

Komunikasi Persuasif dalam Meningkatkan Minat Baca Gen Z di Dinas Perpustakaan Provinsi Sumatera Selatan

Sika Aprilia¹, Meisya Indriani², Iqbal Joneska³, Abdur Razzaq⁴, Muhamad Yudistira Nugraha⁵

¹Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang

Sika Aprilia, Sikaaprilia0420@gmail.com, Meisya Indriani, meisyaindriani60@gmail.com, Iqbal Joneska, iqbaljoneska1@gmail.com, Abdur Razzaq, abdurrazzaq_uin@radenfatah.ac.id, Muhamad Yudistira Nugraha, myudistiranugraha_24052160018@radenfatah.ac.id

Published: July, 2025

ABSTRACT

This research discusses the role of persuasive communication in increasing Generation Z's interest in reading at the South Sumatra Provincial Library Service. Generation Z, which is highly influenced by technology and social media, shows a low tendency towards reading, preferring visual content over print media. The aim of this research is to determine persuasive communication in increasing the reading interest of generation z at the South Sumatra Provincial Library Service. The method used in this research is descriptive qualitative. In this research, researchers also used survey research, interviews and documentation to obtain data regarding persuasive communication in increasing Generation Z's interest in reading in the South Sumatra Province Library Service. The results of the research show that persuasive communication in increasing Generation Z's interest in reading is working quite well. Among them Persuasive communication activities carried out include mobile libraries, reading corners, banners. In conclusion, Persuasive Communication in increasing Generation Z' interest in reading at the South Sumatra Provincial Library Service has been going quite well. This can be seen from the increasing number of visitors and also the good response from visitors regarding the activities that have been carried out

Keywords: Persuasive Communication, Library, Interest In Reading.

© The Author(s). 2021 Open Access This article is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License, which permits use, sharing, adaptation, distribution and reproduction in any medium or format, as long as you give appropriate credit to the original author(s) and the source, provide a link to the Creative Commons licence, and indicate if changes were made. The images or other third party material in this article are included in the article's Creative Commons licence, unless indicated otherwise in a credit line to the material. To view a copy of this licence, visit <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0>

PENDAHULUAN

Minat baca Generasi Z dikategorikan rendah yakni berada dikisaran 0,001%. Hal ini berarti dari 1000 generasi hanya 1 orang yang memiliki minat baca. Rendahnya minat baca ini dikhawatirkan dapat mempengaruhi kualitas sumber daya manusia. Akibat rendahnya minat baca Generasi Z tidak mengetahui dan mengikuti perkembangan informasi dan pengetahuan yang semakin berkembang, dimana ini akan berdampak kepada ketertinggalan generasi Z. Oleh karena itu, untuk dapat mengejar kemampuan yang telah dicapai oleh Negara-negara tetangga, perlunya meningkatkan minat baca generasi Z. (Muhammad Nabawi et al 2018).

Rendahnya minat baca generasi Z disebabkan oleh beberapa faktor dan berbagai alasan antara lain, pertama membaca belum menjadi kebutuhan masyarakat, hal ini tercermin dari rendahnya jumlah kunjungan ke perpustakaan. Kedua koleksi buku yang tersedia masih kurang, baik itu buku majalah dan sastra, keadaan ini masih jauh yang diharapkan perpustakaan sebagai sarana belajar dan pusat informasi, Ketiga kesadaran generasi Z akan hal pengetahuan masih rendah. Keberadaan perpustakaan merupakan salah satu kebijakan pemerintah untuk mendorong masyarakat meningkatkan minat bacanya terutama generasi Z. Keberadaan Perpustakaan merupakan salah satu kebijakan pemerintah dalam mendorong generasi Z 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 generasi z juga dapat dipengaruhi oleh Komunikasi yang terjadi didalamnya. “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)”. (Effendy 2011: 31). Komunikasi persuasif menjadi strategi kunci dalam pelaksanaan program-program tersebut. Dinas Perpustakaan Provinsi Sumatera Selatan sebagai salah satu Organisasi Perangkat Daerah (OPD) berdasarkan peraturan daerah nomor 6 tahun 2012 tentang Susunan Organisasi dan Tata Kerja (SOTK) dilingkungan pemerintah merupakan salah satu OPD yang bertanggung jawab dalam mewujudkan visi pembangunan terutama pada misi menyiapkan sumber daya manusia yang handal dan profesional.

Melalui Komunikasi persuasif, Dinas Perpustakaan Provinsi Sumatera Selatan berusaha memengaruhi sikap dan perilaku remaja terhadap aktivitas membaca dan pencarian informasi yang bermanfaat. Teknik Komunikasi ini tidak hanya berfokus pada penyampaian informasi, tetapi juga berupaya untuk membangun kesadaran, ketertarikan, dan keterlibatan generasi Z dalam berbagai kegiatan literasi. Peran aktif pemerintahan dalam meningkatkan minat baca masyarakat melalui media perpustakaan merupakan salah satu cara yang paling efektif untuk memperluas wawasan dan meningkatkan pengetahuan bangsa. Keberadaan Perpustakaan provinsi sumatera selatan merupakan salah satu upaya mencerdaskan kehidupan bangsa yang diamanatkan dalam UUD 1945.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi dan menerapkan strategi Komunikasi persuasif yang efektif dalam meningkatkan minat membaca di kalangan generasi Z. Memahami perilaku dan preferensi Komunikasi Gen Z, seperti penggunaan media sosial dan teknologi digital, untuk menyampaikan pesan yang menarik dan relevan. Membuat strategi Komunikasi persuasif yang terintegrasi dengan teknologi digital seperti menggunakan instagram, Tiktok, dan Twitter untuk menyebarkan pesan tentang penting nya membaca.

Dengan adanya penelitian ini dapat mengetahui Komunikasi persuasif dalam meningkatkan minat baca generasi Z di Dinas Perpustakaan Provinsi Sumatera Selatan dan untuk mengetahui Komunikasi persuasif seperti apa yang dilakukan Dinas Perpustakaan Provinsi sumatera selatan agar minat baca pemustaka kembali meningkat. Dari uraian latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk membuat suatu penelitian yang berjudul **“Komunikasi Persuasif dalam Meningkatkan Minat Baca Generasi Z di Dinas Perpustakaan Provinsi Sumatera Selatan”**.

Peneliti terdahulu diperlukan untuk mengetahui relevansi penelitian dengan penelitian sebelumnya yang sudah pernah dilakukan oleh peneliti lainnya. Dalam menelaah permasalahan dalam penelitian ini, maka dilihat beberapa kajian terdahulu yang memiliki relevansi dengan kajian ini. Penelitian yang dilakukan Muhammad Nabawi, Endang Erawan dan Kadek Dristiana yang berjudul “Peranan Komunikasi Persuasif Dalam Meningkatkan Minat Baca Masyarakat” yang mengkaji strategi komunikasi persuasif yang diterapkan oleh pihak perpustakaan melalui berbagai upaya, seperti mengajak orang tua membaca saat menunggu anak di perpustakaan, menjalankan program perpustakaan keliling ke sekolah-sekolah, desa, dan tempat umum, serta menyediakan pojok baca di instansi-instansi terkait. Hasil penelitian menunjukkan bahwa masyarakat terutama anak muda lebih senang dengan ruang baca yang bergerak dan menarik dibanding dengan ruang baca yang hanya berdiri di pojok ruangan. Artinya, untuk mempersuasikan masyarakat supaya mempunyai ketertarikan dalam membaca. Harus ada ide dan media/saluran kreatif.

Penelitian lain telah dilakukan oleh Probo Tri Anggoro (Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta), berjudul “Teknik Komunikasi Persuasif Dalam Membangun Minat Belajar” yang mengkaji tentang komunikasi persuasif dalam pembentukan karakter pada aktivis Rohis SMA Negeri 1 Yogyakarta. Hasil dari penelitian ini adalah bahwa anggota Rohis SMA

1 Yogyakarta menggunakan teori *Elaboration Likelihood* / teori Elaborasi Kemungkinan. Teori Elaborasi Kemungkinan ini mencoba menjelaskan bahwa orang dapat memproses sebuah pesan persuasi dengan cara yang berbeda sehingga menghasilkan sikap yang berbeda

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah subjek yang diteliti. Peneliti berfokus pada lingkup Generasi Z sebagai target utama komunikasi persuasif, khususnya dalam konteks peningkatan minat baca, dengan mempertimbangkan karakteristik, preferensi media, dan pola perilaku digital mereka yang berbeda dengan masyarakat umum maupun kelompok aktivis seperti yang dikaji dalam penelitian sebelumnya. Penelitian ini juga menekankan pentingnya integrasi teknologi digital dan media sosial dalam strategi komunikasi, agar lebih relevan dan efektif menjangkau generasi Z secara langsung dan menyentuh minat mereka secara emosional maupun rasional.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode deskriptif kualitatif, Menurut Koentjadingrat penelitian kualitatif merupakan penelitian di bidang kemanusiaan dengan aktivitas yang berdasarkan disiplin ilmiah untuk mengumpulkan, menganalisis, dan menafsirkan fakta-fakta yang berhubungan dengan alam, masyarakat, kelakuan, rohani manusia, dimana peneliti akan melaporkan hasil data analisis yang didapatkan di lapangan dan kemudian di deskripsikan dalam bentuk laporan penelitian secara rinci. (Suwendra, 2018), Penelitian ini dilakukan di Dinas Perpustakaan Provinsi Sumatera Selatan yang berlokasi di Jl. Demang Lebar Daun No. 47, Lorok Pakjo, Kec. Ilir Bar. I, Kota Palembang, Sumatera Selatan 30151. Ada beberapa teknik pengumpulan data yang digunakan :

Observasi

Observasi merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti untuk mengamati dan mencatat suatu peristiwa atau fenomena secara langsung. Dalam melakukan observasi, peneliti dapat berperan sebagai partisipan yang terlibat langsung dalam peristiwa yang sedang diteliti, atau sebagai observasi yang hanya mengamati tanpa terlibat secara aktif.

Wawancara

Wawancara merupakan metode penelitian yang dilakukan dalam metode kualitatif untuk mendapatkan langsung fakta, data, pengalaman, persepsi dan lain sebagainya yang diperlukan untuk mencapai tujuan penelitian (Ardiansyah et al., 2023). Melakukan wawancara kabit pengembangan dan kegemaran membaca secara mendalam tentang Komunikasi persuasif dalam meningkatkan minat baca generasi Z.

Dokumentasi

Dokumentasi juga digunakan dalam penelitian untuk melibatkan pengumpulan data dari dokumen, arsip foto ataupun bahan tertulis lainnya dimana penulis menempelkan gambar yang berkaitan dengan Komunikasi persuasif dalam meningkatkan minat baca generasi Z..

PEMBAHASAN

Komunikasi merupakan suatu yang tidak bisa dipisahkan dari aktivitas kehidupan manusia sampai kapan pun. Bahkan tanpa komunikasi manusia tidak akan ada hingga saat ini karena manusia dan komunikasi merupakan dua hal yang tidak bisa dipisahkan. Komunikasi persuasif merupakan proses komunikasi yang bertujuan untuk mengubah pemikiran dan sikap persuade dengan cara mempengaruhi serta membujuk baik secara verbal maupun non verbal. Menurut Burgoon dan Huffner, beberapa pandangan ahli mengenai komunikasi persuasif dapat dirangkum sebagai berikut. Pertama, komunikasi persuasif bertujuan untuk memengaruhi pemikiran dan pandangan pihak yang dipersuasi agar sejalan dengan keinginan pihak yang mempersuasi. Kedua, komunikasi ini merupakan suatu proses yang mengajak dan membujuk penerima pesan untuk mengubah sikap, keyakinan, dan pendapat mereka sesuai dengan harapan komunikator, namun tetap dilakukan tanpa unsur paksaan (Herdiyan Maulana, 2013).

Sejalan dengan urgensi penerapan strategi komunikasi persuasif dalam membentuk opini, sikap, dan perilaku individu, penting pula untuk memahami karakteristik sasaran komunikasi secara mendalam agar pesan yang disampaikan dapat diterima secara efektif. Salah satu kelompok masyarakat yang menjadi perhatian dalam konteks perkembangan komunikasi modern adalah Generasi Z. Pemahaman terhadap karakteristik khas generasi ini menjadi krusial, mengingat mereka tumbuh dan berkembang di tengah kemajuan teknologi digital yang pesat, yang secara langsung memengaruhi cara mereka menerima, mengolah, dan merespons informasi.

Generasi Z disebut juga sebagai *natedigital* yang asli dan pertama. Kaum Gen Z disebut juga Digital Natives, yaitu mereka yang dari sejak kecil sudah hidup bersanding dengan teknologi digital. atherina (2017), *Executive Director, Head of Watch Business*, Nielsen Indonesia mengatakan bahwa, generasi Z merupakan generasi asli digital pertama. Di tahun-tahun awal kehidupan generasi Z, mereka sudah disambut dengan keberadaan *smartphone*, *desktop*, *laptop*, *tablet* dan *TV* sebagai bagian dari revolusi digital.

Generasi Z mempunyai karakteristik yang *Pertama* Multi-Tasking yaitu dapat mengerjakan beberapa pekerjaan secara bersamaan. *Kedua* Teknologi yaitu mereka memiliki ketergantungan akan teknologi yang berbasis internet. *Ketiga*, Audio-visual, generasi Z lebih menikmati audio dan visual daripada teks tulisan. *Keempat*, Kreatif dan inovatif, melalui informasi yang mudah didapatkan oleh mereka maka menjadikannya sebagai generasi yang memunculkan inovasi-inovasi terbaru. *Kelima*, Kritis. Akses informasi yang beragam yang mudah didapat dan dipilih yang membuat generasi Z kritis dalam membaca sesuatu karena sumber yang dibaca tidak pernah tunggal.

Dinas Perpustakaan Provinsi Sumatera Selatan berupaya meningkatkan minat baca generasi Z salah satu nya dengan aktif dalam menjalankan perpustakaan keliling dengan rute datang ke sekolah-sekolah, desa-desa dan taman tempat orang berkumpul, serta terbuka secara umum untuk sekolah-sekolah melakukan kunjungan bersama siswa-siswi untuk mengetahui perpustakaan dari segi fasilitas pelayanan kegiatan apa yang ada disana sehingga bisa meningkatkan minat mereka terhadap perpustakaan.

Hal ini juga berkaitan dengan 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 generasi Z 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 generasi Z yang berkaitan dengan aspek afektif, dari kegiatan Komunikasi persuasif seperti perpustakaan keliling dan pojok baca dapat disenangi oleh generasi Z serta tergerak hatinya untuk mendatangi perpustakaan keliling dan pojok baca tersebut serta ingin membaca buku yang telah disediakan.

Teori Elaboration Likelihood Model menyatakan bahwa setiap orang memiliki caranya sendiri dalam memproses sebuah pesan persuasif. Ada orang yang menilai sebuah pesan tanpa pertimbangan argumen yang mendasarinya dan ada juga orang yang memahami sebuah pesan secara detail dan kritis. Dalam meningkatkan minat baca generasi Z di Dinas Perpustakaan Provinsi Sumatera Selatan, teori Elaboration Likelihood Model (ELM) dapat digunakan untuk memahami bagaimana pesan persuasif dapat mempengaruhi perilaku membaca. Berikut adalah penjelasan yang terdapat dalam teori ELM:

1. Motivasi, ialah Relevansi pribadi dengan topik, ketertarikan, dan kebutuhan untuk berpikir kritis. Motivasi yang dilakukan Dinas Perpustakaan Provinsi Sumatera Selatan dalam meningkatkan minat baca generasi seperti aktif dalam menjalankan perpustakaan keliling datang ke sekolah-sekolah desa-desa dan taman tempat orang berkumpul, dengan perpustakaan keliling yang di design unik dan menarik. Melihat dari design perpustakaan keliling unik dan menarik menimbulkan perasaan senang dan membuat generasi z tergerak untuk mendatangi perpustakaan keliling tersebut. Pihak Dinas Perpustakaan Provinsi Sumatera Selatan memotivasi generasi Z seperti dengan cara mengenalkan koleksi-koleksi yang ada fasilitas-fasilitas yang dimiliki dan manfaat yang mereka bisa dapatkan bila berkunjung di perpustakaan agar menarik

minat generasi z untuk memanfaatkan perpustakaan yang tersedia. Dinas Perpustakaan Provinsi Sumatera Selatan juga menyajikan informasi tentang buku-buku yang relevan dengan minat baca generasi z, seperti buku-buku fiksi, non fiksi, atau bahkan buku-buku digital yang dapat di unduh.

2. Kemampuan Berpikir kritis ialah Perpustakaan dapat meningkatkan minat baca dengan menyajikan konten yang menarik dan relevan. Dinas Perpustakaan Provinsi Sumatera Selatan menjalankan kelas online tentang membaca yang dapat membantu generasi z berpikir kritis dan lebih tertarik dengan buku-buku yang ada di Perpustakaan. Dinas Perpustakaan Provinsi Sumatera Selatan juga membangun ruang baca di desa-desa-desa, kelurahan, dan tempat-tempat yang sering dikunjungi orang. Untuk meningkatkan akses dan minat baca Dinas Perpustakaan Provinsi Sumatera Selatan sedang berupaya memperbaiki fasilitas perpustakaan. Ini termasuk pengadaan buku-buku baru dan pendirian pojok baca. Menurut pak Amir selaku kbid pengembangan di Dinas Perpustakaan Provinsi Sumatera Selatan generasi Z saat ini cenderung lebih memilih akses informasi digital dibandingkan mengunjungi perpustakaan fisik.
3. Kesempatan, ialah waktu yang dibutuhkan untuk mengambil kesempatan atau mengambil keputusan. Untuk meningkatkan minat baca generasi z pihak Dinas Perpustakaan Provinsi Sumatera Selatan bekerja sama dengan komunitas literasi dan berbagai instansi untuk membuat pojok baca dilokasi-lokasi pelayanan public. Dinas Perpustakaan Provinsi Sumatera Selatan juga berencana untuk mengembangkan buku-buku digital agar generasi z dapat mengakses literatur lebih mudah dan berusaha untuk mendistribusikan buku digital dan konvensional
4. Pesan yang kredibel, ialah persuasif yang diterima oleh generasi z harus kredibel dan relevan dengan kebutuhan dan minat mereka. Dinas Perpustakaan Provinsi Sumatera Selatan menawarkan buku-buku digital yang dapat diakses melalui aplikasi, pesan tersebut menekankan keunggulan teknologi dan kenyamanan akses digital sehingga mudah diterima oleh generasi z

Dengan demikian, teori Elaboration Likelihood Model (ELM) dapat membantu Dinas Perpustakaan Provinsi Sumatera Selatan dalam merancang strategi Komunikasi persuasif yang efektif untuk meningkatkan minat baca generasi Z.

Selama kegiatan persuasif ini dilakukan, generasi Z 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 generasi Z 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 perpustakaan keliling.

Setelah menerapkan kegiatan Komunikasi persuasif seperti perpustakaan keliling dan pojok baca yang mendapat respon positif dari masyarakat setempat terkait kegiatan persuasif, pojok baca dinilai efektivitas pelaksanaannya rendah, dan responnya rendah apalagi di kalangan generasi z, masih banyak generasi Z yang kurang peduli dengan keberadaan pojok baca selain itu, wifi gratis kini dipasang di ruang tunggu dengan sudut baca, dan semakin banyak anak muda yang berselancar di internet daripada membaca buku di sudut baca.

Namun tidak demikian halnya dengan perpustakaan keliling yang mendapat tanggapan baik dari generasi Z. Karena mampu menarik minat generasi Z dengan tampilan yang unik dan menarik, serta memberikan hadiah atau give away kepada pengunjung yang rajin mengunjungi perpustakaan keliling. Hal ini membuat generasi Z semakin bersemangat untuk mengunjungi tempat yang cukup jauh dari perpustakaan agar memudahkan generasi Z mencari referensi tanpa harus bepergian jauh dari perpustakaan. Strategi yang digunakan Dinas Perpustakaan Provinsi Sumatera Selatan untuk meningkatkan minat baca generasi Z di antaranya inovasi digital, sosialisasi dan promosi.

Sejauh ini beberapa pesan persuasif yang dilakukan pihak dinas perpustakaan yaitu: *Pertama*, Menawarkan perpustakaan digital yang muda di akses melalui aplikasi mobile. *Kedua*, Melakukan sosialisasi dan promosi tentang perpustakaan melalui media sosial. 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 Perpustakaan Provinsi Sumatera Selatan, Perpustakaan mendapatkan umpan balik dan efek yang cukup baik yakni meningkatnya jumlah pengunjung. Hal ini cukup dapat di artikan bahwa Komunikasi persuasif yang dilakukan Dinas Perpustakaan Provinsi Sumatera Selatan cukup efektif.

Komunikasi Persuasif untuk meningkatkan minat baca generasi z adalah proses Komunikasi yang bertujuan untuk mengubah pendapat, sikap dan perilaku individu secara personal maupun kelompok. Dalam konteks meningkatkan minat baca generasi Z di Dinas Perpustakaan Provinsi Sumatera Selatan, Komunikasi persuasif dapat diterapkan melalui beberapa tahap yaitu sebagai berikut:

1. Tahap Pertama adalah memberikan informasi yang menarik kepada generasi z tentang manfaat membaca dan koleksi buku yang tersedia di perpustakaan, informasi harus dikemas dengan baik agar menarik perhatian target audiens.
2. Selanjutnya, memberikan penjelasan lebih detail tentang informasi yang disampaikan. Tujuannya agar generasi z memiliki pemahaman yang lebih lengkap sehingga tertarik untuk berkunjung ke perpustakaan.
3. Menyakinkan, proses ini bertujuan untuk membujuk persepsi positif generasi z terhadap perpustakaan. Komunikator harus mampu membangun kepercayaan dan hubungan yang baik dengan target audiens.
4. Tahap akhir adalah membujuk generasi Z untuk mau berkunjung dan membaca di perpustakaan.

Komunikator harus mampu mengajak secara halus dan menyenangkan tanpa terkesan memaksa. Dengan menerapkan Komunikasi persuasif melalui beberapa tahapan tersebut diharapkan minat baca generasi Z di Dinas Perpustakaan Provinsi Sumatera Selatan dapat meningkat. Komunikator harus memahami karakteristik dan kebutuhan generasi z agar pesan yang disampaikan efektif.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan peneliti, aspek afektif mencakup perasaan seseorang terhadap sesuatu yang diminati. Dalam hal ini wawancara dengan kalangan generasi Z mengenai dengan kegiatan Komunikasi persuasif yang dilakukan Dinas Perpustakaan Provinsi Sumatera Selatan dalam meningkatkan minat baca generasi Z. Seperti kegiatan persuasif Perpustakaan Keliling dengan penampilan yang unik dan menarik serta dihiasi dengan hal-hal yang lucu menimbulkan perasaan senang dari generasi z dan membuat mereka 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 generasi Z lebih senang mendatangi perpustakaan keliling, hal ini juga akan memberikan kepuasan sendiri kepada gen z karena tidak hanya mendapatkan ilmu pengetahuan, tetapi mereka juga mendapatkan hadiah yang dapat membuat semangat membaca semakin meningkat.

KESIMPULAN

Peneliti menyimpulkan bahwa kegiatan persuasif seperti pojok baca juga perlu lebih banyak sosialisasi agar dapat dimanfaatkan dengan baik oleh kalangan generasi z. Sedangkan perpustakaan keliling harus menambah rute tujuan mengunjungi daerah yang belum pernah dikunjungi sebelumnya. Sehingga kalangan generasi z di daerah tersebut dapat merasakan hal-hal baru dengan menambah pengetahuan dan meningkatkan tingkat membaca. Komunikasi Persuasif dalam Meningkatkan minat baca gen z di Perpustakaan Provinsi Sumatera Selatan dikatakan sudah cukup berhasil, hal ini terlihat jumlah pengunjung yang hadir dan juga tanggapan yang baik dari pemustaka. Namun seperti kegiatan pojok baca masih perlu dilakukan sosialisasi lagi karena masih kurang diminati di kalangan generasi z. Penelitian di lapangan mengenai komunikasi persuasif dalam

meningkatkan minat baca di kalangan generasi z maka peneliti memberikan saran kepada Dinas Perpustakaan Provinsi Sumatera Selatan: Sebaiknya Dinas Perpustakaan Provinsi Sumatera Selatan lebih gencar lagi untuk melakukan sosialisasi mengenai kegiatan komunikasi persuasif seperti pojok baca yang masih kurang diminati dikalangan generasi z.

REFERENSI

Harahap, B. (2019). Komunikasi Persuasif Relawan Perpustakaan Desa. *Jurnal Pustaka Ilmiah*,

Pradita, D. A. (2024). Komunikasi Persuasif Dalam Menarik Minat Membaca Buku Pada Siswa Di Man 1 Ponorogo. *Electronic Theses*.

http://etheses.iainponorogo.ac.id/id/eprint/28045%0Ahttp://etheses.iainponorogo.ac.id/28045/1/SKRIPSI_UP_ETHESIS.pdf

Nabawi, M., Erawan, E., & Dristiana, K. (2018). Peranan Komunikasi Persuasif Dalam Meningkatkan Minat Baca Masyarakat Di Dinas Kearsipan Dan Perpustakaan. *E Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(3), 674–687. [https://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2018/09/JURNAL.M.Nabawi\(1302055042\)\(09-03-18-07-05-27\).pdf](https://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2018/09/JURNAL.M.Nabawi(1302055042)(09-03-18-07-05-27).pdf)

Munawarah, R. (2020). Komunikasi Persuasif Gerakan Surah Buku Dalam Menarik Minat Membaca Masyarakat. *Jurusan Komunikasi Dan Penyiaran Islam*.

Bahar, N. (2021). Implementasi Teknik Komunikasi Persuasif Dalam Meningkatkan Pemahaman Keagamaan Pada Ikatan Remaja Masjid Al-Ikhlas Desa Polewali Kec.Libureng Kab.Bone. In *Skripsi*. <http://repositori.iain-bone.ac.id/id/eprint/524%0Ahttp://repositori.iain-bone.ac.id/524/1/combinepdf.pdf>

Kepada, D., Dakwah, F., Komunikasi, D., Islam, U., Sultan, N., Kasim, S., Memenuhi, U., & Memperoleh, P. (2024). *No. 6858/KOM-D/SD-S1/2024. 6858*.

Weninggalih, P., & Fikriyah, S. N. (2023). Strategi Komunikasi Persuasif pada Generasi Z Menjelang Pemilihan Presiden 2024. *JIPSi: Jurnal Ilmu Politik Dan Komunikasi*, 13(2), 69–81. <https://ojs.unikom.ac.id/index.php/jipsi/article/view/9895>

Weninggalih, P., & Fikriyah, S. N. (2023). Strategi Komunikasi Persuasif pada Generasi Z Menjelang Pemilihan Presiden 2024. *JIPSi: Jurnal Ilmu Politik Dan Komunikasi*, 13(2), 69–81. <https://ojs.unikom.ac.id/index.php/jipsi/article/view/9895>

Patonah, S., & Samsu. (2022). Penerapan Komunikasi Persuasif dalam Meningkatkan Minat Baca Al-Qur'an pada Anak. *TABAYYUN: Jurnal Akademik Ilmu Dakwah*, 1(1), 37–53. <https://tabayyun.dakwah.uinjambi.ac.id>

Nurhakim, F. (2023). *Komunikasi Persuasif Guru Ngaji dalam Meningkatkan Minat Membaca Al-Quran di Taman Pendidikan Al-Qur'an An-Nabl Kemiling Bandar Lampung*.

Herdiyan Maulana, Gumgum Gumelar. Psikologi Komunikasi dan Persuasi. Jakarta : Akademia Permata, 2013.