

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kata membaca sudahlah tidak asing lagi di telinga kita. Membaca merupakan kegiatan menggali informasi melalui suatu tulisan. Dimana, dari situ sangat banyak informasi maupun pengetahuan yang dapat digali dan memiliki peranan yang sangat penting dalam kehidupan kita. Selain dapat membantu meningkat daya kerja otak kiri yang mengatur kepandaian manusia, membaca juga meningkatkan daya kerja otak kanan yang dapat menambah kreativitas dan daya imajinasi yang menyebabkan seseorang memiliki kemampuan yang seimbang antara otak kanan maupun otak kirinya sehingga diperkirakan mampu untuk menggunakan kapasitas otaknya dengan lebih maksimal.

Di zaman modern seperti sekarang, banyak sekali anak-anak yang lebih menyukai bermain *playstation*, *PSP (Playstation Portable)*, *NDS (Nintendo Dual Screen)*, menonton televisi, bermain atau jalan-jalan di mall, bermain internet pada jaringan sosial yang kini tengah *booming* seperti *facebook*, *twitter*, dan *friendster*, atau bahkan senang untuk *chatting* bersama teman-teman di dalam ponsel *smartphone* yang kini marak seperti *Blackberry*, *I-Phone*, *Samsung Galaxy S*, dan lain sebagainya. Hal ini berakibat mereka lebih menggemari permainan seperti itu daripada kegiatan lainnya seperti membaca. Melihat kondisi-kondisi ini, hal ini sangatlah memprihatinkan, dimana anak-anak menjadi kurang terasah kemampuannya, dikarenakan kurangnya kegiatan yang bermanfaat yang dapat menumbuhkan rasa percaya diri, kreativitas dan imajinasi, serta wawasan yang luas.

Hal di atas terbukti dalam hasil riset UNDP (*United Nations Development Program*) yang menyatakan bahwa dalam perihal minat baca, Indonesia menempati peringkat ke 96 sejajar dengan Negara Bahrain, Malta, dan Suriname. Dan di kawasan Asia Tenggara sendiri, Indonesia menempati peringkat ketiga setelah Kamboja dan Laos sebagai Negara yang memiliki kerendahan dalam minat membaca. Bahkan yang lebih memprihatinkan lagi, dua tahun yang lalu, Indonesia ini

menduduki posisi paling rendah se-Asia. Badan IEA (*International Education Achievement*) mencatat kemampuan membaca siswa di Indonesia pun masih menduduki peringkat kedua dari bawah di kawasan ASEAN, yakni berada di posisi 38. Dari hal tersebut UNDP menempatkan Indonesia pada posisi yang rendah dalam hal peningkatan dan pembangunan sumber daya manusia.

Oleh karena itulah, membaca buku harus mulai digalakkan dan menjadi suatu gaya hidup di Indonesia. Bagaimana cara menumbuhkan minat baca di Indonesia kini masih menjadi masalah di Indonesia, dimana belum ada cara yang benar-benar pasti untuk meningkatkan atau menumbuhkan minat baca. Padahal, minat baca merupakan persoalan yang cukup vital dalam dunia pendidikan. Membaca merupakan salah satu bentuk bermain yang tergolong sehat dan positif, dimana dengan membaca diharapkan dapat mendorong anak untuk mengembangkan sumber daya/ potensi yang ada dalam dirinya, dan juga menjadi hobi yang dapat membantu mereka menikmati waktu luangnya, dan juga dapat meningkatkan prestasi belajar di sekolah dan juga meningkatkan kreativitas.

Menurut ilmu psikologi, minat baca harus ditumbuhkan sejak anak itu berada dalam kandungan. Namun kenyataannya, semakin bertambahnya usia, tingkat kemalasan dalam membaca semakin bertambah akibat begitu banyak hal-hal yang di luar membaca yang menjadi ketertarikan baru. Karena itulah, gaya hidup membaca buku ini harus terus disosialisasikan, terutama pada remaja di usia 13-18 tahun yang tengah menginjak bangku pendidikan SMP - SMA agar mereka tidak meninggalkan gaya hidup membaca buku.

Sosialisasi ini dilakukan dengan kekuatan verbal dan juga visual. Untuk dapat meningkatkan minat baca remaja, masih diperlukan campur tangan dan interaksi dari orang tuanya. Namun, hal ini juga perlu dibantu dan didukung oleh visual yang menarik, sehingga mereka dapat terbujuk untuk menyenangi kegiatan membaca. Visual yang menarik ini membutuhkan bantuan ilmu Desain Komunikasi Visual yang baik, agar dapat menyatakan pesan dalam bentuk visual yang efektif.

Topik ini diangkat menjadi topik TA karena dengan munculnya fenomena rendahnya minat baca remaja di Indonesia, menyebabkan Indonesia menjadi semakin sulit untuk dapat menemukan SDM yang berkualitas guna memajukan bangsa. Karena jika hal ini tidak cepat diatasi, maka SDM di Indonesia akan semakin

menurun kualitasnya sehingga seluruh kekayaan Sumber Daya Alam (SDA) yang tersedia di tanah air ini tidak dapat dikembangkan dan diolah secara maksimal, sehingga Indonesia akan semakin lamban untuk maju.

Karena itulah, perlu kita tingkatkan minat baca di Indonesia untuk mengarahkan remaja Indonesia untuk menjadi penerus bangsa yang kreatif dan cerdas. Hal ini bertujuan untuk dapat membangun Negara kita ini agar menjadi lebih baik dan berkualitas.

1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan di atas, dapat disimpulkan yang menjadi permasalahan utama dalam topik ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana cara yang tepat untuk meningkatkan kesadaran dan kepedulian masyarakat terhadap minat membaca?
2. Bagaimana konsep desain yang tepat untuk rangkaian kampanye tersebut?
3. Bagaimana merencanakan strategi kampanye yang tepat dan efektif agar dapat menjangkau sasaran audiens kampanye tersebut?

Berdasarkan pokok-pokok permasalahan yang ada, Penulis memfokuskan ruang lingkup permasalahan pada:

1. Fokus masalah dititikberatkan pada upaya peningkatan kesadaran dan kepedulian minat membaca masyarakat.
2. Membuat suatu kampanye yang efektif dan efisien bagi target kampanye yaitu remaja di usia 13-18 tahun, yang duduk di kursi SMP maupun SMA. Kalangan ini dipilih karena pada usia tersebut banyak remaja yang mulai meninggalkan kesukaannya terhadap membaca dengan mencari kegiatan-kegiatan lainnya. Selain itu, remaja juga pada umumnya masih lebih mudah untuk menerima sosialisasi gaya hidup, dalam topik ini adalah gaya hidup membaca.
3. Penelitian dibatasi di kota Bandung sebagai *sampling* kota besar dimana terdapat banyak kalangan pelajar remaja. Diharapkan dari penelitian yang dilakukan terhadap *sample* yang diambil dapat mewakili permasalahan yang terjadi dalam masyarakat.

1.3 Tujuan Perancangan

Sesuai dengan permasalahan dan ruang lingkup yang telah diuraikan di atas, berikut ini akan dipaparkan garis besar hasil yang ingin diperoleh setelah masalah diteliti dan dipecahkan, yaitu sebagai berikut:

1. Untuk meningkatkan *awareness* terhadap pentingnya membaca agar target audiens mulai membudidayakan membaca sebagai suatu gaya hidup.
2. Membuat konsep desain yang tepat untuk khalayak target kampanye, sehingga kampanye dapat menyampaikan pesan yang tepat dan mudah dimengerti bagi seluruh target kampanye tersebut agar target semakin ditingkatkan minat bacanya sehingga dapat meningkatkan imajinasi, kreativitas, dan wawasan mereka, sehingga dapat mengoptimalkan kemampuan/ potensi yang ada di dalam diri mereka masing-masing yang bertujuan untuk membentuk Sumber Daya Manusia (SDM) yang berkualitas.
3. Merencanakan strategi kampanye yang tepat dan efektif agar dapat mendukung keberhasilan dari kampanye yang diselenggarakan.

1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

Untuk membuat hasil yang lebih akurat, Penulis mengumpulkan data lebih lanjut mengenai minat membaca buku. Berikut ini akan dipaparkan sumber dan teknik pengumpulan data yang akan dilakukan.

Sumber data primer yang mendukung mengenai penelitian minat baca di Bandung didapat dari:

1. Komunitas:
 - a. Tobucil & Klabs
Jalan Aceh No. 56, Bandung 40113
Jawa Barat, Indonesia.
 - b. *Zoe Bookstore & Library's Member*
Jalan Pager Gunung No. 3, Bandung
Jawa Barat, Indonesia.
2. Informan:
 - a. Ibu Rosdiana, S.Pd., guru Bahasa Indonesia Sekolah Menengah Atas Trinitas.

- b. Ibu Lies Neni Budiarti, M. Si., dosen Psikologi Komunikasi Universitas Kristen Maranatha dan Institut Teknologi Bandung.
- c. Drs. Agus Sutoyo, Msi., Kepala Humas Perpustakaan Nasional Republik Indonesia.
- d. Tarlen Handayani, *owner* dan *program director* dari Tobucil & Klabs.

Sedangkan teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan teknik-teknik sebagai berikut:

1. Observasi dengan partisipasi pasif terhadap para pembaca buku.
2. Wawancara dengan Drs. Agus Sutoyo, Msi., Kepala Humas Perpustakaan Nasional; Ibu Rosdiana, S. Pd., guru Bahasa Indonesia SMA Trinitas; Ibu Lies Neni Budiarti, M. Si., dosen Psikologi Komunikasi Desain Komunikasi Visual Universitas Kristen Maranatha; Tarlen Handayani, *owner* dan *program director* dari Tobucil & Klabs.
3. Studi Pustaka melalui media cetak: Buku Perkembangan Anak(Elizabeth B. Hurlock); Buku Advertising edisi kedelapan (Sandra Moriarti, Nancy Mitchell, William Wells); Buku *The Little Blue Book of Advertising* (Steven Lance, Jeff Woll); Buku Psikologi Komunikasi Universitas Kristen Maranatha; Buku Menumbuhkan Minat Baca Pada Anak (Joko D. Muktiono).
Studi Pustaka melalui media elektronik yang ada pada situs-situs di internet.
4. Kuesioner kepada remaja-remaja berusia 13-18 tahun di:
SMP Negeri 5 Bandung
SMP Waringin Bandung
SMA Negeri 3 Bandung
SMA Negeri 5 Bandung
SMA Trinitas Bandun

1.5 Skema Perancangan

