

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Literasi serta budaya membaca memegang peranan penting dalam mendidik sumber daya manusia dan mengembangkannya untuk menjadi unggul dan berpengetahuan. Tingkat literasi yang tinggi tidak hanya mendorong kemajuan dan perkembangan bangsa, tetapi juga menjadi kunci untuk membentuk masa depannya. Budaya literasi harus ditekankan pada semua kelompok usia, masa kanak-kanak dan remaja adalah fase kritis untuk mendorong kebiasaan membaca. Jika minat membaca merosot, generasi muda berisiko terpapar informasi dan berita yang tidak jelas sumbernya, dapat memengaruhi persepsi dan pembentukan pengetahuan mereka (Arviansyah *et al.*, 2022).

Minat membaca yang rendah di Indonesia bila dilihat dari sudut pandang kekhawatiran masih menjadi salah satu tantangan yang dihadapi. Data dari UNESCO yang dikutip Devega (2017) menunjukkan bahwa hanya sebagian kecil dari masyarakat Indonesia yang memiliki kebiasaan membaca yang baik, hanya 0,001% dari total populasi. Hal ini menunjukkan bahwa hanya satu orang saja dari seribu jiwa di Indonesia yang memiliki minat membaca yang tinggi. Karena persentase yang rendah itu pula Indonesia berada di 1 peringkat sebelum peringkat terakhir atau ke-60 dari 61 negara dalam hal kemampuan membaca. Situasi ini bertolak belakang dengan penggunaan media sosial yang tinggi di Indonesia, menunjukkan bahwa masyarakat lebih tertarik pada platform digital daripada kebiasaan membaca yang lebih tradisional.

Media sosial adalah platform interaksi jarak jauh yang memungkinkan pengguna berkomunikasi dan berbagi informasi secara bebas. Perkembangan media sosial yang pesat telah melahirkan beragam aplikasi komunikasi, seperti Instagram, Facebook, WhatsApp, Twitter, YouTube,

Telegram, TikTok, serta banyak lainnya. Kemajuan teknologi ini memberikan kebebasan kepada pengguna untuk saling terhubung, berbagi pengetahuan, serta mengakses informasi dengan mudah. Salah satu kelebihan media sosial adalah kemampuannya untuk memfasilitasi komunikasi tanpa pertemuan tatap muka, memungkinkan interaksi *online* yang nyaman dan efisien. Media sosial telah membawa perubahan yang cukup besar pada berbagai aspek kehidupan, termasuk pendidikan, kehidupan bermasyarakat, perekonomian dan lain-lain, melalui aplikasinya yang sangat populer. Media sosial telah mengubah cara orang terhubung, berbagi ide, serta memperoleh informasi, membentuk *landscape* komunikasi kontemporer (Arviansyah et al., 2022).

We Are Social dan *Hootsuite* membuat sebuah laporan yang terbaru dari mereka, seperti yang dikutip oleh GoodStats, menunjukkan bahwa jumlah pemakai internet di seluruh dunia telah mencapai 5,16 miliar orang, sementara pemakai media sosial mencapai 4,76 miliar orang pada Januari 2023. Data ini menunjukkan peningkatan signifikan dalam penggunaan teknologi digital. Pengguna perangkat seluler menghabiskan rata-rata tujuh menit lebih banyak setiap hari dalam setahun terakhir ini, dengan pengguna khususnya pada *operating* sistem Android menghabiskan lebih dari lima jam dalam dua puluh empat jam atau setiap hari menggunakan ponsel mereka. Dalam hal platform media yang banyak digunakan seperti Instagram menempati peringkat ketiga dalam jumlah pengguna aktif, setelah Facebook dan YouTube. Instagram juga menjadi sumber berita utama bagi generasi muda saat ini, menunjukkan peran penting media sosial dalam konsumsi informasi.

Kehadiran media sosial yang meluas dalam kehidupan sehari-hari, telah mengubahnya menjadi komponen yang tak terpisahkan dari komunikasi modern. Di luar fungsi utamanya sebagai media komunikasi, media sosial juga telah muncul sebagai sumber informasi yang vital. Komunikasi memainkan peran penting dalam berbagai aspek kehidupan manusia, karena memungkinkan individu atau kelompok untuk

menyampaikan rangsangan, biasanya dalam bentuk simbol atau kata-kata, dengan tujuan untuk mempengaruhi perilaku penerima (Gibraldi, 2023). Lebih lanjut, komunikasi dapat didefinisikan sebagai suatu proses dalam melakukan penyampaian sebuah pesan dari komunikator kepada penerima, dengan menggunakan berbagai media, baik secara langsung maupun tidak langsung, pada akhirnya dapat menghasilkan efek tertentu (Putri, 2022).

Komunikasi tidak hanya terbatas pada penyampaian pesan, tetapi juga mencakup interaksi dan penyebaran informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat. Melalui penggunaan taktik komunikasi persuasif, komunikator sering kali berusaha membentuk sikap, pendapat, serta perilaku *audiens*. Tujuannya untuk mendorong tindakan yang sesuai dengan hasil yang mereka inginkan (Sihabudin, 2023). Proses ini melibatkan upaya untuk mengubah pemikiran atau *mindset* individu, mendorong mereka untuk mempertimbangkan perspektif baru atau berperilaku dengan cara tertentu. Komunikasi persuasif dalam konteks ini bukanlah manipulasi negatif, tetapi lebih pada upaya memengaruhi pemikiran dan perilaku individu untuk mencapai hasil yang positif dan saling menguntungkan (Putri, 2022).



Gambar 1. 1 Promosi Gerakan Membaca Menggunakan Media Konvensional
Sumber: Napitupulu (2023)

Dapat kita lihat pada tampilan gambar 1.1 menggambarkan ajakan untuk membaca buku menggunakan metode komunikasi tradisional atau konvensional. Sebelum maraknya media sosial, upaya mengubah perilaku dan mendorong kebiasaan membaca sering dilakukan melalui sebuah acara seperti mengadakan pameran buku, tampilan visual seperti poster di toko buku, pengumuman di perpustakaan atau sekolah, serta berbagai sarana lain yang bersifat langsung dan fisik.



Gambar 1. 2 Promosi gerakan membaca menggunakan media sosial
Sumber: @jktbookparty (2023)

Pada tampilan visual yang sudah tertera pada gambar 1.2 menunjukkan contoh komunikasi persuasif yang memanfaatkan media sosial, khususnya akun Instagram komunitas @jktbookparty. Komunitas ini memiliki pendekatan unik untuk mendorong literasi dengan mengubah persepsi masyarakat terhadap kegiatan membaca buku. Tujuan mereka adalah untuk mengubah *mindset* bahwa membaca buku bukan hanya kegiatan serius dan kudu buku, tetapi juga dapat menjadi aktivitas yang menyenangkan dan santai, serta dapat dilakukan di tempat seperti taman. Komunitas ini memanfaatkan fitur video pendek atau *reels* di Instagram

untuk berbagi cuplikan dan kutipan menarik dari buku yang mereka baca, kemudian menarik perhatian pengikut dan mendorong mereka untuk bergabung dengan komunitas.

Akun Instagram @jktbookparty adalah komunitas literasi yang relatif baru, dibentuk pada Oktober 2023, menurut informasi yang diperoleh dari wawancara singkat dengan koordinator komunitas. Meskipun baru didirikan, akun ini telah menarik banyak pengikut, mencapai 110 ribu pengikut. (diakses pada 5/01/2024). Akun ini berbagi 58 postingan, termasuk foto dan video pendek, serta mengikuti 28 akun lainnya. Berdasarkan pra wawancara yang dilakukan oleh peneliti, cara mereka mendapatkan banyak pengikut dengan aktif mengunggah foto dan video di Instagram menggunakan narasi yang menarik menggunakan kata ajakan “*party*” dimana seolah olah baca buku sama seperti *party* yang bisa dilakukan dengan santai. Serta mengunggah *reels* yang berhasil ditonton 6 juta orang dengan menggunakan narasi ajakan yang menarik seperti:

“pernah ga sih kalian pas lagi baca buku dianggap aneh sama temen kalian, padahal itu hal yang normal dan bukan sesuatu yang aneh dan kita kan cuma baca buku tidak melakukan hal kejahatan, tapi semenjak ada jktbookparty perasaan-perasaan itu perlahan hilang karna disini kita bisa menemukan orang yang pernah dianggap aneh saat baca buku, tempat bisa menuangkan segala keresahan dan tempat yang diimpikan” cuplikan Instagram @jktbookparty.

Hal tersebut menjadi pusat perhatian para pengguna Instagram untuk mengikuti akun tersebut. Unggahan akun @jktbookparty ditujukan untuk *audiens* yang beragam, melintasi berbagai kota di Indonesia. Meskipun nama akunnya mencerminkan lokasi Jakarta, komunitas ini memiliki anggota dari berbagai kota, termasuk Yogyakarta, Bandung, Medan, dan Surabaya, menunjukkan jangkauan Nasional dan inklusivitas komunitas.

Selain melakukan aktivitasnya melalui Instagram, akun @jktbookparty juga menyelenggarakan acara tatap muka, dikenal dengan sebutan “*book party*” setiap akhir pekan serta pusreng (perpustakaan bareng) setiap Rabu. Hal unik ini yang membedakan akun ini dari akun Instagram lain yang

fokus pada edukasi tentang membaca buku. Melalui Instagram *story*, komunitas ini mendokumentasikan pertemuan langsung di berbagai kota, termasuk Jakarta yang selalu mendapat antusiasme tinggi dari pengikutnya. @jktbookparty telah menciptakan komunitas pembaca *online*, difasilitasi oleh Instagram, memungkinkan setiap orang untuk berkumpul dan berinteraksi. Fenomena ini penting untuk di bahas karena masalah literasi khususnya di Indonesia masih kurang diperhatikan. Maka, masalah yang akan diteliti adalah bagaimana efektifitas komunikasi persuasif akun Instagram @jktbookparty dalam meningkatkan minat baca *followers*.

1.2 Rumusan Masalah

Apakah komunikasi persuasif yang dilakukan akun Instagram @jktbookparty berpengaruh efektif terhadap minat baca *followers* ?

1.3 Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui efektivitas komunikasi persuasif akun Instagram @jktbookparty terhadap minat baca *followers*

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan penelitian di atas, maka manfaat yang dapat diambil dari penelitian adalah :

1. Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi serta memperkaya khazanah ilmu komunikasi, khususnya dalam bidang komunikasi persuasif. Hasil penelitian dapat menambah referensi dan menjadi acuan bagi peneliti lain yang tertarik meneliti topik serupa, berkontribusi pada pengembangan teori dan pemahaman komunikasi persuasif dalam konteks media sosial.

2. Manfaat praktis

Penelitian ini diharapkan berpotensi mengubah pola pikir kolektif dan pemahaman konseptual masyarakat umum sehubungan dengan peran dan dampak komunikasi persuasif. Serta pengaruhnya pada perubahan sikap dan budaya membaca. Memahami strategi komunikasi yang efektif dari akun Instagram @jktbookparty, masyarakat dapat memperoleh wawasan baru tentang cara meningkatkan minat baca melalui media sosial, mendorong literasi, serta menciptakan dampak positif pada komunitas.