

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia masih berupaya untuk meminimalisir kasus buta huruf hingga buta membaca dengan menghadirkan suatu gerakan di Indonesia yang bernama Gernas Tastaba (Gerakan Nasional Pemberantasan Buta Membaca). Gerakan tersebut memiliki tujuan untuk membantu masyarakat yang mengalami buta huruf maupun buta membaca. Gernas Tastaba kerap dibantu oleh para *volunteer* remaja akhir untuk menjalankan beberapa program tertentu. Kegiatan *volunteer* merupakan suatu kegiatan sukarela yang muncul atas dasar keinginannya sendiri dalam melakukan kegiatan sosial tertentu (Wijayanti & Sugiarto, 2024). Kegiatan *volunteer* dan program Gernas Tastaba ini sangat penting dilaksanakan untuk mengurangi angka penyandang buta membaca di Indonesia. Melalui data yang dikutip dalam Survei Sosial Ekonomi Nasional (Susenas) pada tahun 2023, menyatakan bahwa penyandang buta membaca di Indonesia mencapai 1.958.000 orang atau sebanyak 1,08%. Pada tahun 2030, pemerintah menargetkan angka penyandang buta membaca menjadi menurun sebanyak 0,4% (Ditjen Paudikdasmen, 2024). Karena itu, hingga kini Gernas Tastaba masih aktif menjalankan berbagai programnya untuk meminimalisir angka buta membaca yang ada di Indonesia. Beberapa program yang dijalankan berupa program pendampingan dan pelatihan fonik, pendampingan guru, seminar *online*, bedah buku, dan lain sebagainya.

Berdasarkan pra-wawancara yang dilakukan dengan salah satu penggerak Gernas Tastaba mengatakan bahwa banyak sekali ide program yang mereka miliki. Menurut D. Puti, ketersediaan *volunteer* yang kurang merupakan salah satu hal yang menghambat gerakan tersebut untuk menjalankan program-program berkualitas. Beberapa faktor yang dapat menghambat minat untuk menjadi *volunteer* adalah kurangnya pengetahuan akan suatu masalah sosial, ketidaksiapan

diri, ketidakjelasan peran (minimnya informasi), kurangnya antusiasme, dan tidak adanya dukungan. Kemudian berdasarkan hasil pra-kuesioner yang telah disebarkan kepada beberapa remaja akhir yang pernah menjadi relawan dari Gernas Tastaba menyatakan bahwa saat ini upaya dalam meningkatkan minat *volunteer* yang dilakukan Gernas Tastaba masih tergolong cukup minim atau kurang optimal. Selain itu, terdapat sebanyak 55,6% responden dari remaja akhir yang tidak menjalani program Gernas Tastaba yang menyatakan bahwa mereka kurang tertarik untuk menjadi volunteer dalam program Gernas Tastaba. Ketidaktahuan responden terhadap program-program Gernas Tastaba dengan persentase sebesar 62,5% menjadi salah satu faktor minimnya ketertarikan tersebut. Jika terus dibiarkan, lembaga Gernas Tastaba dalam melakukan aksinya cukup membutuhkan waktu yang lama dan banyak program-program bermanfaat yang tidak terjalani.

Maka dari itu, dibutuhkan sebuah usaha agar masyarakat dapat memiliki minat menjadi *volunteer* untuk berpartisipasi dalam menjalankan program Gernas Tastaba. Menurut Rogers dan Storey (2004), kampanye merupakan suatu kegiatan yang terorganisir dan memiliki tujuan untuk menciptakan suatu dampak atau kegiatan tertentu dari sebagian besar target sasaran yang diharapkan oleh komunikator. Menurut Nurfinka Lailasari (2024), kampanye yang melibatkan target atau bersifat interaktif ketika menyampaikan pesan jauh lebih efektif dalam mempengaruhi target untuk melakukan suatu tindakan yang diharapkan. Hal ini dikarenakan kampanye interaktif tidak hanya seputar menyampaikan pesan saja, tetapi dapat membuat sang target melibatkan diri dan dapat memberikan pengalaman, sehingga perancangan kampanye interaktif ini akan menggunakan model *drill and practice* dan model simulasi yang memberikan kesempatan kepada target sekilas merasakan menjadi *volunteer* Gernas Tastaba. Selain itu, sebuah organisasi nirlaba yang bernama Indorelawan juga kerap mengadakan kampanye untuk menarik minat *volunteer* kalangan usia remaja akhir sejak tahun 2020. Berdasarkan hasil data yang diperoleh, secara kuantitatif Indorelawan mampu menggapai sebanyak satu juta relawan untuk menggerakkan berbagai program *volunteer* melalui kampanye yang dilakukan dalam beberapa kurun waktu ke depan. Kemudian secara kualitatif, organisasi tersebut mampu mewujudkan visinya untuk

menjadikan kerelawanan tersebut sebagai gaya hidup beberapa masyarakat Indonesia (Sutresna & Saputro, 2023). Dengan adanya keberhasilan tersebut, maka kampanye interaktif merupakan media persuasi yang tepat dan dapat menjadi solusi dalam meningkatkan minat *volunteer* masyarakat Indonesia dalam menjalankan program Gernas Tastaba.

1.2 Rumusan Masalah

Dengan adanya fenomena yang teridentifikasi pada latar belakang sebelumnya, berikut ini merupakan beberapa masalah yang ditemukan:

1. Kurangnya kesadaran remaja akhir akan nilai pendidikan literasi, sehingga daya Tarik terhadap program pemberantasan buta membaca kurang menarik bagi kalangan remaja akhir.
2. Belum adanya media persuasi yang interaktif dari Gernas Tastaba dalam meningkatkan motivasi remaja akhir untuk mengikuti program-program yang dirancang.

Dari beberapa masalah yang teridentifikasi tersebut di atas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah : Bagaimana perancangan kampanye interaktif untuk meningkatkan partisipasi *volunteer* pada program Gernas Tastaba?

1.3 Batasan Masalah

Agar permasalahan dapat diselesaikan dengan lebih terfokus, maka batasan masalah pada perancangan ini ditujukan kepada beberapa aspek berikut:

1. Objek dengan menggunakan metode persuasif yang akan digunakan dalam perancangan ini adalah beberapa media berupa postingan sosial media, *interactive storytelling (roadshow)*, *website*, dan *freebies*.
2. Perancangan ini ditujukan kepada remaja akhir usia 18-24 tahun berdomisili di daerah Jabodetabek dengan SES B-A yang menyukai kegiatan *volunteer*, peduli terhadap isu yang ada, dan memiliki ketertarikan untuk mencoba hal-hal baru.

3. Ruang lingkup perancangan dibatasi dengan pengenalan isu buta membaca di Indonesia dan untuk meningkatkan minat atau motivasi menjadi *volunteer* pada program Gernas Tastaba.

1.4 Tujuan Tugas Akhir

Penelitian ini memiliki tujuan untuk membuat perancangan kampanye interaktif untuk meningkatkan partisipasi *vounteer* pada program Gernas Tastaba.

1.5 Manfaat Tugas Akhir

Penelitian ini memiliki manfaat dalam bidang teoritis dan praktis yang dapat dirasakan oleh beberapa pihak:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya pengetahuan dan pengembangan teori dalam program studi Desain Komunikasi Visual dengan fokus utamanya, terkait strategi perancangan kampanye interaktif yang efektif untuk meningkatkan minat *volunteer* masyarakat untuk memberantas kasus buta membaca melalui program-program Gernas Tastaba. Penelitian ini menggunakan pendekatan komunikasi persuasif yang interaktif yang sesuai dengan target usia audiens, remaja akhir. Penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya yang mengangkat topik seputaran tentang perancangan kampanye interaktif, minat *volunteer* atau kasus buta membaca.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini nantinya diharapkan dapat menjadi pondasi bagi beberapa pihak seperti lembaga pendidikan, penyelenggara *volunteer*, dosen, mahasiswa, dan lain sebagainya mengenai pilar persuasi terutama dalam perancangan kampanye inetraktif. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi bagi mahasiswa atau peneliti selanjutnya dalam merancang kampanye interaktif yang lebih efektif dalam meningkatkan minat masyarakat untuk menjadi *volunteer* dalam menangani aksi pemberantasan buta membaca.