

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

1.1. Tinjauan Pustaka

1.1.1. Tinjauan Peneliti Terdahulu

Pada bagian ini, penulis akan meninjau penelitian-penelitian terdahulu dari beberapa referensi yang telah dikumpulkan. Penelitian terdahulu yang telah dipilih berdasarkan relevansinya dengan topik penelitian yang dilakukan oleh penulis. Studi penelitian terdahulu sangat penting untuk menjadi bahan acuan yang membantu penulis dalam merumuskan asumsi dasar, untuk mengembangkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti-peneliti sebelumnya. Berikut ini merupakan daftar hasil penelitian yang dijadikan sebagai referensi.

Tabel 1:

Penelitian Terdahulu

No.	Judul Penelitian	Nama Peneliti	Hasil Penelitian	Perbedaan dengan Peneliti Sebelumnya
1.	Strategi Komunikasi Komunitas Hijab Bekasi Untuk Menarik Minat Anggota Baru	Annisa Nidya Hapsari, 2013, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa	Hasil dari penelitian ini menunjukkan strategi komunikasi yang digunakan komunitas Hijab Bekasi adalah	Penelitian milik Annisa meneliti tentang proses eksternal komunikasi Hijab Bekasi dengan berlandaskan komunikasi persuasif.

			komunikasi persuasif untuk meningkatkan jumlah anggota komunitas tersebut.	
2.	Strategi Komunikasi Komunitas Klub Motor Dalam Pembentukan Citra (Studi Deskriptif Kualitatif Tentang Strategi Komunikasi Komunitas Klub Motor Dalam Pembentukan Citra	Asri Wulandari, 2012, Universitas Muhammadiyah Surakarta	Hasil dari penelitian ini menunjukkan strategi komunikasi yang digunakan oleh klub motor New Sniper adalah dengan melakukan sosialisasi atau komunikasi massa untuk membentuk citra mereka.	Penelitian milik Asri memfokuskan penelitiannya dengan strategi kegiatan yang dilakukan oleh objek penelitian. Dalam hal ini, strategi yang digunakan adalah dengan komunikasi massa.
3.	Strategi Komunikasi Berbasis Komunitas (Studi Interaksi Komunitas di Warung Sabda Kopi Purwokerto)	Nani Setiani, 2020, Institut Agama Islam Negeri Purwokerto	Hasil dari penelitian ini menunjukkan strategi komunikasi yang dilakukan oleh pemilik Warung Sabda Kopi Purwokerto untuk meningkatkan pengunjung adalah dengan menekankan interaksi <i>ethos</i> , <i>phatos</i> dan	Perbedaan yang dimiliki oleh penelitian milik Nani dapat dilihat dari objek penelitian ini yaitu berupa warung kopi atau bisnis. Kemudian strategi yang digunakan merupakan komunikasi yang bersifat interaksi 3 pilar yakni <i>ethos</i> , <i>phatos</i> , dan

			<i>logos.</i>	<i>logos.</i>
4.	Pelaksanaan Literasi Dasar Oleh Komunitas Sobat Literasi Jalanan Kota Palembang	Azizah Husin, 2020, Universitas Sriwijaya	Hasil dari penelitian ini menunjukkan strategi Komunitas Sahabat Literasi Jalanan dalam upaya meningkatkan minat membaca masyarakat di Palembang melalui beberapa kegiatan membaca.	Perbedaan dari penelitian Azizah terdapat pada objek penelitian yakni merupakan sebuah komunitas literasi buku yang memiliki tujuan yang sama dengan Rumah Baca namun dengan strategi yang berbeda.
5.	Peran Pustakawan alam Pengadaan dan Pengembangan Bahasa Pustaka di SMA 1 Palembang	Hairul Juniansyah, 2016, Universitas Islam Negeri Raden Fatah	Hasil penelitian ini menunjukkan peran penting pustakawan dalam pengadaan dan pengembangan bahan pustaka di SMA Negeri 1 Palembang. Pustakawan SMA N 1 Palembang memberikan dampak yang besar terhadap kesediaan pustaka di sekolah	Perbedaan yang dimiliki penelitian Hairul dapat dilihat pada subjek penelitian dimana pustakawan yang dimaksud merupakan pustakawan yang bekerja di SMA N 1 Palembang. Sedangkan, pustakawan di Rumah Baca merupakan individual yang memiliki minat literasi buku yang tinggi sehingga anggota

			tersebut.	komunitas tersebut sering di panggil dengan pustakawan Rumah Baca.
--	--	--	-----------	--

Sumber: (Annisa Nidya Hapsari: 2013, Asri Wulandari: 2012, Nani Setiani: 2020, Azizah Husin: 2020, Hairul Juniansyah: 2016)

1.1.2. Tinjauan Tentang Literasi

Terdapat berbagai macam pendapat dari para ahli tentang definisi dari literasi yang sangat kompleks. Secara umum, literasi merupakan kemampuan seseorang dalam membaca dan menulis dimana jika dikembangkan maka akan memberikan pengetahuan atau kemampuan yang nantinya akan berguna bagi kehidupannya. Secara teoritis, literasi memiliki beberapa definisi yang telah menjadi perdebatan dari para ahli terkait kesepakatan dalam mendefinisikan makna dari literasi. Menurut Harris dan Hodges (1995) yang dikutip dari (Rintaningrum, 2009), terdapat berbagai macam definisi literasi. Mereka juga berpendapat bahwa terdapat dilema dalam mendefinisikan literasi sebagai:

“Definisi literasi terkenal sulit untuk ditulis. Literasi adalah konstruksi sosial, konsep multifaset yang berarti hal yang berbeda untuk kelompok budaya yang berbeda pada waktu yang berbeda. Akibatnya, literasi adalah istilah yang dinamis dan relatif. Sementara literasi umumnya dipahami untuk merujuk pada kemampuan membaca dan menulis prosa dan teks cetak lainnya, sebenarnya literasi merupakan kompleks terintegrasi dari bahasa dan proses berpikir dan keterampilan yang mencakup berbagai kebiasaan, sikap, minat, dan pengetahuan dan melayani berbagai tujuan dalam konteks yang berbeda.” – Harris dan Hodges dalam (Rintaningrum, 2009)

Definisi literasi telah berkembang dari waktu ke waktu sebagai tanggapan terhadap kebutuhan masyarakat global, tuntutan pembangunan ekonomi, dan

kemajuan dalam penelitian dan pengukuran literasi itu sendiri. Banyak usaha telah dikeluarkan untuk mencoba mencapai definisi literasi yang kategoris dan konklusif. Namun, beberapa ahli percaya bahwa "...kesepakatan tentang definisi dan dengan demikian pada pengukuran literasi tidak akan pernah tercapai..." (Wickert, 1992, hlm. 30).

Definisi literasi biasanya berkisar dari konsepsi berbasis keterampilan literasi fungsional hingga definisi luas, dan semua definisi mencakup pemberdayaan sosial dan politik (Rintaningrum, 2009). Meskipun ada beberapa definisi tentang literasi, perlu dikembangkan pemahaman yang koheren tentang literasi yang mencerminkan banyak kemampuan yang diperlukan untuk menjadi anggota masyarakat literat yang berpartisipasi. Psikolog, ahli bahasa, pendidik, sosiolog, dan lainnya semuanya telah menjadi kontributor pengetahuan tentang literasi selama 30 tahun terakhir. Definisi literasi memiliki perbedaan dalam berbagai dimensi.

Literasi diterima secara luas untuk secara sederhana didefinisikan sebagai "kemampuan membaca dan menulis." Berdasarkan definisi ini, beberapa upaya telah dilakukan untuk mengklasifikasikan orang sebagai melek huruf atau buta huruf. Beberapa peneliti, di sisi lain, merasa tidak mungkin untuk menyelesaikan tugas ini karena "tidak ada garis pemisah yang tepat antara orang yang sepenuhnya melek huruf dan orang yang tidak" (OECD, 2003, hlm. 17).

Dalam kehidupan nyata, kita dapat menemukan orang yang bisa membaca tetapi tidak bisa menulis. Beberapa orang dapat membaca simbol, tetapi mereka

tidak dapat menafsirkan apa yang mereka lihat. Beberapa orang dapat menangani tugas yang lebih sulit yang melibatkan kata-kata, tetapi yang lain tidak dapat menangani bahkan tugas paling sederhana yang melibatkan angka. Beberapa orang dapat membaca dan mengikuti peta yang kompleks, tetapi yang lain berjuang dengan tugas pengisian formulir yang paling dasar, dan kami tidak dapat mengklaim bahwa orang-orang ini melek huruf secara fungsional karena kompetensi mereka bervariasi tergantung pada konteksnya.

1.1.3. Tinjauan Tentang Komunikasi

1.1.3.1. Pengertian Komunikasi

Komunikasi merupakan aktivitas dasar setiap di mana dalam berkomunikasi, manusia dapat saling berhubungan satu sama lain dengan saling bertukar informasi. Komunikasi memiliki fungsi untuk menyampaikan informasi secara verbal atau nonverbal yang terjadi dengan komunikasi internal maupun eksternal. Menurut Stuart (1983) dalam buku Pengantar Ilmu Komunikasi oleh Rismawaty et al., kata “komunikasi” berasal dari bahasa Latin yang artinya membuat kebersamaan atau membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih (Rismawaty, Surya, & Juliano, 2014). Komunikasi merupakan sebuah kata kerja (*verb*) dalam Bahasa Inggris yakni diterjemahkan sebagai *communicate* yang berarti (Ibid, hlm. 65):

1. Untuk bertukar pikiran-pikiran, perasaan-perasaan, dan informasi;
2. Untuk membuat tahu;
3. Untuk membuat sama; dan
4. Untuk mempunyai hubungan yang simpatetik.

Sedangkan dalam kata benda (*noun*), *communication* berarti (Ibid):

1. Pertukaran simbol, pesan-pesan yang sama, dan informasi;
2. Proses pertukaran antara individu-individu melalui sistem simbol yang sama;
3. Sebagai seni dalam mengekspresikan gagasan-gagasan; dan
4. Ilmu pengetahuan tentang pengiriman informasi.

Terdapat berbagai macam pengertian komunikasi dari para ahli. Secara umum, pengertian komunikasi dapat dilihat dari dua segi yakni pengertian komunikasi secara *etimologis* (asal-usul kata) dan secara *terminologis* (istilah). Dengan demikian, pengertian komunikasi bersifat kompleks karena terdapat berbagai macam pengertian secara umum dan dari para ahli. Tidak hanya itu, komunikasi juga memiliki fungsi yang penting dalam interaksi sosial. Menurut Riswandi (2009), komunikasi sosial menunjukkan bahwa komunikasi memiliki fungsi yang penting untuk:

1. Membangun konsep diri.
2. Eksistensi dan aktualisasi diri.
3. Kelangsungan hidup, membangun hubungan, dan mencapai kebahagiaan.

Komunikasi merupakan hal dasar yang harus ditinjau sebagai dasar teoritis pertama dalam penelitian ini. Hal itu karena, penelitian ini memuat judul kasus mengenai strategi komunikasi suatu komunitas atau kelompok yang merupakan bagian dari kajian Ilmu Komunikasi. Komunikasi merupakan sebuah interaksi sosial yang bersifat dinamis, karena selalu mengikuti dan menyesuaikan dengan

perkembangan zaman. Oleh karena itu, definisi komunikasi sendiri memiliki banyak arti dari berbagai pandangan yang berbeda oleh ilmuwan-ilmuwan dalam studi Ilmu Komunikasi. Berikut ini merupakan beberapa definisi komunikasi menurut para ahli yang telah di terjemahkan oleh penulis.

Menurut Louis A. Allen, komunikasi adalah:

“Komunikasi adalah jumlah dari semua hal, yang dilakukan seseorang ketika dia ingin menciptakan pemahaman dalam pikiran orang lain. Ini melibatkan proses yang sistematis dan berkesinambungan dari menceritakan, mendengarkan, dan pemahaman.” (Ruliana & Lestari, 2019)

Selain itu, Carl I. Hovland, mendefinisikan komunikasi sebagai berikut:

“Proses di mana seorang individu (komunikator) mengirimkan rangsangan (biasanya simbol verbal) untuk mengubah perilaku individu lain (berkomunikasi).” (Effendy, 2002)

Sedangkan Jaques, berpendapat bahwa komunikasi adalah:

“Komunikasi adalah jumlah total perasaan, sikap, dan keinginan yang secara langsung dan tidak langsung disampaikan secara sadar dan tidak sadar.” (Mulyana & Rakhmat, 1990)

Berdasarkan definisi komunikasi dari para ahli di atas, penelitian ini lebih mengacu pada definisi oleh Louis A. Allen yang berpendapat bahwa komunikasi merupakan proses sistematis yang dilakukan seseorang untuk menciptakan pemahaman di pikiran orang lain. Definisi tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan yakni seperti perilaku komunitas Rumah Baca dalam meningkatkan minat membaca buku terhadap generasi muda. Kemudian perilaku komunikasi dalam penelitian ini juga mengacu pada definisi oleh Carl I. Hovland yang di mana dalam penelitian ini Rumah Baca merupakan komunikator yang berinteraksi secara verbal dengan komunikasi yakni generasi muda untuk memperkenalkan minat membaca buku kepada mereka.

1.1.3.2. Strategi Komunikasi

Komunikasi sebuah komunitas yang memiliki tujuan, harus membuat strategi tertentu untuk berinteraksi dengan subjek komunikasi. Secara umum, strategi adalah keseluruhan dari perencanaan atau rancangan, taktik, dan cara yang akan digunakan untuk melancarkan komunikasi dengan memperhatikan keseluruhan aspek yang ada pada proses komunikasi untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Menurut Effendy (2002), definisi strategi adalah sebagai berikut:

“Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan dan pengelolaan untuk mencapai tujuan. Namun untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah, tetapi harus menunjukkan taktik operasional.”

Selain itu, pada buku yang sama terdapat pendapat yang berbeda dengan Effendy (2002), yakni oleh Sondang P. Siagian yang berpendapat bahwa:

“Strategi adalah cara dasar dan fundamental yang akan dilakukan oleh suatu organisasi untuk mencapai tujuan dan sasarannya dengan selalu memperhatikan kendala lingkungan yang mau tidak mau akan dihadapi.”

Sebagai sebuah komunitas, Rumah Baca memiliki sebuah tujuan yakni untuk mensosialisasikan minat dan keuntungan yang bisa didapat dari membaca buku. Tidak hanya itu, berdasarkan kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh Rumah Baca, tujuan lain dari komunitas ini yakni untuk mengajarkan anak-anak dibawah umur untuk membaca dengan baik, berbagi pengetahuan dengan masyarakat tentang filsafat dan literasi melalui diskusi terbuka, dan lain sebagainya. Seperti yang dikemukakan oleh Sondang P. Siagian bahwa dalam mencapai suatu tujuan, setiap organisasi dalam hal ini komunitas Rumah Baca, harus memperhatikan lingkungannya demi mencapai tujuan yang diinginkan. Dengan demikian,

membiasakan atau beradaptasi dengan lingkungan sekitar, Rumah Baca dapat melakukan banyak hal yang baru untuk mencapai tujuannya.

1.1.3.3. Komunikasi Kelompok

Istilah komunikasi kelompok mengacu pada pesan yang dipertukarkan oleh anggota kelompok. Pesan-pesan ini, baik verbal maupun nonverbal, penting bagi kelompok karena melalui pertukaran pesan para anggota kelompok berpartisipasi, mempertahankan identitas kelompok, menentukan tujuan, memotivasi partisipasi, dan melakukan banyak hal yang menjaga keutuhan kelompok. Berikut ini merupakan definisi komunikasi kelompok menurut para ahli.

Menurut Hitesh Bhasin (2005) dalam artikelnya tentang komunikasi kelompok, mendefinisikan komunikasi kelompok sebagai berikut:

“Komunikasi kelompok adalah interaksi dan pertukaran informasi antara orang-orang yang secara budaya, geografis, atau bahasa yang sama yang menjadi anggota suatu kelompok.” (Bhasin, 2021)

Selain itu, terdapat definisi lain dari Michael Burgoon tentang komunikasi kelompok, yakni sebagai berikut:

“Komunikasi kelompok adalah interaksi tatap muka antara tiga orang atau lebih, dengan tujuan yang diketahui, seperti berbagi informasi, pemeliharaan diri, pemecahan masalah, di mana anggota dapat mengingat karakteristik pribadi anggota lain dengan benar.” (Wiryanto, 2005)

Keharmonisan antar anggota dalam sebuah komunitas membutuhkan komunikasi yang efektif untuk menjalin hubungan yang baik dan menjaga solidaritas antar anggotanya. Dalam hal ini, komunikasi kelompok sangatlah penting untuk berbagi informasi, menjaga hubungan yang baik, dan melakukan brainstorming bersama untuk memecahkan suatu masalah serta mencapai tujuan

komunitas tersebut. Dalam komunikasi kelompok terdapat dua klasifikasi berdasarkan jumlah anggota kelompok tersebut. Apabila jumlah orang dalam kelompok itu sedikit maka komunikasi yang berlangsung dalam kelompok tersebut adalah *small group communication*. Sedangkan, jika jumlah orang dalam kelompok itu banyak, maka komunikasi yang terjalin dalam kelompok itu adalah *large group communication* (Sendjaja, 1994).

Berikut ini merupakan penjelasan dari kedua klasifikasi komunikasi kelompok di atas:

1) Kelompok Kecil

Komunikasi kelompok kecil (*micro group*) adalah komunikasi kelompok yang dapat melakukan komunikasi interpersonal dengan salah satu anggota kelompok dalam situasi di mana terdapat kesempatan untuk merespon secara lisan, seperti halnya pada acara diskusi, kelompok belajar, seminar dan lain-lain. Umpan balik yang diterima dalam komunikasi kelompok kecil ini biasanya bersifat rasional, dan para anggota yang terlibat dapat saling menjaga perasaan dan norma yang ada. Dengan kata lain, mungkin terjadi dialog atau tanya jawab antara komunikator dan komunikan mana pun. Komunikator dapat menanggapi uraian komunikator, dapat bertanya jika tidak mengerti, dan dapat menolak jika tidak setuju, dan sebagainya (Effendy, 2002, hlm. 75).

2) Kelompok Besar

Komunikasi kelompok besar (*macro group*) yaitu apa yang terjadi pada sekelompok orang yang sangat besar dan komunikasi antarpribadi

(*personal contact*) jauh lebih sedikit atau sulit dilakukan karena terlalu banyak orang berkumpul, seperti yang terjadi pada acara-acara besar yakni seperti tabligh akbar, kampanye, dan lain-lain. Anggota kelompok besar cenderung emosional ketika melaporkan tanggapan kepada komunikator yang tidak dapat mengendalikan emosinya. Apalagi jika orang yang berkomunikasi itu heterogen dan berbeda usia, pekerjaan, tingkat pendidikan, agama, pengalaman, dll. Seolah-olah ada satu orang di antara orang banyak yang tidak menyukai komunikator, kemudian ia mencoba mencari peluang untuk melempar sandal dan orang lain tanpa mengetahui bahwa tindakan ini akan diikuti oleh masalah (Ibid).

Komunikasi kelompok biasanya merujuk pada bentuk atau perilaku komunikasi yang dilakukan kelompok tersebut. Dalam hal ini, komunitas Rumah Baca merupakan komunitas yang jumlah anggotanya sedikit jadi bentuk komunikasi yang terjadi dalam komunitas ini merupakan komunikasi kelompok kecil atau *small group communication*. Tidak hanya itu, komunikasi kelompok juga melibatkan komunikasi antarpribadi, karena kebanyakan teori komunikasi antarpribadi berlaku juga bagi komunikasi kelompok. Hal ini dapat dilihat dalam interaksi antar anggota ataupun individual diluar kelompok yakni dengan melakukan interaksi komunikasi antarpribadi atau secara langsung. Rumah Baca sebagai kelompok kecil atau *small group communication* juga menerapkan strategi komunikasi antarpribadi untuk berinteraksi dengan sesama anggotanya dan masyarakat.

1.1.3.4. Komunikasi Antarpribadi

Komunikasi antarpribadi (*interpersonal*) merupakan perilaku komunikasi yang terjadi antara dua orang atau lebih dengan situasi tatap muka, baik secara terorganisir maupun pada kerumunan orang. Seperti halnya dengan definisi komunikasi secara umum, definisi dari komunikasi antarpribadi juga bersifat dinamis di mana terdapat beberapa pendapat dari para ahli tentang definisi dari bentuk komunikasi ini. Berikut ini merupakan definisi komunikasi antarpribadi menurut para ahli yang telah diterjemahkan oleh penulis.

Menurut Arthur Jensen dan Susan Trenholm (2008) dalam buku mereka tentang komunikasi antarpribadi, mendefinisikan komunikasi antarpribadi sebagai berikut:

“Komunikasi interpersonal mengacu pada komunikasi dua arah di mana dua individu, berbagi peran pengirim dan penerima, menjadi terhubung melalui aktivitas bersama untuk menciptakan makna.” (Jensen & Trenholm, 2008)

Kemudian, menurut Redmond et al. (2002), mendefinisikan komunikasi antarpribadi dalam buku mereka sebagai berikut:

“Komunikasi interpersonal adalah bentuk khas dari komunikasi manusia yang tidak hanya ditentukan oleh jumlah orang yang berkomunikasi, tetapi juga oleh kualitas komunikasi. Komunikasi interpersonal terjadi bukan ketika Anda hanya berinteraksi dengan seseorang, tetapi ketika Anda memperlakukan orang lain sebagai manusia yang unik.” (Redmond, Beebe, & Beebe, 2002)

Selain itu, terdapat pendapat dari Guerrero et al. (2010), yang mendefinisikan komunikasi antarpribadi sebagai berikut:

“Komunikasi interpersonal mengacu pada pertukaran pesan, verbal dan nonverbal, antara orang-orang, terlepas dari hubungan yang mereka bagikan. Dengan demikian, komunikasi antarpribadi mencakup pertukaran

pesan dalam segala macam hubungan, mulai dari hubungan fungsional, santai, hingga intim.” (Guerrero, Andersen, & Afifi, 2010)

Semua definisi ini mewakili komunikasi antarpribadi yang melibatkan beberapa bentuk aktivitas, interaksi, atau pertukaran timbal balik, tetapi mereka juga berbeda secara signifikan. Untuk Beebe et al. (2002), komunikasi antarpribadi terjadi dalam hubungan dekat; untuk Trenholm dan Jensen (2008), komunikasi antarpribadi terjadi dalam bentuk komunikasi dua arah dalam situasi apapun. Guerrero et al. (2010), memperluas pendapatnya di mana bagi mereka, komunikasi antarpribadi adalah pertukaran pesan antara orang-orang, di mana “pesan” dapat berupa fitur atau perilaku orang lain, dimaksudkan atau tidak, ditafsirkan oleh penerima, tanpa batasan jumlah orang yang terlibat dalam pertukaran. Dalam penelitian ini, definisi yang diutarakan oleh Beebe et al. (2002), merupakan bentuk komunikasi antarpribadi yang dipraktikkan oleh anggota Rumah Baca untuk menjalin hubungan yang baik karena mereka sudah saling mengenal satu sama lain. Sedangkan, definisi dari Trenholm dan Jensen (2008) dan Guerrero et al. (2010) dapat dilihat dalam perilaku komunikasi Rumah Baca dengan generasi muda yang di mana mereka berkomunikasi secara dua arah dalam situasi apapun dan juga menggunakan fitur atau media tertentu.

1.1.4. Tinjauan Tentang Komunitas

Komunitas adalah sekumpulan orang yang memiliki minat atau hobi yang sama serta kepercayaan atau pemahaman yang sama. Dalam sebuah komunitas, terdapat orang-orang yang ingin saling berbagi pengetahuan dan pengalaman kepada satu sama lain. Komunitas juga sangat penting dalam kehidupan masyarakat, karena komunitas dapat membantu masyarakat secara terarah untuk

mencapai tujuannya. Dalam komunitas, anggota yang tergabung memiliki tujuan yang sama yakni untuk meningkatkan komunitasnya tersebut dan menjalin hubungan serta berinteraksi dengan orang-orang yang memiliki tujuan yang sama. Terdapat beberapa definisi komunitas dari para ahli, yakni sebagai berikut.

Menurut Robert Stebbins (1987), dalam buku sosiologinya tentang masyarakat, mendefinisikan komunitas sebagai berikut:

“Komunitas adalah kelompok sosial dengan basis teritorial yang sama; orang-orang dalam kelompok tersebut memiliki minat yang sama dan memiliki rasa memiliki terhadap kelompok tersebut.” (Stebbins, 1987)

Tidak hanya itu, Sylvia Dale (1990) juga memberikan pemahaman tentang komunikasi yakni sebagai berikut:

“Komunitas adalah kumpulan orang-orang yang tinggal di tempat yang sama. Atau, rasa identitas dan kepemilikan dibagi di antara orang-orang yang tinggal di tempat yang sama. Juga, himpunan hubungan sosial yang ditemukan di daerah berbatas tertentu.” (Dale, 1990)

Berdasarkan kedua definisi di atas, dapat dilihat bahwa Dale (1990) dan Stebbins (1987) memiliki pemahaman yang hampir sama mengenai definisi dari komunikasi. Dengan demikian, dapat disebutkan bahwa terdapat elemen-elemen penting dalam sebuah komunikasi yakni seperti interaksi sosial, ikatan umum, dan wilayah. Sebelum memutuskan untuk memilih komunitas Rumah Baca sebagai objek dari penelitian ini, penulis telah melakukan pra penelitian untuk memilih komunitas yang memenuhi kriteria yang telah disebutkan di atas. Rumah Baca telah menjadi pilihan penulis dikarenakan Rumah Baca merupakan komunitas yang mengedepankan interaksi sosial, memiliki hubungan yang baik antara anggota dan masyarakat, serta bertempat di satu lokasi yakni di Kota Kotamobagu.

1.1.5. Minat Membaca

Minat merupakan sebuah kecenderungan atau keinginan yang tinggi. Minat juga dapat diartikan sebagai kecenderungan untuk menikmati atau memperhatikan suatu atau beberapa aktivitas tertentu. Seseorang mempunyai minat terhadap pekerjaan yang dia lakukan maka pekerjaan tersebut akan lancar karena orang tersebut akan menikmati setiap hal yang dilakukannya. Sedangkan, seseorang yang tidak berminat mengerjakan sesuatu maka akan sulit mengerjakannya dengan senang hati. Terlebih lagi, minat terhadap sesuatu dapat berubah sewaktu-waktu, hal itu karena minat bersifat dinamis di mana minat dapat berubah-ubah tergantung pada kebutuhan, pengalaman, metode yang sedang trend, dan tidak termasuk sebagai bawaan dari lahir.

Aiken (1994), dalam penelitiannya tentang penguatan membaca, mendefinisikan minat sebagai kesukaan terhadap kegiatan melebihi kegiatan lainnya. Ini berarti minat berhubungan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi seseorang dalam memilih sesuatu untuk hidupnya (Ginting, 2005). Kemudian, Hurlock (1992), menjelaskan bahwa minat tidak hanya memiliki aspek afektif namun juga aspek kognitif yang di mana aspek kognitif ini didasarkan atas konsep atau pengetahuan yang dikembangkan seseorang mengenai bidang yang berkaitan dengan minat tersebut (Ibid, hlm. 20).

Menurut Krapp et al., dalam buku Pintrich dan Schunk (1996) tentang motivasi dalam pendidikan, menjelaskan bahwa minat terbagi menjadi 3 definisi secara umum yaitu minat pribadi, minat situasi, dan minat dalam ciri psikologi.

Berikut ini rincian penjelasan dari ketiga definisi tersebut (Pintrich & Schunk, 1996).

- a) Minat pribadi; minat ini dapat diartikan sebagai sebuah karakteristik yang dimiliki seseorang yang relatif stabil dan cenderung menetap pada dirinya. Minat pribadi biasanya dapat membawa seseorang kepada beberapa aktivitas atau topik yang spesifik. Minat pribadi dapat dilihat ketika seseorang menjadikan suatu topik atau aktivitas yang dilakukan sebagai pilihan yang pasti, menyukai aktivitas tersebut, menimbulkan kesenangan pribadi, serta topik atau aktivitas tersebut memiliki arti yang penting.
- b) Minat situasi; sebagian besar dari minat ini terbentuk berdasarkan kondisi lingkungan sekitar.
- c) Minat dalam ciri psikologi; minat ini merupakan interaksi antara minat pribadi seseorang dengan minat lingkungan. Minat ini cenderung bersifat pengetahuan lebih yang dimiliki seseorang terhadap topik atau aktivitas yang diminati tersebut. Dengan demikian dapat menimbulkan perasaan senang di dalam dirinya.

Salah satu aktivitas yang dapat timbul dari minat adalah membaca. Dengan membaca, setiap orang akan mendapatkan pengetahuan yang baru dari buku yang dibacanya. Tidak hanya itu, membaca dapat melatih keterampilan otak seperti dapat meningkatkan fokus seseorang. Menurut Tarigan (2009), membaca adalah suatu proses yang dilakukan dan dipergunakan oleh pembaca untuk memperoleh pesan yang hendak disampaikan oleh penulis melalui media kata-kata/bahasa tulis (Tarigan, 2009).

Berdasarkan pengertian minat dan membaca di atas, maka dapat diartikan bahwa membaca merupakan suatu aktivitas yang diminati seseorang untuk belajar dan mengetahui tujuan yang diinginkan. Membaca juga merupakan proses komunikasi kompleks yang bertujuan untuk melihat, memahami isi dan makna, dan memperoleh pesan yang hendak disampaikan oleh penulis melalui media buku atau tulisan sehingga diperoleh pemahaman terhadap bacaan. Minat membaca sendiri dapat dikembangkan dengan berbagai aspek. Dalam jurnal (Stanovich, 1986) tentang *Matthew Effects in Reading*, menjelaskan bahwa ada 4 aspek dalam minat membaca, yakni sebagai berikut:

- a) Motivasi individu untuk membaca; yaitu merupakan motivasi yang berupa dorongan dari dalam diri sendiri untuk membaca karena adanya tujuan dan manfaat yang diperoleh individu dalam membaca tersebut.
- b) Kesenangan terhadap aktivitas membaca; yaitu sebuah situasi di mana timbulnya rasa senang dan menikmati dalam diri seseorang saat melakukan aktivitas membaca.
- c) Ketertarikan dan kebiasaan individu untuk membaca; yaitu perasaan tertarik akan berbagai jenis bacaan dan kebiasaan seseorang untuk melakukan aktivitas membaca dalam kurun waktu.
- d) Situasional; yaitu motivasi atau dorongan dari orang lain terhadap individu seperti dukungan sosial dari teman atau keluarga.

Beberapa aspek minat membaca di atas merupakan faktor-faktor yang mempengaruhi minat membaca seseorang. Tidak hanya itu, terdapat faktor-faktor lainnya yang mempengaruhi minat seseorang dalam membaca, hal itu dikarenakan

minat tidak timbul dengan sendirinya. Menurut Crow (1960) dalam buku mereka tentang membaca sebagai psikologi pendidikan, menjelaskan beberapa faktor yang mempengaruhi minat membaca seseorang yakni sebagai berikut (Crow & Crow, 1960):

- a) Motif dari dalam, yaitu dorongan untuk memenuhi kebutuhan fisik maupun psikis yang dapat menimbulkan minat individu terhadap aktivitas membaca.
- b) Motif dari luar, yaitu dorongan yang berasal dari lingkungan sosial yang dapat mempengaruhi minat membaca pada individu. Lingkungan sosial tersebut yakni sebagai berikut:
 - i. Tersedianya sarana dan prasarana yang memadai, misalnya tersedianya buku-buku bacaan di rumah atau di perpustakaan sekolah;
 - ii. Adanya tujuan dan manfaat yang jelas tentang apa yang dibaca;
 - iii. Pemanfaatan media massa seperti radio, televisi, surat kabar, dan majalah yang dapat memberi motivasi seseorang untuk membaca atau belajar; dan
 - iv. Dukungan dari orang-orang sekitar, misalnya: guru, keluarga, teman sebaya, ataupun orang disekitar yang berupa perhatian, dorongan, dan bimbingan sehingga mereka berminat membaca.
- c) Faktor motif sosial, yaitu faktor yang dapat membangkitkan minat untuk melakukan aktivitas demi memenuhi kebutuhan untuk diakui atau diterima oleh lingkungan sosialnya. Crow (1960), menggolongkan motif sosial

menjadi tiga bagian yaitu motif berprestasi, motif berafiliasi, dan motif berkuasa (Ibid).

Berdasarkan pengertian tentang minat dan membaca di atas, dalam penelitian ini, dapat dilihat bahwa aktivitas yang dilakukan komunitas Rumah Baca untuk menarik minat membaca terhadap generasi muda di Kotamobagu merupakan salah satu aspek dari pengertian membaca oleh Crow (1960). Hal itu karena, generasi muda dapat termotivasi untuk membaca karena faktor dari luar yakni dalam hal ini adalah kegiatan yang dilakukan Rumah Baca. Dengan demikian, Rumah Baca secara tidak langsung dapat mempengaruhi minat seseorang untuk membaca melalui komunikasi dari kegiatan-kegiatan yang dilaksanakan.

1.1.6. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan alur pikir yang dijadikan sebagai peta pemikiran yang melatarbelakangi penelitian ini. Pada bagian ini terdapat pandangan tentang teori dan konsep yang digunakan dalam penelitian ini yang dapat memberikan arahan atau patokan bagi peneliti untuk dapat memahami serta menjelaskan strategi komunikasi komunitas Rumah Baca yang melalui studi deskriptif. Strategi yang dapat dilakukan oleh sebuah komunitas untuk menarik minat dan mengajarkan atau mempengaruhi pemikiran orang lain mengenai tujuan komunitas ini memerlukan komunikasi yang efektif. Dalam hal ini dapat dilakukan dengan berinteraksi secara langsung atau melakukan komunikasi dua arah (*interpersonal communication*) antara komunikator dan komunikan pada situasi apapun misalnya dalam sebuah kegiatan komunitas tersebut.

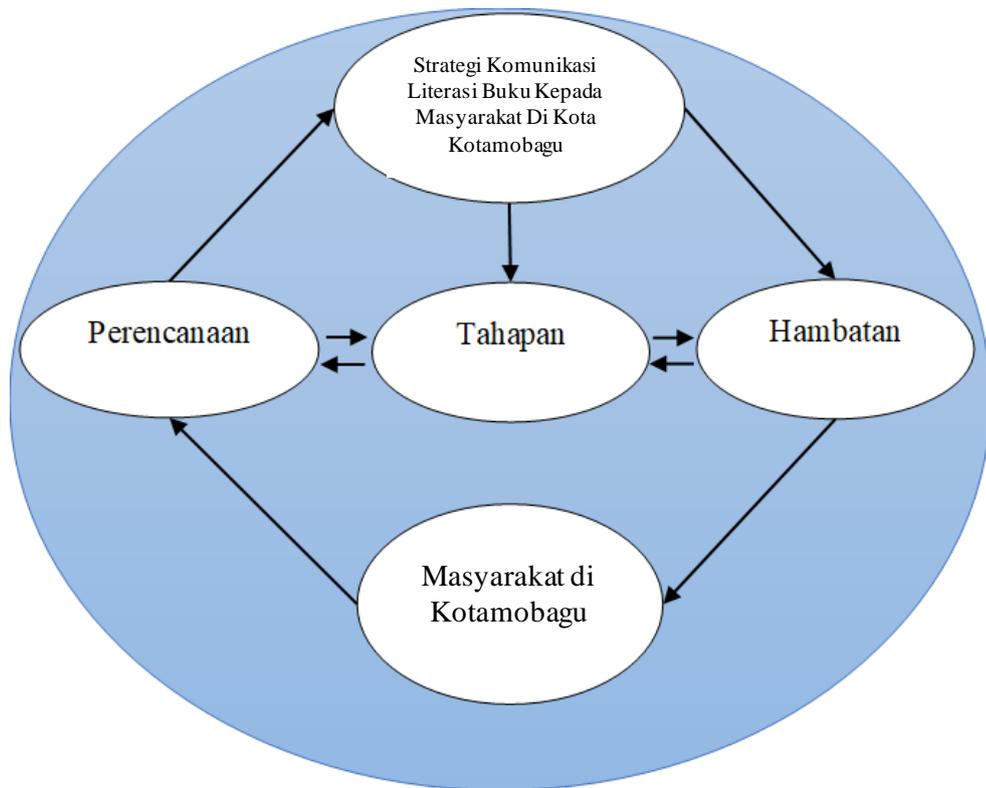
“Komunikasi interpersonal adalah penyampaian pesan oleh satu orang dan penerimaan pesan oleh orang lain, dengan variasi dan dengan kesempatan untuk memberikan umpan balik segera.” (Effendy, 2002, hlm. 30)

Strategi yang dilakukan oleh komunitas Rumah Baca untuk mencapai tujuannya yakni meningkatkan minat membaca masyarakat terutama generasi muda membutuhkan komunikasi yang efektif. Dalam melakukan interaksi dengan masyarakat, Rumah Baca dapat melakukannya melalui kegiatan-kegiatan yang akan dilaksanakan oleh Rumah Baca. Dengan demikian, adanya kegiatan tersebut dapat menarik perhatian orang-orang sekitar untuk datang ke kegiatan yang dilakukan oleh Rumah Baca seperti lapak baca gratis, diskusi buku terbuka, diskusi filsafat dll. Tidak hanya itu, agar kegiatannya dapat tersebar sampai ke masyarakat yang lebih luas, Rumah Baca juga menggunakan media-media baru seperti *social media* yakni WhatsApp, Instagram, Facebook, dan sebagainya untuk mempromosikan kegiatan membaca bersama Rumah Baca.

Mempromosikan kegiatan Rumah Baca merupakan langkah pertama untuk mencapai tujuan mereka. Dengan keberhasilan untuk menarik masyarakat untuk datang ke kegiatan yang diselenggarakan oleh Rumah Baca, komunikasi memiliki peran yang penting pada situasi ini. Dengan melakukan komunikasi dengan masyarakat generasi muda yang berkunjung dapat membantu Rumah Baca untuk mensosialisasikan minat membaca kepada generasi muda. Hal ini sejalan dengan pengertian komunikasi antarpribadi oleh Jensen dan Trenholm (2008) di mana komunikasi antarpribadi dapat dilakukan melalui komunikasi dua arah dalam suatu aktivitas. Dengan melakukan komunikasi antarpribadi dengan generasi muda, Rumah Baca dapat mensosialisasikan minat membaca terhadap generasi

muda yang di mana mereka dapat menekankan tentang keuntungan yang dapat dimiliki oleh seseorang jika mereka rajin membaca.

Komunikasi yang dilakukan oleh Rumah Baca terhadap generasi muda dapat mempengaruhi pandangan generasi muda terhadap minat membaca buku. Seperti yang diutarakan oleh Crow (1960) bahwa minat membaca buku setiap individu dapat dipengaruhi oleh faktor eksternal. Dalam hal ini, faktor eksternal tersebut adalah Rumah Baca yang mengajarkan dan memperkenalkan minat membaca kepada generasi muda. Dengan demikian, minat membaca yang dimiliki oleh anggota Rumah Baca dapat tersalurkan kepada generasi muda yang tertarik dengan minat tersebut. Hal ini tidak akan tercapai dengan mudah jika tidak menggunakan komunikasi yang efektif, dalam hal ini, komunikasi antarpribadi yang melibatkan interaksi sosial secara langsung dan bertatapapan dapat mempengaruhi keberhasilan tujuan Rumah Baca. Berikut ini merupakan bagian dari kerangka pemikiran penelitian ini yang disusun oleh penulis.



Gambar 1: Kerangka Pemikiran

Sumber: Peneliti, 2021