

**EKSPLORASI STRATEGI KOMUNIKASI PERSUASIF TAMAN BACA
MASYARAKAT (TBM) UNTUK MENINGKATKAN LITERASI BACA DI MASA
PANDEMIC COVID-19;
(Studi Kasus TBM Rumah Kreatif Sahabat Nusantara Pulau Ende)**

¹Umbu Arifin, ^{2*}M. Syukron Anshori

Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Teknologi Sumbawa

Email :¹ arifinumbu13@gmail.com, ^{2*} syukron.anshori@uts.ac.id

**Corresponding Author*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk melihat strategi Taman Baca Masyarakat di Pulau Ende Nusa Tenggara Timur dalam meningkatkan literasi masyarakat melalui pendekatan komunikasi persuasif Melvin L. Defleur dan Sandra J. Ball-Rokeach, dengan menggunakan metode penelitian kualitatif. Teknik analisis data dilakukan dengan model Miles dan Huberman yaitu, reduksi data, penyajian data, penarikan serta uji kesimpulan. Penelitian ini dilakukan menggunakan beberapa tahap seperti observasi, wawancara dan dokumentasi. Maka dapat disimpulkan beberapa hal: The psichodinamika strategy yang digunakan TBM Rumah Kreatif Sahabat Nusantara yang lebih mengarah pada aspek emosional atau Strategi Psikodinamika, yaitu mempengaruhi perilaku seseorang melalui pendekatan dengan cara, menjalin hubungan dan komunikasi baik, berinteraksi aktif dimasyarakat, serta menggunakan media literasi, seperti membaca buku, mendengar cerita dari para relawan literasi dan melakukan aktivitas literasi lainnya. Sehingga secara langsung pesan persuasif yang ingin disampaikan untuk mengubah perilaku dan mendapat penerimaan sesuai keinginan persuader. Hasil dari penelitian ini juga terdapat teori yang relevan dan mendukung rumusan masalah yang diteliti. Kesimpulan dari analisis strategi komunikasi persuasif Taman Baca Masyarakat dalam meningkatkan literasi membaca pada anak yaitu menemukan strategi khusus yang digunakan dalam pendekatannya kepada masyarakat terutama pada anak dan pemuda seperti sosialisasi edukatif dan, pendekatan kelompok umur dan program bersama.

Kata Kunci : *Komunikasi, Taman Baca Literasi, Persuasif*

ABSTRACT

This research aims to look at the strategy of the Community Reading Park on Ende Island, East Nusa Tenggara in increasing community literacy through Melvin L. Defleur and Sandra J. Ball-Rokeach's persuasive communication approach, using qualitative research methods. Data analysis techniques are carried out using the Miles and Huberman model, namely, data reduction, data presentation, drawing and testing conclusions. This research was carried out using several stages such as observation, interviews and documentation. So it can be concluded several things: The psychodynamic strategy used by TBM Rumah Creative Sahabat Nusantara which is more directed at the emotional aspect or Psychodynamic Strategy, namely influencing a person's behavior through a methodical approach, establishing good relationships and communication, actively interacting in the community, and using literacy media, such as reading books, hearing stories from literacy volunteers and carrying out other literacy activities. So that directly the persuasive message you want to convey will change behavior and gain acceptance according to the persuader's wishes. The results of this research also contain theories that are relevant and support the formulation of the problem studied. The conclusion from the analysis of the Community Reading Garden's persuasive communication strategy in increasing reading literacy in children is finding specific strategies used in its approach to the community, especially to children and youth, such as educational outreach and, age group approaches and joint programs.

Keywords : *Communication, Community Reading Gardens, Literacy, Persuasive.*

PENDAHULUAN

Kualitas dan kemajuan suatu bangsa memiliki hubungan erat dengan tingkat literasi masyarakat suatu bangsa. Sebab literasi sangat mempengaruhi sikap, perilaku, wawasan dan mental seseorang melalui buku yang dibaca. Sehingga minat membaca berbanding lurus dengan tingkat kemajuan pendidikan suatu bangsa. Kegiatan membaca merupakan hal yang sangat penting bagi kemajuan suatu bangsa. Parameter kualitas suatu bangsa bisa diamati dari kondisi pendidikannya. Pendidikan selalu berkaitan dengan kegiatan belajar menurut Harjasujana (1997). Oleh karena itu, literasi tidak hanya menjadi bagian dari ilmu pengetahuan saja (membaca & menulis), akan tetapi literasi juga menjadi bagian dari budaya dan program untuk meningkatkan sumber daya manusia dan kualitas Pendidikan.

Di Indonesia sendiri, berdasarkan laporan PISA (*Programme International for Student Assessment*) tahun 2019, skor membaca Indonesia terdapat pada peringkat 72 dari 77 negara, kemudian skor matematika terdapat pada peringkat 72 dari 78 negara, dan skor sains ada pada peringkat 70 dari 78 negara. Skor PIRLS (*Progress in International Reading Literacy Study*), Indonesia berada di level 41 dari 45 peserta PIRLS dengan skor 405. Berdasarkan laporan di atas, maka kita dapat menyimpulkan bahwa Indonesia masih dipringkat terbawah literasi membacanya dari negara-negara lain. Menanggapi hasil kajian tersebut, menurut Harianto et al (2014), Orientasi PISA, OECD, PIRLS dan lain-lain adalah lebih memperhatikan apa yang bisa dilakukan peserta didik dari di apa yang mereka pelajari di sekolah. oleh sebab itu, diharapkan peserta didik bisa memiliki kemampuan untuk literasi (*literacy*). kondisi ini diperkuat oleh data statistik UNESCO. tersebut menjelaskan, indeks minat baca di Indonesia baru mencapai 0,001. Artinya, setiap 1.000 penduduk, hanya satu orang yang memiliki minat baca. Kondisi ini tentu sangat memprihatinkan. Bahkan Taufiq Ismail pernah membandingkan budaya baca di kalangan pelajar saat ini. ia menjelaskan, homogen-rata lulusan SMA di Jerman membaca 32 judul buku, di Belanda 30 buku, Rusia 12 buku, Jepang 15 buku, Singapura 6 buku, Malaysia 6 buku, Brunei 7 buku, sedangkan Indonesia nol buku. Taufiq Ismail menyebut kondisi ini menggunakan istilah “peristiwa nol buku”, yaitu generasi yang tidak membaca satu pun buku dalam satu tahun, generasi yang rabun membaca, dan lumpuh menulis.

Gerakan Indonesia Membaca (GMI), artinya ikhtiar kolektif bangsa ini pada memberantas generasi nol buku (Kemendikbud.com, 2021). Selain adanya laporan PISA (*Programme International for Student Assessment*) tahun 2019, ada juga laporan berdasarkan Indeks Aktivitas Literasi Membaca (Alibaca) Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan (Kemendikbud), ternyata penyebab rendahnya minat baca masyarakat Indonesia adalah karena kurangnya akses untuk membaca, yaitu fasilitas perpustakaan, terutama pada provinsi atau daerah-daerah masih terbelakng dan terpencil. Adapun daerah-daerah yang tidak bisa memiliki akses membaca yang baik berada di Indonesia bagian timur. Menurut informasi dari Kemendikbud menyebutkan, Indonesia bagian timur, seperti Sulawesi Barat, Nusa Tenggara Barat, dan yang lebih memprihatinkan dari daerah Nusa Tenggara Timur dan Papua, tingkat literasi yang sangat rendah. Di Nusa Tenggara Timur sangat kekurangan akses untuk membaca dan juga fasilitas pendidikan lainnya (konde.co: 2020).

Penyebab dan kendala tentunya ada, apalagi jika kita lihat keadaan di Indonesia Timur (khususnya NTT) banyak keterbatasan dan tantangan multisektoral, salah satunya kesenjangan pendidikan kemampuan dasar dan kurangnya dukunganterlebih lagi keadaan di masa pandemi

COVID-19. Selain itu, terdapat keterbatasan pada sarana prasarana seperti fasilitas perpustakaan belum memadai, masih kurangnya ketersediaan buku-buku bacaan dan mahal nya harga buku. Namun, keadaan yang terjadi pada minat baca di Nusa Tenggara Timur tidak hanya disebabkan oleh kurangnya akses membaca dan kurangnya fasilitas pendidikan, akan tetapi merupakan kelainan dari orang tua yang tidak menyadari dan memperhatikan kehidupan pendidikan anaknya. Padahal pendidikan pertama seorang anak berawal dari orang tua/keluarga. Seharusnya orang tua harus mengambil peran penting terhadap pendidikan anaknya.

Disamping itu, selain kelainan orang tua juga dipengaruhi oleh lingkungan sekitar yaitu di lingkungan masyarakat. Sebab di lingkungan masyarakat banyak sekali yang tidak menyadari dan tidak peduli tentang belajar membaca dan menulis. Sehingga anak-anak yang tidak bisa membaca dan menulis dibiarkan begitu saja, seolah-olah menganggap itu adalah hal yang biasa karena mereka masih anak-anak, tidak perlu terlalu menekan mereka untuk belajar membaca. Berbagai macam upaya yang dilakukan pemerintah Indonesia untuk menekan rendahnya minat baca pada anak di Nusa Tenggara Timur (khususnya kabupaten Ende, kecamatan Pulau Ende) dengan meluncurkan berbagai macam program, seperti program seperti e-perpus NTT, literasi membaca, kampung literasi, literasi digital, sains literasi dan program literasi lainnya yang berada di naungan Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan. Peluncuran program literasi tidak hanya melibatkan guru dan siswa di lingkungan sekolah saja, tetapi juga melibatkan lembaga, instansi, pemerintah daerah, pegiat literasi, relawan literasi, organisasi dan komunitas yang berjuang mengajarkan literasi pada lingkungan masyarakat.

Di kabupaten Ende (tepatnya di kecamatan Pulau Ende) terdapat komunitas yang ikut serta dalam mengambil peran melestarikan literasi membaca di kalangan masyarakat dan anak-anak sekolah maupun yang tidak bersekolah. Adapun orang-orang yang mengambil peran tersebut tidak hanya dari kalangan guru, tapi juga dari guru ngaji, ibu-ibu pengajian, tokoh agama, mahasiswa, aktivis lokal, relawan, pemerintah daerah dan komunitas yang berada di lingkungan masyarakat. Salah satu komunitas yang ikut andil dalam memperjuangkan dan melestarikan literasi adalah Taman Baca Masyarakat (TBM) Rumah Kreatif Sahabat Nusantara Pulau Ende.

TBM Rumah Kreatif Nusantara Pulau Ende memiliki berbagai program literasi dan sudah memiliki pos baca yang berada pada masing-masing desa di kecamatan Pulau Ende. Program literasinya ada sembilan macam program yaitu; safari literasi, alam literasi, kampung literasi, kader literasi, keluarga literasi, sekolah literasi, kebun literasi, warung iqro, dan pos baca. Dari program literasi yang dimiliki, mampu menarik perhatian anak dan masyarakat umum. Sehingga, literasi di Pulau Ende semakin berkembang dan diminati banyak kalangan, tidak hanya anak-anak dan pelajar tapi juga masyarakat umum. Ini dikarenakan banyak pendekatan dan program literasi yang sangat bermanfaat, yang membuat literasi Pulau Ende menjadi lebih baik. Ini dibuktikan dengan adanya peningkatan jumlah pengunjung dan peminjaman buku oleh anak-anak di TBM Rumah Kreatif Sahabat Nusantara sebelum dan sesudah adanya Pandemi COVID-19. Ketua TBM RKS, Bapak Hifni Djafar, S.Pd mengatakan bahwa dalam buku laporan data pengunjung dan peminjam buku di tahun 2019 sebelum pandemi berjumlah 442 orang/tahun pengunjung dengan jumlah buku yang sudah dipinjam 892 exemplar. Pada tahun 2020 jumlah pengunjung meningkat menjadi 506 orang/tahun dengan jumlah buku yang dipinjam 849 *exemplar*, padahal saat itu pandemi

COVID-19 mulai menyebar di Indonesia (khususnya NTT) dan mulai diberlakukan pembatasan sosial oleh pemerintah.

Namun, hal tersebut tidak menurunkan semangat belajar membaca dan menulis anak-anak Pulau Ende. Akan tetapi, hal tersebut tidak menurunkan semangat anak-anak Pulau Ende untuk belajar membaca dan menulis walaupun kondisi sedang adanya Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat. Tumbuhnya semangat membaca pada anak-anak Pulau Ende saat itu, tidak lepas dari peran penting komunitas literasi TBM Rumah Kreatif Sahabat Nusantara.

Berdasarkan penjelasan yang telah di paparkan, maka peneliti ingin mengetahui bagaimana strategi komunikasi persuasif TBM Rumah Kreatif Sahabat Nusantara Pulau Ende dalam meningkatkan literasi membaca dan juga menyadarkan masyarakat umum (khususnya Orang Tua) tentang pentingnya literasi membaca bagi anak pada saat pandemi COVID-19.

METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini, peneliti lebih memilih menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif yang bertujuan untuk menggambarkan dan mendeskripsikan terhadap keadaan yang sebenarnya secara faktual, akurat, serta sistematis tentang objek secara mendalam (Kriyantono, 2008). Sedang menurut Singleton et al (1988), Metode kualitatif merupakan bagian dari proses pengetahuan yang dapat dianggap sebagai produk sosial dan juga proses sosial. Pengetahuan sebagai sebuah proses setidaknya memiliki tiga prinsip dasar yakni empirisisme yang berpangku pada fakta dan data, objektivitas dan kontrol. Adapun untuk jenis dari penelitian ini, yaitu study kasus. Menurut Berg studi kasus adalah suatu pendekatan yang digunakan dalam menguji fenomena yang kompleks maupun sederhana, dengan unit analisis bervariasi mulai dari individu hingga sejumlah bisnis dan perusahaan besar, dimana dalam pengumpulan datanya perlu menggunakan berbagai variasi tindakan, sangat bermakna dan memberikan kontribusi untuk mengaplikasikan teori).

Penelitian ini dilakukan di kecamatan Pulau Ende, Kabupaten Ende, Nusa Tenggara Timur, atau lebih tepatnya tempat penelitian berada dirumah ketua/pengelola TBM Rumah Kreatif Sahabat Nusantara. Sedangkan, untuk waktu penelitian dimulai dari bulan September 2021 sampai dengan April 2022.

Teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti menggunakan tiga teknik yang terdiri dari observasi, wawancara, dokumentasi

PEMBAHASAN

1. Profil Taman Baca Masyarakat (TBM) Rumah Kreatif Sahabat Nusantara Pulau Ende



Gambar 1 : TBM Rumah Kreatif Sahabat Nusantara

Taman Baca Masyarakat atau biasa disingkat TBM merupakan sebuah lembaga yang menyediakan bahan bacaan yang dibutuhkan oleh masyarakat sebagai tempat penyelenggaraan pembinaan kemampuan membaca dan belajar. Selain itu, TBM juga merupakan tempat yang digunakan untuk mendapatkan informasi bagi masyarakat, khususnya yang bersumber dari bahan pustaka. Bahan pustaka itu sendiri merupakan semua jenis bahan bacaan dalam berbagai bentuk media.

Mulai berdirinya TBM Rumah Kreatif Sahabat Nusantara atau TBM RKSAN di latar belakang kondisi masyarakat yang serba kekurangan di berbagai multisektoral (terutama ekonomi dan pendidikan) dan juga atas dasar semangat untuk meningkatkan minat baca dan aktivitas literasi. Karena belum ada satupun ruang publik pendidikan non formal untuk aktivitas literasi bagi anak-anak dan masyarakat di setiap desa, sehingga akses memajukan aktivitas literasi sebagai penopang utama pendidikan sangat rendah terutama persoalan perilaku untuk mendekati diri dengan buku karena buku adalah sumber ilmu sebagai penopang kemajuan pendidikan. Menyadari akan permasalahan ini pada tanggal 26 juni 2011 para pemuda-pemudi desa Rendoraterua dan para mahasiswa-mahasiswi Universitas Indonesia (UI) yang kala itu melakukan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Rendoraterua Kecamatan Pulau Ende mencoba membuka sebuah wadah pembelajaran yang diberi nama Taman Bacaan Masyarakat Rumah Kreatif Sahabat Nusantara (TBM RKSAN) dengan membentuk struktur organisasi pengelolaannya setiap tahun melakukan pemilihan pergantian pengelolanya agar wadah ini ada regenerasi dari tahun ke tahun. Pada tahun 2020 yang menjadi ketua terpilih waktu itu Hifni Djafar, S. Pd, Sekretaris Arfiah Abdullah, S. Pd, Bendahara Ridwan Ibrahim, A.mdp yang dukung oleh para relawan Literasi yang ada di Pulau Ende.

2. Strategi Komunikasi Persuasif Taman Baca Masyarakat (TBM) Rumah Kreatif Sahabat Nusantara

Komunikasi persuasif merupakan komunikasi yang digunakan untuk mempengaruhi sikap, perilaku, dan kepercayaan seseorang yang mempunyai tujuan yang jelas dan harus dapat dicapai. Sedangkan komunikasi persuasif menurut Suryanto (2015:354) merupakan komunikasi yang bertujuan mengubah atau memengaruhi kepercayaan, sikap, dan perilaku seseorang sehingga bertindak sesuai dengan yang diharapkan oleh komunikator. Proses tersebut bisa berupa gejala ataupun fenomena yang terjadi atau berubah secara terus-menerus dalam konteks waktu tertentu, baik itu yang berkaitan dengan dinamika, objek, dan persoalan penggunaan bahasa.

Setiap kegiatan komunikasi persuasif perlu dilandasi strategi tertentu, agar dapat mencapai tujuan yang diinginkan. Untuk menerapkan sebuah strategi, TBM RKSNN tentunya akan memiliki hambatan dalam prosesnya komunikasinya, terlebih lagi situasi yang berada di masa pandemi COVID-19. Aktivitas masyarakat dibatasi, termasuk aktivitas belajar dan mengajar. Selain adanya hambatan dari pandemi COVID-19, ada juga hambatan lain. Seperti kurangnya fasilitas perpustakaan dan kurangnya dukungan dalam kegiatan literasi.

Namun, keadaan yang terjadi pada minat baca di Kecamatan Pulau Ende, Kabupaten Ende, NTT tidak hanya disebabkan oleh kurangnya akses membaca dan kurangnya fasilitas pendidikan, akan tetapi juga disebabkan oleh kelalaian dari orang tua yang tidak menyadari dan memperhatikan kehidupan pendidikan anaknya. Padahal pendidikan pertama seorang anak berawal dari orang tua/keluarga. Seharusnya orang tua harus mengambil peran penting terhadap pendidikan anaknya. Disamping itu, selain kelalaian orang tua juga dipengaruhi oleh lingkungan sekitar yaitu di lingkungan masyarakat. Sebab di lingkungan masyarakat, terutama di lingkungan bermain anak-anak Pulau Ende masih banyak sekali yang tidak menyadari dan tidak peduli tentang belajar membaca dan menulis. Keseharian anak-anak saat itu diisi dengan bermain dan waktunya dihabiskan hanya untuk nonton TV. Orang tua menganggap itu hal biasa untuk anak-anak, seolah-olah menganggap itu adalah hal yang biasa karena mereka masih anak-anak. Ditambah lagi adanya pandemi COVID-19, anak-anak pun dibiarkan begitu saja tanpa ada dorongan untuk belajar.

Melihat keadaan pendidikan yang semakin menurun, TBM RKSNN mulai kembali menyusun strategi pendekatan dengan masyarakat. Berbagai program unggulan literasi diaktikan lagi, mulai dari program safari literasi, alam literasi, kampung literasi, kader literasi, keluarga literasi, sekolah literasi, kebun literasi, warung iqro, dan pos baca. Selain program unggulan, TBM RKSNN mulai mengaktifkan kembali pos baca yang berada pada masing-masing desa di kecamatan Pulau Ende. Sehingga, literasi di Pulau Ende semakin berkembang dan diminati banyak kalangan, tidak hanya anak-anak dan pelajar tapi juga masyarakat umum. Ini dikarenakan banyak pendekatan dan program literasi yang sangat bermanfaat, yang membuat literasi Pulau Ende menjadi lebih baik.

Ketua TBM RKSNN, Bapak Hifni Djafar, S. Pd mengatakan bahwa dalam buku laporan data pengunjung dan peminjam buku di tahun 2018 jumlah pengunjung hanya 286 orang/tahun, total buku yang dipinjam tahun itu sekitar 858 buku. Pada tahun 2019, sebelum pandemi COVID-19 berjumlah 442 orang/tahun pengunjung dengan jumlah buku yang sudah dipinjam 892 *exemplar*. Pada tahun 2020, diawal pandemi COVID-19 masuk ke Indonesia,

jumlah pengunjung meningkat menjadi 506 orang/tahun dengan jumlah buku yang dipinjam 849 *exemplar*. Kemudian pada tahun 2021, saat kasus COVID-19 di Indonesia terus meningkat, jumlah pengunjung berkurang menjadi 271 orang/tahun dengan jumlah buku yang dipinjam 605 *exemplar*. Penurunan jumlah pengunjung, karena adanya Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat yang semakin diperketat

Akan tetapi, hal tersebut tidak menurunkan semangat anak-anak Pulau Ende untuk belajar membaca dan menulis. Walaupun kondisi sedang adanya pembatasan aktivitas sosial, namun masih ada anak-anak yang mau berkunjung dan meminjam buku ke TBM RKS. Jika dibandingkan dalam rekap data, terlihat jumlah pengunjung dan buku yang dipinjam tahun 2021 masih kurang dari 2018 dan 2019. Akan tetapi tahun 2021 menunjukkan peningkatan dan kemajuan, walaupun sedang berada disituasi wabah COVID-19, semangat anak-anak membaca tidak surut. Terbukti data jumlah pengunjung dan peminjam buku tahun 2021, hampir sebanding dengan tahun 2018 sebelum pandemi COVID-19 ada di Indonesia (khususnya NTT). Tumbuhnya semangat membaca pada anak-anak Pulau Ende, tidak lepas dari peran penting komunitas literasi TBM Rumah Kreatif Sahabat Nusantara.

Oleh karena itu, peneliti mulai melakukan penelitian untuk menemukan cara apa yang digunakan TBM RKS dalam meningkatkan dan menarik minat baca pada anak dan masyarakat umum. Untuk menemukan strategi yang digunakan TBM RKS, maka peneliti menggunakan teori Melvin L. De Fleur dan Sandra J. Ball-Rocheach (dalam Soemirat, 2017) untuk menemukan strategi komunikasi persuasif TBM RKS dalam meningkatkan literasi membaca anak pada saat pandemi COVID-19.

A. *The psychodynamic strategy*

The Psychodynamic strategy atau strategi psikodinamika difokuskan pada faktor emosional atau kognitif dan tidak mengubah faktor-faktor biologis. Strategi ini didasari oleh 3 asumsi yaitu: 1) bahwa ciri-ciri biologis manusia adalah hal yang diwariskan, 2) ada sekumpulan faktor mendasar yang merupakan hasil dari belajar seperti pernyataan dan kondisi emosional, 3) terdapat sekumpulan faktor yang dipelajari untuk membentuk struktur kognitif individu. Faktor-faktor kognitif berpengaruh besar pada perilaku manusia. Jika faktor-faktor kognitif dapat diubah, maka perilaku manusia juga dapat diubah. Manusia sebagai makhluk yang suka menilai apa saja yang dilihat dan didengar, juga memberikan penilaian terhadap orang lain dan lingkungan sekitar.

Berdasarkan penjelasan diatas dan juga berdasarkan pengamatan langsung dilapangan saat kegiatan literasi berlangsung, maka ditemukan bahwa Taman Baca Masyarakat (TBM) Rumah Kreatif Sahabat Nusantara menggunakan pendekatan secara emosional atau memiliki kaitan dengan *The Psychodynamic Strategy* (strategi psikodinamika), yaitu pendekatan yang menggunakan faktor emosional/kognitif untuk mempengaruhi sikap dan perilaku anak-anak. Pendekatan secara emosional yang dimaksud adalah pendekatan dengan menjalin hubungan baik dan komunikasi yang baik, serta mengajak langsung untuk berinteraksi aktif ke pos baca (seperti membaca buku cerita, membaca buku ilmu pengetahuan umum, mendengarkan dongeng dan melakukan permainan literasi dari para pengurus/relawan).

Pendekatan dengan menjalin hubungan baik dan komunikasi yang baik merupakan cara

mudah untuk mempersuasif anak-anak. Sebab, dengan menjalin hubungan baik dan juga komunikasi yang baik dapat menyentuh psikologi ataupun emosional anak tersebut. Anak-anak lebih mudah menerima apa yang didengar dan dilihat secara langsung, terlebih jika mereka sudah mengenal dan memiliki keterkaitan. Dalam menjalin hubungan dan komunikasi yang baik, tentunya tidak terlepas dari interaksi aktif antara pengurus/relawan dengan mereka. Sebab anak-anak lebih suka berinteraksi langsung, apalagi dalam interaksi tersebut melibatkan hal-hal yang berkaitan dengan dunia anak-anak. Adapun tujuan dari interaksi aktif ini adalah untuk lebih dekat lagi dengan mereka. Interaksi aktif disini tidak hanya pertemuan dan komunikasi biasa saja, namun dengan menggunakan beberapa permainan literasi dan juga cerita dongeng yang akan menjadi media untuk mempengaruhi emosional anak. Inilah salah satu cara untuk mengutarakan pesan persuasif yang ingin disampaikan untuk mengubah perilaku dan meningkatkan kembali minat literasi membaca anak-anak, sehingga secara rasional mampu menyentuh aspek emosional anak.



Gambar 2, 3; Kegiatan Taman Baca

“Dalam memperkenalkan dan untuk meningkatkan literasi membaca pada anak dimasa pandemi COVID-19, kami terlebih dahulu melakukan pendekatan secara non formal atau secara personal dengan menjalin hubungan baik, komunikasi yang baik, dan berinteraksi aktif serta mengajak anak-anak tersebut berkunjung ke TBM Rumah Kreatif Sahabat Nusantara” (Wawancara: Hifni Djafar, 2021)

Namun, dibalik adanya penerimaan pesan persuasif oleh persude, tentu juga ada yang namanya penolakan. Dimana beberapa anak-anak lebih memilih untuk bermain daripada memilih ikut kegiatan literasi membaca, mereka menganggap bahwa literasi membaca adalah kegiatan yang membosankan, ditambah kuatnya budaya menonton sinetron TV & penggunaan smartphone yang berlebihan pada anak di Pulau Ende. Sehingga, banyak waktu yang terbuang sia-sia dan tidak terkontrol. Alhasil banyak anak-anak yang tidak lagi mau belajar membaca dan menulis, bahkan tugas dari sekolah di abaikan begitu saja.

Peristiwa ini sesuai apa yang dikatakan oleh Morissan (2013:21- 27), bahwa dalam memberikan penilaian, seseorang memiliki wilayah penerimaan (*latitude of acceptance*), penolakan (*latitude of rejection*), dan netral (*non commitment*). Di terima atau ditolaknya suatu pesan dapat dipengaruhi oleh satu variable penting yang disebut keterlibatan ego (*ego*

involvement). Dengan kata lain ego involvement mengacu pada seberapa penting suatu isu dalam kehidupan seseorang, semakin tinggi keterlibatan ego semakin sulit dirubah pandangan dan sikapnya. Jika suatu pesan masuk ke wilayah penerimaan seseorang, maka orang tersebut akan menyesuaikan sikap dengan pesan tersebut. Semakin besar perbedaan maka penerima pesan akan semakin berupaya untuk menyesuaikan sikapnya.



Gambar 4: Kegiatan belajar kelompok Bersama anak-anak

“...Alhamdulillah melalui pendekatan yang kami lakukan, banyak sekali anak-anak pulau ende yang ikut berpartisipasi dan maudiajak untuk belajar membaca walaupun pada saat pandemi dan pembatasan aktivitas belajar disekolah. Anak-anak yang ikut tidak hanya berasal dari lingkungan TBM, tapi dari berbagai desa di kecamatan Pulau Ende. Pendekatan yang kami gunakan lebih mengarah ke menjalin hubungan baik, komunikasi baik, dan berinteraksi aktif dengan anak teruma masyarakat sangatlah efektif, karena memang masyarakat Pulau Ende erat jalinan kekeluargaannya dan juga jalinan hubungan baik antar sesama manusia” (Wawancara: Hifni, 2021)

Hal ini sejalan dengan apa yang disampaikan oleh Soemirat (2007) yang mengatakan bahwa dalam pendekatan melalui aspek emosional, pesan yang paling berbeda dengan penilaian dan mempunyai ego involvement yang rendah namun masuk ke wilayah penerimaan adalah pesan yang paling persuasif. Esensi Strategi Psikodinamika adalah pesan persuasif yang efektif bersifat mampu mengubah fungsi psikologis individual dengan berbagai macam cara, sehingga mereka akan merespon seperti yang diinginkan persuader ke dalam bentuk perilaku. Strategi ini meyakini bahwa kondisi emosional seseorang adalah hasil dari belajar dan berpengaruh pada perilaku.

Dalam pendekatan melalui aspek emosional, pesan yang paling berbeda dengan penilaian dan mempunyai ego *involvement* yang rendah namun masuk ke wilayah penerimaan adalah pesan yang paling persuasif. Esensi Strategi Psikodinamika adalah pesan persuasif yang efektif bersifat mampu mengubah fungsi psikologis individual dengan berbagai macam cara, sehingga mereka akan merespon seperti yang diinginkan persuader ke dalam bentuk

perilaku. Strategi ini meyakini bahwa kondisi emosional seseorang adalah hasil dari belajar dan berpengaruh pada perilaku (Soemirat, 2007: 8-31).

B. The sociocultural strategy

The sociocultural strategy atau strategi sosiokultural didasari oleh asumsi bahwa perilaku manusia dipengaruhi oleh kekuatan dari luar diri individu. Untuk menetapkan strategi, kelompok sosial menyediakan pengertian kultur tentang perilaku yang cocok, yang melukiskan harapan-harapan dalam suatu tindakan, agar seseorang mendapatkan tempat. Kuncinya adalah pesan harus ditentukan dalam konsensus bersama. Yang juga penting untuk diperhatikan, seseorang akan termotivasi untuk bergabung ke dalam kelompok yang paling menarik atau memberikan keuntungan di mana ia menjadi anggota, dan kelompok di mana ia berasal dan berada akan menunjukkan identitas sosialnya (Soemirat, 2007:8.27- 8.28).



Gambar 5,6: Kegiatan Pengenalan Literasi Kepada Anak-anak dan Masyarakat (orangtua peserta)

Dari penjelasan tersebut, dapat disimpulkan, bahwa untuk melakukan sebuah pendekatan pengaruh dan kekuatan dari luar individu agar bisa menunjukkan identitas sosialnya. Maka, berdasarkan hasil observasi, ditemukanlah cara pendekatan yang dilakukan oleh TBM RKS N. Dalam hal ini, pendekatan yang digunakan TBM Rumah Kreatif Sahabat Nusantara adalah pendekatan dari faktor lingkungan. Pendekatan lingkungan yang dimaksud yaitu pertemanan dan kekeluargaan dengan memanfaatkan kedekatan pengurus/relawan TBM dengan anak-anak dan juga antara peserta dengan teman-temannya. Sehingga apa yang disampaikan lebih diterima oleh persuade, karena pendekatan menggunakan faktor lingkungan pertemanan dan kekeluargaan memiliki keterikatan dengan persuader dalam hal ini pengurus atau relawan.

“....kami lebih menggunakan pendekatan lingkungan pertemanan kepada anak-anak ketika ingin mengajak untuk ikut kegiatan literasi. Itulah cara yang menurut kami pas untuk anak-anak yang memiliki kebiasaan bermain walaupun dari umur kami berbeda. Kalau untuk masyarakat lebih ke pendekatan kekeluargaan, ini sesuai kebiasaan masyarakat Pulau Ende yang suka ‘gesa’ yaitu duduk ngobrol bersama.”
(Wawancara: Hifni, 2021)

Pendekatan dengan lingkungan pertemanan dan kekeluargaan yang digunakan oleh pengurus/relawan TBM Rumah Kreatif Sahabat Nusantara merupakan upaya untuk

menumbuhkan harapan sosial di dalam sistem sosial masyarakat Pulau Ende. Sehingga, dengan adanya pendekatan lingkungan pertemanan & kekeluargaan, diharapkan mampu mempersuasi anak-anak dan juga masyarakat untuk lebih mengenal serta memahami tentang literasi membaca. Adapun, pendekatan melalui lingkungan pertemanan ini sesuai kebiasaan anak-anak Pulau Ende dimana mereka lebih senang bergaul dan berkumpul bersama teman sebayanya untuk bermain dan melakukan aktivitas sehari-hari. Cara pendekatan yang dilakukan oleh pengurus/relawan dimulai dari menjalin pertemanan dan ikut berkumpul bersama dengan anak-anak, pendekatan ini lebih mengikuti kebiasaan anak-anak yang aktif dalam bermain.

Permainan yang digemari anak-anak Pulau Ende saat itu adalah bermain bola, dari sinilah pengurus/relawan akan mulaimasuk untuk melakukan pendekatan. Kemudian, ketika sudah menjalin pertemanan dan ikut serta dalam kegiatan anak-anak tersebut, maka secara tidak langsung keberadaan persuader akan mulaiditerima. Setelah itu, barulah pesan persuasif di sampaikan dengan mengajak mereka untuk ikut serta dalam kegiatan literasi. Tidak lupa juga memberikan pemahaman pada mereka, bahwa literasi bukan hanya tentang membaca dan menulis saja, tetapi juga terdapat kegiatan yang menyenangkan dan juga permainan yang menarik. Dari pendekatan inilah, mulai banyak anak-anak yang tertarik dan bahkan mereka juga mulai mengajak teman bermainnya untuk ikut kegiatan literasi TBM Rumah Kreatif Sahabat Nusan Pulau Ende.

Menurut Morissan (2014:15), Perilaku seseorang dikendalikan oleh harapan sosial yang ada dalam sistem sosial di mana kita berinteraksi dengan orang lain lebih dari kecenderungan internalnya. Setiap kelompok di mana seseorang menjadi anggota memberikan serangkaian kendali yang kuat untuk orang tersebut, seperti norma peran yang diberikan, sistem rangking, dan menyetujui sistem kontrol sosial. Pendekatan sosiokultural dalam komunikasi adalah bagaimana pengertian, makna, norma, peran dan aturan yang bekerja dan saling berinteraksi dalam proses komunikasi. Suatu realitas dibangun melalui proses interaksi yang terjadi di kelompok, masyarakat dan budaya. Makna dari kata-kata dalam situasi sosial yang sesungguhnya menjadi sangat penting, juga pola-pola perilaku dan apa yang dihasilkan dari interaksi.

Hal ini sejalan dengan apa yang dikatakan oleh Soemirat (2007:8.27- 8.28), bahwa untuk menetapkan sebuah strategi, kelompok sosial menyediakan pengertian kultur tentang perilaku yang cocok, yang melukiskan harapan-harapan dalam suatu tindakan, agar seseorang mendapatkan tempat. Kuncinya adalah pesan harus ditentukan dalam konsensus bersama. Yang juga penting untuk diperhatikan, seseorang akan termotivasi untuk bergabung ke dalam kelompok yang paling menarik atau memberikan keuntungan di mana ia menjadi anggota, dan kelompok di mana ia berasal dan berada akan menunjukkan identitas sosialnya. Oleh karena itu, sangat efektif jika TBM RKSAN menggunakan pendekatan melalui lingkungan pertemanan dan kekeluargaan untuk memberikan pesan persuasif dan mendapatkan tempat di kelompok sosial.

C. *The Meaning Constraction*

Menurut strategi ini, pengetahuan dapat memengaruhi perilaku seseorang. Strategi ini berawal dari konsep di mana hubungan pengetahuan dan perilaku dapat dicapai sejauh apa yang dapat diingat. Persuader berupaya memberikan pengetahuan mengenai sesuatu kepada orang yang dipersuasi dari lingkungan sekitar atau berita-berita yang beredar menimbulkan suatu pengertian dalam benak masyarakat bahwa hal tersebutlah yang harus diikuti, yang juga diinginkan oleh persuader. Berdasarkan penjelasan tersebut, dapat disimpulkan bahwa, jika TBM RKSNI ingin memberikan pemahaman dan wawasan pada orang lain, dibutuhkan yang namanya ilmu pengetahuan. Sebelum, memberikan pengetahuan, TBM RKSNI harus memahami terlebih dahulu sikap, perilaku dan kebiasaan orang tersebut, terlebih lagi orang yang ingin dipengaruhi adalah anak-anak, maka sangat dibutuhkan sebuah pendekatan.



Gambar 7: Sosialisasi Tentang Literasi Membaca TBM kepada Orang Tua Peserta Literasi, Tokoh Masyarakat dan Pemerintah Setempat

Cara pendekatan yang nantinya akan digunakan adalah suatu cara mampu memberikan perumpamaan-perumpamaan terhadap suatu makna tanpa mengurangi arti dari pengertian tersebut kepada anak-anak, dengan kata lain pengurus/relawan mencoba mengedukasi dengan cara sederhana. Misalnya saja tema-tema dalam belajar dan membaca, dialog atau cara komunikasi menggunakan bahasa daerah atau bahasa yang mudah dipahami dan erat kaitannya dengan kehidupan anak-anak dan juga masyarakat.

Adapun strategi pendekatan yang digunakan Taman Baca Masyarakat (TBM) Rumah Kreatif Sahabat Nusantara Pulau Ende untuk memberikan perumapana, mempesuasif dan meningkat kembali literasi membaca anak-anak, yaitu menggunakan pendekatan melalui kegiatan ataupun program unggulan. Pendekatan melalui kegiatan dan program unggulan inilah yang akan menjadi wadah untuk mengedukasi dan memberikan manfaat wawasan keilmuwan tentang literasi membaca dan ilmu pengetahuan kepada anak-anak.

“TBM Rumah Kreatif Sahabat Nusantara Pulau Ende lebih menggunakan pendekatan sosialisasi secara langsung kepada masyarakat (khususnya orang tua dari peserta literasi) walaupun disaat pandemi, namun tetap minta izin dan menerapkan protokol kesehatan. Pendekatan ini lebih ke pengadaan kegiatan yang dimana kegiatan ini tidak hanya tentang belajar dan membaca, tapi lebih ke kegiatan yang happy, namun tetap

mengedukasi” (Wawancara, Hifni 2021)

Dari penjelasan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi persuasif yang digunakan oleh TBM Rumah Kreatif Sahabat Nusantara dalam meningkatkan literasi membaca merupakan serangkaian rencana yang digunakan untuk memperkuat, mempengaruhi, merubah, dan membentuk sikap persuadee sesuai yang diinginkan persuader.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan melalui observasi, wawancara dan dokumentasi maka dapat disimpulkan beberapa hal: *The psichodinamika strategy* yang digunakan TBM Rumah Kreatif Sahabat Nusantara yang lebih mengarah pada aspek emosional atau Strategi Psikodinamika, yaitu mempengaruhi perilaku seseorang melalui pendekatan dengan cara, menjalin hubungan dan komunikasi baik serta berinteraksi aktif dimasyarakat, serta menggunakan media literasi, seperti membaca buku, mendengar cerita dari para relawan literasi dan melakukan aktivitas literasi lainnya sehingga secara langsung pesan persuasif yang ingin disampaikan untuk mengubah perilaku dan mendapat penerimaan sesuai keinginan persuader.

The sociocultural strategy yang digunakan TBM Rumah Kreatif Sahabat Nusantara yaitu menggunakan pendekatan dari faktor lingkungan pertemanan dan kekeluargaan, yakni kedekatan pengurus/relawan dengan anak-anak dan juga masyarakat (orang tua dari anak-anak tersebut) untuk menyebarkan pesan persuasif tentang literasi. Sehingga apa yang disampaikan lebih diterima oleh persuadee, karena pendekatan menggunakan faktor lingkungan pertemanan dan kekeluargaan memiliki keterikatan dengan persuader dalam hal ini pengurus atau relawan.

The meaning construction strategy yang digunakan TBM Rumah Kreatif Sahabat Nusantara Pulau Ende lebih menggunakan pendekatan sosialisasi secara langsung kepada anak-anak, remaja dan masyarakat (khususnya orang tua dari peserta literasi). Walaupun kegiatan diadakan pada saat pandemi, namun tetap minta izin dan menerapkan protokol kesehatan. Selain pendekatan dengan kegiatan sosialisasi, TBM RKSAN juga menggunakan program unggulan untuk meningkatkan literasi membaca dan mempersuasif anak-anak agar mau bergabung di kegiatan literasi membaca. Salah satu contoh program unggulan TBM Rumah Kreatif Sahabat Nusantara adalah Kebun Literasi. Tujuannya sebagai sebuah cara unik dan ramah lingkungan dengan memanfaatkan kebun sebagai media menggerakkan literasi. Kebun itulah sebagai tempat yang digunakan anak-anak belajar membaca dan menulis, serta menjadi tempat memberikan wawasan dan pengetahuan umum kepada anak-anak.

Oleh karena itu, pendekatan dalam bentuk sosialisasi dan program unggulan sangatlah penting untuk mempersuasif orang tua peserta dan juga masyarakat umum dengan cara memberikan perumpamaan-perumpamaan terhadap suatu makna tanpa mengurangi arti dari pengertian tersebut, dengan kata lain pengurus/relawan mencoba mengedukasi dengan cara sederhana.

DAFTAR PUSTAKA

- Bakar, Ramli. (2014). *The Effect of Learning Motivation On Student's Productive Competencies In Vocational High School*. West Sumatra. InternationalJournal of Asian Social Science.
- DeFleur, M. L., & Ball-Rekeach, S. (2003). *Theories Of Mass Communication*.
- Dinda, A. A. (n.d.). *4 Cara Meningkatkan Minat Baca Warga Indonesia*. Diakses pada 28 November 2021, <https://cc.bingj.com/cache.aspx?q=Cara+Meningkatkan+Minat+Baca+Warga+Indonesia&d=4823441875601849&mkt=enID&setlang=enUS&w=50QIOTF1n4CRcu5OnrcEyyD NfRPOkVYR>.
- Faizah, et al. (2016). *Panduan Gerakan Literasi Sekolah Di Sekolah Dasar*. Jakarta: Direktorat Jendral Pendidikan Dasar Dan Menengah Kementrian Pendidikan Dan Kebudayaan
- Kurniat, Fransiska C. (2019). *Kendala dan Solusi Masalah Literasi di NTT*. <https://voxntt.com/2019/09/28/kendala-dan-solusi-masalah-literasi-dinnt/52043/>
- Flew, T. (2008). *New Media : An Introduction*. South Melbourne: OxfordUniversity Press. Hanana, Alna, Novi Elian, dan Revi Marta. (2017). *Strategi Komunikasi Persuasif Dalam Menciptakan Masyarakat Sadar Wisata Di Kawasan Wisata Pantai Padang*. Kota Padang. Jurnal Ilmu Sosial Mamangan.
- Harahap, H. S., & Kurniawati, D. I. (2018). *Whatsapp Sebagai Media Strategi*
- Huberman, M. d. (1992). *Analisis Data Kualitatif*. Jakarta: Universitas Indonesia Press. Awala Indonesia.
- Kriyantono, Rachmat. 2008. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Hakim, L., & Hartono, R. (2017). *Bahasa Indonesia Wahana Ilmu Pengetahuan Untuk Perguruan Tinggi*. Bima: Umahaju Publising House.
- Megawati, W. P. (2018). *Strategi Komunikasi Persuasif Komunitas Rumah Belajar Ceria Dalam Pemberdayaan Masyarakat Di Kampung Sungai Padedo*.
- Miles, Matthew B. & Michael Huberman. (1992). *Analisis Data Kualitatif* (Terj. Tjetjep Rohendi Rohidi). Jakarta: Indonesia University Press.
- Mulyana Deddy. (2005). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: RemajaRosdakarya.
- Maulana, H., & Gumelar, G. (2013). *Psikologi Komunikasi dan Persuasi*. Jakarta: Akademia Permata.
- Morrison. (2014). *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*. Jakarta: KencanaPrenadamedia Group.
- Moleong, Lexy J. (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: RemajaRosdakarya.
- Nida, F. L. (2014). *Persuasi Dalam Media Komunikasi Massa*. Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam.
- Sakhinah, S. (2018). *Strategi Komunikasi Persuasif Pengurus Komunitas Terang Jakarta Dalam Mengajak Anak Muda Berhijrah Melalui New Media*.
- Singleton dan Sainsbury. 2006. *Dictionary of Microbiology and Molecular Biology 3rd Edition*. John Wiley and Sons. Sussex, England.
- Suyono, 2011. *Pembelajaran Efektif dan Produktif Berbasis Literasi*. Malang.
- Cakr Effendy, O. U. (2017). *ilmu, dan teori filsafat komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Sholihat, I. (2017). *Strategi Komunikasi Persuasif Pengurus Gerakan Pemuda Hijrah Dalam Berdakwah*.
- Sholihat, I. (2017). *Strategi Komunikasi Persuasif Pengurus Gerakan Pemuda Hijrah Dalam Berdakwah*.
- Slamet. (2009). *Efektifitas Komunikasi*. Jurnal Dakwah
- Soemirat, S. S. (2007). *Komunikasi Persuasif*. Jakarta: Universitas Terbuka. Suriani, J. (2017). *Komunikasi Dakwah Di Era Cyber*. Jurnal Pemikiran Islam. Sugiyono. (2015) *Metode Penelitian dan Pengembangan Research dan Development*. Bandung: Alfabeta.
- Widodo, et al. 2015. *Membangun Kelas Literat Berbasis Pendidikan Lingkungan Hidup Untuk Melatihkan Kemampuan Literasi Siswa Di Sekolah Dasar*. Prosding Seminar Nasional Pendidikan. Diakses pada 24 Oktober 2015
- Warsihna, J, et al. (2016). *Meningkatkan literasi membaca dan menulis denganteknologi informasi dan komunikasi (TIK)*. Jurnal Kwangsan, 4(2), 67-80.