

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Minat baca buku masyarakat Indonesia masing-masing tergolong sangat rendah, menurut data UNESCO presentase minat baca buku masyarakat Indonesia hanya sebesar 0,001%. Artinya, dari kurang lebih 1000 orang Indonesia, hanya 1 orang yang rajin membaca buku. Indonesia menempati urutan ke 62 dari 70 negara dalam penelitian “Student’s Performance in Science, Reading and Mathematics” yang dilaksanakan oleh PISA (Programme for International Student) pada tahun 2015. PISA adalah program survey atau tes yang dilaksanakan setiap tiga tahun sekali kepada beberapa siswa berusia 15 tahun di 70 negara, yang bertujuan untuk mengetahui performa siswa di bidang sains, membaca, dan matematika di setiap negara. Pada penelitian yang bernama “World’s Most Literate Nations” yang dilaksanakan oleh CCSU (Central Connecticut State University) pada tahun 2016, Indonesia menempati urutan 60 dari 61 negara yang disurvei, terpaut cukup jauh dari Singapura yang menempati urutan 36, dan Malaysia yang menempati urutan ke 53. Sedangkan menurut survei Badan Pusat Statistik tahun 2015, sejumlah 91,47% anak usia sekolah lebih suka menonton televisi dan hanya 13,11% yang suka membaca buku. Dari keempat penelitian dan survei tersebut, dapat disimpulkan bahwa anak-anak usia sekolah di Indonesia memiliki tingkat literasi dan minat membaca buku yang cukup rendah.

Terdapat banyak penelitian yang memaparkan korelasi antara minat baca buku anak dengan performa di sekolah, bahkan hingga usia dewasa. Membaca buku sejak usia dini menyebabkan kosa kata anak lebih luas dan kualitas bahasa lebih baik jika dibandingkan dengan anak yang jarang membaca buku. Selain itu interaksi anak dengan orang tuanya akan meningkat secara kualitas dan kuantitas, ini berakibat pada kualitas perkembangan anak di sekolah yang meningkat. Sebaliknya, jika kualitas bahasa anak kurang, maka akan berpengaruh terhadap penyerapan kata atau bahasa baru, IQ, dan kualitas pendidikan saat sekolah yang rendah. Membacakan buku pada anak usia 4-5 tahun setiap hari oleh orang tua memiliki dampak positif pada kemampuan membaca dan skill kognitif (bahasa dan literasi, berhitung, dan kognisi). Skill kognitif pada anak adalah faktor yang sangat penting untuk dikembangkan karena akan berpengaruh pada kualitas hidup saat dewasa kelak. Pernyataan ini didukung oleh teori perkembangan kognitif pada anak yang digagas oleh seorang psikolog yaitu Jean Piaget. Menurut Jean Piaget, perkembangan kognitif pada anak dibagi menjadi empat, yaitu Sensorimotor Stage (0-2 tahun), Preoperational Stage (2-7 tahun), Concrete Operational Stage (7-11 tahun), dan Formal

Operational Stage (11 tahun keatas). Pada tahap Preoperational Stage yaitu pada umur 2 hingga 7 tahun, anak mulai mengembangkan kemampuan ingatan, imajinasi, dan berbahasa. Pada tahap tersebut saat yang tepat untuk memaksimalkan kemampuan anak dalam mengembangkan ingatan, imajinasi, dan berbahasa, salah satu cara yakni melalui membaca buku.

Pemerintah Indonesia telah melaksanakan beberapa program yang berfungsi untuk meningkatkan minat baca buku pada anak, salah satunya adalah Gerakan Nasional Orang Tua Membaca Buku atau GERNAS BAKU yang dilaksanakan serentak pada 5 Mei 2018. Selain program pemerintah, banyak komunitas dan organisasi non pemerintah yang memiliki misi untuk meningkatkan minat baca buku. Organisasi nirlaba atau Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM) dikenal lebih dulu dengan sebutan Ornop atau Organisasi Non Pemerintah. Istilah tersebut muncul sebagai terjemahan dari Non Government Organization (NGO). Dalam Instruksi Menteri Dalam Negeri (Inmendagri) No. 8 Tahun 1990, pengertian lembaga swadaya masyarakat diperjelas, menjadi organisasi/lembaga/instansi yang beranggotakan penduduk negara Republik Indonesia yang harus secara sukarela berniat serta bergerak di bidang kegiatan tertentu yang diatur oleh organisasi atau lembaga sebagai bentuk partisipasi masyarakat dalam upaya meningkatkan taraf hidup dan kesejahteraan masyarakat, serta menitikberatkan terhadap pengabdian secara swadaya. Lembaga swadaya masyarakat menurut undang-undang dan peraturan bisa dibedakan menjadi dua bentuk, yang pertama adalah organisasi massa, berlandaskan hukum UU No. 16 Tahun 2017 tentang Organisasi Kemasyarakatan, dan yang kedua adalah yayasan, yang berlandaskan UU No. 28 Tahun 2004 tentang Yayasan.

Di Indonesia sudah ada beberapa komunitas atau yayasan yang berfokus pada peningkatan minat membaca buku, salah satunya adalah Hayu Maca Foundation. Yayasan yang bemarkas di Cimahi, Jawa Barat ini memiliki visi dan misi utama yaitu untuk meningkatkan minat baca buku dan literasi pada anak. Salah satu pendiri Hayu Maca Foundation yang bernama bapak Donny mengaku miris melihat anak-anak di Indonesia yang memiliki minat membaca buku yang sangat rendah, mengingat di zaman modern seperti saat ini, keberadaan *gadget* yang sering digunakan oleh anak berdampak mengurangi minat anak untuk membaca buku. Usia ideal untuk anak mulai menggunakan *gadget* adalah 9 tahun. Usia ini dianggap ideal karena pemahaman anak soal benar dan salah. Seorang anak mulai menunjukkan kematangan pemahaman di usia 7-9 tahun.

Salah satu program atau kegiatan yang sudah dilakukan sekaligus menjadi program utama Hayu Maca Foundation adalah kegiatan lapak maca yang dilaksanakan di Taman Kartini, Cimahi setiap hari minggu. Program tersebut terdiri dari kegiatan mendongeng,

yang dilanjutkan dengan kegiatan membaca dan bermain yang dapat merangsang motorik anak. Selain kegiatan lapak maca, Hayu Maca Foundation juga memiliki beberapa program dan kegiatan lainnya, diantaranya:

- Bedah buku yang disiarkan di radio streaming harmoni setiap hari Sabtu. Siaran bedah buku ini berguna selain sebagai mengulas buku untuk menarik minat pendengar, juga sebagai sarana promosi Hayu Maca Foundation.
- Workshop berbayar yang berkaitan dengan baca dan literasi, salah satu contoh adalah workshop menulis buku untuk remaja.
- Roadshow Dongeng, yaitu mengunjungi berbagai sekolah di Cimahi untuk mempromosikan Hayu Maca Foundation.
- Community Development.
- Kerjasama dengan pemerintah kota Cimahi untuk event-event hari besar, seperti hari disabilitas.
- Dan kegiatan-kegiatan lainnya.

Selain itu, Hayu Maca Foundation sudah memiliki rencana terkait program-program ke depannya, seperti menambah kegiatan dan event-event yang lebih besar, mengadakan lomba untuk anak SD dan SMP, dan membangun perpustakaan untuk memenuhi misi yayasan selanjutnya, yaitu meningkatkan minat baca buku pada remaja. Dengan dibangunnya perpustakaan, maka para remaja merasa nyaman dengan suasana dan ragam buku yang tersedia lebih sesuai bagi remaja.

Hayu Maca Foundation sudah memiliki anggota yang cukup banyak, dengan total hampir 120 anggota dan kurang lebih 20 orang pengurus aktif. Dalam perjalanannya selama dua tahun lebih, Hayu Maca Foundation mengalami beberapa kendala, yang salah satunya adalah sarana dan prasarana yang belum optimal. Selain sarana dan prasarana, keuangan juga menjadi kendala yang dihadapi oleh Hayu Maca Foundation. Karena Hayu Maca merupakan yayasan yang tidak berorientasi pada profit, maka pemasukan hanya didapat dari donasi sukarela anggota dan kegiatan workshop berbayar. Hanya dengan mengandalkan sosial media dan datang ke berbagai sekolah sebagai sarana pemasaran, membuat Hayu Maca Foundation masih belum terlalu dikenal oleh banyak orang, yang berdampak pada susahny mendapat sponsor dan donatur, seperti donasi uang dan buku, yang menjadi salah satu faktor kendala keuangan yang dihadapi yayasan. Tidak jarang Hayu Maca tidak mendapatkan donasi satu pun dalam satu bulan. Donasi sangat dibutuhkan yayasan untuk pengembangan kegiatan dan rencana jangka pendek dan panjang seperti pembangunan perpustakaan yang membutuhkan pembangunan gedung, fasilitas, dan buku-buku yang berjumlah tidak sedikit.

Berdasarkan permasalahan di atas, yang dibutuhkan Hayu Maca Foundation saat ini adalah media pendukung sebagai sarana promosi dan wadah untuk membagikan informasi mengenai kegiatan yayasan dan sponsor atau donatur yang ingin berdonasi dalam bentuk apapun, termasuk untuk menjadi relawan Hayu Maca Foundation.

1.2 Permasalahan

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan penjelasan latar belakang masalah di atas dapat diidentifikasi permasalahan yang ada sebagai berikut:

1. Hayu Maca Foundation belum banyak dikenal oleh publik.
2. Hayu Maca Foundation memiliki kekurangan dalam hal promosi sehingga kesulitan dalam mencari sponsor dan donatur yang berguna untuk pengembangan yayasan.

1.2.2 Rumusan Masalah

Dari indentifikasi masalah diatas dapat dirumuskan pertanyaan sebagai berikut:

1. Bagaimana cara agar Hayu Maca Foundation lebih dikenal oleh publik?
2. Bagaimana cara meningkatkan kualitas dan kuantitas promosi agar kegiatan dan program dapat berjalan dengan lancar dan mudah mendapat sponsor dan donatur?

1.3 Ruang Lingkup

Dari identifikasi masalah yang sudah ditemukan maka ruang lingkup dalam perancangan ini adalah sebagai berikut:

a. Apa

Obyek dari penelitian ini adalah perancangan media promosi dan wadah untuk sponsor atau donatur dan untuk membagikan informasi mengenai kegiatan Hayu Maca Foundation.

b. Siapa

Target primer adalah anak-anak dan keluarga, karena mayoritas kegiatan ditujukan untuk anak dan keluarga. Lalu target sekunder adalah remaja dan orang tua, yang tertarik sebagai tenaga relawan atau donatur.

c. Kapan

Selama proses penelitian dan perancangan yang dimulai pada 4 Februari 2019.

d. Dimana

Cimahi dan Bandung, Jawa Barat, Indonesia.

e. Mengapa

Hayu Maca Fondation memiliki kekurangan dalam hal sarana dan prasarana sebagai penunjang kegiatan dan program, belum banyak dikenal publik, dan kesulitan dalam mencari sponsor dan donatur yang berguna untuk pengembangan yayasan.

f. Bagaimana

Dengan melakukan perancangan media yang menarik agar Hayu Maca Foundation lebih banyak dikenal publik, dan wadah untuk para donatur agar calon donatur dapat dengan mudah melakukan donasi.

1.4 Tujuan Perancangan

1. Hayu Maca Fondation lebih banyak dikenal oleh publik.
2. Hayu Maca Fondation memiliki media promosi yang optimal sehingga mudah mendapat sponsor dan donatur secara rutin.

1.5 Cara Pengumpulan Data dan Analisis

1.5.1 Cara Pengumpulan Data

a. Wawancara

Wawancara lebih dari sekedar percakapan biasa, wawancara selalu ada tujuan “percakapan dengan suatu tujuan (conversation with a purpose)”. Pewawancara dapat mengarahkan pembicaraan sedemikian rupa untuk mendapatkan topik yang diminatinya, sekaligus mengarahkan diskusi ke arah yang diinginkan dengan mengajukan beberapa pertanyaan. Peneliti melakukan wawancara kepada ketua Hayu Maca Foundation, bapak Donny dan beberapa pengurus dari Greeneration Foundation.

b. Observasi

Dalam metode observasi, penulis akan mencari data-data yang tepat untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan. Dengan mencari data aspek imaji atau karya visual yang merupakan berbagai karya desain komunikasi visual berupa poster cetak, poster online, website, dan semua karya desain komunikasi visual sehingga penelitian dapat mengunduh dan memecahnya dengan cara capture menjadi komponen-komponen untuk diteliti dan diinterpretasikan.

c. Studi Pustaka

Studi pustaka adalah pengumpulan data dengan mengkaji dari berbagai literatur. Kemampuan manusia untuk mengurai dan menggabungkan, memungkinkan untuk membuat teori-teori baru dari teori-teori yang sudah ada, dari hasil membaca. Teori-teori yang digunakan untuk menganalisis bersumber dari pemikiran para ahli yang telah lebih dulu melakukan penelitian. Teori-teori yang ditulis berdasarkan suatu cara pandang atau pemahaman tertentu yang kadang kala dapat berbeda dengan cara pandang ahli yang lain.

d. Kuesioner

Kuesioner atau angket adalah suatu daftar pertanyaan mengenai sesuatu hal atau dalam suatu bidang, yang harus diisi secara tertulis oleh responden, yakni orang yang merepson pertanyaan. Pada penelitian ini penulis menyebarkan kuesioner kepada audiens Hayu Maca, yaitu orang tua, remaja, dan rekan sponsor atau donatur.

1.5.2 Cara Analisis Data

a. Metode Analisis SWOT

Analisis SWOT memperhitungkan faktor internal yang terdiri dari Strength dan Weakness serta faktor eksternal yang terdiri dari Opportunity dan Threat.

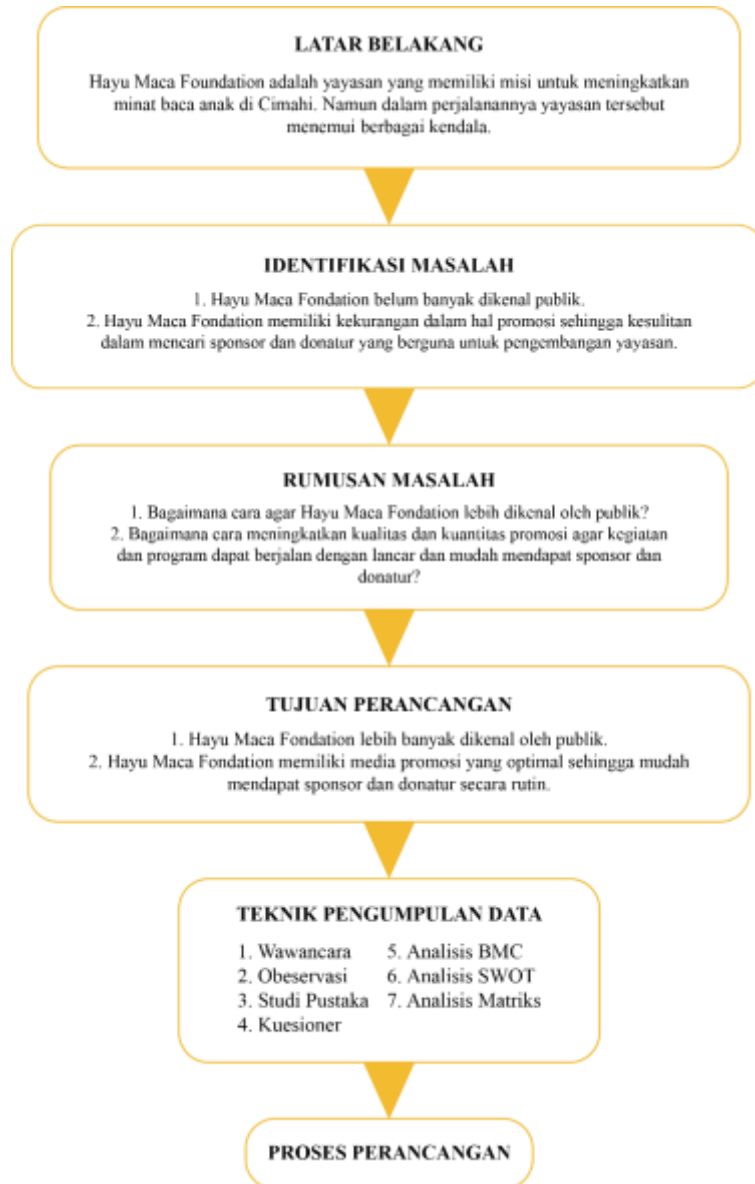
b. Metode Analisis Business Model Canvas

Business Model Canvas (BMC) merupakan salah satu cara untuk menentukan model bisnis yang tepat bagi sebuah organisasi dan perusahaan. BMC terdiri dari 9 bagian yang mencakup empat area utama dalam bisnis yaitu konsumen, penawaran, infrastruktur, dan keberlangsungan finansial. 9 bagian itu adalah customer segments, value propositions, channels, customer relationships, revenue streams, key resources, key activities, key partnerships, dan financial costs.

c. Metode Analisis Matriks

Sebuah matriks terdiri dari kolom dan baris yang masing-masing mewakili dua dimensi yang berbeda, dapat berupa konsep atau kumpulan informasi. Pada prinsipnya analisis matriks adalah juxtaposition atau membandingkan dengan cara menjajarkan. Obyek visual apabila dijajarkan dan dinilai menggunakan satu tolok ukur yang sama maka akan terlihat perbedaannya.

1.6 Kerangka Perancangan



Gambar 1.1 Kerangka Perancangan

1.7 Pembabakan

1. BAB 1 PENDAHULUAN

Pada bab ini akan dijelaskan mengenai latar belakang, identifikasi masalah, rumusan masalah, fokus, tujuan penelitian, cara pengumpulan data, kerangka penelitian serta pembabakan dari laporan penelitian ini.

2. BAB II DASAR PEMIKIRAN

Pada bab ini akan dijelaskan mengenai uraian studi pustaka, dan menjelaskan dasar pemikiran dari teori – teori yang relevan untuk digunakan sebagai pijakan untuk membuat laporan penelitian yang berjudul ...

3. BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH

Pada bab ini akan diuraikan hasil pencarian data secara terstruktur dan siap diuraikan, seperti data aspek imaji, data wawancara, analisis visual, analisis matriks, serta penarikan kesimpulan.

4. BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN

Menjelaskan tentang konsep perancangan media promosi berupa konsep komunikasi, konsep kreatif, dan konsep visual yang akan dipakai dalam perancangan. Pemaparan hasil-hasil dari perancangan media promosi beserta spesifikasinya.

5. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Berisikan kesimpulan serta saran. Kesimpulan dibuat berdasarkan hasil data yang sudah didapatkan. Saran merupakan sebuah masukan-masukan yang didapatkan saat sidang.