

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Kajian Pustaka

Kajian pustaka ini terfokus pada penelitian sebelumnya atau penelitian terdahulu dengan maksud untuk memperkuat kajian penelitian yang diperbaharui sehingga dapat meningkatkan substansi dari penelitian terdahulu dengan dilakukan oleh penelitian yang akan datang. Kajian kepustakaan ini juga menjadi bagian originalitas penelitian tentang Strategi Komunikasi Dinas Perpustakaan dan Kearsipan dalam Menarik Minat Baca Masyarakat Garut.

2.1.1 Tinjauan Hasil Penelitian Terdahulu

2.1.1.1 Penelitian Terdahulu Dalam Perspektif Analisis SWOT

Said Nuwrun Thasimmim, (2019) "Strategi Komunikasi Kepala Perpustakaan Universitas Karimun Dalam Mengembangkan Minat Baca Mahasiswa Di Universitas Karimun" Purnama Berazam, Vol. 1 No 1.

Latar belakang pada penelitian terdahulu ini menjelaskan bahwa kondisi perpustakaan di Universitas Karimun sudah berjalan dengan semestinya, namun ada faktor yang membuat minat baca mahasiswa di Universitas Karimun menjadi kurang optimal dikarenakan tidak tercapainya proses komunikasi dari kepala perpustakaan terhadap mahasiswanya sebagai penerima pesan. Perihal ini kepala perpustakaan Universitas Karimun perlu membuat strategi komunikasi dengan perencanaannya yaitu membentuk tujuan yang akan dicapai.

Tujuan dari penelitian terdahulu ini yaitu untuk mengetahui bagaimana upaya yang dilakukan oleh pihak Universitas Karimun dalam membangun strategi komunikasi untuk mempengaruhi mahasiswanya demi tercapainya keberhasilan dengan melakukan komunikasi dari yang tadinya tidak minat membaca menjadi minat membaca.

Metode penelitian yang diterapkan pada penelitian terdahulu ini adalah metode penelitian kualitatif yang mana cara kerjanya berusaha memberikan gambaran kejadian yang terjadi sehingga menjadikan penelitian ini semakin terlihat jelas akan realitanya. Penelitian kualitatif inipun biasa juga disebut dengan penelitian deskriptif yang merupakan jenis penelitian yang memperlihatkan gambaran berupa fakta terkait populasi tertentu dengan factual dan juga cermat (Rakhmat, 2004).

Hasil dari penelitian terdahulu ini menunjukkan bahwa dari segi kekuatan (*strength*) ini mendapati hasil terciptanya hubungan yang baik antara kepala perpustakaan dengan mahasiswanya dan juga pihak terkait sehingga pengembangan perpustakaan dapat terbantu. Selanjutnya dari segi kelemahan (*weakness*) yaitu kurangnya anggaran dana, kurangnya sumber daya manusia yang ahli dalam bidang perpustakaan, kurangnya dukungan akan kemajuan teknologi canggih. Adapun dari segi peluang atau (*opportunities*) tidak ada persaingan dari perguruan tinggi lainnya yang berda dalam satu wilayah dan hanya Universitas Karimun satu-satunya yang memiliki perpustakaan. Untuk

ancaman (*threat*) kurangnya personil/staff yang dapat mengancam kemajuan perkembangan perpustakaan juga masalah terkait anggaran dana.

2.1.1.2 Penelitian Terdahulu Dalam Perspektif Analisis Kepustakaan

Hanum Hanifa Sukma, Rendi Asri Sekar Widi (2021) “Strategi Kegiatan Literasi Dalam Meningkatkan Minat Baca Peserta Didik Di Sekolah Dasar” Jurnal Varidika. Vol. 33, No. 1, 2021, hal. 11-20, DOI: 10.23917/varidika.v33i1.13200.

Latar belakang pada penelitian terdahulu ini Kemampuan membaca peserta didik masih rendah apabila dibandingkan dengan negara lain. Hasil survey dari PISA yang dikakukan oleh OECD untuk kemampuan baca, pada tahun 2000, skor Indonesia 371 dan mengalami peningkatan menjadi 382 pada tahun 2003. Pada tahun 2006 skor 393, dan menjadi 402 pada tahun 2009, dan selanjutnya menurun mejadi 396 pada tahun 2012, dan menjadi 397 pada tahun 2015. Pada tahun 2018 skor kemampuan baca sebesar 371, dan merupakan skor kemampuan baca paling rendah (Harususilo, 2019: 2). Skor yang diperoleh Indonesia ini masih di bawah rata-rata skor sebesar 487 (Karima, 2019: 1).

Tujuan dari penelitian terdahulu ini yaitu untuk mengetahui analisis terhadap strategi literasi dalam meningkatkan minat baca peserta didik, serta faktor pendukung dan penghambatnya.

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian terdahulu ini yakni merupakan penelitian kepustakaan (*library research*) atau kajian literatur

(literature review), yaitu serangkaian penelitian di mana obyek penelitiannya dianalisis dengan menggunakan berbagai informasi kepustakaan (buku, ensiklopedi, jurnal ilmiah, koran, majalah, dan dokumen) (Sukmadinata, 2009: 52).

Hasil penelitian terdahulu ini menunjukkan dari hasil analisis ditemukan melaksanakan kegiatan membaca 15 menit sebelum mata pelajaran di mulai dengan bahan bacaan buku selain buku pelajaran, dengan membaca nyaring atau dalam hati; membuat pojok baca di setiap kelas dengan buku bacaan di luar buku pelajaran; dan menciptakan lingkungan yang kaya teks. Pada tahap pengembangan, dilakukan dengan mengadakan jam wajib berkunjung ke perpustakaan, dengan kegiatan membaca, berdiskusi, membuat resume, meminjam buku, dan lain-lain; melakukan pengembangan pada kegiatan membaca 15 menit sebelum pelajaran, misalnya dengan berdiskusi tentang bahan bacaan, menanggapi bahan bacaan, dan sebagainya; mengadakan kegiatan majalah dinding yang dibuat dan dikelola oleh peserta didik; mengadakan kegiatan pengembangan literasi lain, misalnya dengan mengadakan lomba bertajuk literasi seperti lomba menulis puisi, menulis cerpen, dan sebagainya; dan memberikan hadiah buku kepada peserta didik yang berprestasi.

Faktor pendukung adanya dukungan guru yang memberikan arahan, motivasi dan fasilitator pada saat berlangsungnya kegiatan literasi, adanya fasilitas fisik dan sarana prasarana yang memadai seperti perpustakaan yang

nyaman, buku bacaan memadai, pojok baca/sudut baca, dan alat pembelajaran, adanya alokasi anggaran yang memadai, warga sekolah yang aktif berpartisipasi dalam kegiatan literasi dan dukungan orang tua dan memberikan motivasi pada saat di rumah.. Faktor penghambat adalah masih adanya peserta didik kurang bersemangat, Rendahnya pemahaman dan kesadaran guru terhadap pentingnya kegiatan literasi, Keterbatasan sarana fisik, dan kurangnya dana yang dimiliki sekolah.

2.1.1.3 Penelitian Terdahulu Dalam Perspektif Konstruktivis

Sunday One Dharma Putra, Yunizir Djakfar, S.Sos. M.I.P, Darwadi MS, M.I.Kom, (2020) "Strategi komunikasi Harian Umum Oku Ekspres Dalam Meningkatkan Minat Baca Pada Media Online WWW.OKES.CO.ID " Jurnal Komunikasi Dan Budaya.

Latar belakang pada penelitian terdahulu ini didasari Minat masyarakat untuk membaca kini telah berbeda pada era modern. Media yang sekarang berisi tentang banyaknya literatur dan penerbit buku dan tidak mempengaruhi minat membaca masyarakat. Sebelum era modern, saat fasilitas masih terbatas masyarakat saat itu mempunyai semangat dan motivasi yang tinggi untuk membaca. Dengan membaca para Masyarakat dapat memperoleh pengetahuan dengan cepat dan mudah karena tinggal memilih buku yang akan dibaca, membukanya dan mulai membaca kata-perkata. Data UNESCO (United Nations Educational Scientivic and Cultural Organization) atau organisasi pendidikan

ilmiah dan kebudayaan pbb, pada tahun 2012 indeks minat membaca masyarakat indonesia baru mencapai angka 0,001. Artinya, dari setiap seribu orang Indonesia hanya ada satu orang saja yang memiliki minat baca. Begitupun data dari UNESCO yang menyatakan bahwa sekitar 1,35 milyar penduduk dunia atau sekitar sepertiga penduduk dunia mengalami buta aksara. Sebagian besar buta aksara tersebut dialami oleh wanita atau 1:2 antara pria buta aksara dengan wanita. Sebagian besar penduduk buta aksara tersebut adalah penduduk negara dunia, termasuk Indonesia.

Tujuan dari penelitian terdahulu ini ialah untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi harian umum oku ekspres dalam meningkatkan minat baca koran dengan cara media online www.okes.co.id.

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian terdahulu ini adalah paradigma konstuktivis. Paradigma konstruktivis, yaitu paradigma yang hampir merupakan antitesis dari paham yang meletakkan pengamatan dan objektivitas dalam menemukan suatu realitas atau ilmu pengetahuan. Paradigma ini memandang ilmu sosial sebagai analisis sistematis terhadap socially meaningful action melalui pengamatan langsung dan terperinci terhadap perilaku sosial yang bersangkutan menciptakan dan memelihara atau mengelola dunia sosial mereka.

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa strategi komunikasi harian umum OKU Ekspres dalam meningkatkan minat baca pada media online sangat Efektif. Karena pada zaman sekarang ini dapat dikatakan masyarakat mulai

meninggalkan media cetak, kebanyakan masyarakat lebih memilih menggunakan media online sebagai media informasinya. Oleh sebab itu, harian umum OKU Ekspres Baturaja memberikan layanan terbaik agar masyarakat tetap percaya dengan program-program yang disajikan oleh harian umum OKU Ekspres.

Tabel 2.1

Matriks Penelitian Terdahulu Dalam Pendekatan Kualitatif Tentang Strategi Komunikasi Kepala Perpustakaan Dalam Mengembangkan Minat Baca Mahasiswa Di Universitas Karimun.

No	Item	Peneliti 1
1.	Nama, Tahun, Judul, dan Nama Kota	Said Nuwrun Thasimmim. (2019) "Strategi Komunikasi Kepala Perpustakaan Universitas Karimun Dalam Mengembangkan Minat Baca Mahasiswa Di Universitas Karimun" Kepulauan Riau.
2.	Tujuan Penelitian	Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana upaya yang dilakukan oleh pihak Universitas Karimun dalam membangun strategi komunikasi untuk mempengaruhi mahasiswanya.
3.	Pendekatan penelitian	Metode penelitian kualitatif
4.	Teori	Analisis SWOT
5.	Hasil	Hasil dari segi kekuatan (strength) ini terciptanya hubungan yang baik sehingga pengembangan perpustakaan dapat terbantu. Selanjutnya dari segi kelemahan (weakness) yaitu kurangnya anggaran dana, kurangnya sumber daya manusia yang ahli dalam bidang perpustakaan, kurangnya dukungan akan kemajuan teknologi canggih. Adapun dari peluang (opportunities) tidak ada persaingan dari perguruan tinggi lainnya yang berda dalam satu wilayah dan hanya Universitas Karimun satu-satunya yang memiliki perpustakaan. Untuk ancaman (trheat) kurangnya personil/staff yang dapat mengancam kemajuan perkembangan perpustakaan juga masalah terkait anggaran dana.
6.	Perbedaan dan Persamaan penelitian dengan yang akan peneliti lakukan	Perbedaan pada penelitian ini terletak pada objek penelitian yang mana penelitian terdahulu ini menjelaskan tentang minat baca di Universitas Karimun, sedangkan milik peneliti menjelaskan strategi komunikasi Dinas Perpustakaan dalam menarik minat baca masyarakat Garut. Kesamaan pada

		penelitian ini yaitu sama-sama meneliti tentang strategi komunikasi terkait minat baca.
7.	Kritik	Penelitian ini kurang detail dalam memberikan penjelasan mengenai fenomena masalah pada latar belakang, sehingga membuat pembaca sedikit merasa sulit dalam memahaminya.

Tabel 2.2

Matriks Penelitian Terdahulu Dalam Pendekatan Penelitian Kepustakaan Tentang Strategi Kegiatan Literasi Dalam Meningkatkan Minat Baca Peserta Didik Di Sekolah Dasar.

No	Item	Peneliti 2
1.	Nama, Tahun, Judul, dan Nama Kota	Hanum Hanifa Sukma, Rendi Asri Sekar Widi. (2021) "Strategi Kegiatan Literasi Dalam Meningkatkan Minat Baca Peserta Didik Di Sekolah Dasar" Yogyakarta.
2.	Tujuan Penelitian	Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui analisis terhadap strategi literasi dalam meningkatkan minat baca peserta didik, serta faktor pendukung dan penghambatnya.
3.	Pendekatan penelitian	<i>Library research</i>
4.	Teori	Analisis research
5.	Hasil	Hasil penelitian ini menunjukkan melaksanakan membaca 15 menit sebelum mata pelajaran di mulai, membuat pojok baca, dan menciptakan lingkungan kaya teks. Pada tahap pengembangan, dengan mengadakan jam wajib berkunjung ke perpustakaan, melakukan pengembangan kegiatan membaca 15 menit sebelum pelajaran, mengadakan kegiatan majalah dinding, dan kegiatan pengembangan literasi lain. Tahap pembelajaran dengan kegiatan membaca di awal, tengah, atau menjelang akhir pelajaran, menggunakan berbagai metode dan media, dan melakukan pembelajaran di perpustakaan pada saat- saat tertentu. Faktor pendukung adalah semangat peserta didik, dukungan guru, adanya fasilitas fisik dan sarana prasarana, serta anggaran yang memadai, partisipasi aktif warga sekolah, dan dukungan orang tua

		dalam kegiatan literasi. Faktor penghambat adalah masih adanya peserta didik kurang bersemangat, Rendahnya pemahaman dan kesadaran guru terhadap pentingnya kegiatan literasi, Keterbatasan sarana fisik, dan kurangnya dana yang dimiliki sekolah..
6.	Perbedaan dan Persamaan penelitian dengan yang akan peneliti lakukan	Perbedaan pada penelitian ini terletak pada teori yang digunakan, penelitian ini menggunakan teori analisis research sedangkan peneliti menggunakan strategi komunikasi Arifin Anwar. Kesamaan pada penelitian ini yaitu sama-sama meneliti tentang strategi komunikasi mengenai menarik minat masyarakat.
7.	Kritik	Penelitian ini kurang menjelaskan lebih dalam mengenai teori yang digunakan pada penelitian ini.

Tabel 2.3

Matriks Penelitian Terdahulu Dalam Pendekatan Konstruktivis Tentang Strategi komunikasi Harian Umum Oku Ekspres Dalam Meningkatkan Minat Baca Pada Media Online WWW.OKES.CO.ID.

No	Item	Peneliti 3
1.	Nama, Tahun, Judul, dan Nama Kota	Sunday One Dharma Putra, Yunizir Djakfar, S.Sos. M.I.P, Darwadi MS, M.I.Kom, (2020) "Strategi komunikasi Harian Umum Oku Ekspres Dalam Meningkatkan Minat Baca Pada Media Online WWW.OKES.CO.ID".
2.	Tujuan Penelitian	Tujuan dari penelitian ini ialah untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi harian umum oku ekspres dalam meningkatkan minat baca koran dengan cara media online www.okes.co.id.
3.	Pendekatan penelitian	Paradigma Konstruktivis
4.	Teori	Teori <i>Information Seeking</i>
5.	Hasil	Strategi komunikasi harian umum OKU Ekspres dalam meningkatkan minat baca pada media online sangat Efektif. Karena pada zaman sekarang ini dapat dikatakan masyarakat mulai meninggalkan media cetak, kebanyakan masyarakat lebih memilih menggunakan media online sebagai media informasinya.

6.	Perbedaan dan Persamaan penelitian dengan yang akan peneliti lakukan	Perbedaan pada penelitian ini terletak pada objek penelitian yang mana penelitian ini menjelaskan tentang Strategi komunikasi Harian Umum Oku Ekspres Dalam Meningkatkan Minat Baca Pada Media Online WWW.OKES.CO.ID. Sedangkan penelitian peneliti menjelaskan tentang strategi komunikasi dalam menarik minat baca pada masyarakat Garut. Kesamaan pada penelitian ini yaitu sama-sama meneliti tentang strategi komunikasi.
7.	Kritik	Berdasarkan hasil pembahasan dari penelitian ini, peneliti kurang begitu terampil sehingga mempengaruhi respon dari masyarakat menjadi kurang antusias hal ini ditinjau berdasarkan hasil penelitian terdahulu ini.

2.2 Kerangka Pemikiran

2.2.1 Kerangka Teoritis

2.2.1.1 Tinjauan Ilmu Komunikasi

Istilah kata komunikasi atau dalam bahasa Inggris *communication* ini berasal dari kata Latin yaitu *communicatio*, dan juga bersumber dari kata *communis* yang memiliki arti *sama*. *Sama* yang dimaksud dalam hal ini adalah *sama makna*. Dalam artian sama bahasa yang digunakan dalam suatu percakapan belum tentu memiliki kesamaan makna. Dengan kata lain, mengerti bahasa belum tentu mengerti makna pada bahasa tersebut. (Effendy, 2017). Seperti yang dikatakan oleh Harold Lasswell bahwa cara terbaik untuk menggambarkan komunikasi yaitu dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan dari (*Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect?*) Yang berarti Siapa Mengatakan Apa Dengan Saluran Apa Kepada Siapa Dengan Pengaruh Bagaimana. (Mulyana, 2017).

Komunikasi merupakan bagian yang sangat penting dalam kehidupan manusia, karena manusia tidak bisa lepas dari yang namanya berkomunikasi, mulai dari bangun tidur hingga terlelap tidur lagi pun pasti manusia melakukan kegiatan berkomunikasi tanpa kita sadari. Selain itu komunikasi juga tak lepas dari yang namanya bentuk komunikasi, dimana penyampaian pesan yang terjadi pada kegiatan komunikasi ini tidak hanya secara verbal saja melainkan diikuti

dengan non-verbal seperti melakukan ekspresi pada wajah, lukisan, maupun pada teknologi (Cangara, 2014).

Jalannya suatu komunikasi didukung oleh beberapa unsur yang selalu ada dalam setiap prosesnya, diantaranya yaitu: (Cangara, 2017)

a. Sumber

Sumber atau dalam bahasa Inggris *source* biasa disebut juga komunikator adalah pihak yang berupaya mengirim atau menyampaikan pesan kepada penerima.

b. Pesan

Pesan yang dimaksud adalah pernyataan atau informasi yang disampaikan oleh pengirim terhadap penerima. Pesan yang disampaikan dapat berbentuk verbal (tulisan atau lisan) maupun non-verbal (bentuk isyarat) yang dapat dipahami oleh si penerima pesan.

c. Media

Media yang dimaksud adalah alat yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari sender terhadap penerima. Media disini dapat berupa media elektronik, cetak, dan media massa atau media sosial.

d. Penerima

Penerima yang dimaksud adalah seseorang yang menjadi sasaran penyampaian pesan atau biasa disebut sebagai khalayak yang dilakukan oleh pengirim pesan.

e. Efek

Efek yang dimaksud adalah perubahan sikap, perilaku, keyakinan dan hal lainnya yang terjadi setelah menerima pesan yang diberikan oleh sender atau pengirim pesan.

f. Umpan balik

Umpan balik atau *Feedback* merupakan tanggapan yang diterima oleh penerima setelah mendapatkan pesan dari sumber.

g. Lingkungan

Lingkungan atau situasi adalah salah satu hal yang berpengaruh sehingga dapat memperlancar jalannya suatu komunikasi. Lingkungan disini dapat diartikan dalam bentuk fisik, sosial budaya, psikologis dan dimensi waktu.

2.2.1.2 Tinjauan Public Relations

2.2.1.2.1 Definisi Public Relations

Public Relations merupakan salah satu seni dalam membangun pengertian terhadap publik menjadi lebih baik, sehingga terbentuknya kepercayaan dari publik terhadap suatu individu maupun dalam organisasi (Mukarom Z, 2015). Dalam ruang lingkup organisasi, *Public Relations* menjadi bagian terpenting dalam menggerakkan suatu organisasi agar dapat berjalan

dengan baik. Terlebih jika organisasi tersebut terbentuk ikatan dengan masyarakat, *Public Relations* yang bertugas membentuk serta menjalin hubungan dengan baik terhadap masyarakat itu, agar terciptanya lingkungan kinerja serta hubungan yang positif.

2.2.1.2.2 Fungsi Public Relations

Public Relations memiliki arti penting sebagai fungsi manajemen yang dapat memelihara serta membantu agar terciptanya alur komunikasi, pengertian, dukungan, dan kerja sama suatu lembaga atau organisasi dengan publiknya. Aktivitas *Public Relations* dalam sehari-hari yakni melakukan komunikasi timbal balik, antara lembaga dengan pihak luar atau publik yang bertujuan menciptakan saling pengertian dan juga dukungan atas tercapainya tujuan tertentu, kebijakan, kegiatan produksi, demi kemajuan lembaga atau organisasi dan menciptakan citra positif di lingkungan masyarakat luas. *Public Relations* memberi masukan serta nasihat terhadap suatu lembaga bagi kebijakan manajemen yang berhubungan dengan opini atau isu yang sedang berkembang di lingkungan masyarakat itu (Soemirat, 2010).

Dalam suatu lembaga atau organisasi, *Public Relations* memiliki beberapa fungsi yang diantaranya sebagai berikut (Effendy & Surjaman, 2006).

1. Menunjang suatu kegiatan manajemen dalam rangka mencapai tujuan organisasi.

2. Menjalin hubungan harmonis antara organisasi dengan publiknya, baik dengan publik eksternal maupun publik internal.
3. Menciptakan dan membentuk komunikasi dua arah secara timbal balik dengan cara menyebarluaskan informasi dari organisasi kepada publik serta menyalurkan opini publik kepada organisasi.
4. Melayani publik serta menasehati pimpinan lembaga organisasi atau perusahaan demi kepentingan umum.

Adapun relevansi fenomena terkait dengan *Public Relations*, seorang *Public Relations* dari lembaga atau instansi harus mengetahui dan memahami lebih dalam tentang berbagai fenomena serta suatu isu dan juga opini yang sedang terjadi pada masyarakat sekitar, begitupun dapat memberikan masukan beserta nasihat kepada lembaga instansi sendiri ataupun pemerintah agar menjadi lebih baik lagi dalam menjalankan suatu tugas yang jadi kerjanya.

2.2.1.3 Tinjauan Teori Strategi Komunikasi

Strategi merupakan kata yang berasal dari bahasa Yunani klasik yaitu "*stratos*" dan "*agein*". *Stratos* yang artinya tentara dan *agein* memiliki arti pemimpin dan apabila kedua kata itu disatukan menjadi memimpin tentara, jadi dalam hal ini strategi adalah konsep militer yang bisa diartikan sebagai seni perang para jendral (*The Art of General*) atau suatu rancangan yang terbaik untuk memenangkan peperangan (Cangara, 2014).

Seperti yang dikemukakan oleh Effendy (2017, hal. 32) bahwa strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*)

untuk mencapai suatu tujuan. tetapi untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak hanya berfungsi sebagai peta jalan saja yang tugasnya hanya menunjukkan arah jalan, melainkan harus bisa menunjukkan taktik yang di capai dalam operasionalnya. Dalam arti bahwa pendekatan (approach) bisa jadi berbeda dalam sewaktu-waktu tergantung pada situasi dan kondisi yang terjadi.

Usaha dalam bentuk proses penyampaian pesan, seorang komunikator harus mampu menciptakan sebuah komunikasi yang efektif agar dapat menghasilkan efek yang diharapkan terhadap komunikan. Untuk menciptakan komunikasi yang efektif, seorang komunikator harus memikirkan lebih matang bagaimana cara agar pesan tersebut dapat tersampaikan dan diterima dengan baik oleh khalayak, mulai dari metode penyajian pesan, media yang digunakan untuk menyampaikan pesan, dan hal lain sebagainya. Agar pesan yang disampaikan kepada sasaran (*public*) dapat menjadi efektif, terdapat beberapa strategi komunikasi menurut (Arifin, 2008) diantaranya yaitu:

1. Mengenal Khalayak

Mengenal khalayak merupakan langkah pertama bagi komunikator dalam melakukan proses komunikasi yang efektif. Dalam proses komunikasi, khalayak dianggap pihak yang sama sekali tidak pasif, melainkan aktif. Sehingga antara komunikator dan komunikan tidak hanya terjadi sebuah hubungan tetapi juga saling mempengaruhi Artinya komunikan dapat dipengaruhi oleh komunikator dan komunikator dapat dipengaruhi oleh

komunikasikan. Dalam proses komunikasi baik komunikator maupun komunikasikan mempunyai kepentingan yang sama, maka dari itu untuk menciptakan sebuah komunikasi yang efektif, komunikator harus menciptakan persamaan kepentingan dengan komunikasikan terutama dalam pesan, metode serta media.

2. Menyusun Pesan

Setelah mengenal khalayak dan situasi, langkah selanjutnya dalam perumusan strategi komunikasi adalah menyusun pesan, yaitu menentukan tema dan materi yang akan disampaikan. Pesan dapat disampaikan dengan cara tatap muka atau melalui media komunikasi. Isi sebuah pesan bisa berupa ilmu pengetahuan, hiburan, informasi, nasihat maupun propaganda. Syarat dari sebuah pesan yang efektif adalah menarik, dapat memenuhi kebutuhan individual (*personal needs*) pada komunikasikan, pesan dapat memuaskan kebutuhan emosi, pesan dapat memuaskan kebutuhan harapan logis bagi penerima pesan atau komunikasikan.

3. Menetapkan Metode

Selain dari mengenal khalayak dan menetapkan isi pesan, metode dalam penyampaian sebuah komunikasi juga merupakan salah satu hal yang penting agar efektivitas dalam komunikasi bisa tercapai sesuai dengan apa yang menjadi harapan dan juga diinginkan.

4. Seleksi dan Penggunaan Media

Pemilihan media dalam komunikasi harus selektif. Artinya bahwa Komunikator harus mampu melihat dan menyesuaikan keadaan serta kondisi khalayak dengan media komunikasi yang akan digunakan. Hal ini dikarenakan situasi dan kondisi komunikasi tidak semata-mata semuanya sama, seperti halnya media komunikasi yang memiliki kelebihan dan kekurangannya sendiri. (Rahma, 2015)

Dengan demikian, strategi komunikasi yakni merupakan keseluruhan perencanaan, taktik maupun cara yang digunakan untuk melancarkan komunikasi dengan memperhatikan seluruh aspek yang ada pada proses komunikasi untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Dalam menyusun strategi komunikasi diperlukan suatu pemikiran dengan memperhatikan faktor pendukung dan juga penghambat, dan akan lebih baik apabila dalam strategi komunikasi dapat diperhatikan komponen-komponen komunikasi pada faktor pendukung maupun penghambat dari setiap komponennya. Seperti faktor kerangka referensi, faktor situasi kondisi, pemilihan media komunikasi, tujuan pesan dalam komunikasi, dan peran komunikator dalam komunikasi (Arifin, 1984).

R. Wayne Pace , Brent D mengatakan bahwa ada tiga tujuan sentral strategi komunikasi diantaranya (1) *to secure understanding*, (2) *to establish acceptance*, (3) *to motivate action*. Ketiga tujuan itu memiliki arti yaitu untuk yang pertama *to secure understanding* memastikan bahwa komunikasi dapat mengerti pesan yang diterimanya. Lalu setelah ia mengerti dan menerima pesan,

maka penerima itu harus dibina (*to establish acceptance*). Dan pada akhirnya kegiatan dimotivasikan (*to motivate action*) (Effendy, 2017, hal. 32).

2.2.2 Kerangka Konseptual

2.2.2.1 Minat Baca Masyarakat

Membaca adalah salah satu bagian aspek dari keterampilan berbahasa yang bersifat aktif. Media yang menjadi alat untuk membaca yaitu berupa media dalam bentuk bahasa tulis, yang mana membaca memegang peranan penting terutama dalam kehidupan sehari-hari. Membaca merupakan sesuatu yang dilakukan dengan melihat serta memahami isi dari apa saja yang tertulis, baik dilakukan dengan cara mengeja maupun melafalkannya dari apa yang tertulis (KBBI). Sedangkan menurut Sutarno (2003) membaca dapat didefinisikan sebagai sebuah proses menangkap atau memperoleh konsep-konsep dari pengarang dan kemudian direfleksikan dan bertindak seperti yang dimaksud dalam konsep itu.

Minat menurut Arthur J. Jones dalam (Supriyadi, 1986, hal. 73) menerangkan bahwa minat merupakan perasaan suka (*like*) yang berhubungan dengan suatu reaksi terhadap sesuatu yang khusus dalam situasi tertentu. Sementara Crow and Crow menjelaskan bahwa minat menunjukkan akan kekuatan motivasi yang menyebabkan individu memberikan perhatian kepada orang, benda, ataupun kegiatan. Minat sendiri sering diartikan "*interest*" yang mana minat bisa dikelompokkan sebagai sikap (*attitude*) yang memiliki kecenderungan

tertentu. Minat tidak dapat dikelompokkan sebagai pembawaan, tetapi sifatnya dapat diusahakan, dipelajari, dan juga dikembangkan.

Sementara itu, minat baca merupakan suatu dorongan yang kuat terhadap seseorang untuk membaca yang ditandai dengan menunjukkan ketertarikan pada berbagai lambang maupun simbol. Adapun menurut Liliawati dalam (Sandjaja, 2005) mengartikan bahwa minat membaca adalah suatu perhatian kuat dan mendalam disertai dengan perasaan senang terhadap kegiatan membaca sehingga mampu mengarahkan seseorang untuk membaca sesuai dengan kemauannya sendiri. Minat membaca merupakan karakteristik tetap dari proses pembelajaran sepanjang hayat (*life long learning*) yang berkontribusi pada perkembangan, misalnya seperti memecahkan persoalan, memahami karakter orang lain, menimbulkan rasa aman, hubungan interpersonal yang baik serta penghargaan yang bertambah pada aktivitas keseharian.

Berbagai definisi terkait minat membaca yang telah dijelaskan diatas dapat disimpulkan bahwa minat membaca merupakan serangkaian aktivitas yang dilakukan dengan penuh ketekunan dan cenderung menetap dalam rangka membangun pola komunikasi dengan diri sendiri agar pembaca dapat menemukan makna tulisan serta memperoleh informasi sebagai proses transmisi pikiran untuk mengembangkan intelektualitas dan pembelajaran sepanjang hayat.

Secara umum minat baca memiliki beberapa tujuan diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Mewujudkan suatu sistem pertumbuhan dan pengembangan nilai ilmu yang sesuai dengan yang dibutuhkan masyarakat.
2. Mengembangkan masyarakat baca (*reading society*) melalui pelayanan masyarakat perpustakaan dengan penekanan pada penciptaan lingkungan baca untuk semua jenis bacaan pada semua lapisan masyarakat.

Membaca memiliki begitu banyak sekali manfaat. Karena dengan membaca, seseorang bisa memperluas cakrawala dalam ilmu pengetahuan, menambah informasi untuk diri sendiri, mengingatkan pengetahuan dan juga menambah ide seseorang. Dengan ini jelas bahwa pengaruh dari bacaan ini sangat besar terutama dalam meningkatkan berpikir seseorang. Menurut Gray dan Roger (1995) dapat disebutkan beberapa manfaat membaca, diantaranya:

1. Meningkatkan pengembangan diri

Membaca dapat meningkatkan ilmu pengetahuan bagi seseorang yang mau membacanya. Begitupun dengan daya nalarnya yang akan terus berkembang dan berpandang luas, sehingga dapat bermanfaat bagi dirinya maupun orang lain.

2. Memenuhi tuntutan intelektual

Dengan kita membaca buku, pengetahuan akan semakin meningkat dan kosakata makin bertambah, sekaligus melatih imajinasi serta daya pikir sehingga terpenuhi kepuasan intelektual.

3. Memenuhi kepentingan hidup

Membaca akan membawa kita memperoleh pengetahuan praktis yang berguna bagi kehidupan sehari-hari. Misalnya dengan kita membaca mengenai bagaimana cara merawat buku, maka kita akan memperoleh pengetahuan tentang cara perawatan buku, begitupun dengan buku lainnya.

4. Meningkatkan minatnya terhadap suatu bidang

Seperti halnya ketika seseorang yang senang berkebun, kemudian ia membaca buku tentang bagaimana cara berkebun, maka minatnya dalam membaca buku itu akan meningkat seiring untuk mempelajarinya lebih dalam.

5. Mengetahui hal-hal yang aktual

Dengan membaca seseorang bisa mengetahui mengenai peristiwa-peristiwa yang terjadi di lingkungan tanpa harus pergi ke lokasi, misalnya peristiwa bencana alam yang terjadi di suatu tempat ataupun peristiwa lainnya.

Minat yang dimiliki oleh setiap orang tentu berbeda-beda, begitupun dengan minat membaca. ada individu yang gemar membaca begitupun sebaliknya, namun minat baca seseorang juga dapat dipengaruhi oleh beberapa

faktor lain. Seperti yang dikemukakan oleh Crow and crow (Supriyadi, 1986, hal. 75) ada 4 faktor yang mempengaruhi minat baca seseorang, diantaranya:

1. Faktor Fisik

Kondisi fisik memang menjadi perhatian, karena ketika seseorang sedang dalam kondisi fisik yang baik atau sehat, maka keadaan seseorang itu akan stabil. Hal itulah yang nantinya akan berpengaruh terhadap aktivitas yang dilakukannya, misalnya kegiatan membaca buku. Apabila kondisi fisiknya baik, maka ia akan merasa senang dan nyaman untuk membaca.

2. Kondisi Mental

Kondisi mental seseorang sangat berpengaruh terhadap aktivitas hariannya. Misalnya ketika mental seseorang sedang down, maka orang itu tidak akan merespon dengan baik akan apa yang ia kerjakan. Begitupun dengan aktivitas membaca maka akan kurang baik diterimanya.

3. Status Emosi

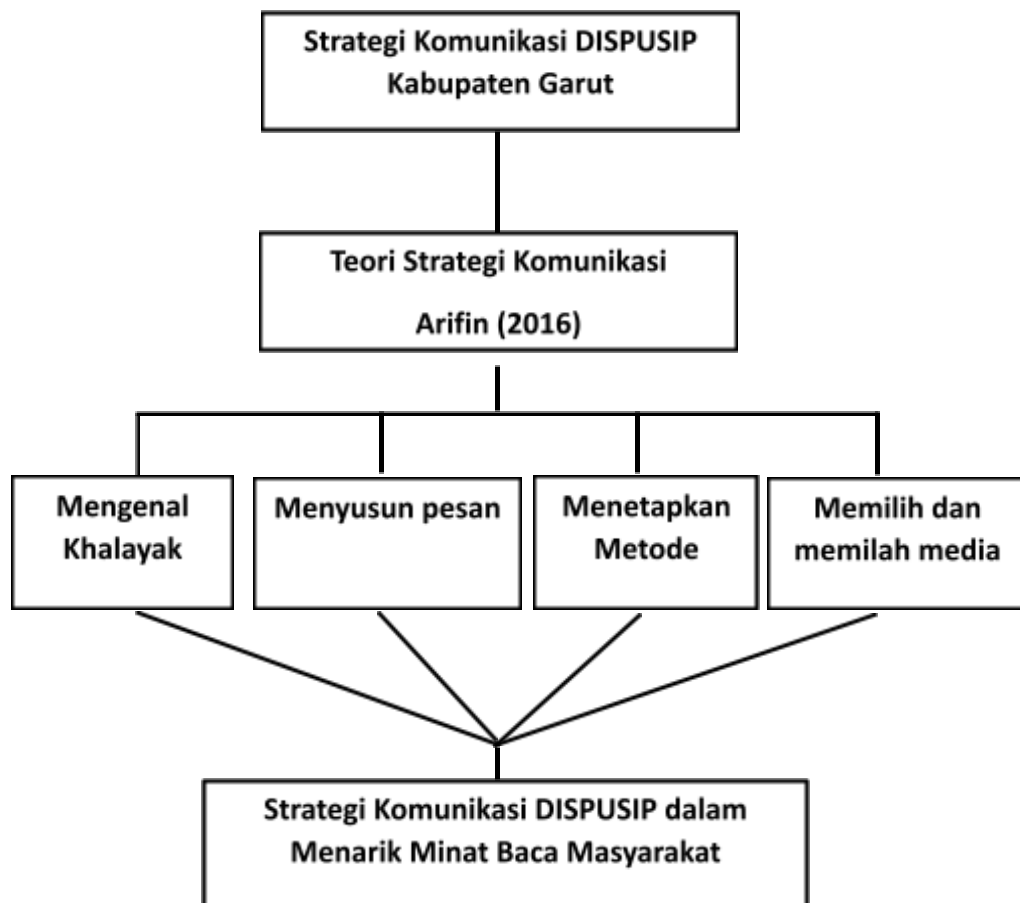
Status emosi ini sangat berpengaruh terhadap kondisi seseorang, apabila kondisi emosinya sedang stabil dan baik, maka ia akan senang dan ringan dalam melakukan kegiatan yang disukainya. Misalnya kegiatan membaca buku, namun ketika emosinya sedang labil, maka seseorang itu juga akan malas tidak mau untuk melakukan apapun, tak terkecuali membaca.

4. Lingkungan Sosial

Lingkungan sosial ini sangat berpengaruh, ketika seseorang berada pada lingkungan yang baik dan orang-orang dilingkungan itu gemar membaca,

maka seseorang itu akan terpengaruh dan terbawa suasana untuk mencoba ikut membaca. akan tetapi akan berbeda dengan lingkungan yang sebaliknya atau kebalikan dari lingkungan yang baik itu.

2.2.3 Bagan Kerangka Pemikiran



Bagan 2.1 Kerangka Pemikiran Penelitian

Sumber: Oleh Peneliti (2022)

