

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Kegiatan literasi merupakan aspek yang selama ini masih belum mendapatkan perhatian besar dari masyarakat. Ketertarikan terhadap isu literasi tidak muncul secara tiba-tiba, melainkan terbentuk dari keterlibatan langsung dalam dinamika literasi di tingkat lokal. Selama beberapa tahun terakhir, keterlibatan dalam komunitas literasi di Kabupaten Ponorogo telah memberikan banyak pelajaran sekaligus memunculkan keresahan terhadap kondisi literasi masyarakat setempat. Komunitas-komunitas seperti Aksara Surya secara rutin menyelenggarakan diskusi buku, bedah karya, hingga forum literasi terbuka. Namun, kegiatan-kegiatan tersebut sering kali hanya menarik peserta dalam jumlah yang sangat terbatas. Tema diskusi yang menarik dan relevan pun tak jarang gagal menarik perhatian khalayak luas. Keresahan pun muncul dari fakta bahwa banyak masyarakat masih belum menempatkan literasi sebagai kebutuhan dasar dalam kehidupan sehari-hari. Padahal literasi merupakan pondasi bagi kemajuan individu dan bangsa. Namun, pada saat keterlibatan dalam Festival Literasi Ponorogo (FLP) 2023 dan pengamatan terhadap FLP 2024, tampak bahwa pendekatan melalui *event* mampu menarik animo yang jauh lebih tinggi. FLP menunjukkan bahwa masyarakat sebenarnya memiliki ketertarikan terhadap literasi jika dikemas secara kreatif, interaktif, dan inklusif.

Dalam era globalisasi dan digitalisasi saat ini, kemampuan literasi menjadi semakin krusial tidak hanya dalam konteks akademik, tetapi juga dalam kehidupan sosial, ekonomi, dan budaya. Literasi memungkinkan seseorang untuk memahami informasi, berpikir reflektif, serta berpartisipasi secara aktif dalam kehidupan bermasyarakat. Kepala Bagian *Open Library*, Rika Yuliant, mengemukakan bahwa literasi menjadi suatu topik penting yang harus diperhatikan dan dibahas karena memiliki peran yang sangat besar dalam membangun karakter suatu bangsa dan berfungsi sebagai pedoman bagi para *agent of change* dalam persaingan global (dalam Diniati et al., 2022). Namun berbagai data juga menunjukkan bahwa tingkat literasi di Indonesia masih tergolong rendah dibandingkan dengan negara lain. Melansir dari situs perpustakaan.kemendagri.go.id, hasil survei yang dilakukan oleh *Program for International Student Assessment* (PISA) yang pada tahun 2019 telah dirilis oleh *Organization for Economic Co-operation and Development* (OECD), Indonesia berada di peringkat ke-62 dari 70 negara dalam hal literasi. Ini menjadikan Indonesia sebagai salah satu dari 10 negara dengan tingkat literasi terendah di dunia. Budaya literasi yang masih rendah ini memerlukan upaya serius dari berbagai pemangku kepentingan, baik pemerintah, sekolah, maupun masyarakat, untuk menjadikan literasi sebagai bagian penting dalam kehidupan sehari-hari (Suragangga, 2017).

Di Indonesia sendiri, Gerakan Literasi Nasional (GLN) telah dilaksanakan melalui berbagai program pendidikan dan sosial, namun masih terdapat kesenjangan dalam tingkat literasi di berbagai daerah termasuk

Kabupaten Ponorogo. Tren ini terlihat dari survei yang dilakukan oleh Dinas Perpustakaan dan Kearsipan (Perpusip) Ponorogo, di mana pada tahun 2022 indeks Tingkat Kegemaran Membaca (TKM) masyarakat Ponorogo berada di angka 58,7, mengalami penurunan sebesar 1,3 poin dibandingkan tahun sebelumnya yang masih berada di kisaran 60. Ini menunjukkan bahwa upaya untuk meningkatkan literasi belum mencapai hasil yang memuaskan. Faktor yang menyebabkan rendahnya tingkat literasi antara lain, minat baca masyarakat yang masih rendah, kurangnya akses terhadap bahan bacaan yang berkualitas, dan kurangnya upaya untuk mempromosikan budaya literasi secara sistematis dan berkelanjutan.

Pada dasarnya, promosi adalah jenis komunikasi pemasaran, dimana tindakannya berkaitan dengan menyebarkan informasi, membujuk atau mengajak orang, dan membuatnya menarik bagi masyarakat (Ayunda & Megantari, 2021). Firmansyah Anang menjelaskan dalam bukunya yang berjudul Komunikasi Pemasaran, bahwa implementasi dari komunikasi pemasaran ini banyak dilakukan melalui berbagai konsep, seperti *direct marketing*, *sales promotion*, *personal selling*, *advertising*, *word of mouth marketing*, *interactive marketing*, maupun *event*. Di era sekarang ini, *event* menjadi salah satu konsep komunikasi pemasaran yang semakin populer. Beberapa alasan *event* banyak diselenggarakan, seperti melibatkan sasaran khalayak, mengaitkan sebuah merek dengan berbagai aktivitas, gaya hidup atau individu-individu tertentu, untuk mencapai sasaran khalayak yang sulit dijangkau, meningkatkan kesadaran merek, dan menyediakan platform yang

baik untuk pemasaran merek (Firmansyah, 2020). *Event* dinilai sebagai sarana yang efektif dalam menarik perhatian publik, terutama karena *event* dapat menjadi media promosi langsung yang melibatkan audiens secara personal dan emosional.

Festival Literasi Ponorogo merupakan salah satu bentuk *event* yang diselenggarakan sebagai upaya strategis dalam mempromosikan literasi di Kabupaten Ponorogo. *Event* ini memiliki tujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai pentingnya literasi yang dikemas melalui serangkaian kegiatan, seperti bazar, *talkshow*, *workshop*, berbagai lomba, hingga hiburan. Sehingga Festival Literasi Ponorogo tidak hanya berfungsi menyebarkan informasi tentang literasi, namun juga melibatkan masyarakat secara langsung dalam kegiatan yang mendorong peningkatan minat baca dan pemahaman literasi. Festival Literasi Ponorogo pertama kali diselenggarakan pada tahun 2023 oleh Terra *bookstore* yang bekerjasama dengan Media Literasi Ponorogo selama 9 hari. Sedangkan pada tahun 2024, Festival Literasi Ponorogo digelar dalam kurun waktu selama satu bulan dari 28 September 2024 hingga 27 Oktober 2024. Ini menunjukkan upaya untuk meningkatkan jangkauan acara. Selain itu, perbedaan FLP tahun 2024 dengan FLP tahun 2023 terletak pada kolaborasi dan variasi acaranya. Dimana pada FLP tahun 2024 berkolaborasi dengan EO Patjar Merah (pasar buku keliling) yang mendatangkan penulis nasional yaitu Kalis Mardiasih dan Reda Gaudiamo, serta kolaborasi dengan Festival Buku Asia yang mendatangkan penulis internasional yaitu Kim Ho-Yeon dan Kang Ji-Young dari Korea Selatan. Festival Literasi Ponorogo

dirancang untuk semua kalangan usia, sehingga menciptakan suasana inklusif yang dapat mendorong partisipasi aktif dari masyarakat.

Indikator keberhasilan sebuah *event* dapat diukur melalui beberapa aspek, salah satunya yaitu peningkatan jumlah pengunjung. Sebanyak 20.000 pengunjung turut meramaikan Festival Literasi Ponorogo 2023. Sedangkan 2024, tercatat 50.000 lebih pengunjung yang berpartisipasi. *Event* Festival Literasi Ponorogo menggandeng beberapa penerbit nasional, yang pada tahun 2024 mentarget dapat menyediakan 45.000 buku. Namun faktanya sebanyak 55.000 buku dapat tersedia dalam festival tersebut karena antusias yang besar dari para penerbit. Selain itu, pengunjung datang berbondong-bondong, tidak hanya untuk menikmati suasana festival, tetapi juga untuk membeli buku. Peningkatan jumlah pengunjung dalam sebuah *event* tidak hanya bergantung pada kualitas acara yang diselenggarakan, tetapi juga pada bagaimana acara tersebut dikomunikasikan kepada target audiens melalui berbagai saluran dan metode komunikasi yang efektif.

Untuk mencapai tujuan dari sebuah *event* yang diselenggarakan, diperlukan manajemen *event* yang baik dan strategi komunikasi yang efektif. Seperti yang dikatakan oleh Heryanti Utami dalam bukunya yang berjudul *Manajemen Event dan Proyek: Antara Konsep dan Praktiknya*, bahwa manajemen *event* didefinisikan sebagai pengorganisasian sebuah kegiatan secara profesional, sistematis, efisien, dan efektif. Manajemen *event* yang baik meliputi perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, serta evaluasi yang

terstruktur dan terarah. Dalam perencanaan, penting untuk menentukan konsep acara, anggaran, target peserta, hingga memilih lokasi yang strategis. Tahapan pelaksanaan pun tidak hanya tentang menjalankan kegiatan, namun juga memastikan setiap elemen seperti dekorasi, tata suara, atau teknologi yang dapat mendukung pengalaman positif bagi peserta atau pengunjung. Setelah *event* selesai, evaluasi menyeluruh diperlukan untuk menilai apakah tujuan tercapai dan mengidentifikasi perbaikan yang diperlukan di masa depan.

Selain manajemen *event* yang baik, strategi komunikasi yang efektif harus dirancang dengan mempertimbangkan banyak hal, seperti target audiens, media yang digunakan untuk berkomunikasi, dan pesan yang ingin disampaikan. Identifikasi target audiens membantu dalam merancang pendekatan yang tepat, apakah melalui media sosial, iklan digital, atau media tradisional. Selanjutnya, pemilihan media yang tepat sangat penting untuk memastikan bahwa pesan yang disampaikan dapat diterima oleh audiens secara optimal. Pesan yang disampaikan juga harus dirancang agar relevan, menarik, dan mampu menggugah ketertarikan audiens untuk berpartisipasi dalam *event* tersebut. Menurut Zerfass et al. (2018), strategi komunikasi adalah segala bentuk komunikasi yang digunakan secara sengaja untuk mencapai tujuan organisasi, baik itu melalui media digital, media tradisional, maupun media interaktif. Dalam hal ini, koordinasi yang baik dengan berbagai media komunikasi sangat penting untuk memastikan bahwa pesan yang disampaikan kepada audiens konsisten, menarik, dan mampu mendorong partisipasi masyarakat. Koordinasi ini mencakup pemilihan media yang tepat sesuai

dengan target audiens, penyusunan konten promosi yang menarik, serta penjadwalan kampanye promosi yang efektif.

Tantangan yang dihadapi dalam meningkatkan literasi di Kabupaten Ponorogo tidaklah kecil. Era digital yang semakin maju mempengaruhi cara orang membaca dan mengakses informasi. Masyarakat kini lebih cenderung menggunakan media sosial dan platform digital lainnya sebagai sumber informasi utama. Oleh karena itu, penting bagi festival literasi untuk beradaptasi dengan tren ini dan memanfaatkan teknologi digital untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Misalnya, penggunaan media sosial seperti Instagram dan TikTok dapat menjadi sarana yang efektif untuk menarik minat generasi muda dengan konten visual yang menarik dan mendidik, seperti kutipan buku, video bacaan pendek, ataupun rekomendasi buku populer. Selain itu, media tradisional seperti iklan di radio, televisi, dan media cetak juga dapat digunakan untuk menjangkau khalayak yang lebih luas, termasuk komunitas yang belum dapat dijangkau melalui media digital. Pesan-pesan yang disampaikan dalam promosi literasi harus dirancang secara kreatif supaya dapat menggugah minat audiens untuk membaca, mengikuti acara literasi, dan mendalami dunia buku. Strategi ini juga dapat memperkenalkan berbagai bentuk literasi, mulai dari literasi baca-tulis hingga literasi digital, tergantung dengan kebutuhan masyarakat. Selain itu, koordinasi yang baik dengan media diperlukan untuk memperluas jangkauan promosi. Ini mencakup pemanfaatan *media partner* dan *sponsorship*, seperti penerbit, toko buku, dan komunitas literasi. Dengan cara tersebut, promosi literasi dapat meningkatkan kesadaran dan mendorong lebih

banyak masyarakat untuk terlibat dalam kegiatan literasi seperti festival buku, diskusi publik, dan pameran literasi.

Studi tentang promosi melalui *event* memang telah dilakukan, seperti pada *event* pariwisata atau seni budaya. Namun, penelitian mengenai *event* literasi di tingkat lokal yang menggunakan pendekatan manajemen *event* masih jarang. Penelitian terdahulu oleh Ayunda & Megantari (2021) menyoroti strategi *event* promosi wisata, sedangkan penelitian sejenis dalam konteks literasi, khususnya Festival Literasi Ponorogo, belum ditemukan. Inilah celah penelitian yang akan diisi, yaitu menganalisis manajemen dan komunikasi promosi literasi dalam festival literasi lokal yang sedang berkembang.

Analisis manajemen *event* Festival Literasi Ponorogo sangat penting sebagai salah satu pendekatan untuk mengkomunikasikan promosi literasi di wilayah Ponorogo. Analisis ini diharapkan dapat memberikan uraian yang jelas mengenai kekuatan dan kelemahan pelaksanaan festival tersebut, serta memberikan saran yang bermanfaat untuk pengembangan event berikutnya. Dengan manajemen yang terencana dan strategi komunikasi yang tepat, Festival Literasi Ponorogo memiliki potensi untuk menjadi *event* tahunan yang tidak hanya mempromosikan budaya membaca dan literasi, tetapi juga berkontribusi pada pertumbuhan sektor pendidikan, ekonomi kreatif, serta meningkatkan kesadaran literasi di masyarakat. Seperti yang dilaporkan, ribuan buku terjual dalam waktu singkat selama festival berlangsung, menunjukkan bahwa acara ini dapat menjadi pendorong bagi para pelaku usaha kecil dan menengah

(UMKM) di bidang literasi. Manajemen yang baik, termasuk koordinasi dengan *stakeholder* dan pemilihan media promosi yang tepat, dapat memperluas jangkauan acara dan meningkatkan partisipasi dari berbagai kalangan, baik lokal maupun luar daerah.

Berdasarkan pengalaman, data, teori, dan kesenjangan penelitian yang telah diuraikan, penting dilakukan studi tentang bagaimana manajemen *event* Festival Literasi Ponorogo dijalankan dan bagaimana strategi komunikasinya dalam menyampaikan pesan literasi. Sehingga peneliti ingin melakukan penelitian dengan judul “Analisis Manajemen *Event* Festival Literasi Ponorogo dalam Mempromosikan Literasi di Kabupaten Ponorogo”.

B. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: “Bagaimana manajemen *event* Festival Literasi Ponorogo dalam mempromosikan literasi di Kabupaten Ponorogo?”

C. TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui manajemen *event* Festival Literasi Ponorogo dalam mempromosikan literasi di Kabupaten Ponorogo.

D. MANFAAT PENELITIAN

1. Manfaat Teoritis

- a) Penelitian ini dapat menambah literatur dan memperkaya rujukan teori maupun konsep mengenai manajemen *event* di bidang Ilmu Komunikasi.
- b) Penelitian ini bisa digunakan sebagai referensi atau acuan untuk melakukan penelitian lain yang berkaitan dengan manajemen *event*.

2. Manfaat Praktis

- a) Penelitian ini mampu memberikan masukan atau arahan bagi panitia penyelenggara *event* Festival Literasi Ponorogo.
- b) Penelitian ini diharapkan membantu pemangku kepentingan dalam merancang dan menerapkan strategi komunikasi yang lebih efektif untuk mempromosikan literasi.

