

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Literasi tidak hanya mencakup kemampuan dasar membaca dan menulis tetapi juga pemahaman mendalam tentang teks, kemampuan kritis untuk menganalisis data, dan kemampuan mengolah dan menggunakan data dalam berbagai situasi. Literasi yang ada di masyarakat terjadinya adanya suatu literasi baik dari budaya atau kebiasaan untuk mengkonsumsi tulisan atau membaca dan menulis (Rahmadanita, 2022). Pesatnya perkembangan zaman dan teknologi, literasi pun turut berkembang yang kemudian muncul berbagai istilah di antaranya: literasi teknologi, literasi komputer, literasi ekonomi, literasi moral, literasi informasi, literasi digital, literasi sains dan lain-lain. Literasi pun memiliki makna sebagai kemampuan untuk aware terhadap teknologi, aware terhadap informasi dan lain-lain. Dengan adanya literasi maka ilmu pengetahuan dapat diperoleh (Irfansyah & Surya, 2021).

Dalam pandangan Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia, jika suatu bangsa memiliki budaya literasi yang tinggi maka hal ini dapat terlihat pada kemampuan bangsa dalam bekerja sama, berpikir kritis, kreatif, komunikatif dalam rangka bersaing secara global (Kemendikbud, 2022). Hal ini dapat disimpulkan bahwa bangsa literat memiliki peranan penting untuk memajukan suatu negara. Hal tersebut, dibutuhkan bangsa yang ingin mempunyai peradaban tinggi dan mau secara aktif untuk mewujudkan dan memajukan negaranya.

Namun kenyataan berbanding berbalik dengan kondisi literasi yang ada di Indonesia dimana masyarakat kurang akan kesadaran pentingnya membaca, dimana manfaat membaca sendiri sebagai salah satu cara agar memperoleh ilmu, akan tetapi yang diungkap menurut data dari UNESCO yang menyatakan bahwa Indonesia berada di peringkat kedua dari bawah dalam soal literasi dunia. Hal ini dapat diketahui bahwa minat baca di Indonesia sangat rendah. UNESCO juga mengungkapkan bahwa minat baca masyarakat Indonesia sangat menuai perhatian dan memperhatikan yakni hanya 0,001%. Sementara hasil riset penelitian *Programme For Internasional Student Asesesment (PISA)* oleh *Organisation for*

*Economic Co-operation and Development* (OECD) menunjukkan posisi Indonesia dalam pemeringkatan PISA tahun 2022, Indonesia menempati peringkat ke-69 atau posisi ke-12 terbawah dalam daftar dengan total skor 1.108.

Dengan demikian perlu adanya perhatian untuk meningkatkan minat membaca dan menulis yang merupakan kemampuan dasar individu untuk menjadi modal utama yang harus dikuasai oleh masing-masing individu. Hal ini mempengaruhi individu agar memiliki kemampuan dan keahlian dalam membaca dan menulis cenderung memiliki pemikiran yang kritis, kreatif, dan inovatif. Membaca dan menulis menjadi salah satu faktor kunci kemajuan suatu bangsa hal ini dapat diketahui jika suatu bangsa juga masyarakat memiliki minat membaca dan menulis yang tinggi, maka kunci gudang pengetahuan sudah ada di tangan bangsa tersebut. Peranan dan pengaruh dalam gerakan sosial yang bergerak di bidang literasi menjadi sangat penting dalam rangka menyadarkan yang ada di masyarakat sekitar, untuk mengetahui betapa pentingnya peran membaca dan menulis dalam meningkatkan taraf kemajuan bangsa (Romadhon, 2020). Salah satu hal yang paling penting dari kemampuan dalam membaca tidak hanya berupa *decoding* sederhana tetapi menggabungkan antara pemahaman dan penggunaan informasi tulis untuk tujuan-tujuan fungsional, Dari membaca juga terdapat manfaat dalam kemampuan kognitif yang lebih luas daripada pengkodean dasar melalui pengetahuan kata per kata, tata bahasa, linguistik dan struktur teks.

Dalam meningkatkan upaya pentingnya membaca dan menyebarkannya tentang pentingnya literasi dalam membaca dapat melalui pemanfaatan teknologi informasi media sosial. Media sosial sendiri menjadi alat penting untuk menyebarkan informasi yang berhubungan dengan edukasi tentang pentingnya kampanye literasi membaca. Media sosial bisa menjadi upaya untuk meningkatkan kesadaran melalui postingan yang menarik dalam upaya pentingnya kampanye literasi membaca, juga penggunaan tagar khusus yang berhubungan tentang literasi yang bisa dijangkau oleh semua kalangan, Yang diharapkan agar pengguna dapat membantu menciptakan kesadaran yang berkelanjutan (Anshori & Hidayat, 2023). Potter (2011) mengatakan bahwa media adalah seperangkat perspektif yang bisa digunakan secara aktif dalam aktivitas pengaruh dan penggunaan media sendiri menginterpretasikan pesan yang ingin disampaikan.

Media sosial merupakan salah satu khalayak yang dapat mengambil kontrol atas media dan di dalam media sosial bisa mengetahui skill untuk menilai makna setiap jenis pesan, mengorganisasikan hal tersebut berguna untuk kemudian membangun pesan untuk disampaikan kepada orang lain.

Bentuk dalam kampanye literasi berkaitan untuk menentukan arah yang penting sehingga sumber informasi perlu mengorganisir, mengingat kembali, dan menciptakan kembali informasi serta menyesuaikannya dengan apa yang telah dipahami. Dalam melakukan peningkatan kemampuan menyampaikan informasi berupa literasi dapat menghubungkan beragam sumber informasi yang ditemukan dengan hasil pengamatan yang akan disisipi dengan pemahaman pribadi mengenai sebuah masalah. Menurut pandangan Goldsmith (1989) perlu adanya mempersiapkan konsep informasi untuk meningkatkan aktivitas literasi untuk terus berkembang salah satunya melalui media dan informasi yang memiliki empat langkah diantaranya: 1) mendefinisikan topik dan informasi yang relevan dengan topik; (2) mengumpulkan informasi yang relevan secara sistematis; (3) menilai kesahihan informasi; (4) menyajikan informasi yang shahih sesuai dengan manfaat yang akan diperoleh pemustaka yang dituju. Dalam melakukan upaya meningkatkan literasi dibutuhkan kemampuan intelektual individu sebagai pelaku informasi dalam menyelesaikan masalah. Juga perlu adanya evaluasi urutan kegiatan apakah sudah efektif dan efisien memenuhi kebutuhan akan informasi dalam menyampaikan informasi untuk masyarakat luas. Abstraksi dalam literasi salah satu tindakan menciptakan deskripsi yang singkat, jelas dan akurat untuk menggambarkan esensi pesan secara lebih singkat dari pesan aslinya.

Kampanye literasi bagi khalayak menjadi bagian penting dalam penguasaan seperti keterampilan kognitif, praktis sederhana, yang berkisar dari pandangan sederhana. Literasi merupakan keterampilan mekanik tidak hanya berupa kegiatan membaca dan menulis tetapi juga menjadi pendekatan yang lebih maju yang dimana literasi digunakan sebagai keterampilan yang diperlukan untuk berfungsi secara efektif dalam masyarakat (Thadi, 2019). Upaya menyadarkan masyarakat melalui kampanye literasi menjadi penting untuk peranan dalam upaya mencerdaskan dan memanfaatkan penggunaan media sosial menjadi penting, karena semua informasi harus sampai pada khalayak secara tepat.

Selain bentuk dalam kampanye menentukan arah yang penting sehingga sumber informasi perlu mengorganisir dalam kampanye literasi penting mengetahui dan membangun tujuan berkaitan motivasi partisipan mengikuti kampanye literasi melalui komunitas literasi hal ini memiliki upaya yang berguna untuk membangun literasi salah satunya dengan membuat suatu kegiatan sosial yang melibatkan masyarakat. Hal ini dapat menjadi solusi agar masyarakat berminat mengikuti kegiatan sosial yaitu dengan melakukan pemberdayaan kepada masyarakat (Suharso et al. 2018). Melalui komunitas literasi merupakan suatu upaya yang bisa digunakan untuk memperbaiki dan memberdayakan taraf suatu kualitas hidup masyarakat dengan adanya sumber daya manusia (SDM), hal ini memiliki peranan kreativitas atau keterampilan untuk memerangi kekurangan dan keterbelakangan masyarakat dengan harapan membangun diri yang ada di masyarakat untuk menghasilkan sumber daya masyarakat (SDM) yang lebih maju dan sejahtera. Selain itu tujuan dari pemberdayaan terhadap masyarakat melalui komunitas literasi bertujuan mengupayakan pengembangan kemampuan yang dapat diberdayakan dalam meningkatkan taraf hidup (Eko Hardiawan et al., 2021). Selain itu dengan adanya suatu komunitas literasi memudahkan masyarakat untuk mendapatkan adanya akses sumber belajar khususnya masyarakat yang masih memiliki kekurangan fasilitas yang, membutuhkan seseorang atau sekelompok orang yang memiliki modal untuk membantu kekurangan yang dimiliki oleh masyarakat.

Upaya pemberdayaan kepada masyarakat melalui komunitas literasi untuk membangun diri melalui keterlibatan masyarakat dengan menghubungkan tentang literasi, dalam hal ini dengan adanya keterlibatan masyarakat yang mengikuti kegiatan hal ini dapat diketahui melalui tingkah laku yang menentukan kecenderungan partisipan untuk mencapai kehidupan yang memuaskan dalam memenuhi kebutuhan hidup melalui teori motivasi (Kurrotuain et al., 2024). Pada konteks ini, tingkah laku berkaitan pemenuhan kebutuhan menjadi suatu bagian representasi kepribadian partisipan dalam kehidupan nyata. Berdasarkan hal ini untuk mengetahui dan membangun kebutuhan partisipan hal ini dikaji melalui kajian psikologi melalui teori motivasi berdasarkan hirarki dikenal dengan *Maslow's Needs Hierarchy Theory / A Theory of Human Motivation*. Menurut

pandangan Maslow, seseorang berperilaku atau bertindak karena memiliki tujuan oleh berbagai jenis kebutuhan ('Adziima, 2022). Maslow mengungkapkan bahwa yang dibutuhkan seseorang bertingkat-tingkat hal ini sesuai dengan jenjang hierarki kebutuhan menurut Maslow di kebutuhan hirarki mencakup, *Physiological Needs* (Kebutuhan Fisiologis), *Safety Needs* (Kebutuhan rasa aman), *Belongingness and Love Needs* (Kebutuhan untuk dicintai dan kasih sayang), *Esteem Needs* (Kebutuhan Harga Diri), *Self-Actualization Needs* (Kebutuhan Aktualisasi Diri).

Dalam hal ini berdasarkan pengamatan observasi yang telah dilakukan kegiatan yang dilakukan Citila Grup dalam mengemukakan pentingnya literasi dan memiliki aktivitas secara aktif yang dilakukan oleh Citila Grup sendiri maupun bekerja sama dengan beberapa perusahaan dibawah naungan Citila Group. Kegiatan yang dilakukan Citila Grup memiliki variasi kegiatan salah satunya acara rutin setiap dua minggu sekali dengan tema berbeda dan mengundang pemateri yang inspiratif yang diselenggarakan oleh Komunitas KaliMetro, dimana acara tersebut mengundang anak muda yang memiliki tujuan yang sama untuk mencari tahu maupun bertukar pikiran berkaitan tentang tema yang sedang dibahas. Selain itu, Semilir termasuk bagian dari Citila Grup juga bergerak di bidang digital berupa agenda dengan tema tertentu sesuai dengan agenda acara sehingga tulisan yang dimuat dalam blog Semilir dapat menjadi karya di bukukan. Dimana penulis yang ingin mengirimkan naskah secara langsung baik tulisan tersebut berupa puisi, cerpen maupun opini dapat mengirimkan naskahnya melalui web Semilir yang kemudian tulisan tersebut dipublikasikan di website media Semilir tanpa harus mengikuti suatu agenda yang diselenggarakan oleh Semilir. Tidak hanya itu dari pihak Intrans Publishing menyelenggarakan acara bedah buku non fiksi dimana kegiatan ini juga bekerja sama oleh Semilir untuk kegiatan berupa publish artikel atas kegiatan yang diselenggarakan oleh Intrans Publishing.

Penulis bertujuan untuk mengkaji lebih lanjut mengenai bentuk kampanye literasi yang diimplementasikan yang ada di Citila Grup juga mengetahui berupa wawancara lebih lanjut lewat analisis motivasi partisipasi masyarakat dalam mengikuti bentuk kampanye literasi yang diselenggarakan oleh Citila Grup yang terintegrasi dengan Komunitas Kalimetro selaku unit khusus di dalam PT Cita

Intrans Selaras (Citila Gup), diharapkan pada penelitian kampanye literasi ini memiliki tujuan untuk memberikan wawasan mengenai pentingnya tuntutan keterampilan membaca pada abad 21 dimana kemampuan tersebut salah satunya memahami informasi secara analitis, kritis, dan reseptif. Dalam hal ini membaca merupakan kemampuan analitis, dalam hal ini kegiatan membaca dapat memahami maksud. Oleh karena itu kemampuan dalam membaca dapat meningkatkan pola intens dan focus pada isi bacaan. Selain pentingnya kegiatan meningkatkan membaca hal memiliki dampak sosial yang dihasilkan, seperti mengetahui tujuan motivasi partisipan masyarakat dalam mengikuti kegiatan literasi serta pengembangan komunitas yang lebih literat.

Penelitian terdahulu yang relevan terkait hal ini sudah di teliti oleh (Kuncahyono & Kumalasani, 2020) dengan judul *Implementasi Literasi Digital Guru SD Melalui Pendampingan Pembuatan Digital Material (Sway)*. Pada penelitian ini membahas tentang pengabdian dalam membantu mitra dalam meningkatkan kemampuan literasi digital dan kompetensi guru SDN Juwet 2 Kab. Kediri salah satu upaya yang dilakukan yaitu menerapkan pembelajaran berbasis digital yang dapat digunakan sebagai bahan ajar pembelajaran daring. Metode yang digunakan untuk penelitian ini melalui pendekatan *participatory action research* (PAR). Metode tersebut dilakukan berbasis riset dengan cara 1) melakukan sosialisasi dan workshop Digital material dan literasi digital, 2) penyusunan digital material (sway) berbasis internet, 3) implementasi produk digital material (sway) dalam pembelajaran daring. Hasil pada penelitian ini menggunakan basis riset ini menghasilkan berupa produk digital material (sway) yang menjadi salah satu bahan yang digunakan sebagai bahan ajar daring, kedua adalah berdasarkan hasil pre test dan post tes menunjukkan bahwa kemampuan literasi digital para guru meningkat. Pada hasil akhir menunjukkan bahwa produk akhir dari pembuatan digital material yaitu berupa produk digital material (sway) yang dapat digunakan sebagai bahan ajar yang diimplementasikan dalam proses pembelajaran daring dengan siswa.

Penelitian terdahulu yang relevan dengan bidang ini yang sudah di lakukan oleh (Ambarita & Yuniati, 2021) dengan judul *Blog Interaktif Berbasis Literasi Digital Sebagai Media Kampanye Moderisasi Beragama Bagi Milenial*, pada

penelitian ini membahas tentang blog interaktif berbasis literasi digital sebagai media kampanye moderasi beragama bagi generasi milenial. Pada penelitian ini menggunakan riset dan pengembangan (*riset and development*) model ADDIE. Dengan menggunakan validasi atau uji kelayakan blog interaktif dilakukan oleh ahli media, ahli materi, dan praktisi. Uji coba blog interaktif dibagi menjadi dua tahapan diantaranya, Melalui uji coba kelompok kecil yang terdiri dari 10 orang mahasiswa Pendidikan Kristen Anak Usia Dini dan uji coba kelompok besar dengan melibatkan 55 orang mahasiswa Pendidikan Agama Kristen. Pada hasil penilaian ini kelayakan blog interaktif, ahli media memberikan nilai rata-rata sebesar 4,5 dengan kategori Sangat Baik dan Ahli materi memberikan nilai rata-rata sebesar 4,00 dengan kategori Baik. Pada tahapan melalui eksperimen pada kelompok kecil memiliki, nilai rata-rata sebesar 4,15 dengan kategori Baik dan pada uji coba kelompok besar dengan nilai rata-rata sebesar 4,14 berada pada kategori Baik. Dalam hal ini dapat disimpulkan pada penelitian ini bahwa, blog interaktif sudah teruji kelayakannya untuk digunakan sebagai media kampanye moderasi beragama berhubungan literasi digital bagi kaum milenial.

Penelitian lain juga membahas hal yang relevan terkait hal ini yang sudah diteliti oleh (Diniati et al., 2022) dengan judul *Literacy Event Sebagai Kampanye Public Relations Dalam Meningkatkan Semangat Literasi Masyarakat Indonesia*, fokus pembahasan pada penelitian ini mengeksplorasi tentang bagaimana strategi kampanye *Public Relations* apa saja yang dilakukan untuk meningkatkan semangat literasi masyarakat Indonesia. Pada penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif dimana untuk mengetahui hasil menggunakan pendekatan kualitatif. Selain itu penelitian menggunakan sumber data primer yang digunakan merupakan hasil observasi melalui pengamatan rutin pada media digital yang digunakan, pemberitaan sebelum dan setelah pelaksanaan event, dan wawancara informan. Pada hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa untuk melakukan strategi kampanye *Public Relations* dalam meningkatkan semangat literasi yang dijunjung terdapat lima tahapan utama yang terdiri dari analisis situasi, *planning & programming*, strategi *pentahelix*, *Taking Action & Communication*, serta *monitoring & evaluasi*. Analisis situasi dan *monitoring & evaluasi* merupakan dua tahap yang saling terhubung, dimana pada tahap ini *Literacy Event* rutin

melakukan aktivitas *After Action Review* agar dapat mengetahui kekurangan dan kelebihan dari event yang diselenggarakan.

Dari ketiga penelitian sebelumnya yang telah dijelaskan di atas dapat diketahui bahwa penelitian sebelumnya sudah membahas terkait literasi berbentuk literasi digital dan literasi acara, tetapi belum ada yang membahas dan meneliti tentang kabahuruan dalam ” Bentuk Kampanye Literasi PT Cita Intrans Selaras (Citila Grup) Dalam Membangun Motivasi Partisipasi Masyarakat Melalui Komunitas Literasi.” Dalam hal ini penelitian ini berfokus untuk mengetahui analisis bentuk kampanye yang diterapkan oleh citila grup dalam upaya meningkatkan minat baca dan berpikir kritis melalui kampanye literasi dan mengetahui tujuan motivasi yang mengikuti kampanye literasi yang diselenggarakan oleh PT Cita Intrans Selaras ( Citila Grup). Berdasarkan pada latar belakang yang berfokus pembahasan tentang bentuk kampanye literasi dalam hal ini PT Cita Intrans Selaras memiliki beberapa unit khusus bentuk kampanye literasi salah satunya melalui Citila Grup yang bergerak di bidang edukasi dan bidang kreatif dalam meningkatkan budaya literasi. Selain itu latar belakang ini tidak hanya membahas bentuk kampanye literasi tetapi juga mengetahui motivasi partisipan yang mengikuti kampanye literasi yang ada di citila grup guna mengetahui dan membangun kebutuhan tujuan partisipan, melalui kajian psikologi melalui teori motivasi berdasarkan hierarki dikenal dengan *Maslow's Needs Hierarchy* memberikan sebuah gambaran untuk menjelaskan bahwa penglibatan partisipan yang memiliki kaitan dalam sebuah aktivitas berkaitan tentang komunitas literasi bukan sekadar aktivitas intelektual, tetapi juga berhubungan dengan pemenuhan kebutuhan mendasar hingga pengembangan diri secara optimal.. Citila Grup sering mengadakan acara kerja sama melalui beberapa sub unit yang ada di Citila Grup salah satunya Komunitas KaliMetro, dimana banyak acara yang diselenggarakan oleh PT Cita Intrans Selaras berkolaborasi dengan sub unit Citila Grup yang menghasilkan beberapa acara melalui pendekatan inovatif dalam melaksanakan kampanye berhubungan tentang literasi yang dimana diikuti oleh partisipan yang dapat membangun untuk menghasilkan motivasi atau tujuan apa partisipasi mengikuti kegiatan kampanye literasi . Penelitian ini bertujuan untuk berfokus menganalisis bentuk-bentuk

kampanye literasi yang diterapkan, seperti penggunaan media digital, pelatihan, atau kegiatan komunitas, yang menghasilkan motivasi setiap partisipan dalam mengikuti program kampanye literasi yang diselenggarakan oleh PT Cita Intrans Selaras (Citila Grup) serta efektivitasnya dalam mencapai tujuan literasi.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang diuraikan di atas dapat teridentifikasi beberapa masalah yaitu sebagai berikut :

1. Bagaimana bentuk kampanye literasi yang diterapkan oleh PT Cita Intrans Selaras yang ada di Citila Grup?
2. Bagaimana respon motivasi partisipan yang dihasilkan setelah mengikuti kegiatan kampanye literasi yang diselenggarakan PT Cita Intrans Selaras yang bekerjasama dengan unit Citila Grup?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini dijelaskan sebagai berikut :

1. Untuk mendeskripsikan dan mendokumentasikan berbagai bentuk literasi kampanye yang diterapkan oleh PT Cita Intrans Selaras di bawah naungan Citila Grup, termasuk mengetahui penggunaan media sosial yang digunakan untuk mengagungkan dalam kegiatan kampanye literasi, dan kegiatan literasi berbasis komunitas apa saja yang diselenggarakan oleh Citila Grup.
2. Untuk mendeskripsikan motivasi partisipan dalam mengikuti kampanye literasi yang diselenggarakan oleh PT Cita Intrans Selaras (Citila Grup), serta memahami dampak sosial yang dihasilkan dari kampanye yang diselenggarakan oleh Citila Grup.

## 1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan hal ini manfaat pada penelitian ini memiliki suatu tujuan baik secara teoritis dan praktis yang akan dicapai dalam penelitian ini, hal ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

#### 1.4.1 Manfaat Teoritis

Dalam penelitian ini mampu memperkaya pemahaman tentang literasi dan kampanye literasi di masyarakat. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada pengembangan literasi yang ada di PT Cita Intrans Selaras khususnya kegiatan apa saja yang diselenggarakan Citila Grup mengupayakan pentingnya literasi yang berhubungan dengan membaca melalui kampanye literasi lewat penginformasian media sosial dan mengetahui pengaruhnya terhadap partisipan yang mengikuti kegiatan kampanye literasi secara melalui komunitas literasi yang ada Citila Grup secara langsung dan berkaitan mengetahui motivasi masyarakat dalam mengikuti kampanye literasi yang dihasilkan sesudah mengikuti program kegiatan literasi yang diselenggarakan oleh Citila Grup. Selain itu, hasil penelitian ini dapat menjadi referensi bagi peneliti lain yang tertarik pada topik serupa, serta memberikan wawasan baru mengenai strategi yang efektif dalam meningkatkan literasi di masyarakat, sehingga dapat mendorong penelitian lebih lanjut di bidang ini.

#### 1.4.2 Manfaat Praktis

Pada penelitian ini diharapkan dengan adanya kampanye literasi temuan dari penelitian ini dapat digunakan untuk mengetahui kegiatan apa saja yang diselenggarakan Komunitas yang dikelola oleh PT Cita Intrans Selaras (Citila Grup) dalam meningkatkan literasi melalui kegiatan kampanye. Dengan hal ini juga dapat mengetahui dampak yang dirasakan langsung oleh partisipan yang diharapkan acara berhubungan dengan kegiatan kampanye literasi diharapkan menciptakan lingkungan yang mewariskan pentingnya membaca juga minat baca dan bisa menjadi pembelajaran lebih lanjut dalam rangka pengembangan pengetahuan.

#### 1.5 Definisi Operasional

1. Kampanye literasi : Merupakan penjelasan dan terukur mengenai konsep atau variabel yang akan diukur atau dievaluasi dalam kampanye literasi. dalam penjelasan ini kampanye literasi penting untuk memastikan bahwa semua pihak yang terlibat memiliki pemahaman yang sama tentang apa yang dimaksud dengan "literasi" dan bagaimana hal itu akan diukur dalam konteks kampanye.

2. Motivasi partisipan : Motivasi partisipan menjelaskan tentang apa yang dimaksud dengan motivasi dalam konteks partisipasi individu mengikuti suatu kegiatan, program, dalam penjelasan ini menggunakan teori Abraham Maslow dengan merujuk pada hierarki kebutuhan yang dikemukakan oleh Maslow. Teori hierarki Abraham Maslows mendefinisikan bahwa manusia memiliki lima tingkat kebutuhan yang harus dipenuhi, mulai dari kebutuhan dasar hingga kebutuhan aktualisasi diri.
3. Komunitas Literasi: Komunitas yang dikelola oleh PT Cita Intrans Selaras (Citila Grup) dalam menyelenggarakan kampanye literasi menjadi sarana dalam memfasilitasi seperti meningkatkan minat baca, pengetahuan, dan keterampilan melalui berbagai aktivitas kolektif, seperti diskusi buku, kegiatan membaca bersama, kelas edukasi, atau pelatihan tematik untuk partisipan dalam menyuarakan gagasan, memperluas wawasan, serta meningkatkan kesadaran akan pentingnya membaca dan berpikir kritis di tengah masyarakat.

