

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Rendahnya kemampuan dan minat literasi pada anak-anak di Indonesia menjadi urgensi di Indonesia. Kemdikbud (2023) menyatakan bahwa anak-anak di Indonesia yang memiliki minat baca hanya sebesar 0,001%. Statistik tingkat literasi UNESCO menunjukkan bahwa Indonesia berada di peringkat 60 dari 61 negara di dunia. Selain itu, berdasarkan data dari *United Nations Development Programme* (UNDP), tingkat pendidikan Indonesia berdasarkan Indeks Pembangunan Manusia (IPM) menghasilkan persentase 14,6% dibandingkan negara tetangga, yaitu Singapura dengan angka 32% dan Malaysia dengan angka 28% (Sumiarni et al., 2024). Sedangkan, menurut laporan *Programme for International Student Assessment* tahun 2019, skor literasi di Indonesia berada dalam peringkat 72 dari 77 negara (Ucu, 2021). Data-data tersebut menunjukkan bahwa perlu adanya adanya perbaikan signifikan dalam pendidikan dan literasi di Indonesia.

Literasi menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) merupakan kemampuan untuk menulis dan membaca. Selain itu, literasi juga menjadi keterampilan individu untuk mengolah informasi dan pengetahuan dalam kehidupan sehari-hari (Padmadewi & Artini, 2018). Dalam hal ini, literasi menjadi kemampuan dan kecakapan dalam membaca serta menulis sehingga dengan literasi maka individu akan mudah untuk mengetahui berbagai pengetahuan dan informasi. Dalam penerapannya, literasi memerlukan kemampuan kognitif, pengetahuan kultural, pengetahuan *genre*, dan pengetahuan bahasa lisan serta tulisan (Suryaman et al., 2022).

Terdapat beberapa faktor internal dan eksternal yang menjadi penyebab dari rendahnya literasi anak-anak di Indonesia. Zahra & Safrida (2023) menjelaskan bahwa faktor internal penyebab rendahnya literasi anak adalah kurangnya kesadaran orang tua terkait pendidikan, rendahnya minat literasi dari diri sendiri, kurangnya tenaga pengajar, dan sarana dan prasana kurang memadai. Sedangkan

faktor eksternal penyebab rendahnya literasi anak adalah pengaruh dari adanya penggunaan *smartphone* dan kurangnya akses dalam mendapatkan buku bacaan terutama anak-anak yang tinggal di daerah terpencil (Solahudin et al., 2022) Maka dari itu, peningkatan literasi membaca anak-anak memerlukan adanya pendekatan holistik dengan melibatkan peran orang tua, pendidik, dan penggunaan metode pembelajaran menarik sehingga dapat mempengaruhi minat baca anak-anak (Meilani & Ilma, 2021).

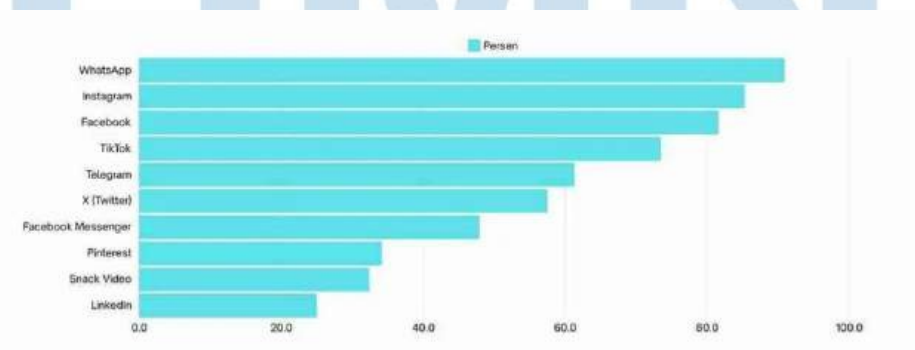
Peningkatan literasi ini dapat dilakukan dimanapun dan tidak hanya di sekolah. Oleh karena itu, kegiatan literasi ini juga dapat diterapkan melalui pendidikan non formal melalui kegiatan ataupun program budaya baca. Kegiatan maupun program budaya baca dapat menjadi salah satu kunci untuk meningkatkan kualitas pendidikan anak-anak dan berperan menjadi sumber belajar mandiri. Selain itu, program budaya baca dapat berfungsi sebagai pusat informasi, sumber belajar, dan pusat rekreasi berbasis belajar. Rumah baca merupakan salah satu manifestasi dari program taman bacaan untuk mengasah ilmu pengetahuan dan keterampilan melalui buku-buku yang telah disediakan sehingga anak-anak dapat menumbuhkan rasa cinta terhadap buku dan membaca sedini mungkin (Suryaman et al., 2022).

Desa Panggarangan, Kabupaten Lebak, Provinsi Banten menjadi salah satu desa yang telah menerapkan program rumah membaca bernama Rumah Marimba (Mari Membaca) sejak 2023 di RT 04. Terdapat Sekolah Dasar dan Madrasah di RT 04 Desa Panggarangan sehingga terdapat banyak anak-anak dan remaja yang bertempat tinggal di RT 04. Namun berdasarkan Indeks Pembangunan Literasi Masyarakat (IPLM), Provinsi Banten mendapatkan nilai 52,50 sehingga termasuk dalam kategori sedang. Sedangkan, Kabupaten Serang dan Kota Serang termasuk dalam tiga kabupaten kota dengan pencapaian IPLM terendah, yaitu 47,83 persen dan 46,76 persen. Pencapaian IPLM ini tergolong rendah jika dibandingkan dengan Kota Cilegon, Tangerang Selatan, Kabupaten Tangerang, dan Kota Tangerang. Dapat disimpulkan bahwa Kota Serang menduduki peringkat terakhir jika dibandingkan dengan dua kabupaten lain yang termasuk dalam kategori rendah (Muhilmi, 2024). Maka dari itu, pembangunan dan penerapan Rumah Marimba di

RT 04 Desa Panggarangan menjadi salah satu kegiatan non formal yang tepat untuk meningkatkan budaya membaca dan literasi bagi anak-anak dan remaja.

Pada awalnya, Rumah Marimba (Mari Membaca) menjadi salah satu *event* yang dirancang oleh mahasiswa dari Universitas Multimedia Nusantara pada tahun 2023 dan berakhir menjadi *event* berkelanjutan. Saat ini, Rumah Marimba telah mencapai *season 3* dan khusus di tahun ini, Rumah Marimba terbagi menjadi dua lokasi, yaitu Rumah Marimba di Desa Panggarangan dan Rumah Marimba di Kampung Nagajaya. Rumah Marimba ini juga menjadi program di bawah naungan *Community Based Organization* (CBO) bernama Gugus Mitigasi Lebak Selatan (GMLS) yang bergerak dalam bidang mitigasi bencana di daerah Lebak Selatan terutama gempa bumi dan tsunami. GMLS didirikan oleh Anis Faisal Reza atau Abah Lala pada 13 Oktober 2020 dan berada dibawah Badan Meteorologi, Klimatologi, dan Geofisika (BMKG) secara langsung.

Rumah Marimba telah membangun citra dan memperkuat merek serta eksistensinya melalui bantuan dari media sosial, yaitu Instagram bernama @rumahmarimba. Media sosial merupakan suatu media daring yang memberikan kemudahan bagi para penggunanya untuk memenuhi kebutuhan komunikasi (Yusuf et al., 2023) Saat ini, media sosial telah menjadi bagian penting bagi gaya hidup masyarakat Indonesia. Umumnya, mereka menggunakan media sosial untuk berinteraksi dengan audiens secara luas dan cepat. Selain untuk ekspresi pribadi, media sosial juga digunakan untuk pencarian informasi, pengetahuan, dan berita.



Gambar 1.1 10 Media Sosial dengan Pengguna Terbanyak di Indonesia 2024

Sumber: *We Are Social* (2024)

Berdasarkan laporan *We Are Social* (2024), per Januari 2024 terdapat sebanyak 139 juta atau 49,9 persen dari total penduduk di Indonesia yang aktif menggunakan media sosial. Di Indonesia terdapat sepuluh media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat Indonesia. Urutan kedua dari aplikasi media sosial tersebut adalah Instagram dengan total pengguna hingga 85,3 persen dan rata-rata menghabiskan waktu hingga 16 jam 10 menit dalam satu bulan. Instagram menyediakan fitur bagi penggunaannya untuk mengambil foto dan video yang kemudian dapat disebarluaskan. Tingginya jumlah pengguna media sosial terutama Instagram di Indonesia menjadi kesempatan emas bagi organisasi untuk melakukan praktik pemasaran dengan cepat dan luas tanpa membutuhkan biaya besar.

Dapat dikatakan bahwa Instagram menjadi *platform* media sosial yang mempunyai potensi besar untuk menyampaikan informasi terkait kegiatan tertentu seperti kegiatan-kegiatan dalam *event* Rumah Marimba. Akun Instagram @rumahmarimba ini dikelola oleh *Social Media Manager* dari Divisi *Social Media*. *Social Media Manager* dalam akun media sosial @rumahmarimba secara aktif menyebarluaskan publikasi mengenai kegiatan-kegiatan yang dilakukan seperti *storytelling*, *literacy activity*, sesi *fun games*, penyerahan donasi, dan lain-lain. Publikasi kegiatan ini dilakukan secara rutin dalam setiap *season* Rumah Marimba. Begitupun dengan Rumah Marimba *season* 3 baik di Desa Panggarangan maupun Kampung Nagajaya.

Laporan ini akan fokus terhadap peran *Social Media Manager* dalam Divisi *Social Media* yang bertugas untuk mengelola kegiatan publikasi melalui Instagram @rumahmarimba di RT 04 Desa Panggarangan, Kabupaten Lebak, Provinsi Banten. Pemilihan kedudukan dalam kerja magang ini didasar dari ketertarikan terhadap Rumah Marimba dikarenakan *event* tersebut menjadi manifestasi kegiatan untuk menunjang literasi anak-anak terutama di daerah perdesaan. Oleh karena itu, *Social Media Manager* Rumah Marimba ini ingin mengeksplorasi lebih lanjut mengenai pemanfaatan media sosial khususnya Instagram dalam rangka penyebaran pesan-pesan informasi untuk tujuan memperkenalkan dan

mempertahankan eksistensi dari Rumah Marimba yang menjadi program berkelanjutan.

1.2 Maksud dan Tujuan Pelaksanaan Kerja Magang

Aktivitas pelaksanaan kerja magang yang dilakukan mempunyai maksud dan tujuan untuk:

1. Mengetahui dan mempelajari proses kerja sebagai *Social Media Manager* dalam Divisi *Social Media* Rumah Marimba untuk pengelolaan media sosial.
2. Mengimplementasikan kemampuan dan pengetahuan mengenai *social media and marketing strategy, internal communication, dan interpersonal communication* melalui peran sebagai *Social Media Manager* dalam Divisi *Social Media* Rumah Marimba di RT 04 Desa Panggarangan, Lebak Selatan, Banten.
3. Mengasah *hard skills* dan *soft skills* untuk mendukung alur dan proses kerja sebagai *Social Media Manager* dari Divisi *Social Media* Rumah Marimba sehingga dapat menjadi bekal di masa depan untuk selanjutnya bekerja di departemen pemasaran terutama dalam Divisi *Social Media*.
4. Menambah pengalaman dan wawasan ilmu pengetahuan, memperluas relasi serta mengasah kemampuan kerja sama.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Proses pelaksanaan kerja magang sebagai *Social Media Manager* dalam event Rumah Marimba di Desa Panggarangan, Lebak Selatan, Banten berlangsung pada September hingga Desember 2024. Berdasarkan Panduan MBKM dan arahan dari Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara, pelaksanaan kerja magang dilakukan dengan durasi minimal enam ratus empat puluh jam kerja.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

A. Proses Administrasi Kampus (UMN)

- 1) Mengikuti pembekalan magang yang diselenggarakan oleh Program Studi Ilmu Komunikasi UMN via zoom meeting.
- 2) Mengisi KRS MBKM *Humanity Project* di myumn.ac.id dengan memenuhi syarat minimal sks, tidak ada nilai D & E serta *me-request* transkrip nilai dari semester awal hingga semester akhir sebelum magang di www.gapura.umn.ac.id.
- 3) Mendapat persetujuan penerimaan kerja magang dari Gugus Mitigasi Lebak Selatan pada 17 September 2024.
- 4) Melengkapi registrasi pada Merdeka UMN dengan memilih aktivitas *Humanity Project* dengan mengunggah informasi pribadi dan perusahaan serta surat penerimaan dari GMLS.
- 5) Selanjutnya, memenuhi syarat *daily task*, *counseling meeting*, dan mengunduh formulir yang berkaitan dengan proses kerja magang.

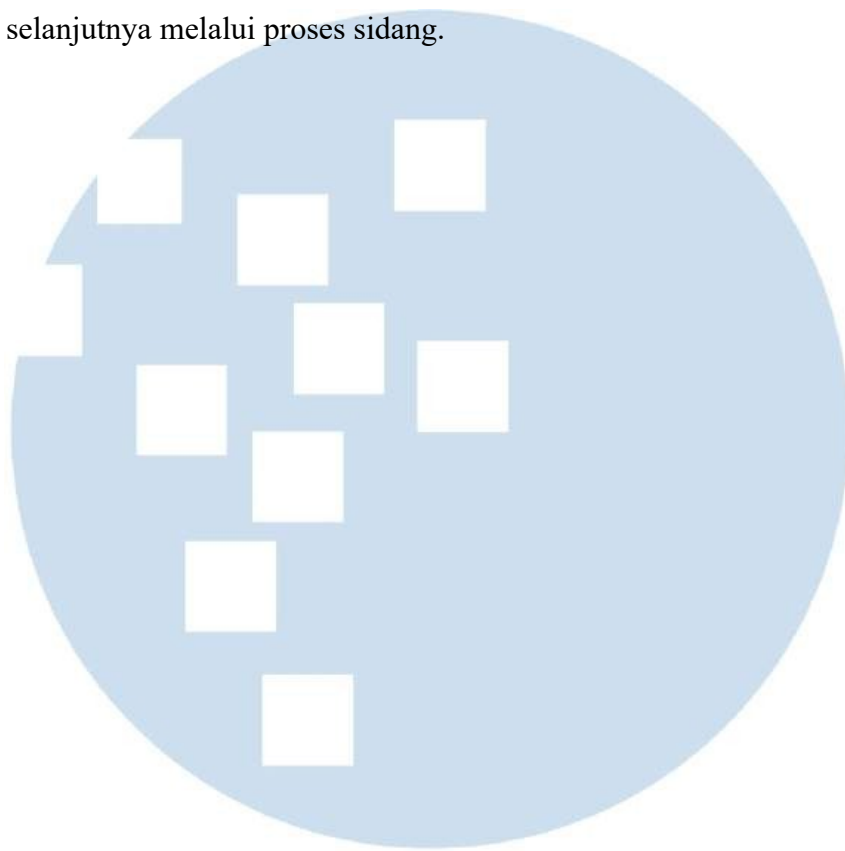
B. Proses Pelaksanaan Praktik Kerja Magang

- 1) Praktik kerja magang dijalankan dengan posisi sebagai *Social Media Manager* pada kegiatan Rumah Marimba Gugus Mitigasi Lebak Selatan pada Divisi *Communication & Media Relations*.
- 2) Penugasan dan kebutuhan informasi didampingi secara langsung oleh Anis Faisal Reza selaku direktur, supervisi lapangan, dan penanggungjawab Divisi *Communication & Media Relations*.
- 3) Seluruh aktivitas selama proses kerja magang dibimbing dan diawasi langsung oleh pembimbing lapangan secara tatap muka maupun melalui *platform* WhatsApp.

C. Proses Pembuatan Laporan Praktik Kerja Magang

- 1) Pembuatan laporan praktik kerja magang dibimbing oleh Agus Kustiwa, S.Sos, M.Si. selaku Dosen Pembimbing melalui pertemuan luring di Universitas Multimedia Nusantara maupun pertemuan daring via Google Meet.
- 2) Laporan praktik kerja magang diserahkan dan menunggu persetujuan dari Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi.

- 3) Laporan praktik kerja magang yang telah disetujui diajukan untuk selanjutnya melalui proses sidang.



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA