi selalu diharapkan dapat memengaruhi atau mengubah perilaku komunikan agar sesuai dengan keinginan komunikator.
- d. *To reach the goals which the communicator sought to achieve* : Gambaran umum tentang cara mencapai tujuan komunikator dari proses komunikasi diberikan oleh strategi komunikasi.

3. Faktor Pendukung Strategi Komunikasi

Faktor Pendukung Strategi Komunikasi Menyusun strategi komunikasi harus memperhitungkan faktor-faktor pendukung dan penghambat. Berikut ini sebagian komponen komunikasi dan faktor pendukung serta penghambat pada setiap komponen tersebut (Effendy,2003:35).

Mengenali sasaran komunikasi Faktor situasi dan kondisi Pemilihan media komunikasi Pengkajian tujuan pesan komunikasi Peranan komunikator dalam komunikasi Daya tarik sumbe Kredibilitas sumber. Empat faktor penting yang harus diperhatikan menyusun strategi komunikasi:

- a. Mengenal khalayak. Khalayak itu aktif sehingga antara komunikator dengan komunikan bukan saja terjadi saling hubungan, tetapi juga saling mempengaruhi.
- b. Menyusun pesan, yaitu menentukan tema dan materi. Syarat utama dalam mempengaruhi kalayak dari pesan tersebut ialah mampu membangkitkan perhatian. Awal efektivitas dalam komunikasi ialah bangkitnya perhatian dari khalayak terhadap pesan-pesan yang disampaikan.

c. Menetapkan metode, dalam hal ini metode penyampaian, yang dapat dilihat dari dua aspek: menurut cara pelaksanaannya dan menurut bentuk isinya. Menurut cara pelaksanaannya, dapat diwujudkan dalam dua bentuk yaitu, metode redundancy (repetition) dan canalizing. Sedangkan yang kedua menurut bentuk isinya dikenal metode-metode : informatif, persuasif, edukatif, kursif. Metode redundancy adalah cara mempengaruhi khalayak dengan jalan mengulang-ulang pesan pada khalayak. Metode canalizing yaitu mempengaruhi khalayak untuk menerima pesan yang disampaikan, kemudian secara perlahan-lahan merubah sikap dan pola pemikirannya ke arah yang kita kehendaki. Metode informatif, lebih ditujukan pada penggunaan akal pikiran khalayak, dan dilakukan dalam bentuk pernyataan berupa: keterangan, penerangan, berita, dan sebagainya. Metode persuasif yaitu mempengaruhi khalayak dengan jalan membujuk. Dalam hal ini khalayak digugah baik pikiran maupun perasaannya. Metode edukatif, memberikan sesuatu idea kepada khalayak berdasarkan fakta-fakta, pendapat dan pengalaman yang dapat dipertanggungjawabkan dari segi kebenarannya dengan disengaja, teratur dan berencana, dengan tujuan mengubah tingkah laku manusia ke arah yang di inginkan. Metode kursif, mempengaruhi khalayak dengan jalan memaksa tanpa memberi kesempatan berpikir untuk menerima gagasan-gagasan yang dilontarkan, dimanifestasikan dalam bentuk peraturan-peraturan, intimidasi dan biasanya di belakangnya berdiri kekuatan tangguh.

- d. Pemilihan media komunikasi. Kita dapat memilih salah satu atau gabungan dari beberapa media, bergantung pada tujuan yang akan dicapai, pesan yang disampaikan dan teknik yang dipergunakan, karena masing-masing medium mempunyai kelemahan-kelemahannya tersendiri sebagai alat.

Secara umum strategi komunikasi dilakukan melalui 10 tahapan:

- a. Analisis Program/Masalah
- b. Analisis Situasi
- c. Analisis Khalayak
- d. Tujuan Komunikasi
- e. Strategi Komunikasi
- f. Perencanaan Kegiatan Pengembangan Media
- g. Produksi Dan Ujicoba Media
- h. Penggunaan Media
- i. Media Monitoring dan Sistem Pengelolaan Informasi
- j. Evaluasi dan Analisis Masalah.

Pemahaman tentang Pengertian Strategi Komunikasi dan Ruang Lingkupnya akan membantu keberhasilan program kehumasan, marketing, atau aktivitas komunikasi dalam sebuah instansi, perusahaan, atau organisasi, juga individu.

4. Tahapan Strategi Komunikasi

Menurut (Efendy, 2007), "Strategi komunikasi menggabungkan manajemen komunikasi dan perencanaan komunikasi untuk mencapai tujuan yang ditetapkan." Dengan demikian, fase-fase yang digunakan dalam penelitian ini

merupakan perpaduan antara model tahap perencanaan dan manajemen. Hafied Cangara menyatakan dalam bukunya "Communication Planning and Strategy" bahwa terdapat lima langkah yang terlibat dalam perencanaan komunikasi: penelitian, perencanaan, implementasi, evaluasi, dan pelaporan. "Proses manajemen strategi pada dasarnya mengandung tiga bagian utama, yaitu: penciptaan strategi, implementasi strategi, dan evaluasi strategi," menurut buku Bambang Hariadi "Strategy Management" (Hariadi, 2005). Dengan demikian, terdapat lima tahap dalam strategi komunikasi, yaitu sebagai berikut :

a. Penelitian (Research)

Fokus penelitian adalah untuk mengetahui masalah yang dihadapi. Tahap penelitian juga dikenal sebagai tahap menemukan fakta. Tujuan dari tahap ini adalah untuk menemukan masalah atau fakta yang terjadi untuk digunakan sebagai dasar untuk strategi komunikasi yang akan digunakan oleh lembaga atau organisasi untuk mencapai tujuannya.

b. Perencanaan (Plan)

Perumusan atau perencanaan merupakan proses mencari tahu langkah selanjutnya untuk menciptakan tujuan strategis dan menciptakan strategi untuk mencapai tujuan tersebut, sama dengan perencanaan. Sumber (komunikator), pesan, media, target (komponen), dan efek yang diinginkan karenanya harus dipilih atau ditentukan selama langkah perumusan menggunakan strategi. Dalam hal ini, sumber atau komunikator adalah individu atau kelompok yang menyediakan informasi atau terapi. Lebih jauh, sumber menggunakan media sebagai perantara untuk menyampaikan

pesannya kepada audiens yang diinginkan, yaitu komunikasi.

c. Pelaksanaa (Execute)

Implementasi merupakan tindakan yang melaksanakan strategi rencana. Tahap implementasi suatu lembaga melibatkan pembentukan semua divisi bisnis untuk melaksanakan formulasi yang telah ditetapkan. Menyediakan informasi untuk semua tujuan yang diuraikan dalam formulasi merupakan satu-satunya fokus utama dari tahap implementasi.

d. Evaluasi (Measure)

Evaluasi dilakukan untuk menentukan apakah kinerja aktual sesuai dengan kinerja yang diproyeksikan. Misalnya, media apa yang digunakan untuk menjalankan strategi secara efektif, apakah tujuan strategi tercapai, apakah penerima dapat memahami pesan, dan bagaimana tanggapan audiens setelah mempelajari dan memahami informasi tersebut. Tahap evaluasi sangat penting karena, jika teknik berhasil, teknik tersebut dapat diterapkan pada masalah berikutnya dan kesalahan dapat diperbaiki untuk pengalaman belajar berikutnya.

e. Pelaporan (Report)

Laporan merupakan tindakan akhir dari strategi komunikasi yang telah diselesaikan. Agar dapat berfungsi sebagai konten kegiatan, laporan harus diserahkan secara tertulis kepada pimpinan kegiatan. Jika menghasilkan hasil yang baik dan bermanfaat, laporan dapat menjadi dasar bagi program berikutnya.

5. Unsur - unsur Komunikasi

Dalam proses strategi, yang terhubung dengan model komunikasi dasar Harold Laswell siapa mengatakan apa, melalui saluran apa, kepada siapa, dan dengan efek apa komponen komunikasi juga penting.

Berdasarkan buku Hafied Cangara yang Anda lampirkan, strategi komunikasi menurut model perencanaan Assifi dan French dirangkum ke dalam tahapan-tahapan yang sistematis. Berikut adalah penyajian data hasil penelitian Anda yang disesuaikan dengan poin-poin strategi tersebut. Secara umum strategi komunikasi dilakukan melalui 12 tahapan:

a. Penetapan komunikator

Komunikator merupakan unsur kunci dalam proses komunikasi karena kredibilitas dan kemampuan interpersonalnya sangat memengaruhi keberhasilan penyampaian pesan. Dalam konteks perpustakaan, pustakawan berperan sebagai komunikator literasi yang tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga membimbing, memotivasi, dan membangun kepercayaan pemustaka. Kredibilitas komunikator ditentukan oleh kompetensi, sikap ramah, serta kemampuan memahami kebutuhan khalayak.

Komunikator yang mampu membangun komunikasi dialogis dan empatik akan lebih mudah mengurangi hambatan psikologis pemustaka. Hal ini penting dalam meningkatkan penerimaan pesan literasi, khususnya pada kalangan mahasiswa yang cenderung kritis dan selektif terhadap informasi

b. Penetapan targe sasaran dan analisis kebutuhan khalayak

Khalayak merupakan sasaran utama dalam strategi komunikasi, sehingga pemahaman terhadap karakteristik dan kebutuhan mereka menjadi hal yang fundamental. Analisis kebutuhan informasi bertujuan untuk mengidentifikasi jenis informasi yang relevan, kontekstual, dan dibutuhkan oleh pengguna. Dalam lingkungan akademik, mahasiswa memiliki kebutuhan informasi yang berkaitan erat dengan aktivitas perkuliahan dan pengembangan wawasan

c. Menyusun pesan pesan

Pesan merupakan inti dari proses komunikasi yang harus dirancang secara jelas, menarik, dan mudah dipahami. Dalam komunikasi literasi, pesan tidak hanya menyampaikan ajakan membaca, tetapi juga menekankan manfaat praktis dan relevansi membaca bagi kehidupan akademik mahasiswa. Pesan yang bersifat partisipatif dan interaktif cenderung lebih efektif dalam mendorong keterlibatan khalayak

d. Pemelihan media dan saluran komunikasi

Media merupakan sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan kepada khalayak. Perkembangan teknologi informasi mendorong perpustakaan untuk memanfaatkan kombinasi media konvensional dan media digital. Komunikasi tatap muka memiliki keunggulan dalam membangun kedekatan emosional, sementara media digital unggul dalam jangkauan dan kecepatan penyebaran informasi

e. Pretesting communication material

Tim kerja merupakan elemen penting dalam pelaksanaan strategi komunikasi karena menentukan kelancaran koordinasi dan pembagian tugas. Pembentukan tim kerja yang jelas memungkinkan setiap anggota memahami peran dan tanggung jawabnya dalam menjalankan program literasi

f. Produksi media

Tim kerja merupakan elemen penting dalam pelaksanaan strategi komunikasi karena menentukan kelancaran koordinasi dan pembagian tugas. Pembentukan tim kerja yang jelas memungkinkan setiap anggota memahami peran dan tanggung jawabnya dalam menjalankan program literasi

g. Penyebaran pesan

Penyebaran pesan merupakan tahap diseminasi informasi melalui berbagai saluran komunikasi yang telah dipilih. Proses ini bertujuan agar pesan dapat menjangkau khalayak secara luas dan tepat sasaran. Pemilihan saluran yang sesuai akan memengaruhi tingkat keterpaparan dan penerimaan pesan oleh khalayak.

h. Pengaruh atau efek yang diharapkan

Efek komunikasi merujuk pada perubahan yang terjadi pada khalayak setelah menerima pesan, baik pada aspek pengetahuan, sikap, maupun perilaku. Dalam konteks minat baca, efek komunikasi diharapkan tidak hanya meningkatkan pemahaman mahasiswa tentang pentingnya membaca, tetapi juga mendorong perubahan perilaku membaca secara nyata. Keberhasilan komunikasi literasi dapat dilihat dari meningkatnya motivasi membaca, partisipasi dalam kegiatan literasi, serta frekuensi pemanfaatan

layanan perpustakaan. Efek ini menunjukkan bahwa komunikasi yang efektif mampu menciptakan pengalaman positif bagi pengguna

i. Mobilisasi sumber daya

Mobilisasi sumber daya merupakan upaya mengoptimalkan potensi internal dan eksternal organisasi guna mendukung keberhasilan program komunikasi. Dalam konteks perpustakaan, sumber daya tidak hanya terbatas pada tenaga pustakawan, tetapi juga mencakup jejaring kelembagaan, dukungan mitra, serta akses terhadap saluran komunikasi tambahan. Mobilisasi sumber daya yang efektif memungkinkan perluasan jangkauan pesan dan peningkatan legitimasi program literasi.

j. Menyusun anggaran belanja

Penyusunan anggaran belanja merupakan aspek penting dalam perencanaan program komunikasi karena berkaitan langsung dengan ketersediaan fasilitas dan keberlanjutan kegiatan. Anggaran yang direncanakan secara sistematis memungkinkan perpustakaan menentukan prioritas kegiatan dan mengalokasikan sumber daya secara efisien sesuai dengan tujuan program.

k. Menyusun jadwal kegiatan

Penyusunan jadwal kegiatan berfungsi sebagai pedoman pelaksanaan program komunikasi agar berjalan teratur dan terkoordinasi. Jadwal yang jelas membantu memastikan bahwa setiap kegiatan literasi dilaksanakan sesuai waktu yang telah direncanakan serta selaras dengan aktivitas akademik mahasiswa

l. Tim kerja

Tim kerja merupakan elemen penting dalam pelaksanaan strategi komunikasi karena menentukan kelancaran koordinasi dan pembagian tugas. Pembentukan tim kerja yang jelas memungkinkan setiap anggota memahami peran dan tanggung jawabnya dalam menjalankan program literasi

m. Evaluasi

Evaluasi merupakan tahap akhir dalam strategi komunikasi yang bertujuan untuk mengukur efektivitas pesan dan media yang digunakan. Evaluasi dilakukan dengan mengamati respons khalayak, tingkat keterlibatan, serta umpan balik yang diperoleh. Hasil evaluasi menjadi dasar bagi perbaikan dan penyesuaian strategi komunikasi di masa mendatang

6. Media Komunikasi

a. Eksternal

Media komunikasi yang dapat digunakan untuk membangun hubungan dan memberikan informasi dengan pihak luar (Meadows, 2012). Media komunikasi yang umum digunakan meliputi:

- 1) Media cetak media komunikasi tercetak dan tertulis agar dapat menjangkau publik eksternal, seperti pemilik saham, konsumen, pelanggan dan mitra kerja
- 2) Media elektronik
 - a) Radio

Media elektronik untuk pengumpulan informasi dan komunikasi. Pendengaran dapat dirangsang oleh radio. Informasi, hiburan, dan berbagai peristiwa penting dan terkini semuanya disiarkan di radio. Di

antara sekian banyak keuntungan radio adalah kemampuannya untuk menyampaikan informasi dan pesan, melampaui waktu dan ruang, serta memanfaatkan energi dan kekuatan sensorik. Keuntungan lain dari radio adalah dapat digunakan untuk menguraikan pesan atau mengumpulkan informasi langsung dari pesan tersebut.

b) Televisi

Alat untuk merekam siaran dan membuat visual atau gambar. Sifat, operasi, dan dinamika antara komunikator dan penerima telah berkembang sepanjang sejarah televisi. Proses komunikasi bersifat satu arah.

c) Internet

Setiap organisasi media yang signifikan mengunggah produknya secara daring, yang menunjukkan bagaimana internet telah berkembang menjadi media yang signifikan dalam banyak hal. Ribuan perusahaan baru tengah membangun jaringan yang terhubung dengan internet. Dengan teknologi yang instan dan murah, jutaan orang dapat membuat situs web mereka sendiri.

b. Internal

Media komunikasi internal merupakan cara non-komersial untuk menyebarkan informasi kepada khalayak internal. Sumber dan penerima informasi adalah anggota masyarakat internal (Dominick, 2008). Media internal yang digunakan adalah:

- 1) Telephone yaitu teknologi komunikasi berbasis suara yang memungkinkan komunikator dan penerima bertukar pesan secara langsung, dengan hasil langsung.
- 2) Surat adalah alat komunikasi internal tertulis yang digunakan oleh pengirim untuk memberi tahu penerima informasi. Namun, butuh waktu dan biaya, dan responsnya tidak jelas.
- 3) Papan Pengumuman adalah penyampaian informasi secara internal melalui papan pengumuman hanya untuk memberikan sebuah informasi dari receiver kepada publik internal
- 4) Media pertemuan Pertemuan media dan percakapan lainnya berfungsi sebagai saluran komunikasi internal, menyampaikan pesan yang memungkinkan berbagai kelompok berbagi pemahaman umum

B. Tinjauan Tentang Minat Baca

1. Pengertian Minat Baca

Liliawati (dalam Herlinyanto, 2015: 23) mengatakan bahwa minat baca yaitu suatu perhatian diikuti rasa senang pada aktivitas membaca sehingga dapat menuntun individu untuk membaca sesuai keinginannya sendiri. Sejalan dengan ungkapan Dalman (dalam Mustika, 2015: 14) minat baca adalah kegiatan yang dilakukan secara tekun guna membentuk pola komunikasi dengan diri sendiri agar dapat menemukan makna tulisan dan informasi yang berguna untuk meningkatkan intelektualitas dalam kondisi sadar dan senang.

Sinambela (dalam Fitriyaningsih, 2017: 14) menyatakan minat baca merupakan suatu perilaku positif yang memunculkan rasa ketertarikan individu

pada kegiatan membaca. Begitu pula Rahim (dalam Nora, 2015: 93) yang mengungkapkan bahwa minat baca merupakan hasrat dari dalam diri yang diikuti oleh usaha individu dalam membaca. Sedangkan Herman Wahadaniah (dalam Kurniawati, 2015: 229) mengungkapkan bahwa minat baca yaitu perhatian dan kesenangan individu pada aktivitas membaca sehingga mampu menuntun individu untuk membaca dengan kemampuannya sendiri.

Berdasarkan uraian diatas, dapat disimpulkan bahwa minat baca ialah suatu dorongan kuat yang berasal dari diri individu disertai perasaan senang dan adanya rasa ketertarikan pada aktifitas membaca.

2. Aspek-aspek Minat Baca

Harris dan Rebecca (dalam Fitrianiingsih, 2015: 14) mengemukakan aspek minat baca yaitu:

- a. Aspek kesadaran akan manfaat membaca
- b. Aspek ketertarikan pada aktifitas membaca buku
- c. Aspek perasaan gembira
- d. Aspek frekuensi membaca buku

Tarias (dalam Jayadi, 2017: 88) mengemukakan bahwa aspek minat baca yaitu:

- a. Kesadaran akan membaca

Individu yang memiliki minat baca tinggi akan lebih mengetahui manfaat yang didapatkan dari isi bacaan daripada individu yang memiliki minat baca rendah.

- b. Frekuensi membaca

Individu yang sudah sering membaca akan memiliki pengalaman menyenangkan terhadap kegiatan membaca sehingga berdampak pada meningkatnya minat bacanya.

c. Kesenangan membaca

Minat membaca anak dapat dilihat dari perhatian dan kesenangan individu pada kegiatan membaca.

Septhin (2018: 91) mengemukakan bahwa aspek-aspek minat baca yaitu: motivasi, kebutuhan, keinginan mencari bahan bacaan, perhatian, dan kesenangan.

Berdasarkan teori-teori terkait minat baca diatas dapat disimpulkan bahwa aspek-aspek minat baca meliputi: kesadaran membaca, kesenangan membaca, frekuensi membaca dan motivasi.

3. Faktor-faktor yang memengaruhi minat baca

Menurut Sarlina (dalam Jayadi, 2017: 88) faktor-faktor yang memengaruhi minat baca adalah:

- a. Waktu luang untuk membaca buku
- b. Kondisi sosial ekonomi keluarga
- c. Pengaruh lingkungan dan dorongan dari dalam diri (motivasi).

Menurut Surya (dalam Amri, 2017: 68) terdapat faktor yang memengaruhi minat baca individu, yakni faktor dari dalam diri (*internal*) dan faktor dari luar (*eksternal*). Faktor internal meliputi:

- a. Faktor fisiologi individu seperti pendengaran, penglihatan, struktur tubuh, dan lain-lain.

- b. Faktor psikologi, meliputi yaitu kecerdasan, bakat, prestasi, sikap, kebiasaan, kebutuhan, motivasi, emosional, dan sebagainya

Sedangkan faktor ekstrinsik antara lain faktor sosial yang terdiri dari faktor lingkungan keluarga, budaya, ilmu pengetahuan dan lain-lain. Faktor lingkungan fisik, seperti fasilitas rumah, fasilitas belajar, cuaca, dan lain-lain. .

Crow and Crow (dalam Meliyawati, 2016: 33-34) mengungkapkan terdapat empat faktor yang memengaruhi minat baca individu (pelajar), diantaranya sebagai berikut:

- a. Kondisi fisik

Kondisi fisik dapat memengaruhi kegiatan yang dilakukan individu, ketika individu berada pada kondisi fisik yang baik, maka tidak akan menutupi kesenangan individu untuk membaca.

- b. Kondisi mental

Kondisi mental dapat memengaruhi perasaan senang dalam membaca. Jika individu berada dalam kondisi mental yang bagus, maka ia akan melakukan kegiatan membaca dengan senang hati tanpa perlu paksaan.

- c. Status emosi

kondisi emosi seseorang yang stabil, akan menjadikan individu senang dalam melakukan aktivitas yang ia sukai, misal membaca buku.

- d. Lingkungan sosial

Individu yang menetap di lingkungan dengan orang-orang yang gemar membaca dan memiliki minat baca tinggi, maka secara tidak

langsung ia akan mulai menyukai kegiatan membaca.

Tarigan (2015) menjelaskan faktor-faktor yang memengaruhi minat baca, yaitu:

- 1) Ketersediaan waktu untuk membaca
- 2) Penentuan *genre* bacaan yang baik.

Menurut Lamb dan Arnold (2015) faktor-faktor yang memengaruhi minat baca adalah:

a. Faktor fisiologis

Faktor fisiologis meliputi kesehatan fisik, pertimbangan neurologis, dan jenis kelamin.

b. Faktor intelektual

Inteligensi terbentuk dari dua faktor, yaitu: kepiawaian dalam mendapatkan pengetahuan serta pengetahuan yang sudah didapatkan.

c. Faktor lingkungan

Faktor lingkungan meliputi:

1) Faktor latar belakang dan pengalaman individu

Lingkungan dapat membentuk pribadi, sikap, nilai, dan kemampuan bahasa individu. Kondisi di rumah memengaruhi pribadi dan penyesuaian diri individu dalam masyarakat.

2) Faktor sosial ekonomi

Status sosioekonomi individu memengaruhi kemampuan membaca. Individu yang berada dalam lingkungan dengan ketersediaan bahan bacaan yang bermacam-macam dan memiliki banyak kesempatan

untuk membaca akan memiliki kemampuan membaca yang tinggi.

d. Faktor psikologis

Faktor psikologis meliputi beberapa faktor, antara lain sebagai berikut:

1) Motivasi

Motivasi adalah faktor kunci dalam membaca jika individu mendapat dukungan dari guru melalui cara belajar yang baik dengan menggunakan minat juga pengalaman individu itu sendiri sehingga dapat memahami bahwa belajar merupakan suatu kebutuhan.

2) Kematangan sosial, ekonomi, emosi, dan penyesuaian diri Individu dengan regulasi emosi dan kepercayaan diri yang baik akan dengan mudah memahami isi dari teks yang dibaca dan yakin dirinya mampu menyelesaikan tugas yang diberikan sehingga akan menjadi pribadi yang mandiri dan tidak mudah bergantung dengan orang lain