

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan teknologi dan internet memang tidak dapat dipungkiri telah mengubah kehidupan manusia. Teknologi yang terus menerus mengalami kemajuan, menawarkan banyak kemudahan bagi setiap penggunanya (Nugraha & Fauzan, 2020). Awalnya kampanye hanya dapat dilakukan secara *offline* tetapi sekarang kampanye dapat dilakukan secara *online*. Sebuah kampanye dibuat untuk mengenalkan produk atau jasa dan meningkatkan *brand awareness* agar orang lebih mengenal dan tertarik dengan produk ataupun jasa tersebut (Shavira, 2020).

Kampanye dapat dilakukan melalui media digital yang disebut kampanye digital, yang penyampaian informasi dan pesannya dilakukan melalui media digital khususnya internet. Kampanye digital adalah kegiatan terencana yang dilakukan untuk mengkomunikasikan pesan melalui media digital (Shavira, 2020) kampanye digital dianggap merupakan masih sebagai salah satu cara yang masih efektif yang dilakukan oleh perusahaan, anggota politik atau komunitas untuk membangun *awareness* di benak masyarakat terhadap sesuatu yang sedang mereka kampanyekan. Penyebaran internet yang cukup merata dan cukup berkembang dengan baik juga di Indonesia, membuat banyak orang Indonesia yang mengakses internet dan juga menjelajahi media sosial seperti Instagram, TikTok, Facebook dan lainnya dan oleh karena itu maka membuat keberhasilan kampanye digital di Indonesia menjadi cukup tinggi karena antusiasnya penduduk Indonesia yang menggunakan internet.

Kampanye digital yang dibuat ini bertujuan untuk mengumpulkan donasi yang dimana donasi tersebut dapat memberikan dampak positif bagi masyarakat di RT 04, Desa Panggarangan. Dampak positif tersebut dengan nyata dapat dirasakan masyarakat Desa Panggarangan karena donasi yang telah diberikan. Donasi yang diberikan untuk rumah baca Marimba berupa uang, buku dan juga mainan edukatif.

Rumah baca Marimba dulunya adalah rumah milik salah satu warga di Desa Panggarangan, rumah baca Marimba dulunya adalah rumah yang ditempati tetapi karena beberapa alasan akhirnya rumah tersebut tidak digunakan lagi dan akhirnya rumah tersebut dibiarkan kosong. Setelah sekian lama rumah tersebut dibiarkan kosong akhirnya pada tahun 2023 terdapat Mahasiswa humanity project yang ingin membuat *project*.

Pada tahun 2023, salah satu mahasiswa yang mengikuti program humanity project dari Universitas Multimedia Nusantara yaitu Raden Khairunnisa Nurbaiti berinisiatif untuk membuat rumah baca di Desa Panggarangan akhirnya rumah milik warga yang sudah tidak terpakai tersebut digunakan menjadi rumah baca Marimba. Rumah baca tersebut awalnya tidak memiliki hiasan dan kotor karena sudah lama tidak terpakai, oleh karena hal tersebut maka pada *pre event* Marimba *season 1* dilakukan kegiatan bersih-bersih dan dekorasi supaya membuat rumah baca Marimba dapat menjadi lebih baik dan menarik lagi.

Dibuatnya kampanye digital Marimba *season 2* adalah sebagai cara yang dilakukan supaya rumah baca Marimba dapat menjadi lebih baik lagi. Pada Marimba *season 1* belum terdapat mainan edukatif dan juga buku yang tidak terlalu beragam karena buku yang tersedia ketika Marimba *Season 1* hanya buku untuk anak-anak dan juga hiasan pada Marimba *season 1* yang belum terlalu bagus dan juga panggung pada rumah baca Marimba yang belum diperbaiki. Marimba *season 2* dibuat sebagai solusi untuk menghadapi masalah yang ada pada Marimba *season 1*, permasalahan tersebut dapat diatasi dengan diadakannya kampanye digital yang memiliki sesi donasi Marimba *season 2*

Rumah baca Marimba di RT 04 Desa Panggarangan adalah salah satu contoh lembaga yang dapat memanfaatkan strategi kampanye digital. Akun @rumahmarimba di Instagram dibuat untuk dapat meningkatkan partisipasi masyarakat dalam mendukung kegiatan literasi. Konteks masalah atau fenomena yang diteliti adalah pada tempat Marimba di RT 04 Desa Panggarangan belum terlalu banyak buku yang bervariasi bagi anak-anak dan juga orang dewasa dan belum adanya mainan edukatif yang dapat memberikan stimulasi motorik kepada anak-anak disana, oleh karena itu maka dibuat suatu kampanye digital yang dapat mempersuasi banyak orang supaya mau mendonasikan uang untuk perbaikan

marimba dan juga mau menyumbangkan buku ataupun juga mainan edukatif kepada warga sekitar supaya semakin banyak warga sekitar dapat lebih terbuka pemikirannya.

Terdapat masalah di rumah baca (Marimba) yaitu jumlah buku pada rumah baca di Desa Panggarangan masih tidak terlalu banyak dan kurang bervariasi dan juga tidak adanya mainan edukatif untuk anak - anak sehingga banyak masyarakat yang belum terlalu berwarna pikirannya karena kurangnya variasi buku di rumah baca. Kurangnya buku dan juga mainan edukatif itu disebabkan oleh ketika Marimba *season 1* berlangsung donasi yang dilakukan tidak terlalu lama yaitu hanya 1 minggu dan karena hal tersebut maka donasi buku yang didapatkan menjadi tidak terlalu banyak.

Perlu dilakukan kampanye digital untuk meningkatkan minat dan kesadaran masyarakat luas dengan @rumahmarimba atau rumah membaca dan dapat membuat banyak masyarakat menjadi terketuk pintu hatinya untuk menyumbangkan buku, mainan edukatif atau uang ke @rumahmarimba, supaya masyarakat yang berada di dekat @rumahmarimba dapat terbantu karena dengan adanya bantuan mainan edukatif, buku ataupun juga uang bagi masyarakat. Masalah pada rumah baca (marimba) ini menarik untuk diteliti adalah karena menurut riset dari Australian National University yang bersumber dari *The Guardian*, menunjukkan bahwa ketika tumbuh di rumah yang penuh dengan buku memiliki efek besar pada tingkat literasi dan numerasi. Selain itu membaca buku juga dapat memiliki manfaat seperti dapat menambah pengetahuan baru serta juga memiliki otak yang cerdas dan juga anak yang menggunakan mainan edukasi dapat bertambah literasinya. Buku membawa banyak dampak positif bagi kehidupan ditambah mainan edukatif juga dapat meningkatkan literasi anak- anak maka di rencanakanlah pada kampanye digital yang dibuat ini sebagai wadah bagi orang-orang yang ingin membantu sesamanya supaya sesamanya memiliki pemikiran yang lebih baik dan juga berwarna dengan cara para orang-orang yang tertarik membantu dapat mengirimkan bantuan berupa uang maupun juga mainan edukatif dan juga buku yang disumbangkan ke rumah baca Marimba yang dapat bermanfaat bagi masyarakat luas di Desa Panggarangan itu.

Manfaat dari membaca buku memang banyak dan masalah yang ada pada rumah baca di Desa Panggarangan menjadi menarik untuk diteliti karena

jumlah buku yang ada di rumah baca di Desa Panggarangan masih tidak terlalu banyak dan kurang variatif dan juga mainan edukatif yang belum ada. Rumah Baca Marimba belum memiliki terlalu banyak mainan edukatif dan juga buku karena kurangnya donatur yang menyumbangkan buku ke rumah baca marimba itu. Penyebab Rumah Baca Marimba kurang memiliki donatur adalah karena kampanye digital yang kurang dilakukan sehingga membuat tidak banyak orang yang sadar dengan rumah baca marimba ini, sehingga tidak banyak orang yang mau menyumbangkan buku dan juga mainan edukatif ke rumah baca marimba dan oleh karena itu menyebabkan rumah baca marimba menjadi tidak memiliki terlalu banyak buku yang variatif dan juga mainan edukatif.

Penggalangan dana adalah cara yang memungkinkan donatur untuk menyisihkan uangnya atau menyumbangkan buku yang masih layak atau mainan edukatif kepada rumah baca Marimba. Strategi kampanye digital ini mulai dari kampanye media sosial, melakukan *live* dengan ahli seperti contohnya psikolog anak, sampai dengan pembuatan konten interaktif kepada *audience*. Dengan memanfaatkan strategi kampanye digital yang tepat maka terdapat banyak masyarakat yang menjadi terpersuasi untuk mau mendonasikan uang maupun buku dan juga mainan edukatif kepada rumah baca Marimba tersebut.

Manusia adalah makhluk sosial maka terdapat media sosial yang dapat menjadi wadah bagi para manusia untuk berinteraksi dengan sesamanya. Teori *Uses and Gratifications Theory* juga menjelaskan bagaimana seseorang menggunakan media untuk memenuhi kebutuhan masing-masing individu. Menurut data yang dirilis Napoleon Cat, pada periode Januari-Mei 2020, pengguna Instagram di Indonesia mencapai 69.270.000 pengguna.

Pencapaian itu merupakan peningkatan dari dari bulan ke bulan atas penggunaan *platform* berbagi foto ini. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa banyak individu yang menggunakan media Instagram untuk memenuhi kebutuhannya masing-masing dalam hal pengetahuan ataupun juga hiburan. kampanye digital yang dibuat di Instagram tersebut dapat menjadi wadah bagi banyak orang yang memiliki kebutuhan dapat mendapatkan ilmu baru tentang rumah baca dan memenuhi kebutuhan mereka dalam melakukan kebaikan yaitu seperti memberikan sumbangan buku. Masing-masing individu yang menyukai

ilmu baru dapat mendapatkan *insight* baru tentang rumah baca yang dipublikasikan pada akun Instagram yang dapat dibuat dan masing-masing individu yang memiliki kebutuhan untuk melakukan aksi kemanusiaan menjadi menyumbangkan buku supaya kebutuhan untuk melakukan aksi kemanusiaan itu dapat terpenuhi.

1.2 Tujuan Karya

Tujuan karya yaitu berupa kampanye digital yang dibuat pada Instagram dan TikTok adalah supaya banyak orang yang mengetahui rumah baca Marimba dan karena konten yang disajikan maka dapat audiens dapat tergugah hatinya untuk menyumbangkan buku atau mainan edukatif dan juga uang di rumah baca Marimba. Dengan disumbangkannya buku, mainan edukatif atau uang ke rumah baca Marimba maka rumah baca Marimba dapat menjadi rumah baca yang aktif dan juga dapat meningkatkan kunjungan masyarakat terutama anak-anak ke rumah baca Marimba itu.

1.3 Kegunaan Karya

Kegunaan karya yaitu kampanye digital pada Instagram tersebut adalah supaya meningkatkan kesadaran pengikut akun Instagram @rumahmarimba terhadap rumah baca Marimba dan rumah baca tersebut dapat lebih dikenal oleh pengikut akun Instagram @rumahmarimba. Jika sudah banyak pengikut akun Instagram @rumahmarimba yang mengenal rumah baca Marimba maka tidak menutup kemungkinan banyak orang yang mau untuk melakukan donasi.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A