

PERANAN KOMUNIKASI PERSUASIF DALAM MENINGKATKAN MINAT BACA MASYARAKAT DI DINAS KEARSIPAN DAN PERPUSTAKAAN

Muhammad Nabawi¹, Endang Erawan², Kadek Dristiana D³

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui peranan komunikasi persuasif dalam meningkatkan minat baca masyarakat di Dinas Kearsipan dan Perpustakaan Kabupaten Paser. Penelitian ini dilakukan di Dinas Kearsipan dan Perpustakaan Kabupaten Paser.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif. Sumber data yang digunakan adalah sumber data primer dan data sekunder yang berkaitan dengan situasi dan kondisi empiris. Dalam penelitian ini, peneliti juga menggunakan penelitian survey, wawancara dan dokumentasi guna memperoleh data primer mengenai peranan komunikasi persuasif dalam meningkatkan minat baca masyarakat di Dinas Kearsipan dan Perpustakaan Kabupaten Paser.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa peranan komunikasi persuasif dalam meningkatkan minat baca masyarakat di Dinas Kearsipan dan Perpustakaan Kabupaten Paser sudah berjalan dengan cukup baik. Diantara kegiatan komunikasi persuasif yang dilaksanakan di antaranya perpustakaan keliling, pojok baca, dan spanduk atau baliho.

Kesimpulannya peranan komunikasi persuasif dalam meningkatkan minat baca masyarakat di Dinas Kearsipan dan Perpustakaan Kabupaten Paser sudah berjalan dengan cukup baik. Hal ini dilihat dari jumlah pengunjung yang meningkat dan juga tanggapan yang baik dari masyarakat mengenai kegiatan yang telah dilakukan

Kata Kunci : *Komunikasi Persuasif, Minat baca, Kabupaten Paser.*

Pendahuluan

Latar Belakang

Indonesia merupakan negara dengan jumlah penduduk yang sangat besar serta memiliki potensi sumber daya manusia yang besar dari segi kuantitas. Meski demikian, kualitas sumber daya manusia di Indonesia masih tergolong rendah.

¹ Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Mulawarman.
Email : mnbwi26@gmail.com

² Dosen Pembimbing 1 Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman.

³ Dosen Pembimbing 2 Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman.

Rendahnya kualitas sumber daya manusia disebabkan oleh rendahnya kualitas pendidikan. Diperlukan kepedulian dari pihak pemerintah guna meningkatkan kualitas pendidikan sebagai modal dasar semua komponen dalam meningkatkan kualitas sumber daya manusianya.

Supaya meningkatnya kualitas sumber daya manusia, dapat diwujudkan dengan berbagai cara, salah satunya melalui peningkatan minat baca masyarakat. Guna meningkatkan minat baca masyarakat, pemerintah memiliki peran yang sangat penting. Pemerintah dalam hal ini sebagai penentu kebijakan utama untuk melaksanakan tanggung jawabnya terkait Undang-Undang Dasar 1945, yaitu mencerdaskan kehidupan bangsa melalui peningkatan minat baca masyarakat.

Berdasarkan studi *Most Littered Nation In the World* yang dilakukan oleh Central Connecticut State University pada Maret 2016 lalu, Indonesia dinyatakan menduduki peringkat ke-60 dari 61 negara soal minat membaca. Indonesia persis berada di bawah Thailand (59) dan di atas Botswana (61). Padahal, dari segi penilaian infrastruktur untuk mendukung membaca peringkat Indonesia berada di atas negara-negara Eropa.

Minat baca masyarakat Indonesia dikategorikan rendah yakni berada dikisaran 0,001 persen. Hal ini berarti dari 1000 masyarakat, hanya 1 orang yang memiliki minat baca. Rendahnya minat baca ini dikhawatirkan dapat mempengaruhi kualitas sumber daya manusia masyarakat Indonesia. Akibat rendahnya minat baca, masyarakat tidak bisa mengetahui dan mengikuti perkembangan informasi dan pengetahuan yang semakin berkembang, dimana ini akan berdampak pada ketertinggalan masyarakat Indonesia. Oleh karena itu, untuk dapat mengejar kemajuan yang telah dicapai oleh negara-negara tetangga, perlunya menumbuhkan minat baca sejak dini.

Keberadaan perpustakaan merupakan salah satu kebijakan pemerintah dalam mendorong masyarakat untuk dapat meningkatkan minat baca. Oleh karena itu, pada tahun 2007 pemerintah menetapkan Undang-Undang No. 43 Tahun 2007 mengenai perpustakaan dan segala aspek yang berkaitan dengan tujuan memberikan layanan kepada pemustaka, meningkatkan kegemaran membaca, serta memperluas wawasan dan pengetahuan untuk mencerdaskan kehidupan bangsa (Rahman, 2013: 1).

Pelaksanaan komunikasi dalam penyampaian informasi juga harus diperhatikan, karena dalam meningkatkan minat baca masyarakat juga dapat dipengaruhi oleh komunikasi yang terjadi didalamnya. Menurut Effendy (2011: 31), "Komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberitahu, mengubah sikap, pendapat, atau perilaku, baik secara lisan (langsung) ataupun tidak langsung (melalui media)".

Peran aktif pemerintah dalam meningkatkan minat baca masyarakat melalui perpustakaan merupakan salah satu cara yang paling efektif dalam memperluas wawasan serta menambah pengetahuan bangsa. Guna merealisasikan tujuan tersebut sesuai dengan Undang-Undang No. 32 Tahun 2004 tentang Pemerintah Daerah dimana masing-masing pemerintah daerah diberikan kewenangan untuk mengurus daerahnya, maka pemerintah daerah Kabupaten Paser telah menetapkan di dalam Peraturan Daerah Kabupaten Paser No. 22

Tahun 2008 tentang Organisasi dan Tata Kerja Badan Perencanaan Pembangunan Daerah, Inspektorat dan Lembaga Teknis Daerah Kabupaten Paser dimana Dinas Kearsipan dan Perpustakaan Kabupaten Paser selaku lembaga teknis yang memiliki tugas untuk mengelola, membina, dan mengembangkan perpustakaan dan arsip di Kabupaten Paser.

Dari uraian latar belakang di atas, maka peneliti tertarik untuk membuat suatu penelitian yang berjudul “Peranan Komunikasi Persuasif Dalam Meningkatkan Minat Baca Masyarakat di Dinas Kearsipan dan Perpustakaan Kabupaten Paser”.

Rumusan Masalah

Adapun yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah “Bagaimana peranan komunikasi persuasif dalam meningkatkan minat baca masyarakat di Dinas Kearsipan dan Perpustakaan Kabupaten Paser?”

Tujuan Penelitian

Adapun yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah Untuk mengetahui peranan komunikasi persuasif dalam meningkatkan minat baca masyarakat di Dinas Kearsipan dan Perpustakaan Kabupaten Paser.

Manfaat Penelitian

Penulis mengharapkan dari penelitian ini sendiri dapat memberikan kontribusi yang bermanfaat, antara lain:

1. Manfaat Teoritis

Melalui penelitin ini diharapkan dapat memberi sumbangan pemikiran dan memperkaya kajian teori-teori komunikasi yang berkaitan dengan semiotika bagi pengembangan ilmu pengetahuan, serta dapat menambah wawasan dan pengetahuan yang berkaitan dalam Ilmu Komunikasi.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini di harapkan berguna untuk dijadikan kontribusi dalam bentuk tulisan ilmiah yang dapat dikembangkan lebih baik lagi, selain itu juga untuk menambah, memperdalam dan mengembangkan pengamatan peneliti, serta sebagai latihan dalam mengembangkan hasil pemikiran peneliti tentang komunikasi persuasif dalam meningkatkan minat baca.

Kerangka Dasar Teori

Komunikasi

Istilah komunikasi atau dalam bahasa inggris communication berasal dari kata latin communicatio, dan bersumber dari kata communis yang berarti sama. Sama di sini maksudnya adalah sama makna (Effendy, 2011: 9).

Definisi mengenai komunikasi dapat berbeda antara ahli satu dengan yang lain. Namun pada dasarnya komunikasi merupakan proses penyampaian dan penerimaan lambang-lambang yang mengandung arti, baik yang berwujud informasi-informasi, pemikiran-pemikiran, pengetahuan ataupun yang lain-

lain dari penyampaian atau komunikator kepada penerima atau komunikan. Dalam komunikasi yang penting adanya pengertian bersama dari lambang-lambang tersebut dan karena itu komunikasi merupakan proses sosial (Katz, 1987) dalam (Walgito, 2003: 75).

Komunikasi Persuasif

Istilah persuasi (persuasion) bersumber dari perkataan latin, *persuasio*, yang kata kerjanya adalah *persuader*, yang berarti membujuk, mengajak atau merayu.

Andersen dalam Soemirat & Suryana (2016: 1.25), membatasi pengertian persuasi sebagai suatu proses komunikasi interpersonal. Komunikator berupaya dengan menggunakan lambing-lambang untuk mempengaruhi kognisi penerima. Jadi secara sengaja mengubah sikap atau kegiatan seperti yang diinginkan komunikator.

Penggunaan Komunikasi Persuasif

Soemirat & Suryana (2016: 1.32) menjelaskan bahwa penggunaan persuasi telah meluas ke berbagai aspek kehidupan manusia. Dalam bidang bisnis misalnya, komunikasi persuasif dimanfaatkan untuk pemasaran, periklanan, promosi penjualan, public relations, lobi, hubungan dengan pers, komunikasi internal perusahaan, komunikasi eksternal perusahaan, dan aspek-aspek lainnya.

Ruang Lingkup Komunikasi Persuasif

Ruang lingkup kajian komunikasi persuasif menurut Soemirat & Suryana (2016: 2.25) meliputi:

1) Sumber (*Persuader*)

Persuader adalah orang dan atau sekelompok orang yang menyampaikan pesan dengan tujuan untuk mempengaruhi sikap, pendapat dan perilaku orang lain, baik secara verbal maupun nonverbal.

2) Penerima (*Persuadee*)

Persuadee adalah orang dan atau sekelompok orang yang menjadi tujuan pesan itu disampaikan/dialurkan oleh *persuader* komunikator baik secara verbal maupun nonverbal. Menurut Mar'at dalam Soemirat & Suryana (2016: 2.31), seorang penerima, walaupun telah menerima pesan dari persuader, namun sikapnya belum tentu berubah. Hal ini ditentukan oleh faktor-faktor kepribadian dan pengalaman masa lalu *persuadee*.

3) Persepsi

Persepsi *persuadee* terhadap *persuader* dan pesan yang disampaikan akan menentukan efektif tidaknya komunikasi persuasif yang terjadi. Persepsi menurut Mar'at (dalam Soemirat & Suryana, 2016: 2.31) merupakan proses pengamatan seseorang yang berasal dari komponen kognisi. Persepsi dipengaruhi oleh faktor-faktor pengalaman, proses belajar, cakrawala, dan pengetahuan seseorang.

4) Pesan Persuasif

Menurut Simons dalam Soemirat & Suryana (2016: 2.34), secara sederhana dapat dikatakan bahwa pesan (*message*) adalah apa yang diucapkan oleh komunikator melalui kata-kata, gerak tubuh, dan nada suara. Di dalamnya terdiri atas disposisi ketika berbicara, argumentasi dan pertimbangan-pertimbangan yang digunakan, serta materi yang disajikan. Dalam konteks yang lebih sempit, pemilihan terhadap kata-kata dan tanda-tanda nonverbal, secara bersama-sama merupakan presentasi atau penampilan pesan.

5) Saluran/Media Persuasif

Saluran merupakan perantara ketika seorang *persuadee* mengoperkan kembali pesan yang berasal dari sumber awal untuk tujuan akhir. Saluran (*channel*) digunakan oleh *persuader* untuk berkomunikasi dengan berbagai orang, secara formal maupun nonformal, secara tatap muka (*face to face communication*) ataupun bermedia (*mediated communication*).

6) Umpan Balik dan Efek

Menurut Sastropoetro (dalam Soemirat & Suryana, 2016: 2.38) umpan balik adalah jawaban atau reaksi yang datang dari komunikan atau datang dari pesan itu sendiri. Sedangkan efek adalah perubahan yang terjadi pada diri komunikan sebagai akibat dari diterimanya pesan melalui proses komunikasi (Sastropoetro dalam Soemirat & Suryana, 2016: 2.38).

Tujuan Pesan Komunikasi Persuasif

Soemirat & Suryana (2016: 5.35) mengemukakan bahwa terdapat tiga tujuan pesan komunikasi persuasif, yaitu:

1) Membentuk Tanggapan (Shaping Responses)

Salah satu tujuan komunikasi persuasif adalah membentuk cara sasaran memberikan tanggapannya. Pembentukan tanggapan tersebut dilakukan pada sasaran yang mengetahui banyak tentang topik yang dibicarakan ataupun tidak. Akibat pembentukan tanggapan tersebut terlihat pada saat sasaran persuasi mengetahui sedikit tentang topik yang dibicarakan (Nelson dan Cornelia dalam Soemirat & Suryana, 2016:5.35).

2) Penguatan Tanggapan (Reinforcing Response)

Yang dimaksud dengan penguatan tanggapan adalah terdapatnya kesinambungan perilaku yang sedang berlangsung saat ini terhadap beberapa produk, gagasan atau isu. Menurut Fotheringham dalam Soemirat & Suryana (2016: 5.36), maksud dari penguatan tanggapan disini adalah kontinuitas sasaran persuasi yang melakukan apa yang telah mereka lakukan. Jika pembentukan tanggapan dihubungkan dengan nilai-nilai yang mapan dalam khalayak, maka penguatan tanggapan juga berkaitan dengan nilai-nilai dan sikap.

3) Pengubahan Tanggapan (Changing Response)

Yang dimaksud dengan pengubahan tanggapan adalah pengubahan tanggapan sasaran persuasi untuk mengubah perilaku mereka terhadap suatu produk, konsep, atau gagasan. Persuader berupaya untuk mengubah

tanggapan sambil meminta kepada sasaran untuk mewakili dan atau menghentikan beberapa perilaku.

Minat Baca Masyarakat

Rahim (2008: 28) mengemukakan bahwa minat baca ialah keinginan yang kuat disertai usaha-usaha seseorang untuk membaca. Seseorang yang mempunyai minat membaca yang kuat akan diwujudkan dalam kesediaannya untuk mendapat bahan bacaan dan kemudian membacanya atas kesadaran sendiri atau dorongan dari luar.

Menurut Linton dalam Ahmadi (2003: 225) “masyarakat adalah setiap kelompok manusia yang telah cukup lama hidup dan bekerjasama, sehingga mereka ini dapat mengorganisasikan dirinya berfikir tentang dirinya dalam suatu kesatuan sosial dengan batas-batas tertentu”.

Aspek-Aspek Minat Baca

Hurlock (1980: 116) mengemukakan bahwa minat sendiri terdiri dari dua aspek, yaitu aspek kognitif dan aspek afektif.

1) Aspek Kognitif

Aspek kognitif didasari pada konsep perkembangan dimasa anak-anak mengenai hal-hal yang menghubungkannya dengan minat. Minat pada aspek ini berpusat pada apakah hal yang diminati akan menguntungkan dan mendatangkan kepuasan pribadi.

2) Aspek Afektif

Aspek afektif atau emosi yang mendalam merupakan konsep yang menampakkan aspek kognitif dari minat ditampilkan dalam sikap terhadap kegiatan yang diminati akan terbangun. Seperti aspek kognitif, aspek afektif dikembangkan dari pengalaman pribadi, sikap orang tua, guru, dan teman yang mendukung terhadap aktivitas yang diminati.

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Baca

Harris dan Sipay (Mujiati, 2001: 24) bahwa minat baca dipengaruhi oleh dua golongan yaitu golongan faktor personal dan golongan faktor institusional.

- 1) Faktor personal adalah faktor yang berasal dari dalam diri anak itu sendiri meliputi: usia, jenis kelamin, intelegensi, kemampuan membaca, sikap, kebutuhan psikologis, dan
- 2) Faktor institusional yaitu faktor yang berasal dari luar individu itu sendiri yang meliputi: 1) tersedianya buku-buku, 2) status sosial ekonomi, 3) pengaruh orang tua, teman sebaya dan guru.

Perpustakaan

Menurut Undang-Undang Nomor 43 Tahun 2007, “Perpustakaan adalah institusi pengelola koleksi karya tulis, karya cetak, dan/atau karya rekam secara profesional dengan sistem yang baku guna memenuhi kebutuhan pendidikan, penelitian, pelestarian, informasi, dan rekreasi para pemustaka”. Disini dapat

dikatakan bahwa perpustakaan merupakan suatu wadah bagi masyarakat dalam memenuhi kebutuhan akan informasi dalam menunjang kehidupan.

Peranan Perpustakaan

Perpustakaan dapat berperan aktif dalam mencari, menelusur, membina dan mengembangkan serta menyalurkan hobi/kegemaran, minat, dan bakat yang dimiliki oleh masyarakat melalui berbagai kegiatan yang diselenggarakan oleh perpustakaan. Antara lain melalui penelusuran bakat kemampuan yang dilakukan dengan mengadakan berbagai lomba, seperti melukis, baca puisi, mengarang, kuis, dan lain-lain sehingga para peserta dapat menyalurkan, mengimplementasikan dan mengembangkan bakat dan kreativitasnya dengan baik yang kelak dapat dijadikan salah satu pegangan hidupnya.

Metode Penelitian

Jenis Penelitian

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif, yaitu suatu jenis penelitian yang berusaha menggambarkan, meringkas berbagai kondisi, situasi, atau fenomena realitas sosial dalam masyarakat yang menjadi objek penelitian.

Fokus Penelitian

Mengacu pada rumusan masalah dalam penelitian ini, maka fokus penelitian diarahkan pada ruang lingkup Komunikasi Persuasif yang meliputi:

- a. Sumber (*persuader*)
- b. Penerima (*persuadee*)
- c. Persepsi
- d. Pesan Persuasif
- e. Saluran/Media Persuasif
- f. Umpan Balik dan Efek

Sumber dan Jenis Data

1. Data Primer

Data primer yaitu merupakan data yang diperoleh peneliti secara langsung dari sumbernya atau narasumber sebagai informan yang langsung berhubungan dengan fokus penelitian.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh melalui laporan-laporan/ buku-buku/catatan-catatan yang berkaitan erat dengan permasalahan yang diteliti, diantaranya data dari segala kegiatan yang berkaitan dengan Peranan Komunikasi Persuasif Dalam Meningkatkan Minat Baca Masyarakat di Dinas Kearsipan dan Perpustakaan Kabupaten Paser serta dokumen-dokumen pendukung mengenai minat baca masyarakat di Kabupaten Paser.

Teknik Pengumpulan Data

1. *Library Research*
2. *Field Work Research*

Teknik Analisi Data

Analisis data yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah data mode interaktif sebagaimana yang dikemukakan oleh Milles dan Huberman terjemahan Rohidi (2009: 20) bahwa dalam analisis data deskriptif kualitatif mencakup: 1) Pengumpulan Data, 2) Penyederhanaan Data, 3) Penyajian Data, 4) Penarikan Kesimpulan/Verifikasi.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Pembahasan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti mengenai peranan komunikasi persuasif dalam meningkatkan minat baca masyarakat di Dinas Kearsipan dan Perpustakaan Kabupaten Paser maka hasil pembahasannya yang menjadi fokus dari penelitian ini sebagai berikut yaitu:

1. Sumber (*Persuader*)

Berdasarkan hasil wawancara kepada pihak Dinas Kearsipan dan Perpustakaan Kabupaten Paser, sumber atau pihak dari perpustakaan berupaya meningkatkan minat baca salah satunya dengan mengajak orang tua murid yang sedang mengantar dan menunggu anaknya yang berkunjung ke perpustakaan untuk menunggu sambil membaca buku yang disediakan. Selain itu Dinas Kearsipan dan Perpustakaan juga aktif dalam menjalankan perpustakaan keliling dengan *rote* ke sekolah-sekolah, desa-desa dan taman tempat orang berkumpul, serta membuat pojok baca pada instansi-instansi terkait guna meningkatkan minat masyarakat di Kabupaten Paser. Hal ini juga berkaitan dengan tujuan komunikasi persuasif yang dinyatakan dalam Soemirat & Suryana (2016: 1.28) adalah untuk mempengaruhi sikap, pendapat, dan perilaku audiens. Dimana perpustakaan ingin mengubah pendapat yang berkaitan dengan aspek kognitif masyarakat mengenai perpustakaan merupakan suatu tempat yang menyenangkan untuk menggali ilmu dan tempat membaca yang asyik untuk dikunjungi. Selain itu pihak perpustakaan juga ingin mengubah sikap masyarakat yang berkaitan dengan aspek afektif, dimana dari kegiatan komunikasi persuasif seperti perpustakaan keliling dan pojok baca dapat disenangi oleh masyarakat serta tergerak hatinya untuk mendatangi perpustakaan keliling dan pojok baca tersebut serta ingin membaca buku yang telah disediakan.

2. Penerima (*Persuadee*)

Berdasarkan hasil penelitian, yang menjadi sasaran atau tujuan kegiatan komunikasi persuasif yang dilakukan Dinas Kearsipan dan Perpustakaan adalah seluruh masyarakat di Kabupaten Paser. Sejauh kegiatan persuasif ini

dilakukan, masyarakat memiliki ketertarikan dengan perpustakaan keliling yang di design unik dan menarik serta masyarakat juga akan hal-hal baru, seperti perpustakaan keliling yang mengunjungi daerah yang belum pernah dikunjungi sebelumnya. Hal ini berkaitan dengan aspek afektif seperti yang dijelaskan dalam Soemirat & Suryana (2016: 1.28), tujuan komunikasi persuasif adalah menggerakkan hati, menimbulkan perasaan tertentu, menyenangkan dan menyetujui ide yang dikemukakan. Melihat dari design perpustakaan keliling unik dan menarik akan menimbulkan perasaan senang dan membuat masyarakat tergerak untuk mendatangi perpustakaan keliling tersebut dan juga untuk membaca buku yang disediakan. Mengenai hal yang baru dilihat juga dapat mempengaruhi minat karena rasa penasaran yang dimiliki oleh setiap orang ketika melihat sesuatu yang baru cukup besar. Sehingga membuat orang akan tertarik untuk mendatangi dalam hal ini mendatangi perpustakaan keliling.

3. Persepsi

Setelah melaksanakan kegiatan komunikasi persuasif seperti perpustakaan keliling dan pojok baca, kegiatan tersebut mendapat tanggapan dari masyarakat. Untuk kegiatan persuasif pojok baca mendapat tanggapan yang kurang baik karena dinilai masih kurang efektif dalam penerapannya. Karena masih banyak masyarakat yang tidak begitu memperdulikan adanya pojok baca tersebut terutama dikalangan anak muda. Apalagi pada saat ini ruang tunggu yang dapat pojok baca juga disediakan *free wifi* dimana anak-anak muda lebih memilih untuk berselancar di dunia maya daripada membaca buku yang tersedia pada pojok baca.

Tidak begitu dengan perpustakaan keliling yang mendapat tanggapan yang baik dari masyarakat. Karena cukup berhasil menarik minat masyarakat dengan tampilan yang unik dan menarik, serta dengan memberikan hadiah atau *give away* kepada pengunjung yang rajin mengunjungi perpustakaan keliling tersebut. Hal ini yang membuat masyarakat lebih bersemangat untuk mendatangi perpustakaan keliling yang datang. Perpustakaan keliling ini juga mendapat saran dari masyarakat agar mendatangi daerah yang cukup jauh dari perpustakaan agar memudahkan masyarakat dalam mencari referensi tanpa harus pergi jauh ke perpustakaan.

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa kegiatan persuasif seperti pojok baca masih perlu dilakukan sosialisasi yang lebih lagi agar dapat dimanfaatkan oleh masyarakat sebagaimana mestinya. Sementara perpustakaan keliling perlu menambah *route-route* tujuan untuk dikunjungi pada daerah yang belum pernah dikunjungi. Agar masyarakat didaerah tersebut dapat merasakan hal baru dalam menambah ilmu dan dapat meningkatkan taraf membacanya.

4. Pesan Persuasif

Berdasarkan hasil wawancara kepada pihak Dinas Kearsipan dan Perpustakaan Kabupaten Paser untuk meningkatkan minat baca masyarakat diantaranya spanduk-spanduk dan baliho-baliho.

Sejauh ini hanya beberapa saja pesan persuasif yang dilakukan, hal ini dikarenakan adanya perubahan yang awalnya Kantor Perpustakaan dan Arsip menjadi Dinas Kearsipan dan Perpustakaan ini berdasarkan Peraturan Daerah Kabupaten Paser Nomor 14 Tahun 2016 Tentang Pembentukan dan Susunan Perangkat Daerah. Dimana hampir seluruh pegawai di ganti oleh pegawai baru dan hanya beberapa pegawai saja yang masih tetap.

Berdasarkan uraian diatas, sejauh upaya pesan persuasif tersebut dilakukan terdapat peningkatan pada jumlah pengunjung, meski hanya dengan beberapa kegiatan saja yang dilakukan. Hal ini berarti pesan persuasif yang dilakukan oleh Dinas Kearsipan dan Perpustakaan sudah berjalan cukup efektif.

5. Saluran/Media Persuasif

Berdasarkan hasil wawancara kepada pihak Dinas Kearsipan dan Perpustakaan, media yang digunakan ialah seperti spanduk, baliho dan brosur-brosur. Namun ada hal yang baru yang dilakukan oleh Dinas Kearsipan dan Perpustakaan yakni membuat pojok baca pada kapal penyeberangan Grogot-Tanjung Aru. Kapal penyeberangan menjadi salah satu media yang digunakan oleh Dinas Kearsipan dan Perpustakaan untuk meningkatkan minat baca masyarakat hal ini dikarenakan rute penyeberangan kapal tersebut terbilang cukup lama yakni berkisar 8 jam. Hal yang membuat Dinas Kearsipan dan Perpustakaan membuat pojok baca pada kapal penyeberangan berharap agar penumpang dapat membaca buku selama perjalanan.

Selain itu Dinas Kearsipan dan Perpustakaan juga menggandeng pihak wartawan yang bertugas untuk mempublikasikan setiap kegiatan yang dilakukan Dinas Kearsipan dan Perpustakaan pada media-media seperti koran Kaltim Post, *facebook* dan *youtube*. Namun hingga saat ini, ternyata masih banyak yang belum mengetahui keberadaan perpustakaan itu sendiri, meski pihak Dinas Kearsipan dan Perpustakaan telah gencar melakukan pengenalan melalui media-media sosial, media cetak maupun media-media lainnya. Hal ini dapat di artikan bahwa kepedulian masyarakat mengenai membaca ini masih kurang dan hal ini bisa terjadi karena pengaruh teknologi yang sudah canggih sehingga masyarakat dapat mengakses informasi melalui *handphone* atau *smartphone* secara lebih cepat dan membuat perpustakaan seperti tidak terlalu diperlukan lagi oleh masyarakat.

6. Umpan Balik dan Efek

Dalam melakukan suatu kegiatan yang memiliki tujuan, umpan balik dan efek merupakan hasil yang ingin dicapai setelah melakukan kegiatan. Berdasarkan hasil wawancara dengan pihak Dinas Kearsipan dan Perpustakaan, perpustakaan mendapatkan umpan balik dan efek yang cukup baik yakni meningkatnya jumlah pengunjung. Hal ini dapat di artikan bahwa komunikasi persuasif yang dilakukan Dinas Kearsipan dan Perpustakaan cukup efektif.

7. Aspek-Aspek Minat Baca

Berdasarkan penelitian yang dilakukan peneliti, aspek afektif mencakup perasaan seseorang terhadap sesuatu yang diminati. Dalam hal ini dari wawancara dengan masyarakat mengenai kegiatan komunikasi persuasif yang dilakukan Dinas Kearsipan dan Perpustakaan dalam meningkatkan minat baca masyarakat. Seperti kegiatan persuasif perpustakaan keliling dengan penampilan yang unik dan menarik serta dihiasi dengan hal-hal yang lucu menimbulkan perasaan senang dari masyarakat dan membuat masyarakat tertarik untuk mendatangi perpustakaan keliling tersebut. Juga dengan memberikan hadiah atau give away setiap minggu kepada pengunjung yang paling sering datang merupakan salah satu yang dapat memicu masyarakat lebih senang mendatangi perpustakaan keliling, hal ini juga akan memberikan kepuasan sendiri kepada masyarakat karena tidak hanya mendapatkan ilmu pengetahuan, masyarakat juga mendapat hadiah yang dapat membuat semangat membaca masyarakat semakin meningkat.

Penutup

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan penelitian di lapangan mengenai peranan komunikasi persuasif dalam meningkatkan minat baca masyarakat di Dinas Kearsipan dan Perpustakaan Kabupaten Paser maka hasil penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut:

Peranan Komunikasi Persuasif Dalam Meningkatkan Minat Baca Masyarakat Di Dinas Kearsipan dan Perpustakaan Kabupaten Paser dapat dikatakan sudah cukup berhasil, hal ini terlihat dari jumlah pengunjung yang hadir dan juga tanggapan yang baik dari masyarakat. Namun kegiatan seperti pojok baca masih perlu dilakukan sosialisasi lagi karena masih kurang diminati masyarakat terutama dikalangan anak-anak muda. Peranan komunikasi persuasif ini juga di dukung oleh beberapa indikator pendukung di antaranya sumber, penerima, persepsi, pesan persuasif, dan saluran/media persuasif.

Saran

Berdasarkan hasil analisis dan penelitian di lapangan mengenai Peranan Komunikasi Persuasif Dalam Meningkatkan Minat Baca Masyarakat Di Dinas Kearsipan dan Perpustakaan Kabupaten Paser maka peneliti mencoba memberikan saran-saran kepada Dinas Kearsipan dan Perpustakaan Kabupaten Paser sebagai berikut:

1. Sebaiknya Dinas Kearsipan dan Perpustakaan Kabupaten Paser lebih gencar lagi untuk melakukan sosialisasi mengenai kegiatan komunikasi persuasif yang telah dilaksanakan seperti pojok baca yang masih kurang diminati masyarakat.
2. Sebaiknya Dinas Kearsipan dan Perpustakaan Kabupaten Paser membuat daftar *rute* perpustakaan keliling ke daerah-daerah desa atau sekolah yang jauh dari perpustakaan sekaligus untuk memperkenalkan perpustakaan umum yang ada di Kabupaten Paser kepada masyarakat yang masih belum

mengetahui keberadaan perpustakaan itu sendiri, serta memudahkan masyarakat yang ingin mencari referensi tanpa harus pergi jauh menuju perpustakaan.

3. Sebaiknya Dinas Kearsipan dan Perpustakaan Kabupaten Paser dapat mengadakan program beasiswa kuliah S1 jurusan Ilmu Perpustakaan sehingga akan terjaring SDM secara khusus menangani perpustakaan yang ada di Dinas Kearsipan dan Perpustakaan Kabupaten Paser. Sehingga tata kelola perpustakaan lebih tertata, dan pengembangan minat baca bisa lebih bervariasi.

Daftar Pustaka

BUKU:

- Abdulsyani. 2007. *Sosiologi Skematika, Teori dan Terapan*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Ahmadi, Abu. 2003. *Ilmu Sosial Dasar*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Barata, Atep Adya. 2003. *Dasar-dasar Pelayanan Prima*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka
- Bagong, Suyanto dan Sutinah. 2005. *Metode Penelitian Sosial: Berbagai Alternatif Pendekatan*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Devito, Joseph A. 2011. *Komunikasi Antar Manusia*. Pamulang-Tangerang Selatan: Karisma Publishing Group
- Effendy, U. Onong. 2009. *Human Relation & Public Relation*. Bandung: Mandar Maju.
- _____. 2011. *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Hartomo, H. Dan Arnican Aziz. 1999. *Ilmu Sosial Dasar*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Hurlock, E.B. 1980. *Psikologi Perkembangan: Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan (Fifth Ed.)*. Alih bahasa oleh Istiwidayanti & Soedjarwo. Jakarta: Erlangga
- Kriyantono, Rachmat. 2008. *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Milburga dkk. 1992. *Membina Perpustakaan Sekolah*. Yogyakarta: Kanisius.
- Milles, Mathew B. Dan Humberman, A. Michael. 2009. *Analisis Data Kualitatif. Penerjemah Tjetjep Rohendi Rohidi*. Jakarta: UI-Press.
- Moleong, L.J. 2011. *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Maurois, Andre. 1996. *Perpustakaan Umum Dan Pembangunan*. Jakarta: Pusat Pembinaan Perpustakaan.
- Mujiati, V. 2001. *Hubungan Antara Minat Baca dengan Prestasi Belajar Bahasa Indonesia Pada Siswa Kelas V SD Se-Gugus III Kecamatan Jetis Kota Yogyakarta*. Yogyakarta: FIP UNY

- Mulyana, Deddy. 2002. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya.
- Rakhmat, Jalaludin. 2008. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Rahim, Farida. 2008. *Pengajaran Membaca di Sekolah Dasar*. Jakarta: Bumi Aksara
- Ritonga, M. Jamiluddin. 2005. *Tipologi Pesan Persuasif*. Jakarta: PT Indeks
- Riyanto & Mahud, Waryani Fajar & Mokhammad. 2012. *Komunikasi Islam I (Perspektif Introgasi-Interkoneksi)*. Yogyakarta: Galuh Patria
- Sendjaja, S. Djuarsa. 1994. *Teori Komunikasi*. Jakarta: Universitas Terbuka.
- Singarimbun, Masri dan Sofian Effendi. 2008. *Metode Penelitian Survey*. Jakarta: LP3ES
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Administrasi*. Cetakan ke-17. Bandung: Alfabeta.
- _____. 2013. *Metode Penelitian (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Sulistyo, Basuki. 1993. *Pengantar Ilmu Perpustakaan*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Soemirat & Suryana, Soleh & Asep. 2016. *Komunikasi Persuasif*. Tangerang Selatan: Universitas Terbuka
- Suranto, A. W. 2005. *Komunikasi Perkantoran: Prinsip Komunikasi untuk Meningkatkan Kinerja Perkantoran*. Yogyakarta: Media Wacana.
- Sutarno NS. 2003. *Perpustakaan dan Masyarakat*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia
- Wahadaniah, Herman. 1997. *Perpustakaan Sekolah Sebagai Sarana Pengembangan Minat dan Kegemaran Membaca*. Jakarta: Departemen Pendidikan dan Kebudayaan.
- Wahyu. 2005. *Wawasan Ilmu Sosial Dasar*. Surabaya: Usaha Nasional.
- Walgito, Bimo. 2003. *Psikologi Sosial*. Yogyakarta: Andi Yogyakarta.

INTERNET:

- Admin PNRI. Buku Panduan Penyelenggaraan Perpustakaan Umum. www.pnri.com. diakses 23 Oktober 2016
- <http://kbbi.web.id/metode> diakses pada 7 Maret 2017
- Mikhael Gewati; 26 Agustus 2016; Minat Baca Indonesia Ada di Urutan ke-60 Dunia; Jakarta: Kompas.com, (Online), (<http://edukasi.kompas.com/>, diakses pada 13 November 2016)
- Warta DPR; 24 Mei 2016; Ini Penyebab Rendahnya Minat Baca Masyarakat Indonesia; Jakarta: Liputan6.com, (Online), (<http://news.liputan6.com/>, diakses pada 3 November 2016)
- R.Wartono; 5 Januari 2016; Kantor Perpustakaan Paser Belum Miliki Pustakawan Bersertifikat; Tana Paser: ANTARAKALTIM.com, (Online), (<http://m.antarakaltim.com/>, diakses pada 23 November 2016)

DOKUMEN:

Undang-Undang Dasar 1945

Undang-Undang Nomor 43 Tahun 2007 Tentang *Perpustakaan Nasional*

Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 Tentang *Pemerintah Daerah*

Peraturan Daerah Kabupaten Paser No. 22 Tahun 2008 tentang *Organisasi dan Tata Kerja Badan Perencanaan Pengembangan Pembangunan Daerah, Inspektorat dan Lembaga Teknis Daerah Kabupaten Paser*

SKRIPSI DAN JURNAL:

Rahman, Fadillah. 2013. *Upaya Kantor Perpustakaan Dan Arsip Kabupaten Paser Dalam Meningkatkan Minat Membaca Masyarakat Di Perpustakaan Umum Kabupaten Paser*. Samarinda: Universitas Mulawarman

Afiati, Aen Istianah. 2015. *Komunikasi Persuasif Dalam Pembentukan Sikap (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Pelatih Militer Tamtama TNI AD di Sekolah Calon Tamtama Rindam IV Diponegoro Kebumen)*. Yogyakarta: Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Kalijaga.