

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia memiliki Indeks Aktivitas Literasi Membaca (Indeks Alibaca) yang dibuat untuk mengetahui gambaran kondisi literasi masyarakat. Puslitjakdikbud memaparkan bahwa Indeks Alibaca terdiri dari empat dimensi, yaitu Dimensi Kecakapan (*Proficiency*), Dimensi Akses (*Access*), Dimensi Alternatif (*Alternatives*), dan Dimensi Budaya (*Culture*). Berdasarkan data dari Puslitjaktikbud di tahun 2019, dimensi-dimensi tersebut terdiri dari beberapa indikator dan memiliki nilai masing-masing yang menghasilkan rata-rata Indeks Alibaca Nasional sebesar 37,32%, nilai ini menjadikan Indeks Alibaca Nasional menduduki kategori aktivitas literasi rendah.

Tabel 1.1 Indeks Aktivitas Literasi Membaca Nasional beserta Komponen Dimensi dan Jumlah Persentase

Indeks Alibaca Nasional (37,32%)		
Dimensi Kecakapan (<i>Proficiency</i>)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Rata-rata lama sekolah (55,08%) 2. Melek huruf latin (96,76%) 	75,92%
Dimensi Akses (<i>Access</i>)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Perpustakaan sekolah dalam kondisi baik (24,06%) 2. Pengelola perpustakaan sekolah (14,34%) 3. Perpustakaan umum (47,09%) 4. Perpustakaan komunitas (8,34%) 5. Membeli surat kabar (32,46%) 6. Membeli majalah/tabloid (20,02%) 	23,09%
Dimensi Alternatif (<i>Alternatives</i>)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sekolah memiliki jaringan internet (46,33%) 2. Mengakses internet (37,78%) 3. Menggunakan computer (37,36%) 	40,49%
Dimensi Budaya (<i>Culture</i>)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membaca koran atau majalah (43,52%) 2. Membaca buku cetak (53,10%) 3. Membaca berita/artikel media elektronik (22,05%) 4. Mengunjungi perpustakaan (22,77%) 5. Memanfaatkan taman bacaan (1,03%) 	28,50%

Sumber: Puslitjakdikbud, 2019

Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS) di tahun 2019, tercatat sebanyak 49.316.712 juta jiwa sebagai penduduk di Provinsi Jawa Barat. Dengan rentang usia dari 0-75 tahun, Jawa Barat memiliki persentase rata-rata laju pertumbuhan penduduk sebanyak 1,30%. Berdasarkan data BPS tahun 2018 Kota Bandung dihuni oleh masyarakat berusia produktif pada rentang usia 10-59 tahun sebanyak 2.428.490 juta jiwa.

Tabel 1.2 Persentase Indeks Aktivitas Literasi Membaca Provinsi Jawa Barat

Kategori	Presentase	Peringkat
Indeks Alibaca Provinsi	35,47%	Rendah
Indeks Dimensi Kecakapan	76,41%	Tinggi
Indeks Dimensi Akses	24,55%	Rendah
Indeks Dimensi Alternatif	49,61%	Sedang
Indeks Dimensi Budaya	29,09%	Rendah

Sumber: Puslitjakdikbud, 2019

Dari Tabel 1.2 diketahui Dimensi Akses yang melingkupi perpustakaan komunitas memiliki persentase tergolong rendah. Namun bersamaan dengan semakin banyaknya aktivitas literasi yang dibantu oleh warga beserta komunitas, sehingga menghasilkan jumlah perpustakaan komunitas, meliputi taman bacaan dan perpustakaan bergerak, dapat memberikan alternatif meningkatkan kegiatan literasi dimana sebelumnya masih jauh dari kata cukup. Dapat dilihat juga pada elemen Dimensi Budaya yang mencakup masyarakat yang memanfaatkan taman bacaan mengantongi persentase yang terhitung sangat rendah. Kedua indikator ini menunjukkan perilaku masyarakat dalam mengakses bahan literasi masih rendah, termasuk budaya berkunjung ke perpustakaan umum dan taman bacaan.

Beberapa kelompok masyarakat memutuskan untuk membuka perpustakaan umum maupun perpustakaan komunitas. Salah satunya adalah taman bacaan Pitimoss Fun Library, taman bacaan yang terletak di Kota Bandung ini berdiri sejak tahun 2003 dengan tujuan untuk meningkatkan literasi dan budaya membaca di masyarakat Kota Bandung. Pitimoss Fun Library memiliki koleksi sebanyak 90.000 buku yang terdiri dari komik dan novel yang diperbarui setiap minggunya. Berbagai

kalangan dari siswa hingga pekerja mengunjungi, meminjam buku dan menghabiskan waktu di Pitimoss Fun Library yang beroperasi mulai dari pukul 9 pagi hingga pukul 8 malam di setiap harinya. Pitimoss Fun Library juga memiliki sistem keanggotaan dengan jumlah anggota yang bertambah setiap bulannya.

Pitimoss Fun Library juga mengadakan fasilitas membaca di tempat tanpa biaya atau gratis di hari Minggu dan/atau tanggal merah, dengan harga sewa yang tergolong murah menjadikan seluruh kalangan dapat meminjam dan membaca buku di Pitimoss Fun Library. Selain Pitimoss Fun Library, terdapat juga taman bacaan lain dengan konsep yang sama di Kota Bandung adalah ZOE Library beralamat di Jalan Dipatiukur yang juga menyediakan fasilitas peminjaman dan penyewaan buku, namun koleksi buku ZOE Library tidak selengkap Pitimoss Fun Library. Selain tempat membaca, di lokasi yang sama juga terdapat Café Zero Hour yang membuat suasana tergolong ramai dan nyaman, tetapi ZOE Library memiliki biaya pendaftaran keanggotaan dan peminjaman buku termasuk tinggi jika dibandingkan dengan Pitimoss Fun Library.

Dari seluruh fasilitas yang ditawarkan Pitimoss Fun Library menunjukkan bahwa taman bacaan ini memiliki potensi untuk dipromosikan di Kota Bandung. Berdasarkan wawancara dengan Deden, selaku pengurus dari Pitimoss Fun Library, sejauh ini kegiatan promosi yang dilakukan hanya memanfaatkan media sosial seperti Instagram dan Twitter. Namun, konten dan konsep yang ditampilkan belum optimal sehingga tidak menghasilkan efek yang signifikan. Dapat dilihat dari akun Instagram Pitimoss Fun Library hanya memiliki 773 pengikut dan jumlah *like* tidak lebih dari 20.

Di era digital ini, masyarakat juga lebih memilih untuk mengunjungi tempat-tempat yang lebih menarik dan memiliki nilai emosional seperti lebih modern dan dapat dipamerkan melalui media sosial. Dari pertama kali berdirinya Pitimoss Fun Library di tahun 2003 hingga sekarang, pihak Pitimoss Fun Library belum pernah mengubah tampilan visual yang sudah ada, seperti logo dan konten-konten di media sosial. Pitimoss Fun Library juga tidak memiliki slogan ataupun tagline.

Berdasarkan hasil survei di lapangan, terdapat perbandingan 3 dari 5 masyarakat usia 21 – 25 tahun, mengetahui Pitimoss Fun Library dari

teman/kerabat/keluarga, sisanya mengetahui karena sering melewati akses yang sama di mana Pitimoss Fun Library berada. Belum optimalnya konsep dan konten yang ditampilkan di media sosial resmi dari Pitimoss Fun Library juga memengaruhi sulitnya mendapatkan citra agar lebih dikenal dengan masyarakat luas sebagai taman bacaan yang memiliki koleksi lengkap dan harga yang terjangkau. Pitimoss Fun Library perlu dipromosikan dengan media yang lebih baik dan juga positif semakin menjangkau masyarakat luas, terlebih masyarakat yang sudah mengetahui tentang Pitimoss Fun Library namun belum pernah berkunjung. Sementara itu Pitimoss Fun Library bertempat di lokasi yang dijangkau yakni di Jl. Banda No. 12-S, Kecamatan Sumur Bandung, Kota Bandung.

Berdasarkan potensi yang dimiliki Pitimoss Fun Library sebagai tempat membaca yang lengkap dan murah, penulis memilih Pitimoss Fun Library sebagai objek penelitian Tugas Akhir. Berdasarkan data dari Puslitjakdikbud di tahun 2019, langkah efektif untuk meningkatkan minat baca dengan melakukan sosialisasi dan promosi kegemaran membaca melalui perpustakaan umum dan komunitas literasi, juga menyelenggarakan festival buku (*book fair*). Banyak hal yang bisa dilakukan untuk mempromosikan Pitimoss Fun Library dengan harapan akan berdampak pada citra Pitimoss Fun Library di Kota Bandung.

1.2 Identifikasi Masalah

Berasaskan latar belakang di atas, ditemukan beberapa masalah yang akan dijadikan materi untuk penelitian selanjutnya.

1. Pitimoss Fun Library belum melaksanakan promosi secara efektif, seperti pemanfaatan media massa.
2. Tampilan visual yang digunakan kurang menarik minat masyarakat untuk mengetahui informasi dan mengenal Pitimoss Fun Library.

1.3 Rumusan Masalah

2. Bagaimana merancang strategi promosi yang tepat untuk mengenalkan Pitimoss Fun Library kepada masyarakat Kota Bandung?
3. Bagaimana merancang startegi media dan visual untuk meningkatkan literasi dan budaya baca bersama Pitimoss Fun Library?

1.4 Ruang Lingkup Penelitian

Agar menghindari ruang lingkup perancangan menjadi lebih luas, diberikan batasan agar perancangan ini menjadi lebih terarah, perancangan ini dilakukan dilaksanakan di Pitimoss Fun Library, Kota Bandung, Jawa Barat. Taman bacaan ini hadir dengan jasa peminjaman dan penyewaan buku, serta menjadi tempat untuk para pembaca buku. Objek penelitian ini adalah minimnya pengetahuan masyarakat mengenai Pitimoss Fun Library serta penurunan pengunjung yang dialami Pitimoss Fun Library di Kota Bandung. Maka dari itu penelitian ini bermaksud untuk merancang strategi promosi dan media yang dapat membantu masyarakat lebih mengenal taman bacaan kemudian tertarik untuk membaca dan meminjam buku di Pitimoss Fun Library.

1.5 Tujuan Perancangan

1. Terancangnya strategi promosi yang tepat untuk mengenalkan Pitimoss Fun Library kepada masyarakat Kota Bandung.
2. Terancangnya startegi media dan visual untuk meningkatkan literasi dan budaya baca bersama Pitimoss Fun Library.

1.6 Manfaat Penelitian

Berlandaskan tujuan penelitian di atas, manfaat dari perancangan ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Penulis
Mampu menerapkan pengetahuan dan memperbanyak keahlian yang didapatkan mengenai Desain Komunikasi Visual dan periklanan selama menjalankan perancangan guna meambah budaya membaca.
2. Bagi Intansi Perusahaan
Menjadi alternatif maupun ide untuk merancang media promosi guna menambah pengetahuan masyarakat mengenai taman bacaan di Kota Bandung khususnya Pitimoss Fun Library.

1.7 Metode Penelitian

Pada pengerjaan perancangan ini digunakan metode dengan pendekatan kualitatif di mana metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang

dilakukan pada objek alamiah, dengan peneliti sebagai perangkat utama, dengan teknik pengumpulan data secara gabungan, dan analisis data berdasarkan data yang didapat dari lapangan. (Sugiyono, 2017:9).

Strauss dan Corbin (dalam Sujarweni 2020:6) berpendapat bahwa penelitian kualitatif melahirkan penemuan yang tidak dapat dihasilkan melalui prosedur statistik atau cara lain menggunakan pengukuran. Secara umum penelitian kualitatif dimanfaatkan dalam penelitian mengenai kehidupan masyarakat, tingkah laku, aktivitas sosial, organisasi, sejarah, dan lain lain.

Bogdan dan Taylor (dalam Sujarweni 2020:6) menyebutkan bahwa peranan penelitian kualitatif dengan harapan berupaya menciptakan paparan yang mendetail tentang ucapan, tulisan dan atau karakter yang dipelajari dari suatu individu, kelompok, penduduk, dan atau komunitas tertentu dalam peristiwa tertentu yang ditelaah melalui sudut pandang yang utuh, menyeluruh, dan holistik.

Penggunaan metode penelitian dengan pendekatan kualitatif ini dipakai untuk mendapatkan data yang mendetail dan mengandung makna tersembunyi. Makna yang dimaksud adalah data aktual yang memiliki makna terperinci. Dalam proses mendapatkan makna didalam fakta tidaklah mudah, namun pendekatan kualitatif ini mempermudah untuk menentukan *insight* dari *target audiens*, juga untuk memperoleh kata kunci pesan yang menarik juga efektif.

1.7.1 Teknik Pengumpulan Data

Dalam proses memperoleh informasi dan data lengkap untuk menyempurnakan perancangan, dengan mempergunakan metode pengumpulan data sebagai berikut:

1. Observasi

Nasution (dalam Sugiyono 2017:226) memaparkan bahwa observasi merupakan asas dari semua ilmu pengetahuan. Fakta perihal dunia yang diperoleh menggunakan observasi adalah data-data yang digunakan ilmuwan untuk bekerja.

Melaksanakan observasi aktif, dengan cara menjadi anggota dari Pitimoss Fun Library, kemudian melakukan observasi

lapangan melalui kunjungan ke Pitimoss Fun Library secara rutin, observasi ini dilaksanakan di Pitimoss Fun Library Kota Bandung, dengan tujuan mengetahui informasi umum maupun khusus mengenai Pitimoss Fun Library seperti fasilitas hingga perilaku dari pengunjung, sehingga data menjadi lebih lengkap dan aktual.

2. Wawancara

Sugiyono (2017:231) mendefinisikan wawancara merupakan perjumpaan dua orang untuk berdiskusi mengenai sebuah informasi maupun ide dengan tanya jawab, maka dapat ditentukan makna dalam sebuah topik tertentu.

Pada dasarnya wawancara adalah tindakan untuk mendapat informasi mendetail mengenai sebuah tema atau isu yang diangkat dalam penelitian. Atau merupakan proses validasi atas keterangan atau informasi yang sebelumnya didapat melalui teknik yang lain sebelumnya. (Sujarweni 2020:31)

Adanya pelaksanaan wawancara terstruktur maupun tidak terstruktur. Pertama-tama melakukan wawancara dengan Deden selaku pengelola Pitimoss Fun Library sejak 2004, menanyakan tentang Pitimoss Fun Library. Kemudian melakukan wawancara singkat dan terstruktur di SMA BPI 1 Bandung, Pitimoss Fun Library, Telkom University, Institut Teknologi Nasional. Menargetkan masyarakat yang sadar akan pentingnya literasi dan memiliki permasalahan dengan sarana baca. Perihal lain yang diperoleh adalah menggali keinginan publik dalam segi fungsional dan emosional.

3. Kuesioner

Kuesioner dapat didefinisikan sebagai teknik pengumpulan data dengan cara menyodorkan beberapa pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada khalayak (responden) untuk dijawab sehingga mendapatkan respons. Kuesioner akan menjadi tepat guna apabila peneliti mengetahui variable yang akan ditentukan,

kuesioner juga patut digunakan apabila jumlah responden cukup banyak dan tersebar luas. (Sugiyono 2017:142)

Sujarweni (2020:75) menyebutkan bahwa teknik pengumpulan data dengan memberi beberapa pertanyaan atau pernyataan tertulis untuk dijawab oleh responden. Kuesioner adalah alat pengumpulan data yang sesuai apabila peneliti mengetahui faktor yang akan diukur dan mengetahui apa yang dimaksudkan dari para responden.

Membuat kuesioner digital, memanfaatkan media Google Form, di mana hasilnya dimanfaatkan untuk mendapat presentase perbandingan keunggulan, pengetahuan masyarakat, juga memperoleh beragam jawaban yang berjangkauan luas.

4. Studi Pustaka

Studi pustaka berhubungan dengan kajian hipotesis dan sumber lain yang berhubungan dengan nilai, adat, dan budaya yang dibangun pada keadaan sosial yang dicermati. (Sugiyono 2017:291). Menggunakan beberapa buku sebagai acuan dan referensi, yakni buku Metode Penelitian Sugiyono, Metodologi Penelitian V Wiratna Sujarweni, Advertising Sandra Moriarty, 101 Branding Ideas Akmal Musyadat. Aaker on Branding David Aaker, dan Nirmana Sadjiman. Dari buku-buku ini dapat diadopsi beberapa data hipotesis untuk digunakan sebagai referensi landasan teori, selanjutnya teori-teori ini dimanfaatkan dengan cara disesuaikan pada data yang diperoleh di lapangan.

1.7.2 Metode Analisis Produk

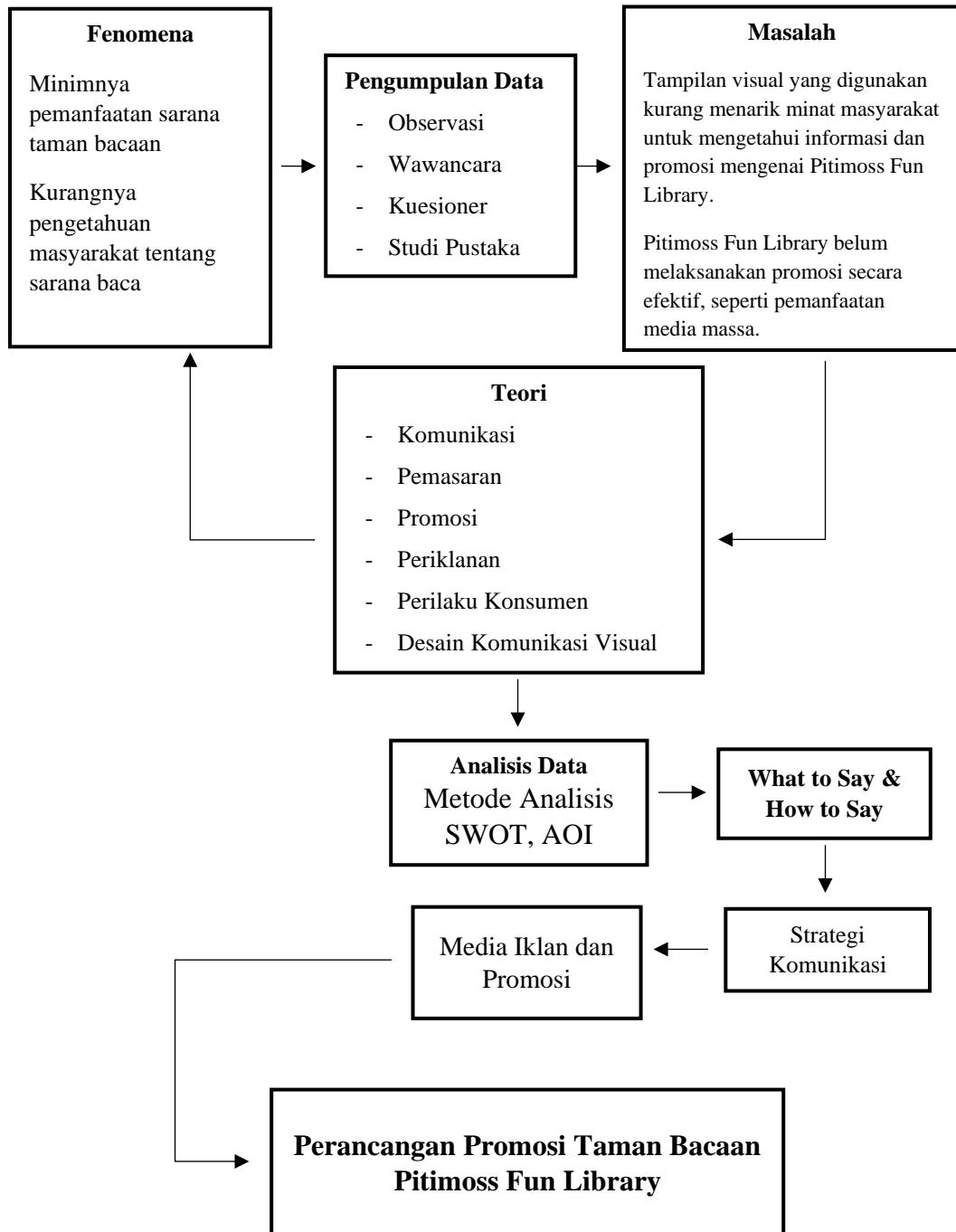
Moriarty (2009:241-242) menyebutkan bahwa Analisis SWOT merupakan sebuah cara untuk memahami informasi dan mengidentifikasi masalah. Analisis SWOT terbagi dalam dua aspek, diantaranya aspek internal melingkupi *Strength* (kekuatan) dan *Weakness* (kelemahan), kemudian aspek eksternal terdiri dari *Opportunity* (peluang) dan *Threat* (ancaman).

Dengan memanfaatkan analisis *Strength, Weakness, Opportunities* dan *Threat*, dapat diperoleh apa yang menjadi masalah internal maupun eksternal melalui kekuatan, kelemahan, peluang juga ancaman dari Pitimoss Fun Library.

1.7.3 Metode Analisis Target Audiens

Menerapkan metode analisis AOI, yang di mana menurut Sandra Moriarty (2011:178) setiap konsumen memiliki skala yang berbeda, perilaku dan kepercayaan yang berbeda, penilaian, stimulus dan keperluan yang berbeda, serta kultur kebudayaan yang berbeda, akan menghasilkan keputusan dengan cara berbeda pula. Menurutnya juga, faktor psikografis yang berbelit-belit ini lebih signifikan untuk menjelaskan karakter konsumen daripada faktor demografis yang konvensional.

1.8 Kerangka Berpikir



Tabel 1.3 Kerangka Penelitian

Sumber: Hardita, 2020

1.9 Pembabakan

Penyusunan Tugas Akhir akan diuraikan menjadi lima bab yang secara umum sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan

Pada bagian BAB I, menguraikan permasalahan dari fenomena yang sedang terjadi, terkait budaya baca berdasarkan indeks alibaca nasional dan provinsi, latar belakang mengapa memilih topik tugas akhir dengan tema “Perancangan Promosi Taman Bacaan Pitimoss Fun Library Bandung” ini. Memaparkan metode yang dimanfaatkan dalam mengumpulkan data yang aktual dan terperinci, yang secara garis besar memanfaatkan metode kualitatif dan wawancara. Diputuskan pula batasan masalah dan menjadi pemutus pesan yang akan digunakan.

BAB II Landasan Teori

Pada bagian ini adanya pendalaman ilmu-ilmu teori periklanan dan desain. Memaparkan mulai dari teori promosi, periklanan, media, perilaku konsumen, komunikasi serta desain komunikasi visual. Teori ini diperoleh melalui sumber yang aktual, buku-buku, jurnal, para ahli dan sumber internet.

BAB III Data Objek Penelitian

Pada bagian ini mempelajari tentang produk yang dipilih, juga kompetitor-kompetitor yang serupa tapi tak sama. Memperoleh data dari penelusuran mengenai produk (SWOT dan STP), target audiens (AOI), pengumpulan data tambahan melalui internet dan lain-lain.

BAB IV Konsep dan Perancangan

Pengerjaan perancangan media visual yang mengarah pada pendekatan emosional, menyerukan pikiran juga perasaan target audiens, melakukan pembaruan pada citra Pitimoss Fun Library, mulai dari promosi yang optimal dan menggunakan media yang optimal sampai menggugah konsumen.

BAB V Penutup

Pada bab ini bermuatan kesimpulan dan saran yang disampaikan untuk merangkum seluruh penelitian dan perancangan tugas akhir, serta saran bagi Pitimoss Fun Library.