

Strategi Komunikasi Pemasaran Sosial Taman Bacaan Masyarakat “Alam Riang” Dalam Meningkatkan Budaya Literasi Pada Anak -Anak Desa Pesantren Jombang

Retno Via Ningrum

Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum, Universitas Negeri Surabaya

retno.18010@mhs.unesa.ac.id

Abstrak

Strategi pemasaran merupakan salah satu upaya untuk menyampaikan sebuah program yang diperkenalkan di masyarakat dengan tujuan untuk merubah perilaku masyarakat lebih baik. Strategi pemasaran dikatakan sebagai salah satu dasar untuk memberikan kegiatan yang nyata dalam kehidupan sehari-hari. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran sosial Taman Bacaan Masyarakat Alam Riang dalam meningkatkan budaya literasi pada anak-anak desa Pesantren Jombang. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan metode studi kasus. Metode pengumpulan data dilakukan dengan mewawancarai 5 informan yang terdiri dari founder Taman Bacaan Masyarakat Alam Riang, Anggota Taman Bacaan Masyarakat Alam Riang, orang tua anak didik Alam Riang, anak-anak didik Alam Riang serta mengamati kegiatan literasi. Hasil penelitian menunjukkan strategi komunikasi pemasaran sosial yang terlihat dalam peningkatan budaya literasi terdiri dari *product*, *promotion*, *presentation* dan *personnel* sehingga dapat diketahui strategi komunikasi yang digunakan oleh TBM Alam Riang

Kata Kunci : Komunikasi Pemasaran, Literasi, Taman Bacaan Masyarakat.

Abstract

Marketing strategy is one of the efforts to deliver a program introduced in the community with the aim of changing people's behavior for the better. Marketing strategy is said to be one of the basics to provide real activities in everyday life. This study aims to determine the social marketing communication strategy of the Alam Riang Community Reading Park in improving literacy culture in the children of Pesantren Jombang village. This research uses a qualitative approach and a case study method. The data collection method was carried out by interviewing 5 informants consisting of the founder of the Alam Riang Community Reading Park, Members of the Alam Riang Community Reading Park, parents of Alam Riang students, Alam Riang students and observing literacy activities. The results showed that the social marketing communication strategy seen in improving literacy culture consists of product, promotion, presentation and personnel so that it can be known the communication strategy used by TBM Alam Riang

Keyword : Marketing Communication, Literacy, Community Reading Park.

PENDAHULUAN

Masalah literasi merupakan suatu hal yang menarik dan penting untuk dibahas. Meskipun isu literasi sudah banyak ditulis dalam portal media online maupun cetak, serta dibicarakan melalui forum seminar, *talkshow*, dan diskusi ilmiah, topik ini menjadi sebuah hal yang tidak kunjung selesai. Dalam hal ini, literasi menjadi salah satu kegiatan yang memberikan pengaruh besar dalam bidang pendidikan. Karena itu, budaya literasi sudah diajarkan sejak mulai jenjang pendidikan terendah sampai dengan jenjang perguruan tinggi (Friantary, 2019).

Data statistik *United Nations Of Cultural Organization* (UNESCO) pada tahun 2012 menyebutkan

indeks minat baca masyarakat di Indonesia hanya mencapai 0,001. Selain itu hanya satu dari seribu penduduk Indonesia yang memiliki minat baca (Devega, 2017). Berdasarkan data

lembaga uji literasi dunia gambaran *survey Progress in International Reading Literacy Study* (PIRLS) pada tahun 2011 menyatakan bahwa budaya literasi di Indonesia sebenarnya berada pada posisi ke-45 dari 48 negara, dengan perolehan skor 428 dari skor tipikal 500 (Mullis, 2012). Studi *World's Most Literate Nations* yang dilakukan oleh *Central Connecticut State University* pada Maret 2016. Indonesia menduduki peringkat 60 dari 61 negara (Devega, 2017).

Berdasarkan uji literasi *Programme for International Student Assessment (PISA)* yang dirilis oleh *Organization for Economic Co-operation and Development (OECD)* pada tahun 2019 menunjukkan bahwa Indonesia menempati ranking ke-62 dari 70 negara. Dengan demikian Indonesia masih menduduki posisi terendah terkait dengan literasi (Utami, 2021). Sebagai salah satu Kabupaten yang mendapatkan julukan Kota Santri dengan lembaga pendidikan formal maupun non formal yang mendapatkan penghargaan Anugerah Pendidikan Indonesia (API) 2022 dari Pusat Ikatan Guru Indonesia (IGI), salah satu indikatornya adalah peduli terhadap pendidikan dengan target 5.000 hafiz 30 juz untuk siswa sekolah dasar sekaligus terwujudnya program sekolah keluarga dan sekolah perempuan di Kabupaten Jombang (Kepala Dinas Pendidikan dan kebudayaan Jombang, 2022).

Berdasarkan hal tersebut, Pemerintah Kabupaten Jombang berpartisipasi untuk membuat dan menetapkan peraturan tentang gerakan literasi. Ditetapkan Peraturan Bupati Jombang Nomor 16 Tahun 2017 butir A yang berbunyi “bahwa dalam rangka membiasakan membaca, menulis, mendengar dan berbicara pada satuan pendidikan dan masyarakat perlu digalakkan budaya literasi” (Perbup Jombang, 2017).

Peraturan Bupati Jombang tentang Gerakan Literasi, kewajiban meningkatkan gerakan literasi, tidak hanya dilakukan oleh jajaran pemerintah Kabupaten Jombang, tetapi juga digiatkan oleh pemangku kepentingan seperti akademisi, komunitas dan pegiat literasi (Bp Paud dan Dikmas, 2019). Selain itu untuk melakukan gerakan literasi juga diperlukan dengan dukungan satuan pendidikan formal dan non formal dalam proses pencapaiannya (Rahmawati, 2020). Hal ini sesuai dengan Peraturan Bupati No 16 Tahun 2017 Bab IV tentang Gerakan Literasi pada bagian kedua dalam pasal 14 terkait gerakan literasi masyarakat ayat (3) berbunyi “Gerakan literasi masyarakat sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat diwujudkan dalam bentuk rumah literasi, taman bacaan masyarakat, kampung literasi dan lain-lain”. Peraturan tersebut, merupakan strategi untuk pemerataan kemampuan literasi. Oleh sebab itu beberapa daerah di wilayah Kabupaten Jombang mulai membentuk rumah literasi dan Taman Bacaan Masyarakat (TBM). Hal ini dikarenakan TBM merupakan lembaga yang melayani kebutuhan masyarakat terkait dengan ilmu pengetahuan seperti bahan bacaan (Kalida, 2010).

Salah satunya adalah Taman Bacaan Masyarakat (TBM) Alam Riang yang merupakan komunitas yang terbentuk sejak tahun 2015 sekaligus merupakan taman baca mandiri. Taman Baca Masyarakat Alam Riang merupakan salah satu lembaga non formal yang aktif di wilayah Kabupaten Jombang mengampanyekan kegiatan literasi serta aktif dalam mengikuti ajang kompetisi tingkat nasional hingga mendapatkan penghargaan (Subandiah, 2022). TBM Alam Riang melakukan pendekatan kepada Bupati Jombang sebagai upaya untuk mencanangkan Kampung Literasi. Komunitas ini berfokus dalam dunia

pendidikan dan lingkungan.

TBM Alam Riang ditunjuk menjadi perwakilan dari lembaga non profit wilayah Jombang yang ikut andil dalam penyusunan Rencana Pembangunan Daerah (RPD) Kabupaten Jombang tahun 2024 – 2026 yang diselenggarakan oleh Dinas Perpustakaan dan Kearsipan. Visi dari komunitas ini adalah ingin mewujudkan masyarakat, terutama generasi hijau yang cerdas dan sukses. Berawal dari taman baca mandiri untuk anak-anaknya hingga menjadi taman bacaan yang dikonsumsi oleh masyarakat (TBM Alam Riang, 2018). Taman Bacaan Masyarakat Alam Riang menjadi komunitas yang berada di bawah naungan yayasan Tjatur Guna, bergerak untuk memberikan motivasi, semangat, pembelajaran literasi pada anak-anak Desa Pesantren Jombang dengan harapan agar anak-anak menjadi generasi yang memiliki kualitas sumber daya unggul (Subandiah, 2018).

Melalui yayasan ini, Taman Bacaan Masyarakat Alam Riang dapat ikut serta mendukung dan berpartisipasi dalam mewujudkan pengembangan gerakan literasi di Kabupaten Jombang. Komunitas ini terbuka untuk umum, dan memiliki sistem pembelajaran literasi yang unik dengan menggunakan metode pembelajaran luar kelas berbasis *Fun Science*, *Fun Edu Game* dan *Fun Social Media*. Selain itu program yang diajarkan juga sesuai dengan Gerakan Literasi Nasional (GLN) yang mencakup konsep 6 literasi dasar. Hal ini dikarenakan Taman Bacaan Masyarakat Alam Riang berkomitmen tidak hanya meningkatkan literasi baca tulis, melainkan juga literasi dasar yang telah disepakati oleh *World Economic Forum* pada tahun 2015 (Profil TBM Alam Riang, 2018). Hal tersebut juga didukung dengan data hasil Asesmen Kompetensi Siswa Indonesia (AKSI), Indonesia *National Assessment Programme* (INAP) yang menunjukkan kemampuan membaca, matematika, dan sains bagi anak sekolah berada dalam kategori kurang atau rendah (Panduan GLN Kemendikbud, 2017).

Berdasarkan hal tersebut Taman Bacaan Masyarakat Alam Riang memiliki pembelajaran eksploratif dengan menggunakan media di lingkungan sekitar (Campaign.com, 2020). Sebagai TBM yang mengelola dan menyelenggarakan gerakan literasi secara edukatif, kreatif dan inovatif, pada tahun 2018 TBM Alam Riang mendapat penghargaan TBM Kreatif-Rekreatif tingkat Nasional mewakili Kabupaten Jombang. Saat ini TBM Alam Riang menjadi salah satu tempat favorit bagi anak-anak dan masyarakat desa Pesantren untuk meluangkan waktunya berkunjung dan membaca koleksi buku pribadi, maupun sumbangan dari pemerintah daerah, kerja sama antar komunitas dan sebagai mitra dari beberapa perusahaan (TBM Alam Riang, 2018).

TBM Alam Riang hadir untuk menyelesaikan masalah yang dihadapi oleh masyarakat sekitar terkait kurangnya pengetahuan orang tua terhadap pentingnya literasi sejak dini pada anak-anak. selain itu edukasi lingkungan mengenai pelestarian ekosistem lingkungan sekitar masih kurang. Meskipun demikian, kepedulian dan

kontribusi masyarakat sekitar dan pemerintah desa juga dinilai masih dalam kondisi acuh tak acuh terhadap kebiasaan anak-anak desa Pesantren Jombang (Nafilah, 2022). Pada akhirnya TBM Alam Riang membentuk strategi komunikasi secara berkelanjutan sebagai faktor pendukung kampanye kegiatan TBM Alam Riang untuk tetap menarik anak-anak agar berpartisipasi secara aktif dalam gerakan literasi. Gerakan literasi anak yang dilakukan oleh Taman Bacaan Masyarakat Alam Riang, khususnya di wilayah Dusun Kedung Banteng, Desa Pesantren, Kecamatan Tembelang, Kabupaten Jombang di latar belakang oleh rasa keprihatinan Founder Alam Riang terhadap kebiasaan masyarakat Jombang, khususnya orang tua dari anak-anak Desa Pesantren yang kurang memperhatikan kebutuhan anak dalam pentingnya literasi untuk mengembangkan pengetahuan (Subandiah, 2020).

Selain itu dalam kegiatan yang dilakukan oleh Taman Baca Alam Riang tidak hanya berfokus pada anak-anak di wilayah dusun Kedung Banteng, melainkan juga masuk dan mengisi pembelajaran yang ada di lembaga formal seperti Pendidikan Anak Usia Dini (PAUD), Taman Kanak-kanak (TK) dan Sekolah Dasar (SD). Kegiatan tersebut dinilai membantu tenaga pendidik lembaga formal dalam membuat pembelajaran yang lebih menarik untuk dapat dicontoh dalam proses pembelajaran (Harni, 2021).

Beberapa masalah yang dialami dalam pengembangan dan kemajuan Taman Baca Masyarakat seperti kurangnya personal yang benar-benar berkomitmen untuk mengembangkan Taman Baca Masyarakat dengan gerakan literasi, kurang maksimal dalam penggunaan strategi komunikasi dan pemasaran sebuah komunitas, terbatasnya anggaran dana dan kurangnya antusias masyarakat untuk mendukung kegiatan literasi yang ada di wilayahnya. Hal tersebutlah yang menjadikan Taman Baca Masyarakat di Indonesia “Mati Suri”. Dengan itu Taman Baca Masyarakat Alam Riang mampu mengatasi hal yang menjadi penghambat sehingga dari tahun 2015 sampai dengan saat ini TBM Alam Riang berkembang dan berhasil menjadikan wilayah Desa Pesantren sebagai Kampung Literasi yang disahkan oleh Bupati Jombang (Subandiah, 2021).

Berdasarkan hal tersebut peningkatan gerakan literasi yang dilakukan oleh TBM Alam Riang di Desa Pesantren Kabupaten Jombang menjadi hal yang penting. Pengembangan literasi dasar yang dilakukan oleh TBM Alam Riang sudah dipercaya dan didukung oleh pemerintah. Hal tersebut dibuktikan dengan terpilihnya TBM Alam Riang sebagai salah satu TBM yang sudah mandiri dan maju sebagai pilot proyek di Kabupaten Jombang (Kahar, 2018). Gerakan literasi yang dilakukan oleh TBM Alam Riang untuk meningkatkan kemampuan memperoleh pengetahuan akademik maupun non akademik, dan pendidikan moral untuk menyikapi fenomena yang terjadi di lingkup masyarakat Desa Pesantren (Subandiah, 2018). Berkaitan dengan keseluruhan latar belakang di atas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “Strategi Komunikasi Pemasaran Sosial Taman Bacaan Masyarakat

Alam Riang Dalam Meningkatkan Budaya Literasi Pada Anak-Anak Desa Pesantren Jombang.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, dengan jenis penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif kualitatif digunakan untuk melakukan pengamatan terhadap suatu permasalahan secara tersusun serta akurat tentang kebenaran di lapangan dan sifat objek penelitian (mahmud, 2011). Metode penelitian ini adalah metode studi kasus, karena peneliti ingin mendalami informasi terkait strategi komunikasi pemasaran sosial yang dilakukan oleh TBM Alam Riang. Pengumpulan data didapatkan melalui lima sumber, yaitu observasi dan wawancara. Proses observasi dimulai dengan mengamati latar belakang TBM Alam Riang dan tempat yang digunakan oleh TBM Alam Riang untuk melakukan kegiatan literasinya.

Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif berlandaskan pada paradigma postpositivisme, karena digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang nyata. Peneliti memposisikan diri sebagai instrumen kunci yang melakukan pengambilan sampel sumber data dengan teknik triangulasi data (gabungan). Dalam metod penelitian ini, peneliti akan melampirkan profil narasumber serta orang yang bertanggung jawab terkait TBM Alam Riang. Salah satu sumber data dalam penelitian ini berasal dari proses wawancara yang dilakukan oleh peneliti kepada Founder TBM Alam Riang, anggota TBM Alam Riang, Masyarakat sekitar TBM Alam Riang dan Anak didik TBM Alam Riang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bauran pemasaran sosial yang digunakan adalah konsep milik Kotler ((product, price, place, promotion) ditambah dengan 3p (personnel, presentation, process). Peneliti memilih menggunakan konsep bauran pemasaran 7p dari Kotler sebagai model dan acuan konsep untuk menganalisis strategi komunikasi pemasaran program Kampung Literasi. Langkah yang dilakukan dalam proses penelitian ini adalah salah satu kesatuan yang diterapkan oleh TBM Alam Riang dalam program Kampung Literasi yang juga merupakan strategi komunikasi pemasaran sosial yang dilakukan oleh TBM Alam Riang. Berikut analisis yang didapat setelah melakukan penelitian terhadap TBM Alam Riang.

1. **Product (produk) “Pencanangan Kampung Literasi” yang dibentuk TBM Alam Riang**

Berdasarkan pengambilan data di lapangan TBM Alam Riang memiliki produk yang paling unggul yakni program pencanangan Kampung literasi dan kunjungan rumah. Sebenarnya kunjungan rumah ini merupakan satu kesatuan langkah-langkah dari pencanangan Kampung Literasi di desa Pesantren Jombang. Pencanangan Kampung Literasi ini adalah salah satu program sosial yang dilakukan oleh TBM Alam Riang dalam meningkatkan budaya literasi

yang ada di desa Pesantren Jombang.

Dalam TBM Alam Riang program sosial pencanangan Kampung literasi ini, merupakan produk sosial yang bertujuan untuk meningkatkan literasi di wilayah desa Pesantren di setiap wilayah dusun yang tersebar di desa Pesantren. Tujuan dari adanya program tersebut adalah menargetkan anak-anak sebagai audience untuk diberikan edukasi mengenai pentingnya literasi untuk kehidupan manusia dan pelestarian lingkungan yang diimbangi dengan pembelajaran dengan literasi dan praktek di lingkungan sekitar. Adapun alasan pemilihan target sasaran audiens yakni anak-anak desa Pesantren Jombang karena latar belakang dan kebiasaan anak-anak serta orang tua yang kurang melek akan pentingnya literasi di zaman modern saat ini. Dalam tujuan tersebut maka ada proses pemberian pesan edukasi literasi, pengadopsian kebiasaan anak-anak untuk terbiasa dengan kegiatan literasi yang harusnya setiap hari bisa dilakukan dan berubah menjadi kebiasaan sehari-hari oleh anak-anak desa Pesantren Jombang. Pesan tersebut berupa informasi tentang bagaimana cara mengaplikasikan kebiasaan literasi yang mudah dan menyenangkan sekaligus mudah untuk dipahami dengan cara di praktekkan secara langsung dalam kegiatan outdoor dan untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia yang lebih berkualitas.

2. Promosi pencanangan Kampung Literasi TBM Alam Riang

Bauran pemasaran sosial selanjutnya adalah promosi yang dilakukan oleh TBM Alam Riang dalam mencapai tujuannya. salah satu langkah yang harus diterapkan untuk mempromosikan produk sosial adalah dengan menentukan target yang akan dituju. TBM Alam Riang menentukan target sasaran yakni anak-anak desa Pesantren dan sebagiannya adalah masyarakat desa Pesantren sehingga dalam suatu kelompok dapat dilakukan komunikasi dengan pendekatan langsung.

TBM Alam Riang menggunakan komunikasi informal untuk promosi agar anak-anak tertarik mengikuti komunikasi informal ini adalah komunikasi yang dilakukan tanpa terstruktur serta tanpa terikat pada suatu organisasi tertentu. Artinya komunikasi ini dapat dilakukan secara langsung tanpa adanya rencana dalam sebuah organisasi, selain itu dalam komunikasi informal ini dapat dilakukan secara bebas tanpa memperdulikan situasi dan kondisi yang terikat. Pada dasarnya sifat dari komunikasi informal ini adalah bebas dan tidak terikat, sehingga dimanfaatkan oleh pengelola Taman Bacaan Masyarakat Alam Riang melakukan pendekatan dan sosialisasi terhadap anak-anak dan masyarakat selaku orang tua dalam mempengaruhi target sasaran sesuai dengan tujuan didirikannya Taman Baca Masyarakat Alam Riang yakni dalam bidang literasi. Komunikasi informal yang dilakukan sebagai wujud promosi oleh TBM Alam Riang yakni:

- a) Kegiatan kunjungan rumah

Kunjungan rumah sekitar wilayah Taman Bacaan Masyarakat merupakan kegiatan sosialisasi yang dilakukan oleh pengelola Alam Riang untuk kunjungan secara langsung kepada anak didik Alam Riang untuk melakukan monitoring kegiatan literasi anak-anak. Selain kegiatan monitoring yang dilakukan oleh pengelola Taman Bacaan Masyarakat Alam Riang, kegiatan lain adalah sosialisasi kepada masyarakat sekitar terkait pentingnya sebuah gerakan literasi yang harus dibiasakan kepada anak-anak mereka. Selain itu Berdasarkan pernyataan dari narasumber tersebut, dapat disimpulkan bahwasannya kegiatan kunjungan rumah yang dilakukan oleh pengelola Taman Bacaan Masyarakat Alam Riang merupakan strategi yang ampuh dalam menarik dan mengajak anak-anak serta memberikan informasi terhadap masyarakat terkait pentingnya mengikuti gerakan literasi dikemas dalam Pencanangan Kmapung Literasi yang diselenggarakan oleh Alam Riang berdampak positif dalam bidang pendidikan bagi anak-anak. Kunjungan rumah juga menjadi sarana untuk mendekatkan diri antara pengelola dengan anak-anak desa Pesantren Jombang dalam membentuk hubungan yang baik.

- b) Media sosial sebagai publikasi informasi

Dalam membangun relasi dan juga perkembangan TBM Alam Riang agar tetap berlangsung meskipun pandemi, pengelola menggunakan media sosial secara aktif. Media sosial yang digunakan hanya *Instagram*, *Facebook* dan *Whatsapp* untuk memberikan informasi kepada khalayak. *Instagram* dikelola oleh anggota TBM Alam Riang, sedangkan *Facebook* dikelola oleh Founder Taman Bacaan Masyarakat Alam Riang.

3. Kolaborasi pengelola TBM Alam Riang dengan tokoh masyarakat

Komunikator merupakan unsur yang paling utama dalam proses komunikasi. Komunikator memiliki peran penting dalam komunikasi untuk menyampaikan pesan kepada khalayak sasaran dalam penelitian ini adalah anak-anak agar sesuai dengan tujuan didirikannya TBM Alam Riang. Berdasarkan wawancara dan observasi yang dilakukan oleh peneliti, pemilihan komunikator dalam proses gerakan literasi masing-masing memiliki daya tarik dan kredibilitas masing-masing,

Dalam pemilihan komunikator Founder TBM Alam Riang tidak memiliki syarat khusus, seperti komunikator harus memiliki kredibilitas. Melainkan semua anggota maupun relawan bisa menjadi komunikator dalam kegiatan gerakan literasi. Berdasarkan hal tersebut, tidak maksimalnya penyampaian materi oleh komunikator yang tidak memiliki syarat khusus. Kurang maksimalnya penyampaian materi disebabkan karena penyampaian materi dan penggunaan bahasa yang sulit untuk diterima oleh anak-anak. berbeda dengan founder TBM Alam Riang yang memiliki banyak penghargaan dan dipandang orang berpendidikan oleh masyarakat Desa Pesantren Jombang. Sedangkan anggota TBM Alam Riang yang biasa menjadi

komunikator NF memiliki daya tarik dalam bidang mendongeng.

Riang menjadi semakin luas dan menyebar di seluruh kawasan desa Pesantren Jombang, maka pengelola Taman Bacaan Masyarakat Alam Riang memiliki strategi untuk menjangkau wilayah desa Pesantren yang jauh dari jangkauan lokasi dari Alam Riang. Sehingga setelah pencanangan Kampung Literasi Pesantren Alam Riang, pengelola TBM Alam Riang menyebar enam pojok baca dengan pemilihan lokasi yang sekaligus memiliki syarat untuk menjadi komunikator di masing-masing pojok baca. Tujuan penyebaran lokasi Pojok Baca adalah untuk meningkatkan ketertarikan anak-anak dalam dunia literasi sekaligus Pemilihan tokoh masyarakat sekaligus menjadi komunikator ini berdasarkan hasil musyawarah anggota TBM Alam Riang dengan berdasarkan tanggung jawab, kemauan dan kemampuan seseorang untuk dipilih menjadi komunikator dalam setiap pojok baca.

4. Pengenalan Produk Sosial Melalui Sosialisasi

Dalam pemasaran sosial terdapat cara pengenalan produk sosial dengan menunjukkan produk sosial yang ditawarkan kepada audiens agar mau menggunakannya. Hal ini TBM Alam Riang melakukan pengenalan dengan sosialisasi kepada anak-anak dan orang tua. Pengenalan ini dilakukan dengan cara sosialisasi yang dikemas dalam komunikasi informal dengan sistem pendekatan kepada orang tua dan anak-anak. Hal ini selalu dilakukan oleh TBM Alam Riang karena menghasilkan dampak yang besar untuk mencapai tujuannya.

1. Pendekatan kepada Orang Tua

Pengelola TBM Alam Riang melakukan sosialisasi dan pengamatan terhadap keadaan masyarakat desa Pesantren tentang kesadaran pentingnya literasi. Karena orang tua dianggap membawa pengaruh pada perkembangan anak-anak. Selain itu pendekatan juga dilakukan oleh pengelola TBM Alam Riang untuk memahami persoalan anak didik, hal ini dilakukan dengan tujuan agar pesan komunikasi tentang literasi yang dikemas dalam gerakan literasi mudah untuk diterima anak-anak.

Selain melakukan pendekatan kepada orang tua, pengelola TBM Alam Riang juga melakukan kunjungan ke lembaga formal dan melakukan pendekatan kepada orang tua tentang permasalahan yang mereka hadapi dalam bidang pendidikan untuk anaknya. Dengan adanya kunjungan ke sekolah pengelola TBM Alam Riang memiliki pengalaman yang akan dijadikan strategi komunikasi pengelola, dalam melakukan kegiatan gerakan literasi yang akan dilakukan.

2. Pendekatan kepada anak-anak

Pendekatan kepada anak-anak dilakukan sebagai sarana bonding antara fasilitator dengan anak-anak, yang di dalamnya diperlukan adanya pendekatan secara

internal kepada anak-anak dengan cara melibatkan anak-anak dalam kegiatan literasi sebagai berikut:

a. Melibatkan anak-anak dalam kegiatan sosialisasi literasi. Pendekatan melalui interaksi secara langsung dilakukan oleh pengelola Taman Bacaan Masyarakat Alam Riang kepada khalayak sasaran gerakan literasi. Pendekatan sekaligus indentifikasi khalayak sasaran dilakukan oleh pengelola Taman Bacaan Masyarakat dengan cara melibatkan anak-anak dalam setiap gerakan literasi yang dibentuk. Selain melibatkan anak-anak dalam gerakan literasi, pengelola Taman Bacaan Masyarakat juga mengajak anak-anak untuk bisa konsultasi terkait permasalahan yang sedang mereka hadapi di bidang pendidikan. Berdasarkan latar belakang yang juga dimiliki oleh founder Taman Bacaan Masyarakat Alam Riang secara langsung dapat mempengaruhi kemudahan cara dalam melakukan pendekatan kepada anak-anak. Bagi pengelola Taman Bacaan Masyarakat sendiri mereka banyak mengikuti kegiatan luar lapangan dan bergabung dengan komunitas lain untuk belajar bagaimana memahami karakter anak untuk dapat diajak dalam meningkatkan kegiatan literasi mereka.

Dengan adanya indentifikasi khalayak kepada anak-anak secara langsung berpengaruh terhadap *keymisteri* hubungan yang akan mereka bina dalam melakukan kegiatan gerakan literasi. Pendekatan secara langsung juga memiliki keuntungan bagi pengelola Taman Bacaan Masyarakat Alam Riang dalam mencapai tujuan untuk meningkatkan budaya literasi dengan melakukan kegiatan gerakan literasi yang ada.

b. Memberikan pelayanan dan bimbingan konseling anak-anak. Layanan bimbingan konseling menjadi salah satu hal yang penting bagi TBM Alam Riang, terlebih untuk anak-anak yang masih dalam tahap pertumbuhan dan berkembang di usia yang masih kecil. Alasan TBM Alam Riang melakukan layanan ini adalah untuk lebih dekat kepada anak-anak, sebisa mungkin memposisikan diri selayaknya teman sebaya yang banyak memiliki persoalan kompleks yang membutuhkan penyelesaian. Anak-anak bebas bercerita dan mengutarakan kemauan mereka tanpa ada paksaan.

Hal yang mereka sukai dan hal yang tidak mereka sukai. Sebagai fasilitator sekaligus founder TBM Alam Riang cara ini menjadi salah satu hal yang mudah dan memberikan rasa kenyamanan layaknya sebuah keluarga, sehingga mereka betah berada di lingkungan TBM Alam Riang. Strategi ini merupakan strategi yang membuat anak-anak aktif dan tetap bersedia mengikuti rangkaian kegiatan literasi yang ada di TBM Alam Riang sekaligus membantu untuk proses perkembangan dan peningkatan kualitas sumber daya manusia. Secara keseluruhan strategi komunikasi pemasaran sosial dengan produk sosial yang dibentuk oleh lembaga formal maupun non formal dapat mencapai tujuan dibentuk program sosial asalkan target sasarannya sesuai dengan yang di sasar. Selain itu bauran promosi yang lainnya juga tepat dalam pengaplikasiannya. Keberhasilan peningkatan budaya literasi pada anak-anak

di desa pesantren Jombang mulai dari program yang dilaksanakan oleh TBM Alam Riang Pencanaan Kampung Literasi, promosi dengan kunjungan rumah, keterlibatan tokoh masyarakat, sosialisasi masyarakat terkait program yang akan dilakukan mampu meningkatkan budaya literasi anak-anak didik TBM Alam Riang di desa Pesantren Jombang.

PENUTUP

Simpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi pemasaran sosial pada penerapannya sudah dilakukan oleh TBM Alam Riang. Terbukti dalam mencapai tujuan pemasaran sosial peneliti melihat keberhasilan strategi program Pencanaan Kampung Literasi yang dilaksanakan oleh TBM Alam Riang. Hal itu terlihat dari adanya pencapaiannya mendapat penghargaan dari Bupati Jombang dalam Pencanaan Kampung Literasi di tahun 2022. Setelah pencanaan Kampung Literasi ini terdapat keberhasilan dari bertambahnya anak didik TBM Alam Riang yang mengikuti kegiatan aktif literasi serta menambah jumlah relasi dan dipercaya oleh pemerintah ikut andil dalam musyawarah rencana Pembangunan Daerah oleh Dinas Perpustakaan dan Kearsipan.

Pencapaian ini tentunya diraih karena program yang dilaksanakan oleh pengelola dan kerjasama masyarakat berjalan dengan baik. Dalam melakukan promosi sebuah produk sosial, TBM Alam Riang telah melakukan langkah yang tepat dengan melakukan kunjungan langsung dan menggunakan media sosial sebagaimana informasi dan publikasi. Hal itu memudahkan target sasaran menerima dan memberikan feedback secara cepat dan langsung.

Sebagai pihak yang memproduksi program sosial, pengelola TBM Alam Riang memiliki peran dominan sebagai aktivis yang memengaruhi perubahan perilaku target sasaran. TBM Alam Riang denagai peran sebagai pihak yang memengaruhi anak-anak desa Pesantren untuk melakukan perubahan perilaku telah menunjukkan langkah-langkah yang harus diambil supaya dapat memanfaatkan produk sosial yang dibuat. Peneliti dapat memberikan kesimpulan bahwa strategi komunikasi pemasaran sosial dapat diterima dengan cepat dan mudah dipahami oleh anak-anak Desa Pesantren Jombang karena menggunakan pendekatan langsung seperti kegiatan kunjungan rumah dan pembelajaran secara langsung.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dijelaskan peneliti, maka saran yang dapat disampaikan peneliti adalah sebagai berikut:

1. Bagi Anggota Taman Bacaan Masyarakat Alam Riang

Diharapkan adanya koordinasi untuk melakukan evaluasi. Karena setiap kegiatan yang diadakan perlu adanya evaluasi untuk keberhasilan dalam melakukan kegiatan selanjutnya. Selain itu diperlukan adanya monitoring dalam setiap kelompok pojok baca yang didirikan. Karena monitoring dapat menjadi evaluasi dan penentuan indikator yang belum terlaksana, agar dapat terwujud untuk mencapai tujuan yang maksimal. Dan bagi kegiatan gerakan literasi yang sudah ada, perlu adanya inovasi menarik dan modern agar anak-anak memiliki kemauan untuk terus mengikuti kegiatan literasi yang diselenggarakan di desa Pesantren Jombang.

2. Bagi Masyarakat Desa Pesantren

Diharapkan masyarakat desa Pesantren Jombang yang masih belum terbuka dengan kegiatan literasi yang dilakukan oleh Taman Bacaan Masyarakat Alam Riang dapat memberikan peluang pada pengelola Taman Bacaan Alam Riang untuk memberikan sosialisasi sekaligus kegiatan literasi yang berada di wilayah tersebut. Sedangkan bagi masyarakat yang sudah memiliki keterbukaan, menerima dan mendukung gerakan literasi yang dilakukan oleh Taman Bacaan Masyarakat Alam Riang dapat terus memberikan dukungan dan kontribusi dalam membangun gerakan literasi untuk meningkatkan kualitas pendidikan anak-anak.

3. Bagi Anak-anak Desa Pesantren

Diharapkan anak-anak dapat mengikuti gerakan literasi yang dilakukan oleh Taman Bacaan Masyarakat Alam Riang dengan serius. Diharapkan anak-anak juga memiliki ketertarikan dan kemauan mengajak teman-temannya untuk bergabung bersama dalam mengikuti kegiatan literasi yang diselenggarakan oleh Taman Bacaan Masyarakat Alam Riang.

4. Bagi Pemerintahan Desa Pesantren Diharapkan pemerintah desa dapat mendukung adanya keberadaan lembaga non formal yang memiliki dampak positif bagi perkembangan pendidikan anak-anak di Desa Pesantren, karena perkembangan pendidikan anak-anak juga menjadi tanggung jawab bersama masyarakat desa. Selain itu pemerintah Desa Pesantren Juga diharapkan untuk mendukung setiap kegiatan gerakan literasi yang dilakukan oleh Taman Bacaan Masyarakat Alam Riang.

DAFTAR PUSTAKA

- Aan. (2021, November 30). *Pencanaan Kampung Literasi Pesantren Alam Di Desa Pesantren Tembelang Jombang*. Warta Jombang. <https://wartajombang.com/2021/11/30/pencanaan-kampung-literasi-pesantren-alam-di-desa-pesantren-tembelang-jombang/>. (Diakses pada tanggal 14 Maret 2022 pukul 22.23).

- Admin. (2019, Agustus 27). *Gerakan Indonesia Membaca Tingkatkan Literasi Masyarakat*. www.jpnn.com. <https://www.jpnn.com/news/gerakan-indonesia-membaca-tingkatkan-literasi-masyarakat>. (Diakses pada tanggal 16 September 2021 pukul 10.30).
- Admin. (2019, February 10). *Donasi Buku daring*. Donasi Buku Daring - Kemendikbud Republik Indonesia. <https://donasibuku.kemendikbud.go.id/artikel/pencanangan-gim-dan-kampung-literasi-kabupaten-jombang-satu-desa-satu-tbm>. (Diakses pada tanggal 16 September 2021 pukul 09.30).
- Afifah, F. (2019). *Strategi Komunikasi Pemberdayaan Anak Pada Komunitas Gerakan Mengajar Di Surakarta (Komunitas Sukoharjo Mengajar dan Komunitas Solo Mnegajar)* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Indonesia).
- Agoestyowati, R. (2017). Branding Serial KKPK: Tinjauan pada Minat Literasi Anak-anak. *Majalah Ilmiah Bijak*, 14(1), 60-69.
- Arikunto, S. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: PT.Rineka Cipta, 2014), 203
- Bhirawa, D. (2014, August 19). 59.490 Warga Jombang Masih Buta Huruf. *Harian Bhirawa Online*. <https://www.harianbhirawa.co.id/59-490-warga-jombang-masih-buta-huruf/>. (Diakses pada tanggal 10 Oktober 2021 pukul 20.26).
- Burhan, S. (2019). *Strategi Komunikasi Program Literasi Buku di Taman Bacaan Masyarakat Tabur Mangrove Kabupaten Tangerang* (Doctoral dissertation).
- Daniel, N. U. (2019, December 17). *Gerakan Literasi Nasional, Gerakan Bersama demi Mencerdaskan Kehidupan Bangsa*. BP Paud dan Dikmas NTT. <https://bppauddikmasntt.kemdikbud.go.id/index.php/sistem-informasi/11-artikel/70-gerakan-literasi-nasional-gerakan-bersama-demi-mencerdaskan-kehidupan-bangsa>. (Diakses pada tanggal 10 Oktober 2021 pukul 15.56).
- Dewita, A. (2019, June 7). *BP Paud Dikmas Sumbar*. BP Paud Dikmas Sumbar. <https://pauddikmassumbar.kemdikbud.go.id/artikel/28/taman-bacaan-masyarakat-tbm-sebagai-literasi-informasi-bagi-masyarakat>. (Diakses pada tanggal 22 September 2021 pukul 12.00).
- Frianda, V., Hairunnisa, H., & Ghufro, G. (2018). Strategi Komunikasi Lembaga Swadaya Masyarakat Gerakan Memungut Sehelai Sampah (LSM GMSS) Dalam Mengkampanyekan Larangan Membuang Sampah Di Sungai Karang Mumus Samarinda. *EJournal Ilmu Komunikasi*, 6(2), 43-57.
- Friantary, H. (2019). Budaya Membaca sebagai Upaya Peningkatan Kualitas Hidup Masyarakat.
- Disastra: Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*, 1(1), 66-70.
- Hidayah, A. (2017). *Pengembangan Model Til (The Information Literacy) Tipe The Big6 dalam Proses Pembelajaran sebagai Upaya Menumbuhkan Budaya Literasi di Sekolah* (Doctoral dissertation, Muhammadiyah University Makassar).
- Kominfo, P. (2017, October 10). *Teknologi Masyarakat Indonesia: Malas Baca TAPI Cerewet Di Medsos*. Website Resmi Kementerian Komunikasi dan Informatika RI. https://www.kominfo.go.id/content/detail/10862/teknologi-masyarakat-indonesia-malas-baca-tapi-cerewet-di-medsos/0/sorotan_media. (Diakses pada tanggal 16 September 2021 pukul 10.00).
- Maulana, M., & Prasetyo, E. (2019). Pemberdayaan Masyarakat Dalam Upaya Pengembangan Literasi Pada Anak-Anak Di Dusun Jaten Triharjo Pandak Bantul. *Jurnal Pemberdayaan: Publikasi Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 173-178.
- Moleong, L. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung : Remaja Rosdakarya, 2009) , 248.
- Murdiyanto, E. *Metode Penelitian Kualitatif (Teori dan Aplikasi Disertai Contoh Proposal)* (1st ed.). (Yogyakarta: LP2M UPN "Veteran" Yogyakarta Press, 2020), 1-8.
- Peraturan Bupati Jombang Nomor 16 Tahun 2017 *Gerakan Literasi Kabupaten Jombang*. 21 Februari 2017. Lembaran Daerah Kabupaten Jombang Tahun 2017 Nomor 16/E. Jombang. https://jdih.jombangkab.go.id/download/2017_perbup/PERBUP-16-THN-2017.pdf. (diakses pada tanggal 16 September 2021 pukul 13.00).
- Putra, F., Hasanah, D., & Nuriyah, E. (2015). Pemberdayaan anak jalanan di rumah singgah. *Share: Social Work Journal*, 5(1).
- Rahayu, R., & Widiastuti, N. (2018). Upaya Pengelola Taman Bacaan Masyarakat Dalam Memperkuat Minat Membaca (Studi Kasus TBM Silayung Desa Ciburuy Kecamatan Padalarang). *Comm-Edu (Community Education Journal)*, 1(2), 57-64.
- Rahmaniar, A. & Lestari, M. (2019). Strategi Komunikasi Dalam Sosialisasi Literasi Digital Melalui Media Sosial Instagram Kementerian Komunikasi Dan Informatika. *eProceedings of Management*, 6(1).
- Rahmawati, R. (2020). Komunitas Baca Rumah Luwu Sebagai Inovasi Sosial Untuk Meningkatkan Minat Baca Di Kabupaten Luwu. *Diklus: Jurnal Pendidikan Luar Sekolah*, 4(2), 158-168.