

Komunikasi Strategis Komunitas 1001buku dalam Mendukung Literasi di Indonesia

Oktuta Arn Sabagyo¹, Nawiroh Vera²

E-Mail : oktuta.arn@gmail.com, nawiroh.vera@budiluhur.ac.id

Fakultas Komunikasi & Desain Kreatif Universitas Budi Luhur Jakarta, Indonesia
Jl. Ciledug Raya, Petukangan Utara, Jakarta Selatan, Indonesia

Submitted: 05 Juli 2022 **Revised:** 11 Oktober 2022 **Accepted:** 22 Oktober 2022

ABSTRAK

Kemajuan suatu bangsa ditentukan oleh tingkat literasi masyarakatnya. Hasil survei *Programme for International Student Assessment (PISA)* tahun 2018 menyatakan kalau Indonesia ada di urutan ke-71 dari 77 negara. Angka ini menunjukkan bahwa tingkat literasi di Indonesia tergolong rendah. Keadaan ini diperparah dengan terpusatnya layanan perpustakaan umum yang hanya ada di pusat-pusat kota, kabupaten, atau provinsi. Hal ini menyebabkan masyarakat yang berada di daerah pelosok sulit untuk mendapatkan akses terhadap bahan bacaan berkualitas. Komunitas 1001buku ikut ambil bagian dalam membantu pemerintah untuk meningkatkan literasi di Indonesia. Sesuai dengan visi komunitas yaitu meningkatkan mutu pendidikan di Indonesia melalui peningkatan minat baca anak, dengan cara membantu teman-teman di daerah yang memiliki inisiatif untuk mendekatkan buku kepada anak-anak. Hal ini sejalan dengan misi komunitas yaitu membuka akses terhadap bahan bacaan berkualitas bagi anak-anak di seluruh Indonesia. Tujuan penelitian ini adalah untuk melihat bagaimana komunikasi strategis yang dilakukan oleh komunitas 1001buku dapat membantu pemerintah dalam meningkatkan literasi di Indonesia. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif, menggunakan paradigma interpretif dengan pendekatan fenomenologi. Penelitian ini menghasilkan temuan bahwa komunitas 1001buku memanfaatkan aplikasi obrolan (*whatsapp*) dan media sosial (*instagram dan facebook*) untuk media dalam melakukan komunikasi. Komunikasi yang dilakukan merupakan komunikasi 2 arah. Komunikasi strategis yang dilakukan sejalan dalam upaya mendukung literasi di Indonesia. Walau indeks keberhasilan tidak dapat diukur secara pasti, tetapi dapat dilihat dari kenyataan yang ada di lapangan.

Kata kunci: komunikasi strategis, komunitas 1001buku, media sosial

ABSTRACT

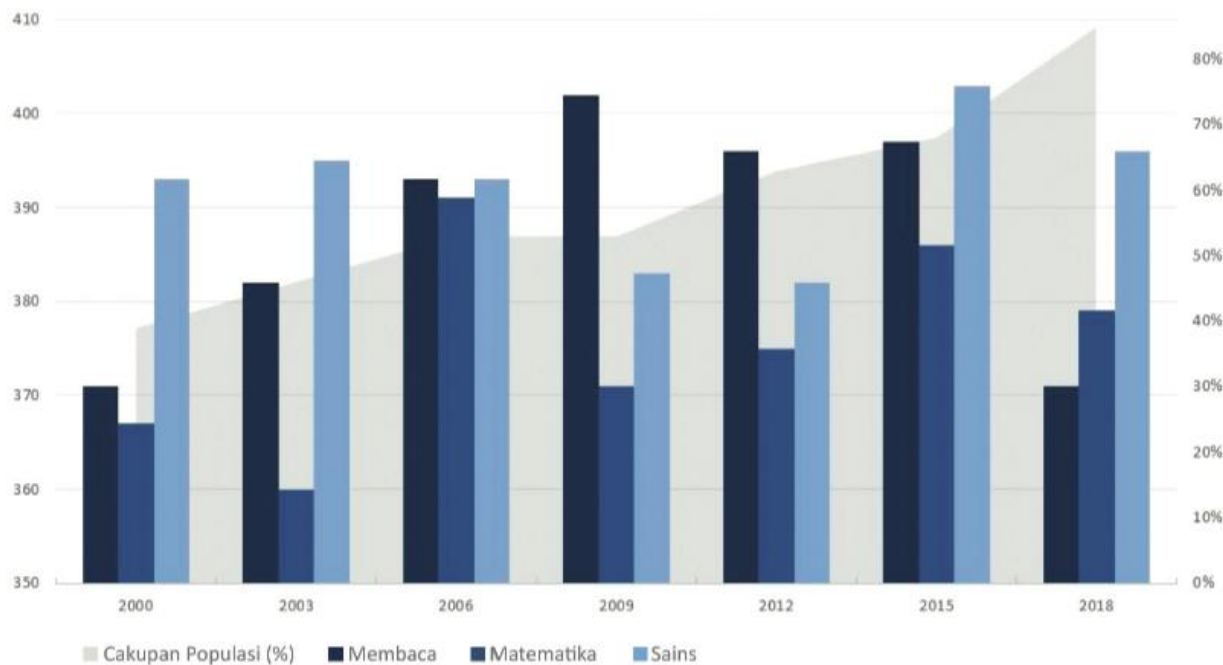
Community literacy determines the progress of the nation. In 2018, based on the Programme for International Student Assessment (PISA) survey, Indonesia was ranked 71th out of 77 countries. This figure shows that literacy in Indonesia is still relatively low. Libraries that are centralized in cities, districts, and provinces, make it difficult for people in remote areas to get quality reading materials. The 1001buku community took a role in helping the government to improve literacy in Indonesia. The community has a vision to improve the quality of education in Indonesia through increasing children's interest in reading, by helping friends in the area who took the initiative to bring books closer to the children. This is in line with the community's mission to open access to quality reading materials for children throughout Indonesia. The purpose of this paper is to see how strategic communication carried out by the 1001buku community can help the government in improving literacy in Indonesia. This paper is a qualitative research, using an interpretive paradigm with a phenomenological approach. The result is, the 1001buku community utilizes chat applications (whatsapp) and social media (instagram and facebook) for communicating media. The 1001buku community uses two-way communication. The strategic communication carried out is in line with efforts to support literacy in Indonesia. Although the success index cannot be measured with certainty, it can be seen from the reality that happened.

Keywords: strategic communication, 1001buku community, social media.

PENDAHULUAN

Kemampuan literasi (membaca dan menulis) masyarakat menentukan kemajuan suatu bangsa. Secara umum literasi dapat dimaknai sebagai aktivitas menulis dan membaca. Literasi menjadi sarana untuk mengenal, memahami, dan menerapkan ilmu yang didapat (Nurchaili, 2016). Masyarakat Indonesia memiliki tingkat literasi yang tergolong rendah. *Programme for International Student Assessment (PISA)* melakukan survei di tahun 2018, dan memosisikan Indonesia di urutan ke-71 dari 77 negara. PISA menjadi penilaian yang dikhususkan untuk membantu dalam

membandingkan sistem pendidikan antarnegara secara internasional, yang dilakukan dengan menggunakan soal dan skala yang sama di seluruh negara peserta. Dalam level sistem, estimasi skor diperoleh dari optimalisasi rancangan dan pendekatan. Program ini merupakan program berkelanjutan, yang dalam jangka panjang sekumpulan informasi dapat dihasilkan melalui program ini. Kumpulan informasi ini dapat digunakan untuk memantau tren pengetahuan dan keterampilan siswa di banyak negara dan juga kelompok demografi setiap negara (Kemendikbud, 2019b).



Sumber : Pendidikan di Indonesia Belajar dari Hasil PISA 2018 (Kemendikbud, 2019b)

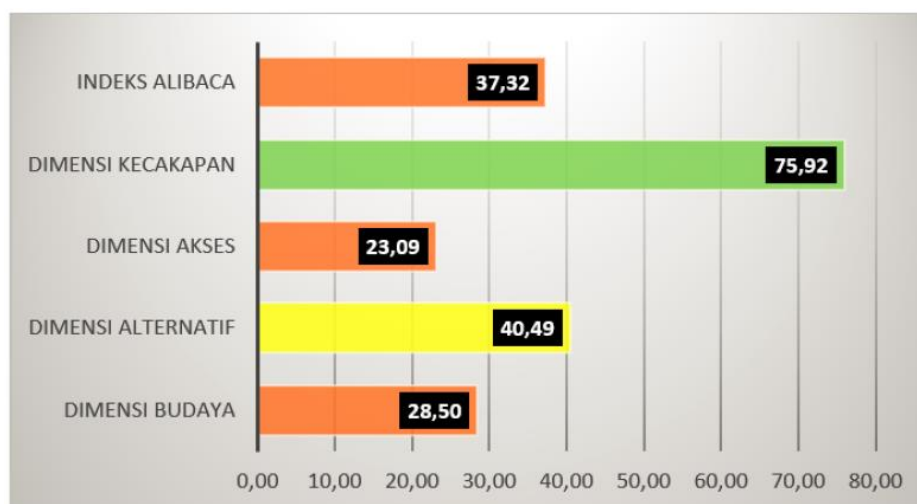
Gambar 1. Hasil PISA Indonesia

Hasil di atas menunjukkan bahwa nilai PISA Indonesia terlihat tidak mengembirakan

dalam tujuh putaran terakhir ini. Pada PISA 2018, kemampuan membaca menjadi bidang

terlemah dibandingkan dengan 2 bidang lainnya. Sangat erat kaitannya antara kemampuan berliterasi dengan tuntutan keterampilan membaca, dan berujung pada

kemampuan untuk memahami informasi secara analitis, kritis, dan reflektif (Kemendikbud, 2016).



Sumber : Indeks Aktivitas Literasi Membaca 34 Provinsi (Kemendikbud, 2019a)

Gambar 2. Indeks Alibaca

Kategori Indeks Alibaca (Aktivitas Literasi Membaca) nasional tergolong rendah. Nilai itu tersusun dari 4 indeks. Dari hasil grafik indeks di atas, menunjukkan bahwa indeks dimensi budaya dan indeks dimensi akses menjadi penyumbang terendah dalam penghitungan Indeks Alibaca. Keadaan ini diperparah dengan terkonsentrasinya layanan perpustakaan umum yang hanya ada di ibu kota kabupaten, kota, atau provinsi. Dengan begitu, masyarakat yang berada di daerah-daerah pelosok sulit mendapatkan akses pelayanan literasi yang baik. Term literasi pada awalnya merujuk kepada praktik membaca dan menulis. Praktik ini berfungsi sebagai pembeda antara mereka yang sudah melek aksara (*literate*) dengan yang masih buta aksara (*illiterate*). Tetapi kemudian istilah

ini mengalami perkembangan dan disinonimkan dengan istilah “keterampilan” dan “pengetahuan” di banyak bidang kehidupan (Kemendikbud, 2019a). Pada tahun 2015 World Economic Forum menyepakati enam literasi dasar, yaitu literasi baca tulis, literasi numerasi, literasi sains, literasi digital, literasi finansial, literasi budaya dan kewargaan (Kemendikbud, 2017).

Salah satu isu penting di dalam memahami rendahnya tingkat literasi masyarakat Indonesia yaitu persoalan yang terkait dengan rendahnya budaya baca. Adanya “kemampuan membaca” menjadi sebuah pijakan bagi masyarakat sebagai upaya dalam meningkatkan “minat baca” masyarakat. Hal ini menjadi syarat pertama dalam mengakses sumber bacaan. Setelah itu

langkah selanjutnya adalah membina “kebiasaan membaca” yang mana hal ini tidak mungkin terwujud tanpa ketersediaan sumber bacaan dan sarana pendukung yang lain. Miller dan McKenna (2016) dalam (Kemendikbud, 2019a), menyatakan bahwa terjadinya aktivitas literasi dipengaruhi oleh 4 faktor, di mana keempat faktor ini mempunyai peran yang penting dan berkaitan satu sama lain, dan sebagai pendukung terjadinya aktivitas literasi. Keempat faktor itu adalah:

1. *Proficiency*, ini menjadi syarat pertama bagi seseorang agar dapat mengakses sumber-sumber literasi.
2. *Access*, menjadi sumber daya yang mendukung masyarakat agar bisa memanfaatkan sumber-sumber literasi, misalnya perpustakaan, toko buku, dan media massa.
3. *Alternatives*, merupakan bermacam pilihan perangkat teknologi informasi dan hiburan. Ini juga bisa bermakna sebagai pilihan lain yang disediakan oleh perangkat elektronik dan digital dalam mengakses berbagai sumber literasi.
4. *Culture*, dalam hal ini semua yang meliputi norma, gagasan, dan makna yang dibentuk di dalam keluarga, komunitas, dan lingkungan yang lebih luas yang ikut serta memengaruhi perilaku literasi. Budaya dimaknai sebagai

usaha untuk membentuk kebiasaan berliterasi.

Tingkat kesadaran untuk melakukan aktivitas literasi seharusnya dimulai sejak dini, di usia anak-anak. Tetapi pada kenyataannya, pada usia ini banyak anak-anak yang belum menyukai kegiatan membaca. Keadaan ini diperparah dengan meningkatnya penggunaan permainan berbasis teknologi yang adiktif pada anak-anak. Anak-anak menjadi kelompok usia yang mudah terpapar oleh dampak negatif dari perkembangan teknologi informasi dan komunikasi. Pada usia ini mereka masih memiliki rasa keingintahuan yang tinggi, tetapi belum memahami bagaimana penggunaan teknologi yang bijak dalam kehidupan sosialnya. Teknologi dalam hal ini gawai (*gadget*) dapat menghambat dalam proses interaksi dan komunikasi secara langsung antar individu (Pradana, 2020). Kondisi terburuknya yaitu tidak ada pendampingan atau bimbingan dari pihak orang tua dalam penggunaan teknologi. Mobarok (2017) menyebutkan bahwa menurut data survei BPS yang dilakukan selama 3 tahun, hanya ada 17,66% anak-anak Indonesia yang suka dengan kegiatan membaca atau belajar, yang lain lebih suka menonton televisi atau memainkan *gadget* (gawai) yang memiliki sifat menghibur, seperti film kartun, sinetron, atau video di *Youtube* (Miranti & Putri, 2021).

Berangkat dari keresahan rendahnya minat baca masyarakat terutama pada anak-anak, sekelompok orang berkumpul,

berdiskusi, dan mencari solusi untuk permasalahan ini. Berdasarkan data dan hasil diskusi yang dilakukan, ditarik kesimpulan bahwa permasalahan utamanya adalah sulitnya akses terhadap bahan bacaan (perpustakaan umum dan toko buku), kualitas pengelolaan bahan bacaan di taman baca yang belum baik, dan rendahnya daya beli masyarakat untuk membeli buku. Layanan literasi yang memadai tidak didapatkan oleh masyarakat yang berada di daerah pelosok. Layanan perpustakaan umum, yaitu perpustakaan provinsi dan perpustakaan kabupaten/kota hanya ada di ibu kota kabupaten, kota, atau provinsi. Komunitas 1001buku ikut mengambil bagian untuk mengatasi permasalahan ini, sekaligus turut berperan serta membantu program pemerintah yang berhubungan dengan literasi.

Komunitas 1001buku didirikan pada bulan Mei 2002. Komunitas ini memiliki mimpi yang ingin diwujudkan, mimpi seperti yang ada di dalam dongeng 1001 malam, dan dari situ pula nama 1001 diambil. Komunitas 1001buku merupakan jaringan relawan dan pengelola taman baca anak, dengan visi untuk meningkatkan kualitas pendidikan di Indonesia lewat peningkatan minat baca anak. Pendidikan menjadi salah satu indikator utama pembangunan dan kualitas sumber daya manusia. Dalam program pembangunan nasional, pendidikan menjadi bidang yang strategis dan penting (Pribadi, 2017). Komunitas 1001buku juga memiliki misi untuk membuka akses terhadap bahan bacaan berkualitas bagi anak-anak di seluruh

Indonesia, mengkampanyekan kegiatan kerelawanan dan pentingnya meningkatkan minat baca kepada masyarakat, memperkuat pengelolaan setiap taman baca jaringan 1001buku. Komunitas memberi dukungan dan bantuan kepada teman-teman di daerah yang memiliki inisiatif untuk mendekatkan buku kepada anak-anak. Komunitas mengambil peran ini untuk membantu pemerintah dalam rangka meningkatkan literasi di Indonesia.

Pada awalnya kegiatan komunitas hanya sebatas menjadi “pemulung buku” dan “tukang kirim buku.” Seiring berjalannya waktu, ada permintaan dari taman baca untuk mengadakan acara, seperti diskusi literasi ke taman baca. Para relawan juga turun ke lapangan untuk melakukan kegiatan dongeng, mengajarkan cara membacakan nyaring (*read aloud*) kepada anak-anak, memberi trik bagaimana membaca itu menjadi sesuatu yang menyenangkan dibarengi dengan praktek bersama anak-anak di taman baca. Terkadang untuk turun ke lapangan itu para relawan menggunakan dana pribadi, atau “patungan” dengan taman baca.

Dalam mendukung kegiatan komunitas 1001buku, harus ada kerja sama dan komunikasi yang baik antar relawan, dengan para donatur, juga dengan taman baca sebagai anggota dari komunitas. Komunikasi menjadi aspek penting dalam keberlangsungan komunitas sebagai suatu organisasi. Organisasi adalah sekumpulan atau sistem individual yang berhierarki, untuk mencapai tujuan tertentu harus mempunyai sistem

pembagian tugas yang baik (Mas & Haris, 2020). Komunikasi menjadi kekuatan utama dalam pembentukan organisasi. Melalui komunikasi, suatu sistem kerja sama dapat berjalan dinamis, juga bisa menghubungkan tujuan organisasi pada partisipasi para anggotanya. Komunikasi terjadi di dalam organisasi di mana karakteristik komunikasi ini mempunyai struktur dan hierarki (Badu & Djafri, 2017). Interaksi dalam komunikasi dapat dipahami sebagai proses sebab-akibat, aksi-reaksi, yang bergantian arah. Interaksi dalam komunikasi dipandang lebih dinamis daripada komunikasi yang berlangsung satu arah (Aulianto, 2019).

Penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana sebuah komunikasi strategis yang dilakukan para anggota komunitas 1001buku, dapat berperan serta mendukung kegiatan literasi di Indonesia.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif. Penelitian ini merupakan suatu pendekatan yang digunakan untuk menyelidiki dan memahami makna yang diberikan individu atau kelompok dalam melihat permasalahan sosial manusia (Creswell & Creswell, 2018). Bogdan dan Taylor dalam (Moleong, 2018) mengatakan bahwa penelitian kualitatif menjadi prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif yang berupa kata-kata tertulis atau lisan dari individu dan perilaku yang diamati. Individu atau organisasi tidak boleh diisolasi ke dalam variabel atau

hipotesis, melainkan perlu dipandang sebagai bagian dari sesuatu yang utuh dan menyeluruh (*holistic*). Penelitian kualitatif merupakan penelitian interpretatif (dengan interpretasi), biasanya seorang peneliti mempelajari apa yang ditemukan di lingkungan alam dan mencoba memahami atau menafsirkan suatu fenomena berdasarkan makna yang dilekatkan individu padanya (Mulyana & Solatun, 2013).

Peneliti menggunakan paradigma interpretif dengan metode fenomenologi. Paradigma ini berusaha untuk mencari sebuah penjelasan tentang peristiwa sosial budaya yang didasarkan pada sudut pandang dan pengalaman subjek yang diteliti. Fakta dilihat sebagai sesuatu yang memiliki keunikan, terdapat konteks di dalamnya dan makna khusus sebagai esensi yang digunakan dalam pemahaman terhadap makna sosial (Muslim, 2016). Paradigma ini berusaha menjelaskan sifat dasar dunia sosial seperti yang termanifestasi pada tingkat pengalaman subjektif, sehingga sudut pandang subjektif menjadi fokusnya (Littlejohn et al., 2017).

Fenomenologi merupakan cara individu dalam memahami dunia melalui pengalaman langsung—persepsi tentang suatu fenomena, baik objek, peristiwa, atau kondisi. Memahami sesuatu dengan kesadaran untuk memeriksanya dan menguji perasaan dan persepsi tentangnya (Littlejohn et al., 2017). Fenomenologi adalah pengetahuan yang asalnya dari sebuah kesadaran, sehingga pengalaman aktual yang ada dijadikan data terhadap realitas. Setiap pengalaman masing-

masing individu diinterpretasikan secara subjektif sebagai dasar pembenaran terhadap realitas dan tindakan (Novianti & Tripambudi, 2014). Ada 3 prinsip dasar fenomenologi menurut Stanley Deetz. Pertama, pengetahuan ditemukan secara langsung dalam pengalaman sadar—kita mengenal dunia saat kita melibatkannya. Kedua, makna sesuatu terdiri dari potensi benda itu dalam kehidupan seseorang. Dengan kata lain, bagaimana seseorang berhubungan dengan suatu objek menentukan maknanya bagi orang tersebut. Ketiga, bahwa bahasa adalah wahana pemaknaan. Manusia mengalami dunia melalui bahasa yang digunakan untuk mendefinisikan dan mengekspresikan dunia itu (Littlejohn et al., 2017).

Subjek penelitian di sini yaitu anggota komunitas 1001buku. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer dalam penelitian ini berupa jawaban dari pertanyaan yang diajukan kepada informan. Informan di sini merupakan pengurus aktif komunitas 1001buku. Teknik pengumpulan data yaitu dengan melakukan wawancara melalui media *google meet* dan panggilan grup video *whatsapp*. Sedangkan data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini bersumber dari literatur pendukung penelitian ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Komunikasi strategis merupakan praktik komunikasi yang disengaja dan memiliki tujuan. Agen komunikasi melakukan

praktik ini di ruang publik atas nama entitas komunikatif untuk mencapai tujuan yang ditetapkan (Holtzhausen & Zerfass, 2015). Komunikasi strategis berbeda dari komunikasi terpadu karena fokusnya adalah bagaimana organisasi berkomunikasi di seluruh upaya organisasi (Hallahan et al., 2007). Komunikasi strategis dapat didefinisikan sebagai proses komunikasi yang terjadi terus-menerus dan dilakukan oleh aktor-aktor komunikasi (individu, kelompok, dan organisasi) internal juga eksternal dalam rangka untuk saling memahami dan bekerja sama mencapai tujuan organisasi (Estaswara et al., 2020).

Organisasi merupakan sebuah istilah yang berasal dari bahasa latin yaitu *organizare*. Secara harafiah istilah ini dapat diartikan sebagai paduan dari bagian yang satu dengan lainnya memiliki ketergantungan. Ada 2 perspektif besar yang dapat digunakan untuk mendekati konsep organisasi, yaitu perspektif objektif dan perspektif subjektif. Perspektif objektif memberi saran bahwa suatu organisasi merupakan sesuatu yang bersifat fisik dan nyata, juga merupakan struktur dengan batasan yang pasti. Sementara dalam perspektif subjektif, organisasi dipandang sebagai sebuah kegiatan yang dilakukan setiap individu yang terdiri dari tindakan-tindakan, interaksi, dan transaksi yang melibatkan banyak individu (Mas & Haris, 2020).

Ilmu komunikasi memiliki hubungannya dengan organisasi, yang terletak pada tinjauannya yang difokuskan kepada semua individu yang terlibat untuk mencapai

tujuan dari sebuah organisasi. Ilmu komunikasi mempertanyakan bentuk komunikasi yang berlangsung, metode dan teknik komunikasi, media komunikasi, bagaimana proses komunikasi berlangsung, faktor penghambat, dan sebagainya (Mas & Haris, 2020). Komunikasi verbal dan non-verbal diperlukan dalam sebuah kelompok organisasi untuk berinteraksi dan bekerja sama. Komunikasi yang terjadi bertujuan untuk menghasilkan suatu pemahaman, kesamaan pengalaman, juga satu pengertian untuk mencapai tujuan. Kesamaan pengalaman itu dapat membentuk suatu iklim komunikasi yang pada dasarnya merupakan semua persepsi terkait informasi dan peristiwa yang terjadi dalam organisasi (Badu & Djafri, 2017).

Effendi (2011) dalam (Mas & Haris, 2020) menggolongkan komunikasi berdasarkan 3 kategori dilihat berdasarkan sifat dan jumlah komunikasi;

1. Komunikasi antar pribadi
Penerapan komunikasi ini dilakukan antara individu satu dengan yang lain dalam usahanya untuk menyampaikan informasi dengan maksud untuk mencapai pemahaman yang sama, agar keinginan bersama dapat terwujud.
2. Komunikasi kelompok
Faktor kelompok sangat ditekankan, sehingga komunikasi yang terjadi lebih luas. Dalam usaha penyampaian informasi

tidak seperti dalam komunikasi antar pribadi.

3. Komunikasi massa

Komunikasi ini dilakukan melalui media massa (cetak maupun elektronik).

Komunitas 1001buku bekerja sama dengan sekitar 1000 taman baca—walau tidak dapat dipastikan semua aktif karena beberapa hal—yang tersebar di seluruh Indonesia. Taman baca merupakan sebuah tempat penyelenggaraan untuk membina kemampuan dalam membaca dan belajar, juga menjadi tempat masyarakat dalam mendapatkan informasi (Munir & Hidayatullah, 2019). Bagi anak-anak di daerah, taman baca atau perpustakaan masyarakat menjadi tempat belajar dan pusat informasi. Taman baca juga mengambil peran sebagai agen pendidikan karakter dalam masyarakat (Widodo et al., 2020). Idealnya, kebiasaan membaca pada anak harus dilakukan semenjak usia dini. Dengan ini, diharapkan kebiasaan membaca di dalam masyarakat dapat diperbaiki (Purwanto & Lestari, 2020). Komunitas 1001buku hanya membantu taman baca masyarakat yang mandiri, tidak membantu perpustakaan sekolah dan perpustakaan milik pemerintah, karena perpustakaan itu sudah memiliki alokasi dana. Harga buku yang mahal dan fasilitas perpustakaan yang terbatas menjadi salah satu faktor yang menyebabkan rendahnya minat baca masyarakat (Pradana, 2020). Masyarakat terutama di daerah tidak

dapat mengatasi masalah yang dihadapi secara mandiri, khususnya kemudahan dalam mendapatkan akses sumber bacaan yang disebabkan karena kurangnya fasilitas. Sehingga dibutuhkan sekelompok orang yang memiliki “modal” untuk membantu kekurangan itu (Adhimi & Prasetyawan, 2019). Rasio perpustakaan komunitas dapat dipakai sebagai acuan dalam melihat seberapa jauh masyarakat mendapatkan akses ke sumber bacaan di sekitar tempat mereka tinggal, dengan diasumsikan bahwa setiap 1.000 penduduk sebaiknya dilayani oleh satu taman bacaan atau perpustakaan komunitas (Kemendikbud, 2019a).

Untuk menjadi anggota komunitas, taman baca harus mengisi formulir melalui *google form*, yang berisi beberapa kriteria seperti letak geografis, mayoritas pekerjaan dan kegiatan penduduk setempat, mayoritas agama penduduk, termasuk jenis buku yang dibutuhkan (disediakan kategorinya), profil taman baca (apakah ada di dalam ruangan atau menggunakan kendaraan, kegiatan rutin dan prestasi jika ada), serta harapan dan hambatan dalam pengelolaan dan lainnya. Semua data itu diolah untuk menentukan jenis buku yang akan dikirimkan ke taman baca dan disesuaikan dengan ketersediaan stok, hal ini bertujuan agar semua buku yang dikirim tepat sasaran. Sebagai contoh, buku tentang perikanan dan kelautan didistribusikan kepada taman baca yang ada di daerah pesisir bukan di daerah pegunungan.

Ada beberapa syarat dan ketentuan yang diberikan kepada taman baca untuk menjadi anggota komunitas:

- a. Terbuka untuk umum
- b. Mengisi formulir pendaftaran
- c. Merupakan taman baca masyarakat yang mandiri, bukan perpustakaan sekolah atau milik pemerintah
- d. Minimal sudah dibuka (berjalan) 3 bulan
- e. Minimal memiliki koleksi sebanyak 25 eksemplar buku
- f. Non-profit
- g. Ada kegiatan rutin walaupun seminggu sekali
- h. Tidak dibantu oleh partai politik atau apapun yang berkaitan dengan politik
- i. Tidak untuk gender, etnis, dan agama tertentu

Kegiatan utama komunitas 1001buku adalah SPD (*Sort-Pack-Distribute*) yang berawal dari kegiatan BDB (*Book Drop Box*), yaitu mengumpulkan buku dari pada donatur (masyarakat, perusahaan, lembaga, komunitas) untuk kemudian disortir sesuai dengan kebutuhan taman baca yang menjadi anggota dari komunitas. Komunitas 1001buku menyarankan para taman baca untuk menjadi anggota, agar taman baca mendapatkan 2 keuntungan, yang sekaligus menjadi standar operasional komunitas. Keuntungan yang pertama yaitu, taman baca yang mendaftar pertama kali sebagai anggota akan

mendapatkan 1 paket buku yang menandakan bahwa dia sudah aktif dan sudah bergabung di komunitas 1001buku. Yang kedua, taman baca yang sudah terdaftar suatu saat nanti bisa mendapatkan kiriman buku lagi yang sesuai dengan profil taman baca.

Komunikasi yang dilakukan antar pengurus komunitas 1001buku terutama yang berkaitan dengan kegiatan komunitas dilakukan melalui grup *whatsapp*. Grup *whatsapp* pengurus menjadi sarana diskusi untuk memecahkan setiap persoalan yang berkaitan dengan kegiatan komunitas. Diskusi atau komunikasi yang terjadi adalah komunikasi dua arah, setiap pengurus bebas menyatakan pendapatnya dalam forum. *Whatsapp* sebagai media komunikasi mempunyai peranan yang penting dalam mendukung fungsi komunikasi yang dilakukan oleh komunitas. Fungsi ini meliputi fungsi produksi dan pengaturan, pemeliharaan, pembaharuan, perintah, tugas, dan relasional agar bisa tetap terkomunikasikan, ditambah oleh percepatan dan efisiensi dari fasilitas yang ditawarkan oleh *whatsapp* (Aulianto, 2019).

Dalam hubungannya dengan anggota komunitas (taman baca) dan relawan, komunitas juga memanfaatkan grup *whatsapp* untuk berkomunikasi. Banyak hal yang dapat dibagi dalam berkomunikasi melalui *whatsapp*, antara lain pesan teks, gambar, video, suara, dokumen, lokasi, kontak, serta informasi mengenai status pengguna. Walaupun sebenarnya masih ada beberapa kendala di dalam berkomunikasi, sehingga

berkomunikasi melalui *whatsapp* tidak melulu berjalan dengan lancar (Aulianto, 2019). Grup *whatsapp* dengan taman baca sebagai anggota diisi oleh beberapa perwakilan taman baca saja, ini terkait dengan keterbatasan jumlah anggota dalam sebuah grup *whatsapp*. Sedangkan grup *whatsapp* relawan untuk saat ini seolah-olah sedang “mati suri” karena tidak semua relawan memiliki waktu luang untuk membantu kegiatan komunitas, sehingga terkadang dilakukan pesan langsung—yang dikenal dengan istilah *japri* (jalur pribadi)—kepada relawan tersebut, dan ini lebih efektif. Karena kegiatan ini merupakan kegiatan kerelawanan dan tidak ada paksaan di dalamnya. Ini juga menjadi kendala utama yang dihadapi komunitas 1001buku, yaitu kurangnya tenaga relawan.

Untuk mendukung kegiatannya, komunitas 1001buku memanfaatkan media sosial *Instagram* dan *Facebook* sebagai media komunikasi. Media sosial bersifat *online tools*, yang memberikan fasilitas untuk interaksi di antara pengguna media sosial dengan cara melakukan pertukaran informasi, pertukaran pendapat, dan peminatan (Anwar, 2017). Media sosial digunakan secara luas untuk tujuan komunikasi. Media sosial mengacu kepada pemakaian teknologi yang berbasis web dan seluler untuk merubah komunikasi menjadi dialog interaktif. Komunikasinya bisa dengan seseorang atau sekelompok orang sekaligus. Media sosial memiliki fleksibilitas yang dapat membangun dan meningkatkan hubungan antar seseorang maupun kelompok

di dunia maya, dan tidak terbatas oleh perbedaan status di masyarakat. Saat ini masyarakat semakin dimudahkan dalam memenuhi kebutuhannya untuk mendapatkan informasi, hal ini tidak dapat dilepaskan dari perkembangan media sosial yang semakin cepat (Sari & Basit, 2020).

Instagram 1001buku mencantumkan nomor narahubung dan sekretariat sebagai gerbang pertama untuk berkomunikasi dengan komunitas ini. Narahubung berhubungan dengan hal-hal yang berkaitan secara umum, seperti tawaran kerja sama, donasi, kerelawanan. Sekretariat berhubungan dengan hal-hal yang berkaitan dengan kegiatan sekretariat. Narahubung dan sekretariat akan menginformasikan di grup *whatsapp* internal pengurus, untuk kemudian didiskusikan. *Instagram* juga sering menjadi “ajang” untuk mendapatkan donatur, beberapa donatur menghubungi komunitas melalui fitur *DM* (*direct message*) *instagram*. Tidak menutup kemungkinan donatur menghubungi langsung kepada pengurus untuk melakukan donasi melalui media *whatsapp*. Biasanya ini dilakukan donatur yang sudah kenal baik dan sudah beberapa kali bekerja sama dengan komunitas. Bentuk donasi yang diterima oleh komunitas tidak hanya berbentuk buku, donasi tersebut juga bisa dalam bentuk uang.

Facebook biasa digunakan sebagai media dalam melakukan komunikasi dengan taman baca (baik yang sudah menjadi anggota atau belum), khususnya taman baca yang berada di daerah-daerah pelosok Indonesia.

Mayoritas dari mereka tinggal di kaki-kaki gunung yang terkendala dengan sinyal dan rata-rata menggunakan ponsel dengan teknologi yang tidak secanggih masyarakat di kota-kota besar. Fitur *facebook messenger* sering digunakan dalam bertukar pesan antara komunitas dengan taman baca, terutama taman baca yang berada di daerah terpencil. Fitur ini juga digunakan dalam berkomunikasi dengan salah satu donatur yang berada di Jepang yaitu *J2Net* (*Jakarta Japan Network*) yang merupakan sekumpulan ibu-ibu yang suami mereka pernah atau masih bekerja di Indonesia. Kerja sama ini masih berlangsung hingga sekarang. Ini menjadi salah satu manfaat terbesar dari media sosial *facebook* pada dialog interkultural, yaitu tersedianya medium untuk pertukaran pesan dari masyarakat pada belahan dunia manapun. Lebih dari 70% pengguna *facebook* berasal dari luar negara asalnya, Amerika Serikat. Lebih dari 70 bahasa penerjemahan disediakan oleh *facebook* (Anwar, 2017). Di laman *facebook* juga ditampilkan kegiatan-kegiatan komunitas, dan menjadi informasi bagi masyarakat untuk mengetahui “kerja” komunitas. *Facebook* juga menjadi “ajang” bagi taman baca untuk meminta bantuan buku dari komunitas 1001buku.

Selain komunikasi yang dilakukan untuk mendukung kegiatan komunitas, para pengurus juga melakukan komunikasi di luar kegiatan komunitas. Hal ini menjadi penting untuk dilakukan, agar hubungan antara komunitas 1001buku dengan taman baca dan

komunitas 1001buku dengan donatur tetap terjaga dengan baik. Bahkan beberapa pengurus menganggap taman baca sebagai keluarga. Seringkali komunikasi yang dilakukan tidak hanya berbicara tentang kegiatan yang berkaitan dengan buku, tetapi juga tentang hal-hal yang bersifat personal (keluarga, pasangan, anak). Untuk mengatasi rasa jenuh, biasa dilakukan dengan mengunjungi teman (taman baca) yang dekat, atau melakukan panggilan telepon kepada teman (taman baca) yang jauh jaraknya. Menjadi obat lelah apabila mendengar kabar baik dari taman baca, seperti anak-anak yang menang lomba foto atau lomba menulis misalnya.

Selama pandemi, kegiatan komunitas banyak dilakukan dengan menggunakan media daring, salah satunya *instagram* dengan fitur "*live Instagram*." Komunitas sering mengadakan diskusi dengan beragam tema, misal tentang cagar budaya dan museum, tentang buku-buku anak, tentang profil taman baca, kelas inspirasi, dan lainnya. Pada saat ini setelah pemerintah sudah melonggarkan berbagai kegiatan masyarakat di luar ruangan, tidak banyak perubahan komunitas dalam melakukan kegiatannya. Kegiatan komunitas masih didukung dengan penggunaan media sosial dan media daring.

"Waktu awal di 2020, orang belum banyak acara-acara saya sudah mengadakan live ig. Live ig yang berkaitan dengan yang saya bisa...yaitu pernah saya membawakan acara...live ig tentang cagar budaya, live ig tentang buku-buku anak...terus cerita tentang buku-buku yang pernah ditulis oleh anak-anak 1001buku, terus pernah juga kita ngadain cerita dari taman baca, sepenggal kisah dari

taman baca, di taman baca tuh spesialisasinya apa, profilnya apa, itu sudah kita adakan di 2020...di 2021...kita lebih fokus ngadain kelas inspirasi. Saat ini kelas inspirasi hampir setiap bulan dimulai dari Februari kita sudah mengadakan kelas inspirasi." (Fadila)

Kegiatan ini dapat diikuti oleh masyarakat umum. Pittman and Reich (2016), menyatakan bahwa kemudahan dalam penggunaan *instagram* sebagai aplikasi membuat para pengguna menjadikan *instagram* sebagai media untuk memenuhi kebutuhan akan informasi. *Instagram* digunakan sebagai media informasi dalam hal edukasi menjadi sebuah fenomena baru yang ada di dalam penggunaan media sosial saat ini. Bahkan penggunaan media sosial saat ini terus bertumbuh dan berkembang, dan sangat lazim penggunaannya di kalangan anak muda saat ini (Sari & Basit, 2020).

Sedangkan untuk kegiatan utama komunitas 1001buku yaitu kegiatan pengiriman buku masih tetap dilakukan. Pada saat pandemi jumlah relawan yang hadir dibatasi sekitar 5 relawan. Kegiatan SPD biasa dilakukan di sekretariat komunitas. Sekretariat itu selain menjadi tempat berkumpul bagi para anggota komunitas dan relawan, juga menjadi taman baca (perpustakaan) bagi anak-anak yang tinggal di sekitar Rumah 1001buku. Beberapa kegiatan juga dilakukan di Rumah 1001buku, seperti kelas peduli (*storytelling* dan merakit boneka) bersama anak-anak yang bekerja sama dengan Rumah Aruna, sekaligus peluncuran dan donasi buku.

“Kalau di masa pandemi ya, biasa aja sih...jadi kalau untuk relawan kita batesin...kalau dulu bisa 10-15 orang yang bantuin, sekarang paling maksimal 5 orang” (Akbar)

Secara sederhana bentuk komunikasi strategis yang dilakukan oleh komunitas 1001buku terlihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 1. Bentuk Komunikasi Komunitas 1001buku

Media	Fitur	Komunikate	Kategori
<i>Whatsapp</i>	Teks, Grup	Pengurus, Relawan, Taman Baca, Donatur	Antar Pribadi, Kelompok
<i>Facebook</i>	<i>Messenger</i>	Taman Baca, Donatur	Kelompok
<i>Instagram</i>	<i>Live IG, Direct Message</i>	Donatur, Taman Baca, Relawan Masyarakat Umum	Kelompok, Massa

Dapat dilihat bahwa media sosial digunakan oleh komunitas 1001buku sebagai pendukung komunikasi strategis dalam menjalankan kegiatannya yang berhubungan dengan aktivitas literasi. *Whatsapp* digunakan untuk berkomunikasi antar anggota komunitas, komunitas dengan relawan, komunitas dengan pengurus taman baca, dan komunitas dengan donatur. Komunitas yang biasa diwakili oleh Fadila selaku wakil dari pengurus biasanya menggunakan fitur *live Instagram* untuk kegiatan komunitas, seperti diskusi dengan taman baca dan masyarakat umum atau ada saat kegiatan tertentu di Rumah 1001buku, dan *direct message* dengan donatur. *Facebook* dengan fitur *messenger* biasa digunakan untuk berkomunikasi dengan taman baca yang berada di daerah seperti yang dilakukan oleh informan Akbar, sedangkan fitur *messenger* biasa digunakan oleh informan Fadila untuk berkomunikasi dengan para donatur, seperti *J2Net (Jakarta Japan Network)* yang

merupakan salah satu donatur yang berada di Jepang.

Dilihat dari kategori komunikasi, *whatsapp* digunakan untuk kategori komunikasi antar pribadi dan kelompok, yaitu antar pengurus, relawan, taman baca, dan donatur. *Facebook* digunakan untuk kategori kelompok yaitu antara komunitas dengan taman baca dan donatur. *Instagram* digunakan untuk kategori kelompok dan massa, yaitu antara komunitas dengan donatur, taman baca, relawan dan masyarakat umum.

Tetapi pada dasarnya, indeks keberhasilan komunitas dalam peningkatan literasi di Indonesia tidak dapat diukur secara pasti. Tidak ada tenaga ahli untuk melakukan hal itu. Merupakan hal yang *absurd* untuk menilai berhasil atau tidaknya. Lebih kepada rasa bahagia apabila mendengar kabar anak-anak anggota taman baca menjadi juara dalam lomba menulis, ada anak-anak yang mendapat beasiswa, ada beberapa taman baca yang

bertahan sampai 10 tahun, ada taman baca yang berhasil menginisiasi pembukaan taman baca lainnya di sekitar wilayah mereka. Beberapa taman baca juga berhasil mengajak para orang tua untuk membacakan buku kepada anak sejak usia dini. Sebagai contoh di Indramayu, sebelumnya banyak anak-anak yang tingkat pendidikannya hanya sampai tingkat dasar, dan kebanyakan dari mereka menikah muda. Tetapi saat ini banyak anak-anak yang mau melanjutkan tingkat pendidikan ke jenjang menengah pertama dan jenjang menengah atas, bahkan ada yang melanjutkan sampai ke tingkat perguruan tinggi.

“Kalau kaya gitu berat ya, pemerintah aja ga punya lho...jadi kalau dapat informasi Indonesia tingkat literasinya 60 dari 61 negara itu yang riset itu NGO luar...orang Indonesia tuh kurang, untuk riset itu kurang...oh kalau dari saya pribadi sih ngelihat temen-temen banyak berkembang ya, maksudnya mereka bertahan aja itu udah seneng banget sih....ada yang melampaui 10 tahun saya udah ngerasa seneng

SIMPULAN

Dalam mendukung kegiatannya, komunitas 1001buku memanfaatkan aplikasi obrolan (*whatsapp*) dan media sosial (*facebook dan instagram*) sebagai media komunikasi. Komunikasi yang dilakukan tidak hanya sebatas internal (pengurus) komunitas, tetapi juga komunikasi eksternal dengan relawan, taman baca sebagai anggota komunitas, para donatur, bahkan dengan

mereka bisa bertahan...memang kalau menurut saya pribadi, kerja kaya gini, kerja di pendidikan itu lebih ke pondasi sih. Jadi tuh, absurd banget untuk menilai berhasil atau tidaknya. Tapi paling tidak kalau ngelihat ada salah satu anak yang bisa menang lomba nulis atau anggota taman baca itu ada anak-anak di sana yang bisa dapat beasiswa, itu udah seneng banget...susah indeksnya kaya gitu, kita juga ga punya tenaga, ga punya SDM untuk melakukan riset...berat sih untuk ngecek apa mereka berhasil atau engga. Yang paling gampang sih, kaya dulu di Indramayu kita pernah bantu mereka tuh tadinya banyak banget nikah muda...pokoknya sekolah SD udah nikah aja...tapi sekarang-sekrang ini udah mulai pada mau lanjut SMP, lanjut SMA, bahkan ada yang kuliah.”
(Akbar)

Komunikasi strategis yang dilakukan oleh komunitas 1001buku terbukti sejalan dalam upayanya mendukung literasi di Indonesia. Indeks keberhasilan komunitas dalam mendukung literasi tidak bisa diukur secara pasti, penilaian ini bisa dilihat dari beberapa kenyataan yang terjadi di lapangan masyarakat umum. Komunikasi internal berlangsung 2 arah, dalam arti setiap pengurus berhak dan mendapat kesempatan mengeluarkan pendapatnya dalam diskusi yang terjadi. Begitu pula komunikasi eksternal yang berlangsung 2 arah.

Komunikasi strategis yang dilakukan oleh komunitas 1001buku terbukti sejalan dengan upayanya mendukung literasi di Indonesia, walaupun indeks keberhasilan komunitas dalam mendukung literasi tidak

dapat diukur secara pasti. Penilaian ini bisa dilihat dari beberapa kenyataan yang terjadi di lapangan seperti:

- Anggota jaringan 1001buku yang berjumlah sekitar 1000 lebih taman baca di akhir tahun 2021 dan tersebar di seluruh Indonesia, di mana setiap tahunnya akan terus bertambah
- Ada beberapa taman baca yang bisa bertahan lebih dari 10 tahun
- Anak-anak anggota taman baca yang berprestasi dan mendapat beasiswa
- Perubahan kesadaran pada setiap anak untuk melanjutkan pendidikannya ke tingkat yang lebih tinggi
- Para orang tua juga mulai sadar akan pentingnya budaya membaca pada anak, dan itu harus dimulai sejak usia dini.

Kenyataan ini seakan memberi harapan kepada kemajuan literasi di Indonesia, dan sesuai dengan semboyan 1001buku: “*Dan lihatlah belia Indonesia tumbuh dengan mimpi-mimpinya.*”

DAFTAR PUSTAKA

Jurnal:

- Adhimi, A. W., & Prasetyawan, Y. Y. (2019). Peran Komunitas Ruang Literasi Juwana Dalam Upaya Pemberdayaan Masyarakat di Desa Langgen Kecamatan Juwana. *Jurnal Ilmu Perpustakaan*, 8(3), 217–226. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jip/article/view/26846>
- Anwar, F. (2017). Perubahan dan Permasalahan Media Sosial. *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, Dan Seni*, 1(1), 137–144. <https://doi.org/10.24912/jmishumsen.v>

- 111.343
- Aulianto, D. ridho. (2019). Whatsapp Sebagai Media Komunikasi (Studi Fenomenologi Motif Pengaturan Privasi Chatting Pengguna Whatsapp dalam Komunikasi Antarpribadi). *Commed: Jurnal Komunikasi Dan Media*, 3(2), 150–158. <https://doi.org/10.33884/commed.v3i2.1031>
- Estaswara, H., Halim, U., & Burhan, A. B. (2020). Memaknai Strategic Communication. *CoverAge: Journal of Strategic Communication*, 11(1), 1–11.
- Hallahan, K., Holtzhausen, D., van Ruler, B., Verčič, D., & Sriramesh, K. (2007). Defining Strategic Communication. *International Journal of Strategic Communication*, 1(1), 3–35. <https://doi.org/10.1080/15531180701285244>
- Miranti, P., & Putri, L. D. (2021). Waspada Dampak Penggunaan Gadget Terhadap Perkembangan Sosial Anak Usia Dini. *Jurnal Cendekiawan Ilmiah PLS*, 6(1), 58–66. <https://doi.org/10.37058/jpls.v6i1.3205>
- Munir, S., & Hidayatullah, A. (2019). Peran Taman Baca Masyarakat (TBM) Dalam Meningkatkan Minat Dan Budaya Baca di Kabupaten Ciamis. *Jurnal Literasi*, 3(1), 23–29.
- Muslim. (2016). Varian-Varian Paradigma, Pendekatan, Metode, dan Jenis Penelitian dalam Ilmu Komunikasi. *Wahana*, 1(10), 77–85. <https://journal.unpak.ac.id/index.php/wahana/article/view/654>
- Novianti, D., & Tripambudi, S. (2014). Studi Fenomenologi : Tumbuhnya Prasangka Etnis di Yogyakarta. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 12(2), 119–135.
- Nurchaili. (2016). Menumbuhkan Budaya Literasi Melalui Buku Digital. *Libria*, 8(2), 197–209.
- Pradana, F. A. P. (2020). Pengaruh Budaya Literasi Sekolah Melalui Pemanfaatan Sudut Baca Terhadap Minat Membaca Siswa di Sekolah Dasar. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling (JPDK)*, 2(1), 81–85.

- <https://doi.org/10.31004/jpdk.v1i2.599>
 Pribadi, R. E. (2017). Implementasi Sustainable Development Goals (SDGs) Dalam Meningkatkan Kualitas Pendidikan Di Papua. *EJournal Ilmu Hubungan Internasional*, 5(3), 917–932. ejournal.hi.fisip-unmul.ac.id
- Purwanto, A., & Lestari, S. (2020). Peran Taman Baca Masyarakat Pagon Sinau Dalam Edukasi Literasi Anak di Dusun Jayan. *Jurnal Ilmiah Psikologi Terapan*, 8(2), 140–152. <https://doi.org/10.22219/jipt.v8i2.9049>
- Sari, D. N., & Basit, A. (2020). Media Sosial Instagram Sebagai Media Informasi Edukasi Parenting. *Persepsi: Communication Journal*, 3(1), 23–36. <https://doi.org/10.30596/persepsi.v3i1.4428>
- Widodo, A., Anar, A. P., Nursaptini, Sutisna, D., & Erfan, M. (2020). Peran Pendidikan Komunitas Dalam Meningkatkan Budaya Literasi Anak Usia Sekolah Dasar: Studi Kasus Terhadap Taman Bacaan Masyarakat di Lombok Tengah. *Primary: Jurnal Pendidikan Guru Sekolah Dasar*, 9(5), 615–623.
- Buku:**
- Badu, S. Q., & Djafri, N. (2017). *Kepemimpinan dan Perilaku Organisasi*. Ideas Publishing.
- Creswell, W. J., & Creswell, J. D. (2018). Research Design: Qualitative, Quantitative and Mixed Methods Approaches. In *Journal of Chemical Information and Modeling*. SAGE Publications, Inc.
- Holtzhausen, D., & Zerfass, A. (2015). *The Routledge Handbook of Strategic Communication*. Routledge.
- Kemendikbud. (2016). Panduan Gerakan Literasi Sekolah di Sekolah Menengah Atas. In *Direktorat Pembinaan Sekolah Menengah Atas Direktorat Jenderal Pendidikan Dasar dan Menengah Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan*.
- Kemendikbud. (2017). Panduan Gerakan Literasi Nasional. In *Panduan Gerakan Literasi Nasional*. Kemendikbud.
- Kemendikbud. (2019a). Indeks Aktivitas Literasi Membaca 34 Provinsi. In *Pusat Penelitian Kebijakan Pendidikan dan Kebudayaan, Badan Penelitian dan Pengembangan, Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan (Issue 2)*. http://repositori.kemdikbud.go.id/1303/3/1/Puslitjakdikbud_Index_Aktivitas_Literasi_Membaca_34_Provinsi
- Kemendikbud. (2019b). Pendidikan di Indonesia Belajar Dari Hasil PISA 2018. In *Pusat Penilaian Pendidikan Balitbang KEMENDIKBUD (Issue 021)*. Kemendikbud. <http://repositori.kemdikbud.go.id/id/ep rint/16742>
- Littlejohn, S. W., Foss, K. A., & Oetzel, J. G. (2017). Theories of Human Communication Eleventh Edition. In *Waveland Press, Inc. (Vol. 53, Issue 95)*. Waveland Press, Inc. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Mas, S. R., & Haris, P. I. (2020). Komunikasi Dalam Organisasi (Teori Dan Aplikasi). In *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952. UNG Press.
- Moleong, L. J. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, D., & Solatun. (2013). *Metode Penelitian Komunikasi: Contoh-Contoh Penelitian Kualitatif Dengan Pendekatan Praktis*. PT. Remaja Rosdakarya.