

GAYA KOMUNIKASI KOMUNITAS RUANG BACA CIKETINGUDIK DALAM UPAYA MENINGKATKAN MINAT BACA DAN KREATIFITAS ANAK-ANAK

Yudhistira Ardi Poetra¹

Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

Iyad Aufajar Winanto²

Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

ABSTRAK

Kemajuan teknologi media komunikasi seperti *smartphone* berdampak pada rendahnya minat membaca pada anak-anak. Pendampingan terhadap anak-anak dalam menumbuhkan kembali minat baca dan meningkatkan kreatifitas mereka sangat perlu sekali. Gaya komunikasi perlu diperhatikan dalam upaya meningkatkan minat baca dan kreatifitas pada anak-anak. Tujuan penelitian ini adalah untuk menjelaskan bagaimana gaya komunikasi Komunitas Ruang Baca Ciketingudik dalam meningkatkan minat baca dan kreatifitas anak-anak. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif sebagai metode atau cara untuk mencapai tujuan penelitian. Dalam penelitian ini, yang menjadi objek adalah gaya komunikasi Komunitas Ruang Baca Ciketingudik dalam upaya meningkatkan minat baca dan kreatifitas anak-anak. Sementara yang menjadi subjek penelitian adalah Komunitas Ruang Baca Ciketingudik. Lokasi penelitian berada di Kel. Ciketingudik, Kec. Bantar Gebang, Kota Bekasi, Jawa Barat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Komunitas Ruang Baca Ciketingudik menggunakan gaya komunikasi dalam meningkatkan upaya meningkatkan minat baca dan kreatifitas anak-anak, yaitu *the equalitarian style, the dinamic style, the controlling style, the structuring style, dan the relinquishing style*.

Kata kunci: Gaya Komunikasi, Komunitas Ruang Baca, Minat Baca

ABSTRACT

Advances in communication media technology such as smartphones have an impact on children's low interest in reading. Assistance for children in regenerating interest in reading and increasing their creativity is very necessary. Communication style needs to be considered in an effort to increase interest in reading and creativity in children. The purpose of this research is to explain how the communication style of the Ciketingudik reading room community in increasing children's interest in reading and creativity. This research uses a qualitative approach as a method or way to achieve research's purpose. In this research, the object is the communication style of the Ciketingudik Reading Room Community in effort to increasing children's interest in reading and creativity. And the research subject is the Ciketingudik Reading Room Community. The research location is in Ciketingudik Village, Bantar Gebang District, Bekasi City, West Java. The results showed that the Ciketingudik Reading Room Community used communication styles. in increasing efforts to increase children's reading interest and creativity, that is the equalitarian style, the dinamic style, the controlling style, the structuring style, dan the relinquishing style.

Keywords: *Communication Style, Reading Room Community, Reading Interest*

¹ Yudhistira Ardi Poetra. Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Jl.Perjuangan No. 1, Marga Mulya, Bekasi Utara. Email: ardiyudhis@gmail.com

² Iyad Aufajar Winanto. Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Jl.Perjuangan No. 1, Marga Mulya, Bekasi Utara. Email: aufajariyad19@gmail.com

PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi media dan komunikasi membuat suatu budaya baru bagi di tengah peradaban dunia. Perkembangan teknologi membuktikan bahwa banyak hal yang sudah bisa dilakukan secara praktis oleh mesin dan manusia tinggal menjalankannya saja. Akan tetapi, pesatnya perkembangan teknologi ternyata tak hanya menjadi sesuatu yang positif bagi masyarakat. Kemajuan teknologi media dan komunikasi menimbulkan dampak negatif untuk perkembangan pendidikan anak-anak. Kecenderungan anak-anak yang kini banyak dimanjakan oleh teknologi komunikasi seperti *smartphone* membuat mereka seola-olah tidak bisa hidup tanpa *smartphone* tersebut.

Banyak aktivitas positif yang sebenarnya bisa dilakukan oleh anak-anak dengan *smartphone*, seperti bermain game, menonton video, mendengar musik, membaca komik, maupun hal-hal kreatif lainnya. Sayangnya hal ini tidak diiringi dengan aktivitas tanpa *smartphone* yang membuat anak-anak tampak hanya asyik dengan dunia mereka saja dan menghiraukan interaksi sosial, baik dengan keluarga maupun lingkungan. Sifat anak-anak yang memang gemar bermain membuat mereka sukar untuk membagi waktu kapan bermain dengan *smartphone* dan kapan beraktivitas dengan sekitar. Lambat laun kebiasaan buruk seperti itu bisa membuat perkembangan anak akan buruk seiring bertambahnya usia mereka.

Kecanggihan *smartphone* juga berdampak pada rendahnya minat baca anak-anak terhadap buku. Berdasarkan data yang diinput dari UNESCO, Indonesia berada pada urutan kedua dari bawah di dunia mengenai kemampuan literasi, dengan kata lain minat baca orang Indonesia termasuk pada kategori sangat rendah. Minat baca masyarakat Indonesia dapat dikatakan menyedihkan, karena hanya 0,001%. Ini maknanya, hanya terdapat 1 orang yang rajin membaca dalam 1.000 orang di Indonesia (Aryani, 2022). Rendahnya minat baca yang terjadi pada masyarakat Indonesia secara tidak langsung menyatakan bahwa keinginan masyarakat untuk meningkatkan literasi media sangat lemah. Angka ini berpotensi akan semakin lebih rendah jika saja generasi penerus yang sedari dini atau pada usia anak-anak sudah tidak terbiasa lagi untuk membaca karena sudah terkalahkan secara telak oleh ketergantungan mereka dalam menggunakan *smartphone*.

Pendampingan terhadap anak-anak dalam menumbuhkan kembali minat baca dan meningkatkan kreatifitas mereka sangat perlu sekali. Pendampingan ini bisa dilakukan oleh orangtua secara ketat dan tegas dari rumah dan bisa juga dilakukan oleh lingkungan yang peduli dengan perkembangan pendidikan dan pengetahuan anak-anak. Di Kota Bekasi, lebih tepatnya di Kelurahan Ciketingudik, Kelurahan Bantar Gebang, terdapat sekelompok pemuda yang memahami krisis tersebut dan membuat komunitas ruangbaca. Di sana, anak-anak diajak untuk membaca, berhitung, mewarnai, menggambar, bercerita, atau apapun yang bisa meningkatkan kreatifitas mereka dan mengurangi aktivitas menggunakan *smartphone*.

Merangkul dan mengajak anak-anak untuk mengurangi bermain *smartphone* tentu saja bukan perkara mudah. Oleh karena itu gaya komunikasi sangat penting untuk diperhatikan. Gaya komunikasi merupakan cara agar bisa berinteraksi dengan cara verbal atau non verbal untuk memberi simbol bagaimana pesan atau makna yang sebenarnya mesti bisa dipahami atau dapat dimengerti (Allen, 2006). Gaya komunikasi yang baik oleh Komunitas Ruang Baca Ciketingudik digunakan bukan hanya kepada anak-anak yang akan beraktivitas bersama komunitas tersebut, melainkan juga kepada orangtua dan lingkungan sekitar.

Komunitas Ruang Baca Ciketingudik biasa mengadakan kegiatan belajar membaca, menulis, dan menghitung bersama anak-anak yang tinggal di Kelurahan Ciketingudik setiap satu kali dalam seminggu yaitu di hari Minggu. Komunitas ini memiliki tempat yang difasilitasi oleh Ketua RW 01, Kelurahan Ciketingudik guna melakukan setiap kegiatan yang mereka adakan. Komunitas ini memiliki bermacam-macam buku anak-anak mulai dari buku pelajaran, komik, atau

buku-buku lainnya yang bisa dibaca oleh anak-anak. Komunitas ini memiliki gaya komunikasi yang sangat menarik sehingga anak-anak di lingkungan sekitar mereka mau untuk datang setiap minggunya untuk belajar membaca dan melakukan permainan yang bisa meningkatkan kreatifitas.

Dengan mempertimbangkan latar belakang masalah tersebut, tujuan penelitian ini adalah untuk menjelaskan bagaimana gaya komunikasi Komunitas Ruang Baca Ciketingudik dalam meningkatkan minat baca dan kreatifitas anak-anak. Penelitian ini bermanfaat untuk menjadi rujukan serta informasi bagi komunitas-komunitas atau organisasi lainnya agar lebih cekatan dalam memilih gaya komunikasi khususnya dalam upaya meningkatkan kualitas pendidikan dan minat baca anak-anak.

LANDASAN TEORI

Komunikasi Organisasi

Komunikasi organisasi merupakan sebuah cara di mana pengirim dan penerima berbagai pesan di dalam sebuah kelompok yang bersifat formal, semi formal, atau kelompok yang non formal di suatu organisasi. Apabila sebuah organisasi menjadi semakin besar dan memiliki permasalahan yang rumit, maka dapat mengakibatkan semakin peliknya proses komunikasi yang dihasilkan dalam organisasi tersebut. Sebaliknya, jika sebuah organisasi yang cenderung kecil dan beranggotakan mungkin hanya berjumlah tiga atau empat orang, proses komunikasi yang terjadi pada masing-masing anggotanya akan sedikit dapat dikendalikan, meskipun tidak menutup kemungkinan munculnya kompleksitas pada organisasi tersebut jika komunikasi yang berlangsung di antara mereka juga kompleks.

Komunikasi organisasi dapat bersifat formal dan non formal. Komunikasi yang bersifat formal merupakan proses komunikasi yang disepakati oleh setiap anggota pada organisasi itu sendiri dan memiliki karakter yang berorientasi pada kepentingan organisasi tersebut. Isinya bisa berupa metode kerja yang diterapkan dalam organisasi tersebut, tingkat produktivitas, dan berbagai kegiatan atau pekerjaan lainnya yang harus dilakukan dalam sebuah organisasi, misalnya: kebijakan organisasi, peraturan, catatan, pernyataan, konferensi pers, atau bisa juga surat-surat resmi. Beda dengan komunikasi informal, bentuk komunikasi yang seperti ini lebih bersifat mengalir secara sosial saja. Orientasinya bukanlah pada apa saja yang berkaitan dengan organisasi, tapi lebih ditujukan kepada setiap anggotan organisasi secara individual (Wiryanto, 2004).

Terdapat empat tujuan dari komunikasi organisasi menurut Muhammad Arni (2009: 372):

1. Komunikasi organisasi bertujuan untuk menyatakan sebuah gagasan, pandangan, pemikiran, atau pendapat. Hal ini dapat memberi peluang bagi pemimpin atau ketua organisasi tersebut dan juga setiap anggotanya untuk menyatakan gagasan, pandangan, pemikiran, atau pendapat yang berhubungan dengan tugas atau kewajiban yang harus mereka lakukan.
2. Komunikasi organisasi bertujuan untuk membagikan informasi. Hal ini dapat memberi peluang kesempatan kepada semua perangkat organisasi untuk menyampaikan semua informasi dan memberi pesan yang sama atas kebijakan, cita-cita, visi misi, tugas pokok, atau fungsi organisasi, sub organisasi, individu pada anggota organisasi, dan juga setiap kelompok kerja yang terdapat dalam organisasi tersebut.
3. Komunikasi organisasi bertujuan untuk mengekspresikan perasaan atau emosi. Hal ini dapat memberi peluang bagi pemimpin atau ketua dari sebuah organisasi dan juga setiap anggota organisasi yang ada di sana untuk saling bertukar pesan atau informasi yang ada kaitannya dengan perasaan atau emosi.

4. Komunikasi organisasi bertujuan untuk membuat sebuah tindakan koordinasi. Hal ini bertujuan mengkoordinasikan sebagian atau keseluruhan tindakan yang berkaitan dengan visi misi, tugas pokok, dan juga fungsi dari setiap organisasi yang sudah dibagi habis ke dalam bahagian atau sub-bagian dari organisasi. Organisasi yang tidak melakukan koordinasi dan tidak memiliki komunikasi yang baik, itu menandakan bahwa organisasi tersebut hanya menampilkan aspek individual saja melainkan bukan mencerminkan atau menggambarkan aspek kerja sama yang terjalin pada organisasi tersebut.

Komunitas

Komunitas adalah perkumpulan yang terdiri dari kelompok sosial dari berbagai macam organisme dan berranekaragam lingkungan, yang pada dasarnya memiliki tempat tinggal atau tempat berkumpul serta memiliki kesamaan dan ketertarikan pada satu atau beberapa bidang. Dalam sebuah komunitas, setiap individu yang berada di dalamnya memiliki rasa saling percaya, kebutuhan atas sebuah resiko, sumber daya, maksud dan tujuan, pilihan dan berbagai hal lainnya yang serupa atau sama. Menurut Hermawan Kertajaya (2008), komunitas merupakan sekelompok orang-orang yang mempunyai kepedulian antara satu dengan yang lainnya lebih dari kewajiban atau yang semestinya. Ini dapat disimpulkan bahwa komunitas merupakan sekelompok orang yang saling membantu atau saling mendukung satu sama lain.

Iriantara (2004: 22) mengartikan komunitas sebagai sekumpulan orang yang berada dalam lingkungan tertentu serta mempunyai kepentingan yang sama dan saling berkaitan satu dengan yang lain. Ini maknanya, sebuah komunitas adalah bahagian kecil dari sebuah wadah atau tempat yang bernama organisasi, dan dapat pula dikatakan bahwa komunitas tidaklah jauh berbeda dengan organisasi yang mana di dalamnya terdapat kebebasan dan hak individu dalam kehidupan bersosial yang berkumpul, berkelompok, atau berserikat serta mengeluarkan argumentasi atau pendapat.

Menurut Ambar (2004) sebuah komunitas dapat menjadi lebih baik ketika memiliki kompetensi-kompetensi berikut ini:

1. Kemampuan untuk mengidentifikasi masalah atau promelatika dan apa saja yang dibutuhkan oleh komunitas tersebut.
2. Menentukan tujuan yang ingin dicapai dan mempunyai skala prioritas dari masing-masing tujuan tersebut.
3. Kemampuan untuk menemukan dan menyepakati cara atau metode serta alat untuk mewujudkan sebuah tujuan.
4. Kemampuan untuk saling bekerjasama dari semua anggota komunitas secara rasional dalam mencapai sebuah tujuan.

Gaya Komunikasi

Setiap individu memiliki gaya komunikasi beraneka ragam bentuk dan terkadang menjadi karakteristik yang melekat pada mereka. Tubbs & Moss (dalam Ruliana, 2014: 31-32) mendefinisikan gaya komunikasi sebagai seperangkat perilaku antarindividu yang terkhususkan dan dispesialisasikan yang mana akan digunakan dalam situasi atau kondisi tertentu. Setiap gaya komunikasi dilandasi atas sekumpulan perilaku komunikasi yang digunakan untuk memperoleh tanggapan, *respond*, atau balasan tertentu dalam situasi atau kondisi yang tertentu pula. Kesesuaian dari sebuah gaya komunikasi yang digunakan oleh individu atau sekelompok individu, sangat tergantung pada maksud atau tujuan dari pengirim pesan (komunikator) dan harapan yang diinginkan oleh penerima (komunikan).

Tubbs & Moss (2014: 31-32) mengklasifikasikan ada enam gaya komunikasi yang dapat diterapkan dalam sebuah organisasi, di antaranya:

1. *The controlling style*

Gaya komunikasi *the controlling style* memiliki perilaku komunikasi yang dianggap mampu mengendalikan sebuah komunikasi dan biasanya cenderung ditandai dengan adanya satu keinginan, kehendak atau maksud tujuan guna membatasi, memaksa dan mengatur pikiran atau perilaku dan *feedback* atau tanggapan dari lawan bicara atau lingkungan mereka. Individu atau sekelompok orang yang biasa menggunakan gaya komunikasi ini biasanya menggunakan pola komunikasi yang bersifat satu arah (*one way communication*).

Orang-orang yang biasa menggunakan gaya komunikasi *controlling style* ini, mereka lebih terfokus dan terpusat pada cara pengiriman pesan. Mereka biasanya tidak memiliki rasa tertarik dan perhatian pada tanggapan atau *feedback* yang diberikan oleh lawan bicaranya, kecuali jika *feedback* atau *respond* tersebut dianggap berguna bagi kepentingan mereka. Para komunikator yang gemar menggunakan komunikasi satu arah cenderung tidak memperdulikan pandangan atau tanggapan negatif atau buruk dari lingkungannya, melainkan lebih melihat pada usaha mereka menggunakan kekuatan, kewenangan, dan kekuasaan yang mereka miliki untuk menggiring orang lain agar mematuhi pandangan atau gagasan mereka.

2. *The equalitarian style*

Gaya komunikasi ini memiliki aspek pentik di dalamnya yaitu adanya beberapa kesamaan yang mana ditandai juga dengan berlakunya arus penyebaran informasi atau pesan secara verbal baik lisan maupun tulisan dan bersifat dua arah (*two way communication*). Dalam gaya komunikasi *equalitarian style* ini, aktivitas komunikasi dilakukan dengan terbuka, yang mana ini bisa diartikan bahwa setiap anggota organisasi dapat berkomunikasi secara rileks, santai, dan tidak berlangsung secara formal. Individu atau kelompok yang biasa menggunakan gaya komunikasi ini adalah individu-individu yang mempunyai rasa peduli yang sangat tinggi serta diiringi kemampuan menjalin hubungan yang baik dengan orang lain, baik dalam hubungan masing-masing baik secara pribadi maupun berada di dalam lingkungan dari ikatan kerja.

Gaya komunikasi ini sangat memudahkan aktivitas komunikasi yang terjalin di dalam ruang lingkup organisasi. Hal ini dikarenakan gaya komunikasi ini sangat efektif dalam memelihara rasa empati dan kerja sama, khususnya di saat situasi pengambilan sebuah keputusan dalam suatu permasalahan yang kompleks atau rumit. Dengan gaya komunikasi ini pula lah, lebih terjamin berlangsungnya penyampaian sebuah informasi atau pesan di antara semua anggota yang ada dalam suatu organisasi.

3. *The structuring style*

Gaya komunikasi *the structuring style* biasanya memanfaatkan berbagai pesan atau informasi secara verbal baik tulisan maupun lisan untuk menegaskan sebuah perintah yang harus dilakukan, pembagian jadwal tugas, pekerjaan-pekerjaan serta struktur dari suatu organisasi. Pengirim pesan atau komunikator yang gemar menggunakan gaya komunikasi ini cenderung lebih memfokuskan perhatian pada keinginan untuk memengaruhi penerima pesan atau komunikasi dengan aktivitas berbagi informasi atau pesan mengenai maksud dan tujuan organisasi, jadwal kerja, peraturan atau prosedur yang diberlakukan pada organisasi tersebut.

4. *The dynamic style*

The dynamic style communication atau gaya komunikasi dinamis mempunyai kecenderungan yang lebih agresif. Hal ini dikarenakan si komunikator atau pengirim pesan sangat mengerti bahwa lingkungan pekerjaan mereka memiliki orientasi kepada tindakan yang diambil (*action-oriented*). Gaya komunikasi *the dynamic style* kerap kali

digunakan oleh para petugas partai politik atau *supervisor* dari perusahaan-perusahaan yang membawa para *sales of promotion*. Gaya komunikasi ini bertujuan untuk menstimulasi atau merangsang orang-orang yang berada di lingkungannya agar mampu menghasilkan kecepatan dan kualitas kerja yang lebih baik. Gaya komunikasi ini juga bisa dikatakan lumayan efektif untuk dipakai sebagai solusi atas permasalahan-permasalahan yang serius dan menimbulkan krisis.

5. *The relinquishing style*

Gaya komunikasi *the relinquishing* cenderung lebih menginterpretasikan kesediaan untuk menerima berbagai saran, pendapat, opini dan juga gagasan dari orang lain, dibandingkan dengan keinginan mereka untuk memerintah, meskipun orang yang mengirimkan pesan atau komunikator tersebut memiliki hak untuk memanfaatkan kewenangan dan kekuasaan mereka memberikan sebuah perintah atau mengontrol orang lain. Pesan yang disampaikan melalui gaya komunikasi ini akan sangat efektif jika si pengirim pesan atau komunikator sedang menjalin kerja sama dengan orang-orang yang memiliki ilmu pengetahuan yang luas, banyak pengalaman, memiliki ketelitian serta siap untuk bertanggung jawab atas semua pekerjaan atau kewajiban yang dibebankan pada mereka.

6. *The withdrawal style*

Gaya komunikasi ini muncul diakibatkan oleh lemahnya kemampuan berkomunikasi si pengirim pesan, yang mana mereka tidak mempunyai *skill* yang mumpuni untuk berkomunikasi dengan orang lain. Individu atau kelompok orang yang menggunakan gaya komunikasi ini merupakan mereka yang tidak bisa menjalin hubungan komunikasi di saat ada persoalan-persoalan atau kompleksitas antar pribadi yang dihadapi oleh mereka. Mereka akan dengan mudahnya mengatakan bahwa mereka tidak ingin dilibatkan dalam sebuah persoalan yang muncul di lingkungan atau organisasi mereka dan mereka bahkan bermaksud untuk lepas dari segala tanggung jawab yang dibebankan kepada mereka. Hal itu juga lah yang mengindikasikan sebuah keinginan seseorang untuk menghindari akan munculnya kegiatan komunikasi dengan lawan bicaranya. Maka karena itu, *the withdrawal style* sangat tidak direkomendasikan dan tidak layak digunakan dalam komunikasi organisasi.

Minat Baca

Minat baca menurut pendapat Ginting (2005) adalah perasaan senang atau bentuk bahagia yang sangat kuat dari diri seseorang di saat mereka melakukan aktivitas membaca yang mana membutuhkan rangsangan untuk menjadikan hal tersebut sebagai suatu kebiasaan yang berulang-ulang. Sedangkan menurut Sandjaja (dalam Yetti, 2009) mengungkapkan bahwa minat membaca merupakan suatu kekuatan yang mampu mendorong individu terkhusus anak untuk mau memperhatikan, merasakan ketertarikan dan menyenangkan kegiatan membaca sehingga mereka membiasakan diri untuk melakukan kegiatan tersebut menjadi rutinitas mereka atas kemauan mereka sendiri. Minat membaca juga dipandang sebagai sesuatu yang menarik perhatian seseorang untuk membaca sebuah bacaan, akan tetapi jika dirasa tidak begitu menarik perhatian, maka hal tersebut tidak akan mereka baca. Oleh karena itu, minat baca bukanlah suatu hal yang bisa diwariskan atau muncul sedari lahir, melainkan sebuah kegiatan yang berproses dan mesti dilatih secara terus-menerus atau kontiniu, yang nantinya akan menumbuhkan sebuah kebiasaan membaca yang disertai kemauan dan kemampuan dalam membaca (Sutarno, 2006).

Terdapat aspek kognitif dan afektid yang ada pada minat seseorang (Hurlock, 1978). Yang pertama aspek kognitif. Ini bisa berupa konsep positif yang muncul dari seseorang terhadap suatu objek dan berfokus pada manfaat yang dihasilkan dari objek tersebut. Sedangkan aspek

afektif, ini melihatkan perasaan suka atau tidak suka serta kepuasan pribadi seseorang. Kemudian, terdapat pula aspek-aspek dari minat membaca yang mana di antaranya adalah:

1. Aspek kesadaran akan manfaat membaca. Aspek ini adalah suatu aspek yang menggambarkan seberapa jauh orang-orang menyadari, mengetahui dan memahami apa saja manfaat dari membaca.
2. Aspek perhatian terhadap membaca. Aspek ini adalah suatu aspek yang mengungkap dan menggambarkan suatu ketertarikan dan perhatian dari individu dalam membaca.
3. Aspek rasa senang. Aspek ini merupakan suatu aspek yang mengungkap dan menggambarkan seberapa besar rasa senang yang datang dari diri seseorang ketika mereka sedang membaca.
4. Aspek frekuensi. Aspek ini berbicara mengenai seberapa sering dan seberapa lama seseorang disaat melakukan kegiatan membaca.

METODE

Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif sebagai metode atau cara untuk mencapai tujuan penelitian. Pendekatan atau metode kualitatif merupakan cara yang digunakan dalam sebuah penelitian guna mencari tahu, menemukan, mendeskripsikan, dan menjelaskan sebuah kualitas atau keunikan yang muncul dari lingkungan dan dampak sosial, yang mana hal ini tidak dapat diukur atau digambarkan melalui perhitungan angka-angka dengan metode kuantitatif (Saryono, 2010). Penelitian ini menjelaskan bagaimana gaya komunikasi Komunitas Ruang Baca Ciketingudik dalam meningkatkan minat baca dan kreatifitas anak-anak.

Dalam penelitian ini, yang dijadikan objek penelitian adalah gaya komunikasi Komunitas Ruang Baca Ciketingudik dalam meningkatkan minat baca dan kreatifitas anak-anak. Sementara yang menjadi subjek penelitian adalah Komunitas Ruang Baca Ciketingudik. Lokasi penelitian berada di Jl. Lingkar Bambu, RT 02 RW 03, Kel. Ciketingudik, Kec. Bantar Gebang, Kota Bekasi, Jawa Barat.

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan dua macam metode, yakni data primer dan data sekunder. Untuk data primer, peneliti mendapatkannya melalui hasil wawancara dan observasi atau pengamatan langsung. Wawancara dilakukan dengan mengajukan pertanyaan terbuka terstruktur kepada informan yang merupakan penggagas dari Komunitas Ruang Baca Ciketingudik. Sedangkan observasi diperoleh melalui pengamatan peneliti selama mengikuti kegiatan yang dilakukan oleh Komunitas Ruang Baca Ciketingudik bersama anak-anak di lingkungan mereka. Sementara itu peneliti juga mendapatkan data melalui data sekunder, yaitu data-data yang didapatkan melalui studi literasi atau kepustakaan yang diperoleh dari buku-buku, artikel ilmiah, makalah ilmiah, maupun esai-esai ilmiah yang terdapat ada jurnal-jurnal dan memiliki kaitan dengan penelitian ini.

Penelitian ini menggunakan metode analisis data yang umum digunakan pada metode deskriptif kualitatif, yaitu di antaranya adalah reduksi, deskripsi, dan interpretasi. Peneliti mengumpulkan data di lapangan dengan menuliskan temuan-temuan ke dalam catatan kecil atas observasi yang dilakukan dan membuat transkrip hasil wawancara yang sudah didapatkan. Kemudian setelah itu, peneliti membuat beberapa kesimpulan-kesimpulan sementara dari data-data yang dianggap penting dan sekiranya sudah mewakili jawaban dari tujuan penelitian yang dirumuskan. Setelah itu, peneliti akan menganalisa dan mengonfirmasi data-data tersebut berdasarkan teori yang digunakan dan ditentukan sebelumnya. Untuk mendukung keabsahan data, peneliti juga melakukan triangulasi sumber dengan menambahkan beberapa informan pendukung, yakni beberapa anak yang mengikuti kegiatan bersama komunitas ruangbaca Ciketingudik dan beberapa orangtua yang mengizinkan anaknya untuk melakukan aktifitas bersama komunitas ruangbaca Ciketingudik.

HASIL

Komunitas Ruang Baca Ciketingudik dibentuk oleh sekelompok pemuda yang berdomisili di Kelurahan Ciketingudik, Kecamatan Bantar Gebang, Kota Bekasi, Jawa Barat. Komunitas ini diketuai oleh Muhammad Lutfi Iskandar. Nama ruang baca ini memang diambil dari nama daerah Ciketingudik. Ruang baca ini berdiri karena rasa sadar dan peduli terhadap pentingnya mengajak anak-anak untuk membaca dan beraktifitas di luar rumah, serta mengurangi ketergantungan terhadap *smartphone*. Keinginan awalnya adalah dalam satu Rukun Warga (RW) Ciketingudik terdapat satu ruang baca. Namun, karena ada beberapa hambatan hal tersebut belum terwujud dalam waktu dekat.

Upaya untuk meningkatkan minat baca dan kreatifitas anak-anak di daerah Kelurahan Ciketingudik sangat diperjuangkan oleh Komunitas Ruang Baca Ciketingudik. Komunitas ini menggunakan beberapa gaya komunikasi yang bertujuan untuk tingginya minat anak-anak beserta orangtua mereka untuk ikut dalam kegiatan yang dibuat oleh mereka minimal satu kali dalam satu minggu. Komunitas ini merasakan bahwa kemajuan teknologi terutama *smartphone* membuat kebutuhan dan keinginan anak-anak dalam membaca sangat rendah. Terlebih di saat sekolah dalam masa pandemi covid-19 pelajar diwajibkan belajar dari rumah mereka menggunakan *smartphone*. Hal tersebut membuat ketergantungan anak-anak terhadap *smartphone* lebih bahaya lagi.

Komunitas Ruang Baca Ciketingudik dominan menggunakan gaya komunikasi *equalitarian style* dalam upaya meningkatkan minat baca dan kreatifitas anak-anak. Gaya komunikasi ini sangat memudahkan jalannya komunikasi dua arah (*two way communication*) yang berlangsung, sebab gaya komunikasi ini sangat efektif dalam memelihara hubungan antar semua pelaku komunikasi yang terlibat. Komunitas Ruang Baca Ciketingudik suka mengajak diskusi anak-anak di sana apa yang mereka butuhkan agar suasana belajar dan bermain semakin nyaman. Semua saran anak-anak selalu mereka tampun untuk nantinya dipertimbangkan apakah bisa diwujudkan atau belum.

Komunikasi antara Komunitas Ruang Baca Ciketingudik dengan anak-anak berlangsung sangat erat dan saling peduli satu sama lainnya. Komunitas sangat mengayomi anak-anak agar selalu senang dan nyaman melakukan kegiatan bersama mereka. Rasa peduli ini juga terlihat pada kegiatan lainnya yang merupakan masukan yang datang yaitu les bahasa inggris dan pencak silat. Kegiatan ini diadakan setelah rutinitas mereka biasanya yaitu belajar membaca, menulis, dan menghitung. Kegiatan-kegiatan kreatif lainnya juga selalu diupayakan oleh Komunitas Ruang Baca Ciketingudik dengan menyediakan media grup whatsapp untuk sarana komunikasi antara komunitas dengan orangtua dari anak-anak.

Gaya komunikasi dinamis atau *the dynamic style* menjadi gaya komunikasi yang juga lumayan sering dipakai oleh Komunitas Ruang Baca Ciketingudik untuk merangsang keinginan anak-anak dalam membaca dan melakukan hal-hal kreatif. Media komunikasi seperti whatsapp dimanfaatkan oleh komunitas ini untuk merangkul elemen-elemen pemerintah seperti kelurahan, RT dan RW untuk mendukung kegiatan mereka. Setelah adanya komunikasi di grup whatsapp, anak-anak silih berganti datang ke Ruang Baca. Ada yang datang karena diminta orangtua mereka pada awalnya, namun setelah itu sangat banyak yang datang karena kemauan sendiri dan setelah nyaman beraktifitas di Ruang Baca.

Dinamika gaya komunikasi juga mereka gunakan dalam menjaga *mood* anak-anak. Naluri anak-anak yang sangat gemar bermain dibandingkan anak-anak menjadi hal yang mereka perhatikan agar tidak merasa ada tekanan selama berkegiatan. Rutinitas yang mereka lakukan dibarengi dengan wadah bermain untuk anak-anak yang sedang lelah untuk mengikuti kegiatan belajar membaca, menulis, atau menghitung. Rentang usia yang jauh dan perbedaan pola pikir

memaksa setiap individu yang berada di dalam komunitas ini untuk beradaptasi dan memahami apa yang diinginkan oleh anak-anak.

Suasana kondusif sedikit banyak menjadi pekerjaan rumah Komunitas Ruang Baca Ciketingudik selama melakukan kegiatan. Untuk itu komunitas ini juga menggunakan gaya komunikasi *controlling style*. *The controlling style* bertujuan untuk mengendalikan komunikasi dan membatasi tanggapan yang dihasilkan oleh lawan bicara agar sesuai dengan keinginan komunikator. Gaya komunikasi ini tidak bermaksud untuk terlalu memaksakan kehendak, melainkan agar jalannya komunikasi tetap terkendali. Gaya komunikasi ini diimplementasikan oleh Komunitas Ruang Baca Ciketingudik dengan meminta anak-anak yang datang ke Ruang Baca untuk tidak membawa *handphone*. Hal ini dapat sangat efektif membuat konsentrasi anak-anak tidak buyar. Namun, komunitas ini tidak melarang anak-anak yang datang hanya sekedar bermain dan bertemu dengan teman-teman sebaya.

Hadirnya media komunikasi punya andil positif untuk Komunitas Ruang Baca Ciketingudik dalam membangun komunikasi. Kemajuan teknologi membuat komunitas ini juga menggunakan *the structuring style* atau gaya komunikasi yang terstruktur untuk membangun dan memanfaatkan berbagai pesan atau informasi secara verbal baik yang berupa tertulis maupun lisan untuk memfokuskan pesan komunikasi yang diharapkan sampai. Komunitas Ruang Baca Ciketingudik senang membagikan kegiatan-kegiatan yang mereka lakukan untuk mempengaruhi anak-anak ikut dalam kegiatan mereka.

Sebagai pelaku komunikasi yang baik, Komunitas Ruang Baca Ciketingudik juga menerima segala saran baik dan kritik membangun dari pihak-pihak yang menyaksikan dan berkaitan dengan komunitas ini. Cara ini juga merupakan wujud aplikasi dari gaya komunikasi *relinquishing style* yang mana gaya ini cenderung lebih menggambarkan kesediaan pembuat atau pengirim pesan (komunikator) untuk menerima segala pendapat ataupun masukan yang menjadi *feedback* dari orang-orang di sekitar sebagai komunikasi. Ini jauh lebih baik dibandingkan keinginan tinggi mereka untuk mengontrol penuh suasana komunikasi yang berlangsung, walaupun mereka bisa saja mempunyai hak atau kewenangan untuk memerintah dan mengontrol dan berkuasa atas orang lain. Saran-saran yang berdatangan baik dari orangtua dari anak-anak, lingkungan di kelurahan, termasuk perangkat kelurahan mereka dengar dan diskusikan kembali.

Sejauh ini, Komunitas Ruang Baca Ciketingudik juga belum pernah gagal dalam melakukan komunikasi dengan siapapun yang berada di lingkungan mereka. Mereka selalu mencoba mencari solusi atas apapun yang menjadi rintangan dan hambatan selama melakukan kegiatan. Maka dari itu, komunitas ini tidak pernah melakukan gaya komunikasi yang paling jelek di antara gaya komunikasi lainnya, yaitu *withdrawal style*.

SIMPULAN

Komunitas Ruang Baca Ciketingudik melakukan beberapa gaya komunikasi dalam upaya meningkatkan minat baca dan kreatifitas anak-anak, yaitu:

1. *The equalitarian style*, dengan menciptakan komunikasi dua arah yang baik dan membangun rasa peduli pada anak-anak.
2. *The dynamic style*, untuk merangsang keinginan anak-anak dalam membaca dan melakukan hal-hal kreatif.
3. *The controlling style*, bertujuan untuk mengendalikan jalannya kegiatan agar tetap kondusif dan tidak terganggu dengan aktifitas-aktifitas yang lain.
4. *The structuring style*, melalui membagikan kegiatan-kegiatan yang mereka lakukan untuk mempengaruhi anak-anak ikut dalam kegiatan mereka pada media komunikasi.
5. *The relinquishing style*, terlihat dengan penerimaan segala saran baik dan kritik membangun dari pihak-pihak yang menyaksikan dan berkaitan dengan komunitas ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Allen J. L., Rybczyk E.J., dan Judd B. (2006). Communication Style and the Managerial Effectiveness of Male and Female Supervisors. *Journal of Business & Economics Research: University of New Heaven*, 4(8), 7-18.
- Arni, Muhammad. (2009). *Komunikasi Organisasi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Aryani, Cita. (2022, January 8). *Rendahnya Minat Baca Masyarakat Indonesia Sangat Menghawatirkan*. Retrieved from <https://padang.harianhaluan.com/tren-lifestyle/pr-1062335060/rendahnya-minat-baca-masyarakat-indonesia-sangat-menghawatirkan#:~:text=Berdasarkan%20data%20UNESCO%2C%20Indonesia%20mempati,1%20orang%20yang%20rajin%20membaca.>
- Ginting, V. (2005). Penguatan Membaca, Fasilitas Lingkungan Sekolah dan Keterampilan Dasar Membaca Bahasa Indonesia serta Minat Baca Murid. *Jurnal Pendidikan Penabur*, 4(4), 17-35.
- Hurlock, Elizabeth B. (1978). *Perkembangan Anak*. Jakarta: Erlangga.
- Iriantara, Yosol. (2004). *Community Relations Konsep dan Aplikasinya*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Kertajaya, Hermawan. (2008). *Arti Komunitas*. Jakarta: Gramedia Pustaka.
- Ruliana, P. (2014). *Komunikasi Organisasi: Teori dan Studi Kasus*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Saryono. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Alfabeta.
- Wiryanto. (2004). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. Grasindo.
- Yetti, Rivda. (2009). Pengaruh Keterlibatan Orangtua terhadap Minat Membaca Anak ditinjau dari Pendekatan Stres Lingkungan. *Pedagogi: Jurnal Ilmiah Pendidikan*, 9(1), 17-28.