

**Program SEBAYA (Semarak Membaca dan Berkarya) Kolaborasi dengan  
Perpustakaan Provinsi Jawa Tengah Sebagai PIC Partnership dan Humas**

Sepnabila Putri Armaya, Triyono Lukmantoro

[sepnabilaputriarmaya@gmail.com](mailto:sepnabilaputriarmaya@gmail.com)

**Program Studi Ilmu Komunikasi**

**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro**

**Jl. Prof. Soedarto, SH, Tembalang, Semarang Kotak Pos 1269 Telepon (024) 746407**

**Faksimile (024) 746504 Laman: <https://fisip.undip.ac.id/> Email: [fisip@undip.ac.id](mailto:fisip@undip.ac.id)**

***ABSTRACT***

*SEBAYA (Semarak Membaca dan Berkarya) is a collaboration between Communication Studies students from Diponegoro University and the Central Java Provincial Library to increase reading interest and library visits. This event took place over two weeks, from November 1-15, 2024, with activities such as a book bazaar, field trips, storytelling competitions, vlog competitions, and iJateng socialization. The main goal of this program is to increase library visits by 10,000 visitors, addressing the problem of low visits, which only increased by an average of 2,000 visitors per month. The strategies used included the message "Semarak Membaca dan Berkarya" (The Spirit of Reading and Creating), media strategy, gamification, and AIDA, with public relations and integrated marketing communication tactics. The evaluation results showed an increase in visits, participation from more than 30 schools, support from sponsors and media partners, and the achievement of engagement. This success confirms the effectiveness of planned communication strategies in increasing public literacy.*

***Keywords: Event Management, Karya Bidang, AIDA, Integrated Marketing Communication, Public Relation, Media Strategy***

## ABSTRAK

Program SEBAYA (Semarak Membaca dan Berkarya) adalah kolaborasi antara mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Diponegoro dan Perpustakaan Provinsi Jawa Tengah untuk meningkatkan minat baca dan kunjungan perpustakaan. Acara ini berlangsung selama dua minggu, dari 1-15 November 2024, dengan kegiatan seperti bazar buku, *field trip*, lomba bercerita, lomba vlog, dan sosialisasi iJateng. Tujuan utama program ini adalah meningkatkan kunjungan perpustakaan sebesar 10.000 pengunjung, mengatasi masalah rendahnya kunjungan yang hanya meningkat rata-rata 2.000 pengunjung per bulan. Strategi yang digunakan mencakup pesan "Semarak Membaca dan Berkarya," strategi media, *gamification*, dan AIDA, dengan taktik *public relations* dan *integrated marketing communication*. Hasil evaluasi menunjukkan peningkatan kunjungan, partisipasi lebih dari 30 sekolah, dukungan sponsor dan media partner, serta tercapainya *engagement*. Keberhasilan ini menegaskan efektivitas strategi komunikasi terencana dalam meningkatkan literasi masyarakat.

**Kata Kunci:** *Event Management, Karya Bidang, AIDA, Integrated Marketing Communication, Public Relation, Media Strategy*

## PENDAHULUAN

Rendahnya kunjungan ke Perpustakaan Provinsi Jawa Tengah menunjukkan kurangnya minat masyarakat dalam memanfaatkan fasilitas yang ada, meskipun berbagai program dan inovasi telah dilakukan. Hal ini menjadi tantangan dalam memaksimalkan potensi perpustakaan sebagai sumber informasi dan edukasi bagi masyarakat.

Laporan Perpustakaan Nasional Indonesia (Perpusnas) pada tahun 2023 menunjukkan minat baca masyarakat Indonesia berada di angka 66,77 poin, mengindikasikan adanya peningkatan meski tantangan penguatan budaya membaca tetap ada. Perpustakaan, sebagai pusat sumber informasi, berperan penting dalam mendukung minat baca ini. Data terbaru di tahun 2024 menunjukkan peningkatan Tingkat Gemar Membaca (TGM) Indonesia menjadi 72,44 poin, menandakan kemajuan positif dalam upaya meningkatkan minat baca.

Peningkatan kualitas layanan dan fasilitas perpustakaan, baik fisik maupun digital, mendukung kebiasaan membaca masyarakat. Perpusnas berupaya meningkatkan fasilitas perpustakaan seperti ruang baca nyaman dan akses digital. Dengan akses yang mudah, diharapkan

kunjungan dan minat baca masyarakat meningkat.

Guna meningkatkan kunjungan perpustakaan dan minat baca masyarakat di Indonesia, diperlukan strategi yang relevan dengan tren terkini, seperti memanfaatkan topik hangat dan melibatkan edukator serta kreator konten digital. Perpustakaan, sebagai pusat informasi dan edukasi, perlu berinovasi dalam layanan dan fasilitas, termasuk memanfaatkan media sosial, untuk menarik perhatian masyarakat dan meningkatkan akses informasi yang lebih luas, mengingat peran pentingnya dalam mendukung perkembangan masyarakat.

Perpustakaan Provinsi Jawa Tengah, yang juga dikenal sebagai Perwil, didirikan pada 1 Agustus 1951 sebagai Perpustakaan Negara Semarang. Melalui beberapa perubahan status, perpustakaan ini dipimpin oleh Kepala Perpustakaan Nasional Provinsi dan bertanggung jawab kepada Kepala Perpustakaan Nasional Republik Indonesia. Dinas Kearsipan dan Perpustakaan Provinsi Jawa Tengah memiliki 5 bidang dan 1 sekretariat, dengan dua urusan perpustakaan yang terletak di Jalan Sriwijaya dan Sronol, Kota Semarang.

Dinas Kearsipan dan Perpustakaan Jawa Tengah menghadapi tantangan

pendanaan dan kekurangan sumber daya manusia, terutama dengan banyaknya pegawai yang akan pensiun dan minimnya pengganti, meski sarana dan prasarana yang ada sudah memadai. Pasca pandemi, perpustakaan beralih ke layanan digital iJateng, namun kunjungan luring menurun akibat perubahan kebiasaan membaca dan rendahnya minat baca. Untuk mengatasi hal ini, perpustakaan mulai memanfaatkan media sosial seperti Instagram dan Facebook pada tahun 2023.

Penelitian menunjukkan bahwa aplikasi iJateng menghadapi kendala operasional dan sosialisasi, sementara bazar buku yang diselenggarakan oleh Dinas Kearsipan dan Perpustakaan Jawa Tengah bersama Paguyuban Penerbit Yogyakarta, termasuk Gramedia, berhasil menarik pengunjung dengan buku murah dan beragam, terutama kategori keagamaan dan komik. Kegiatan ini, bersama lomba-lomba berbasis membaca, bertujuan membiasakan masyarakat dengan kegiatan membaca, meningkatkan kunjungan perpustakaan, dan membentuk kebiasaan berkelanjutan.

*Storytelling*, menurut penelitian efektif meningkatkan keterampilan berbicara dan berbahasa. Kegiatan ini, berbeda dengan buku pelajaran yang membosankan, memungkinkan siswa aktif berkarya (Ulumudin, 2017). Siswa lebih

menyukai edukasi melalui suara dan ekspresi, yang penting mengingat banyak buku teks sulit dipahami (Putra, 2020).

Buku elektronik muncul sebagai solusi atas keterbatasan sumber bacaan di Indonesia, terutama karena tantangan geografis dalam distribusi buku cetak (Permatasari et al., 2022). Buku elektronik mengurangi biaya produksi dan pembelian, serta memungkinkan pembaruan otomatis tanpa distribusi ulang yang rumit. Selain itu, buku elektronik dapat mencakup materi pelajaran dan non-pelajaran, sehingga sosialisasi buku elektronik penting untuk distribusi bacaan yang lebih merata.

Penelitian menunjukkan bahwa buku elektronik meningkatkan minat baca siswa, dengan rata-rata peningkatan mencapai 40,2% (Yulianti et al., 2019). Hal ini disebabkan oleh kemudahan akses dan tambahan materi pembelajaran seperti video dan kuis. Ketersediaan buku elektronik juga mendorong kunjungan ke perpustakaan, karena siswa terbiasa menggunakan teknologi untuk mencari bahan bacaan yang relevan dan terkini (OECD, 2022). Pemanfaatan sumber daya digital di perpustakaan dapat meningkatkan partisipasi masyarakat dalam kegiatan membaca.

Media sosial digunakan untuk mempromosikan perpustakaan secara

persuasif, memanfaatkan kebiasaan digital kalangan muda (Fani & Alamiyah, 2024). Kalangan muda dengan minat berbahasa dapat menggunakan media digital untuk berlatih dan menarik perhatian perpustakaan (Fadillah & Dini, 2021). Mini challenge dengan hadiah efektif meningkatkan minat dan loyalitas masyarakat terhadap program (Wasilah et al., 2021). Hal ini memanfaatkan sifat manusia yang menyukai hadiah, sehingga meningkatkan kesadaran terhadap program.

Kegiatan seperti bazar buku, lomba storytelling, lomba vlog, dan mini challenge dinilai menarik untuk meningkatkan kunjungan masyarakat ke Perpustakaan Provinsi Jawa Tengah. Pemanfaatan tren terkini, angka digital yang tinggi, dan inovasi dalam kegiatan yang sudah ada diharapkan dapat membiasakan masyarakat mengunjungi perpustakaan.

## **OBJEKTIF**

Meningkatkan jumlah kunjungan offline sebesar 10.000 pengunjung dari bulan sebelumnya (Oktober 2024) yang mulanya dari 10.151 menjadi 20.151 pengunjung pada bulan selanjutnya dikalangan siswa SMA dan mahasiswa di Kota Semarang, serta masyarakat umum.

## **TEORI KONSEPTUAL**

Penggunaan Teori Komunikasi Persuasif Dalam konteks serangkaian acara ini, seperti program sosialisasi perpustakaan digital, lomba storytelling, lomba vlog, bazar buku, dan *mini challenge*, teori ini memberikan panduan penting untuk merancang pesan yang strategis. Untuk lomba storytelling dan vlog, teori ini menekankan kekuatan narasi yang melibatkan audiens secara emosional dan intelektual. Ketika acara ini dipromosikan melalui media daring dan luring, penggunaan pesan yang konsisten dan strategis sesuai dengan karakteristik audiens membantu memperkuat respons mereka.

Model Perencanaan Program Komunikasi digunakan untuk diterapkan dalam serangkaian acara seperti program sosialisasi perpustakaan digital, lomba storytelling dan vlog, bazar buku, dan *mini challenge*. Pendekatan ini menekankan pentingnya menyelaraskan setiap tahap dengan kebutuhan audiens dan tujuan acara, sehingga membuatnya sangat efektif untuk berbagai kegiatan yang memanfaatkan kombinasi media digital dan tradisional. Dengan cara ini, komunikasi menjadi lebih fokus, relevan, dan berdampak

Konsep *Event Management* mendukung keberhasilan serangkaian program seperti sosialisasi perpustakaan

digital, lomba storytelling, lomba vlog, bazar buku, dan mini challenge. Beberapa aspek penting, seperti durasi acara, koordinasi dengan vendor, strategi promosi, keterlibatan audiens, manajemen anggaran, logistik, evaluasi, integrasi teknologi, serta kolaborasi dengan stakeholder, memainkan peran besar dalam meningkatkan partisipasi dan mencapai tujuan edukasi.

## **RANCANGAN ACARA**

Perancangannya acara dalam SEBAYA (Semarak Membaca dan Berkarya) mencakup taktik yang digunakan. Acara ini memiliki pesan utama “Dari Membaca Tercipta Karya” yang diaplikasikan dari program lomba, sosialisasi, dan bazar buku.

### **1. *Interactive Media (Media Sosial)***

Taktik interactive media merupakan taktik pertukaran informasi, menjawab pertanyaan, dan mendekatkan diri dengan pengguna. Sosial media Instagram dan TikTok sebagai interactive media dimanfaatkan untuk menggencarkan program-program keterbiasaan membaca, seperti bazar, lomba-lomba, hingga sosialisasi. Hal ini untuk mengumpulkan partisipasi secara digital yang kemudian mengarah pada partisipasi secara langsung (kunjungan) di Perpustakaan Jawa Tengah.

### **2. *Event***

Event yang dilakukan mampu mendorong partisipan atau merubah perilaku sesuai dengan tujuan yang diinginkan. Lomba dan sosialisasi sebagai events merupakan program yang mampu meningkatkan interaksi sekaligus memaksimalkan ruang eksplorasi.

Sosialisasi iJateng sebagai event diselenggarakan untuk kategori SMP-SMA yang digait melalui undangan sekolah dan turun ke sekolah langsung. Hal ini ditujukan untuk memfasilitasi secara langsung di Perpustakaan Jawa Tengah dan sekolah terkait secara langsung.

Lomba storytelling difokuskan untuk menggait siswa SMA yang tujuannya untuk meningkatkan kunjungan di Perpustakaan Jawa Tengah. Melalui lomba ini, guru dan pendamping akan turut hadir di Perpustakaan Jawa Tengah dan mampu menambah angka kunjungan di Perpustakaan Jawa Tengah.

Lomba Vlog memanfaatkan viral marketing dalam events. Komunikator profesional menyadari nilai dari rekomendasi mengenai layanan atau program pada viral marketing. Hal ini memanfaatkan mouth to mouth yang kemudian menciptakan dorongan orang lainnya untuk membeli, mengunjungi, mengunduh, dan lainnya.

Mini Challenge juga memanfaatkan viral marketing untuk mendorong orang lainnya turut berkunjung di Perpustakaan Jawa Tengah. Mini Challenge diselenggarakan sebagai bagian dari acara rangkaian umum dan menggait peserta secara umum untuk meningkatkan pengunjung lebih banyak melalui story dan sifatnya mouth to mouth dari cerita Instagram.

### **3. *Public Media***

Public Media meliputi paid advertising Instagram yang digunakan untuk meningkatkan awareness terhadap program perpustakaan dengan tujuan untuk mengajak dan meningkatkan kunjungan di Perpustakaan Jawa Tengah. Hal ini dilakukan melalui media sosial dengan mempromosikan program-program yang dibawakan untuk mencapai tujuan yang ditetapkan. Iklan diterapkan pada 3 konten Instagram, 1 untuk konten bazar dan 2 untuk konten lomba vlog.

### **4. *Media Partner***

Keterlibatan komunitas baca, komunitas dan/atau forum anak, beserta akun promotor acara akan dioptimalkan sebagai media partner yang berperan dalam menyebarluaskan informasi dan menggerakkan partisipasi target audiens. Melalui kerja sama ini, diharapkan pesan keterbiasaan membaca dan pentingnya

perpustakaan dapat tersampaikan secara efektif ke kelompok sasaran utama. Berikut adalah rincian lebih detail mengenai *media partner* yang ditargetkan menjalin kerja sama:

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Rangkaian acara utama diadakan mulai tanggal 1 November 2024 hingga 15 November 2024, disusul dengan Sosialisasi iJateng pada dua sekolah yaitu SMKN Jateng di tanggal 13 Desember 2024 dan SMA Ksatrian 2 pada 17 Desember 2024.

Tim SEBAYA mengirimkan sebanyak 30 undangan kepada SMA swasta dan negeri di Kota Semarang. Dari 30 undangan yang dikirimkan, hanya 20 peserta yang merespon dan datang untuk menjadi perwakilan dalam lomba story telling yang diadakan SEBAYA bersama Perpustakaan Provinsi Jawa Tengah. Berikut adalah nama sekaligus asal sekolah para peserta lomba.

Tim SEBAYA berhasil mengumpulkan sebanyak 13 mahasiswa peserta lomba vlog yang kemudian diambil 10 besar untuk mengikuti kegiatan awarding pada tanggal 15 November di Ruang AV Perpustakaan Provinsi Jawa Tengah. Berikut adalah rincian nama peserta lomba vlog.

Berdasarkan data yang Tim SEBAYA dapatkan dari pihak Paguyuban

Penerbit Yogyakarta, terdapat rata-rata 840 pembeli per harinya. Maka dari itu jumlah pengunjung bazar diasumsikan lebih besar dari jumlah pembeli karena berdasarkan pengamatan yang telah dilakukan Tim SEBAYA selama 15 hari bazar, tidak semua pengunjung datang membeli buku. Dari sini dapat disimpulkan bahwa pengunjung bazar perhari bisa mencapai sebanyak 1000 orang.

Tim SEBAYA berhasil menggaet sebanyak 458 peserta dari tingkat SMA/SMK dan 26 orang peserta dari tingkat SMP untuk kegiatan sosialisasi iJateng. Sementara untuk kegiatan *field trip*, berhasil dikumpulkan sebanyak 184 siswa/siswi SMP dan SMA/SMK. Selain itu, di bulan November dan Desember atau selama periode acara SEBAYA berlangsung, jumlah pengunjung iJateng tercatat sebanyak 478 pengunjung.

*Mini Challenge* berhasil berhasil mengumpulkan 8 orang. Para peserta sebanyak 8 orang ini kemudian dipilih 5 orang teratas untuk diberikan hadiah saldo *e-wallet*.

Berdasarkan analisis yang dilakukan pasca acara, IMC dan PR efektif untuk mencapai awareness, interest, desire, dan action. Iklan dan media sosial meningkatkan awareness, PR meningkatkan interest, dan event

meningkatkan desire dan action. Iklan meningkatkan kunjungan ke link pendaftaran, PR mendorong keterlibatan peserta, event meningkatkan pengunjung dengan bazar dan gamifikasi, serta konten media sosial berfokus pada lagu populer.

Selama periode acara, akun Instagram @projectsebaya hanya mampu mencapai kurang lebih 5% *engagement rate*, persentase ini tergolong cukup tinggi untuk akun dengan pengikut 400. Analisis menunjukkan bahwa peningkatan *engagement rate* pada akun Instagram Project SEBAYA dipengaruhi oleh dominasi konten interaktif seperti pengumuman lomba, bazar buku, dan *mini challenge* pada periode Oktober-November 2024, serta kolaborasi dengan akun Perpustakaan Jawa Tengah. Untuk meningkatkan *engagement* secara berkelanjutan, disarankan untuk memprioritaskan produksi konten video pendek yang memanfaatkan tren, meningkatkan ajakan interaksi pada unggahan, dan mengoptimalkan waktu posting. Strategi komunikasi perlu difokuskan pada peningkatan partisipasi melalui konten yang lebih menarik dan interaktif, serta memperkuat sinergi dengan mitra seperti Perpustakaan Jawa Tengah.

Survei pasca acara yang disebar kepada beberapa peserta acara menunjukkan peningkatan kognisi

sebanyak 21% dari target semula sebesar 20%; afeksi sebesar 10,95% disbanding target semula 15%; dan *behavior* meningkat sebesar 22,4% dari target 10%.

## **PERAN PIC PARTNERSHIP DAN HUMAS**

### **A. Kerja Sama dengan Pihak-Pihak Eksternal**

Menyebarkan surat undangan untuk lomba *storytelling* ke 30 SMA/ sederajat di Kota Semarang. Penyebaran undangan dilakukan selama tiga hari, tepat sebelum dimulainya rangkaian acara yaitu dari tanggal 28 Oktober 2024 hingga 31 Oktober 2024. Dari 30 SMA/ sederajat ini hanya 20 sekolah yang merespon dan mengirimkan perwakilannya untuk mengikuti Lomba *Storytelling*.

Pada tanggal 6 November 2024, Tim SEBAYA menyebarkan surat undangan field trip ini kepada 10 SMP, SMA, dan SMK yang ada di Kota Semarang. Undangan ini ditujukan agar sekolah-sekolah tersebut mengirimkan perwakilan setidaknya 10 hingga 15 siswanya untuk melakukan field trip gratis selama Bazar Buku SEBAYA di Perpustakaan Provinsi Jawa Tengah. Dari 10 sekolah ini hanya 3 sekolah yang merespon dan menyanggupi pengiriman perwakilan dari sekolahnya, yaitu SMA Negeri 2 Semarang, SMPIT PAPB, serta SMK Negeri 1 Semarang.

Didapatkan 3 orang kandidat juri, yaitu Duta Baca Semarang 2024 Aisha Rheavashti, Awardee IISMA 2023 Cheryl Lizka, dan Mahasiswa Berprestasi Polkesmar 2023 Shelma Atira. Penulis sebagai humas langsung mengirimkan TOR dan MoU sebagai kesepakatan kerja sama.

Mendapat 6 *media parter* yang berhasil menyepakati kerja sama diantaranya Forum Anak Semarang, Forum Anak Jawa Tengah, Genre Jawa Tengah, Read Aloud Semarang, Read Aloud Jawa Tengah, dan Info Event Semarang.

### **B. Pelaksanaan Bazar Buku SEBAYA di Perpustakaan Provinsi Jawa Tengah**

Bazar Buku yang dilakukan di Perpustakaan Provinsi Jawa Tengah pada tanggal 1 November 2024 hingga 15 November 2024 merupakan acara utama yang diselenggarakan oleh Tim SEBAYA dan Perpustakaan Provinsi Jawa Tengah. Tim SEBAYA turut membantu mengarahkan pengunjung yang bertanya seputar bazar maupun perpustakaan itu sendiri, juga membantu dokumentasi serta publikasi pelaksanaan bazar melalui media sosial.

Sebagai humas eksternal, penulis memiliki tugas untuk mengarahkan juri lomba *storytelling* mengenai keberjalanan acara pada tanggal 11 November 2024. Penulis juga membantu jalannya acara

lomba *storytelling*, dengan berjaga di meja registrasi peserta dan menjadi operator selama lomba berjalan. Selama menjaga meja registrasi peserta, penulis membantu peserta lomba untuk registrasi ulang, mengambil nomor urut tampil, dan membagikan *snack* kepada peserta sekaligus pendamping. Tugas operator dalam lomba ini adalah untuk memutar latar lagu yang sebelumnya sudah dikumpulkan peserta melalui link *google drive*.

*Media partner* yaitu Forum Anak Semarang dan Forum Anak Jawa Tengah mengirimkan perwakilannya sebanyak 10 orang, agar mengunjungi bazar buku di Perpustakaan Provinsi Jawa Tengah sekaligus memberikan sosialisasi iJateng secara singkat. Tugas humas eksternal dalam kegiatan ini tentu saja menjadi narahubung antara panitia dengan forum terkait mengenai waktu kedatangan serta teknis kegiatan.

Humas eksternal bersama dengan anggota panitia lain memandu peserta field trip pada Perpustakaan Provinsi Jawa Tengah. Tim SEBAYA membantu mengarahkan peserta, memberikan sedikit penjelasan terkait fasilitas yang ada di gedung Perpustakaan Provinsi Jawa Tengah, dan mengadakan games ice breaking berhadiah goodie bag.

Selama Lomba Vlog berlangsung, penulis membantu PIC Lomba untuk mendata registrasi ulang peserta lomba. Humas eksternal berjaga di meja registrasi, mendata ulang peserta, mengarahkan peserta ke ruangan, dan membagikan *snack* kepada peserta sekaligus pendamping yang datang.

### C. Pelaksanaan Sosialisasi iJateng

Sosialisasi iJateng dilaksanakan di dua SMA/SMK yaitu SMK Jateng pada tanggal 13 Desember 2024 dan SMA Ksatrian 2 Semarang pada tanggal 17 Desember 2024. Pada acara sosialisasi ini penulis bertugas memandu jalannya sosialisasi dengan menjadi MC di sesi *games ice breaking* serta memberikan pengarahan pada peserta sosialisasi tata cara mengunduh, mendaftar, dan meminjam buku di aplikasi iJateng.

### D. Narahubung *Sponsotship*

Tim SEBAYA berhasil mendapat sponsor konsumsi dari PT Marimas Putera Kencana yang kemudian dialokasikan untuk *goodie bag* peserta rangkaian acara SEBAYA. Ini meliputi *goodie bag* peserta Lomba *Story Telling* sekaligus *Vlog*, peserta *Field Trip*, dan peserta sosialisasi iJateng.

Tim SEBAYA juga berhasil mendapatkan sponsorship dari KAHF berupa *goodie bag* yang kemudian dialokasikan untuk para peserta Lomba

Vlog. Goodie bag ini kemudian disalurkan kepada 6 peserta yang menyanggupi membuat konten produk review untuk diunggah di sosial media masing-masing. Sebanyak 6 peserta terpilih sebelumnya sudah mengisi google form yang diberikan pada saat pengumuman juara lomba di tanggal 15 November 2024. Dalam hal ini, humas eksternal bertugas untuk menjadi narahubung sponsor, memastikan goodie bag sudah diterima panitia sebelum kemudian dikirimkan kepada peserta. Selanjutnya, humas eksternal menghubungi 6 peserta terkait, memastikan goodie bag sudah diterima, mengirimkan ketentuan konten, hingga memastikan semua peserta sudah mengunggah konten yang disepakati.

## SIMPULAN

Berikut adalah kesimpulan dari terselenggarakannya acara SEBAYA (Semarak Membaca dan Berkarya) hasil kolaborasi bersama Perpustakaan Provinsi Jawa Tengah yang berlangsung dari tanggal 1 November 2024 hingga 15 November 2024:

- a. Berbagai rangkaian acara dilakukan seperti bazar buku, lomba *vlog*, *mini challenge*, *field trip*, dan sosialisasi iJateng telah berhasil dilaksanakan.
- b. Semua rangkaian acara bazar buku, lomba *vlog* dan *storytelling* telah mencapai target, kecuali *mini*

*challenge* yang tidak dapat memenuhi target

- c. Hasil dari kuesioner pasca-acara menunjukkan bahwa rangkaian acara SEBAYA memberikan dampak cukup baik untuk Perpustakaan Provinsi Jawa Tengah, meskipun ada satu aspek afeksi yang hanya mencapai 10% dari target 15%. Sementara kognisi berhasil melampaui target sebanyak >20% disusul dengan perilaku yang meningkat hingga 21%
- d. Pengunjung berhasil meningkat tajam bahkan hingga menyentuh angka 14.280 di Bulan November dan 31.054 di Bulan Desember

## DAFTAR PUSTAKA

- BPS Semarang. (2024, April 22). *Jumlah Penduduk Menurut Jenis Kelamin—Tabel Statistik—Badan Pusat Statistik Kota Semarang*. <https://semarangkota.bps.go.id/id/statistics-table/2/NzgjMg==/jumlah-penduduk-menurut-jenis-kelamin.html>
- Data, G. (2024, October 15). *Minat Baca di Indonesia Naik, Perpusnas Pasang Target Ambisius pada 2024*. GoodStats Data. <https://data.goodstats.id/statistic/minat-baca-di-indonesia-naik-perpusnas-pasang-target-ambisius-pada-2024-dola9>
- Databoks. (2022, January 17). *Peningkatan Waktu Menonton Video Streaming di Indonesia Tertinggi Global pada 2021* | Databoks.

- <https://databoks.katadata.co.id/media/statistik/14e2e8f142dce9d/peningkatan-waktu-menonton-video-streaming-di-indonesia-tertinggi-global-pada-2021>
- Databoks. (2024, April 24). *Minat Masyarakat Indonesia terhadap Buku Lampaui Singapura*. <https://databoks.katadata.co.id/layanan-konsumen-kesehatan/statistik/779698b76b2e0d6/minat-masyarakat-indonesia-terhadap-buku-lampaui-singapura>
- Fadillah, I., & Dini, K. (2021). Digital Storytelling sebagai Strategi Baru Meningkatkan Minat Literasi Generasi Muda. *JOURNAL OF EDUCATION SCIENCE*, 7(2), Article 2. <https://doi.org/10.33143/jes.v7i2.1566>
- Fani, M., & Alamiyah, S. S. (2024). Strategi Komunikasi Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kabupaten Bangkalan dalam Meningkatkan Literasi Pemustaka Usia Sekolah. *Jurnal Indonesia : Manajemen Informatika Dan Komunikasi*, 5(1), Article 1. <https://doi.org/10.35870/jimik.v5i1.548>
- OECD (Organisation for Economic Co-operation and Development). (2022). *PISA publications*. OECD. <https://www.oecd.org/en/about/programmes/pisa/pisa-publications.html>
- Permatasari, A. D., Iftitah, K. N., Sugiarti, Y., & Anwas, E. O. M. (2022). Peningkatan Literasi Indonesia Melalui Buku Elektronik. *Kwangsan: Jurnal Teknologi Pendidikan*, 10(2), Article 2. <https://doi.org/10.31800/jtp.kw.v10n2.p261--282>
- PISA 2022 DAN PEMULIHAN PEMBELAJARAN DI INDONESIA*. (2023). [Report].
- PPID Arpus. (2024). *Rencana Strategis Tahun 2024 dan Rencana Kerja Tahun 2024-2026 Dinas Kearsipan dan Perpustakaan Provinsi Jawa Tengah*. <https://ppid.arpusda.jatengprov.go.id/nw/document/1150/download>
- Putra, J. (2020). Memaksimalkan Peranan Pengajaran Nihonjijou dalam Mendukung Pembentukan Kemampuan Komunikasi Lintas Budaya. *Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra*, 19(1), 111–122. [https://doi.org/10.17509/bs\\_jpbsp.v19i1.20763](https://doi.org/10.17509/bs_jpbsp.v19i1.20763)
- Ulumudin, I. (2017). Penguatan Gerakan Literasi Sekolah. *Jurnal Penelitian Kebijakan Pendidikan*, 10(3), Article 3. <https://doi.org/10.24832/jpkp.v10i3.241>
- Yulianti, R. N. E., Permanasari, A., & Heliawati, L. (2019). Pemanfaatan E-Book Konsep Asam Baza dalam Pembelajaran Kimia untuk Meningkatkan Literasi Kimia Siswa SMA Kelas XI. *JOURNAL OF SCIENCE EDUCATION AND PRACTICE*, 3(1), Article 1.