

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kemampuan literasi di tingkat perguruan tinggi dikaitkan dengan keberadaan sarana yang mendukung minat baca, salah satunya toko buku kampus seperti New BookStore di Universitas Muhammadiyah Malang (UMM). Toko buku tersebut tidak sekedar berperan sebagai tempat jual beli, melainkan juga sebagai wadah intelektual tempat mahasiswa bisa menambah wawasan dan menambah minat baca pada buku. Hal ini selaras dengan hasil penelitian dari Nadila Cantika Ramdani et al., (2025). yang menunjukkan bahwa dukungan sinfrastruktur literasi, seperti revitalisasi perpustakaan atau tempat jual beli buku, dapat membantu menciptakan budaya baca yang lebih baik di kalangan mahasiswa. Namun, laporan perpusnas tahun 2003 mengindikasikan bahwa minat baca di Indonesia pada kalangan mahasiswa mengalami penurunan, yang disebabkan oleh peralihan ke media digital Nurliana & Nurul Aini, (2023). Hal ini memerlukan prioritas lebih dari lembaga pendidikan guna untuk menemukan cara inovatif dalam mendukung budaya literasi di era digital. Literasi pada dasarnya tidak hanya dimaknai sebagai kemampuan membaca dan menulis, tetapi juga mencakup kemampuan memahami, berpikir kritis, serta menuangkan gagasan dalam berbagai konteks kehidupan. Hal ini sejalan dengan pendapat Pangesti (2020) yang menyatakan bahwa membaca tidak hanya sekedar mengeja, melainkan memahami hingga pada tingkat kritis, dan menulis digunakan untuk mengekspresikan ide atau gagasan.

Penataan dan promosi buku fiksi merupakan aspek penting yang perlu diperhatikan karena keduanya berdampak signifikan pada minat baca masyarakat,

khususnya di kalangan generasi muda. Penataan yang menarik dan promosi yang efektif dapat menarik perhatian pembaca serta meningkatkan aksesibilitas terhadap karya sastra fiksi. Situasi ini menerapkan pendekatan yang strategis dan fleksibel, termasuk pemberian diskon dan pelaksanaan kegiatan seperti “*Campus Fest 2025*” di New BookStore UMM yang diperkirakan mampu menjadi contoh sukses untuk mendorong antusias membaca serta partisipasi dalam literasi di antara mahasiswa pada era digital saat ini. Menurut Sya’bani Arlan, (2023) dan Astuti, (2020) buku fiksi selain memiliki peran sebagai media hiburan, hal ini juga sebagai alat pengembangan imajinasi, empati, dan keterampilan berpikir kritis yang krusial bagi mahasiswa. Penelitian ini memilih buku fiksi sebab memiliki daya tarik emosional yang lebih besar dan dapat membangkitkan minat membaca dengan sendirinya, buku fiksi juga memiliki peran dalam meningkatkan imajinasi, serta apresiasi terhadap sastra yang merupakan elemen krusial dari budaya literasi. Penelitian ini menunjukkan bahwa interaksi sosial yang tercipta melalui kegiatan promosi serta kegiatan tematik di toko buku dapat meningkatkan keterlibatan mahasiswa dan memperkuat budaya literasi. Dengan demikian, penelitian ini berhubungan erat dengan bagaimana penataan dan promosi buku fiksi yang dapat menjadi pendorong dalam membangun minat baca dan budaya literasi di kalangan akademisi muda (Fadhilah, 2024). Strategi yang dikembangkan di New BookStore UMM dalam konteks “*Campus Fest 2025*” dapat menjadi studi kasus berharga dalam memodelkan keberhasilan promosi literasi di era digital.

New BookStore Muhammadiyah Malang (UMM) diidentifikasi sebagai subjek penelitian yang relevan mengingat perannya sebagai komponen dari ekosistem literasi di lingkungan kampus. Toko buku ini tidak hanya berperan

sebagai tempat jual beli buku, melainkan juga sebagai platform untuk mengembangkan minat baca, dan juga penyedia akses yang sangat penting terhadap berbagai bahan bacaan yang mendukung perkembangan akademik mahasiswa. Penataan koleksi buku dan strategi promosi yang tepat di New BookStore UMM berpotensi mempengaruhi kebiasaan membaca mahasiswa secara signifikan, menciptakan lingkungan yang mendukung peningkatan minat baca dan akses terhadap literasi. Buku fiksi berkontribusi dalam memperluas apresiasi sastra dan pemahaman humaniora di kalangan mahasiswa, yang berfungsi sebagai komponen krusial dari pembelajaran di perguruan tinggi. Dengan demikian, fokus utama penelitian ini adalah untuk mengeksplorasi terkait pengelolaan penataan buku dan penyediaan koleksi di New BookStore UMM yang dapat berdampak pada pengalaman membaca mahasiswa dan, membentuk wawasan mereka dalam konteks pendidikan dan budaya.

Pengembangan budaya literasi di kalangan mahasiswa menjadi semakin penting dalam menciptakan lingkungan akademik yang kritis dan produktif. Penelitian mengenai strategi visual dan promosi buku fiksi di New Bookstore UMM sangat relevan dalam konteks ini, karena dapat menunjukkan dampak penataan dan promosi terhadap minat baca mahasiswa serta aktivitas literasi mereka. Hal ini sejalan dengan penelitian dari Iswatiningsih (2020) menyatakan bahwa literasi tidak hanya terbatas pada kemampuan membaca dan menulis, tetapi juga mencakup kemampuan memahami, menalar, dan memecahkan masalah dalam kehidupan sehari-hari. Penataan buku dan strategi promosi yang efektif tidak hanya berkontribusi pada peningkatan penjualan, tetapi juga berperan dalam pembentukan ekosistem literasi yang lebih luas di kalangan mahasiswa oleh karena

itu, pengelolaan buku di toko buku harus dipandang sebagai bagian dari upaya institusional untuk mendukung masyarakat akademik dalam gerakan literasi Arifatin et al., (2023). Sehingga temuan dalam penelitian ini diharapkan mampu untuk memberikan pengetahuan mengenai bagaimana strategi literasi yang kreatif dan berkelanjutan yang dapat dikembangkan dalam konteks studi perguruan tinggi.

New BookStore UMM memiliki potensi untuk berkontribusi dalam menciptakan komunitas literasi dengan menyediakan koleksi bacaan yang beragam, baik akademik maupun non-akademik, serta menciptakan kegiatan seperti peluncuran buku dan pameran yang dapat menarik mahasiswa untuk berkunjung dan membaca. Penelitian ini sangat krusial untuk mengkaji bagaimana penataan buku di New BookStore UMM dalam membangun budaya literasi, terutama mengingat kontribusinya yang signifikan dalam memperkenalkan dan menyebarkan karya sastra, serta mendorong minat baca di kalangan mahasiswa. Penataan koleksi buku secara tematik dan strategis di New BookStore juga dapat mempengaruhi keputusan pembelian dan mendorong minat baca di kalangan mahasiswa. Demikian pula strategi promosi buku yang relevan dengan gaya hidup mahasiswa saat ini seperti diskon up to 30% untuk buku perguruan tinggi serta diskon khusus dengan cara menunjukkan KTM untuk semua mahasiswa. Kegiatan promosi yang menarik ini, seperti pengenalan buku melalui kegiatan baca atau diskon khusus, yang dapat mendorong mahasiswa untuk lebih aktif dalam mengeksplorasi bahan bacaan yang disediakan.

Penelitian dari Rustiarini & Dewi, (2021) menegaskan bahwa penataan perpustakaan desa untuk meningkatkan literasi telah menunjukkan bahwa literasi merupakan elemen yang penting dalam pembangunan sumber daya manusia,

namun masyarakat Indonesia masih menunjukkan tingkat literasi yang sangat rendah. Hasil penelitian ini menunjukkan jumlah perpustakaan di desa masih sangat minim, fasilitas dan infrastruktur bahan bacaan yang tersedia juga masih sangat minim.

Penelitian dari Krisdiantoro et al., (2022) bertujuan untuk memahami cara pengelolaan perpustakaan dalam memperbaiki inisiatif literasi di sekolah, serta mengidentifikasi elemen yang mendukung dan menghalangi upaya tersebut di SMP 2 Ciawi. Penelitian ini menerapkan metode kualitatif melalui teknik studi kasus, pengumpulan data dilakukan dengan pengamatan langsung, distribusi kuesioner, sesi wawancara dan pengumpulan dokumentasi. Peserta dalam penelitian ini meliputi kepala sekolah, tenaga pendidik, dan pelajar. Studi ini menghasilkan wawasan mengenai pengelolaan perpustakaan untuk peningkatan program literasi, yang mencakup perencanaan perpustakaan guna memperkuat inisiatif literasi dilakukan melalui penyediaan bahan koleksi dan sarana perpustakaan, penyampaian pelayanan unggul kepada pengguna, serta promosi perpustakaan, dan struktur organisasi perpustakaan melibatkan sejumlah staf dengan tanggung jawab utama dan peran yang beragam, seperti pengelola perpustakaan, petugas layanan teknologi informasi, petugas layanan pengguna, dan petugas layanan teknis.

Penelitian dari Fadhilah (2024), menunjukkan bahwa ketersediaan koleksi buku yang menarik, program-program perpustakaan yang inovatif, serta dukungan sosial dari keluarga dan teman-teman memiliki pengaruh signifikan terhadap minat baca remaja. Hal menunjukkan bahwa interaksi sosial yang tercipta melalui kegiatan promosi dan acara tematik di toko buku dapat memperkuat

budaya literasi dan meningkatkan keterlibatan mahasiswa dalam kegiatan yang berhubungan dengan membaca.

Penelitian mengenai strategi penataan buku dan strategi promosi buku saat ini terdapat kesenjangan yang cukup besar meskipun aspek ini berimplikasi signifikan terhadap minat baca mahasiswa. Dalam era dominasi platform digital dan *e-book*, toko buku fisik perlu menyesuaikan model bisnisnya agar tetap relevan dan mampu bersaing Rahmaningtyas & Haryadi, (2022). Dengan demikian, penelitian ini menawarkan perspektif baru dalam memahami bagaimana toko buku fisik mampu bersaing dengan dominasi platform digital dan *e-book* di kalangan generasi muda. Atika et al., (2025) mengatakan bahwa penataan yang estetis dan informatif juga memainkan peran penting, karena memungkinkan suatu pengalaman berbelanja yang lebih menarik dan interaktif bagi pengunjung. Hal ini sejalan dengan Ritonga et al., (2023) terkait kombinasi strategi pemasaran terpadu yang dapat memperkuat *brand awareness* di kalangan mahasiswa, meskipun hal ini lebih umum dibahas di sektor bisnis lain. Melalui pendekatan kreatif, toko buku bisa berfungsi sebagai pusat kegiatan literasi, memberdayakan mahasiswa untuk terlibat lebih jauh dalam budaya membaca dan menulis Fuady & Syofyan, (2022). Dalam konteks pendidikan tinggi, toko buku dapat menjadi sarana untuk membangun budaya membaca yang kokoh. Upaya meningkatkan literasi di kalangan mahasiswa membutuhkan dukungan dari institusi pendidikan untuk memfasilitasi kegiatan-kegiatan literasi yang terencana dan menarik (Istanti, 2023).

Dari beberapa penelitian terdahulu di atas munculnya urgensi dalam penelitian ini yang didasari oleh fenomena menurunnya minat baca di kalangan

mahasiswa, terutama akibat pergeseran kebiasaan membaca ke media digital. Fenomena menurunnya minat baca di kalangan mahasiswa saat ini menjadi isu yang krusial, terlebih dengan pergeseran cara membaca menuju media digital yang lebih dominan. Penelitian yang dilakukan oleh Fajri dan Aisiah menunjukkan bahwa kemajuan teknologi dan informasi mempengaruhi literasi digital, yang menjadi salah satu faktor penting dalam perilaku membaca mahasiswa Fajri & Aisiah, (2022). Toko buku seperti New BookStore UMM berpotensi menjadi penguat budaya literasi melalui penataan ruang yang menarik, promosi tematik, dan kegiatan literasi seperti *Campus Fest 2025* yang memberikan diskon bagi semua mahasiswa. Dalam konteks ini, upaya untuk memperkuat budaya literasi dapat dilakukan melalui toko buku kampus seperti New BookStore UMM. Toko buku tersebut dapat berfungsi sebagai pusat budaya literasi di lingkungan perguruan tinggi dengan memanfaatkan penataan ruang yang menarik serta mengadakan promosi tematik dan penyelenggaraan kegiatan yang dapat menarik kembali minat baca mahasiswa. Menurut Rosyidiani, (2020), menegaskan bahwa keberadaan toko buku sangat penting bagi mahasiswa sebagai sumber informasi dan literasi yang dapat memperkuat jaringan pengetahuan mereka, selain itu Nudiati, (2020) juga menekankan perlunya literasi sebagai pemahaman dan implementasi literasi dalam kehidupan mahasiswa sehari-hari sebagai salah satu penunjang untuk meningkatkan keterlibatan mereka dalam budaya literasi. Budaya literasi yang baik tidak sekedar untuk menumbuhkan minat baca, melainkan juga dapat membantu dalam menguatkan peran toko buku sebagai tempat literasi di lingkungan akademis. Proses penelitian ini tidak hanya berfokus pada pada pengungkapan pengaruh atau efek yang dihasilkan, melainkan juga bertujuan

untuk mengetahui sikap dan persepsi generasi muda khususnya generasi Z terhadap toko buku fisik di tengah gempuran informasi melalui media digital dan *e-book*. Oleh karena itu, toko buku harus dipandang tidak hanya sebagai tempat jual beli, melainkan juga sebagai arena budaya literasi yang dapat mendukung perkembangan apresiasi sastra di kalangan mahasiswa, terutama di tengah tekanan dari media digital yang semakin mendominasi Daroin et al., (2022). Kebaruan penelitian ini terletak pada fokusnya terhadap peran toko buku melalui aspek penataan dan strategi promosi buku dalam konteks pendidikan tinggi di Indonesia, yang masih jarang dikaji. Analisis terhadap strategi penataan dan strategi promosi buku di toko buku kampus seperti New BookStore UMM sangat penting. Penelitian ini berfokus pada bagaimana toko buku kampus dapat memelihara dan mendorong minat baca di kalangan mahasiswa, terutama melalui penataan yang menarik dan aktivitas yang melibatkan partisipasi aktif dan mampu menarik perhatian khusus dari pengguna dengan demikian, eksplorasi lebih lanjut tentang peran toko buku fisik dalam meningkatkan literasi mahasiswa di era digital ini menjadi sangat krusial dan relevan bagi perkembangan akademis dan budaya di perguruan tinggi.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah terdiri sebagai berikut:

- 1) Bagaimana peran penataan buku fiksi di New BookStore UMM dalam mendorong budaya literasi mahasiswa?
- 2) Bagaimana strategi promosi buku fiksi yang dilakukan oleh New BookStore UMM dalam meningkatkan budaya literasi mahasiswa?

- 3) Apa saja faktor pendukung dan penghambat New Book Store UMM dalam melaksanakan penataan dan promosi buku fiksi untuk mendorong budaya literasi mahasiswa?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian terdiri sebagai berikut:

- 1) Mendeskripsikan peran penataan buku fiksi di New BookStore UMM dalam mendukung budaya literasi mahasiswa.
- 2) Mendeskripsikan strategi promosi buku fiksi yang dilakukan oleh New BookStore UMM dalam meningkatkan budaya literasi mahasiswa.
- 3) Mengidentifikasi faktor pendukung dan penghambat yang ada di New BookStore UMM dalam melaksanakan penataan dan promosi buku fiksi untuk mendorong budaya literasi mahasiswa.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini memiliki dua manfaat yaitu manfaat teoritis dan manfaat praktis.

1.4.1 Manfaat Teoretis

Secara teoretis penelitian ini diharapkan mampu memberi dukungan terhadap kemajuan dalam bidang literasi dan manajemen toko buku, terutama yang berkaitan dengan peran penataan dan strategi promosi buku fiksi dalam mendorong budaya literasi mahasiswa di lingkungan perguruan tinggi. Temuan dari penelitian ini dapat menjadi landasan bagi penelitian selanjutnya yang mengkaji strategi pengelolaan toko buku dalam lingkungan perguruan tinggi sebagai sarana penguatan budaya literasi.

1.4.2 Manfaat Praktis

- 1) Penelitian ini dapat membantu New BookStore UMM dalam meningkatkan efektivitas penataan dan promosi buku fiksi agar lebih menarik minat baca mahasiswa.
- 2) Penelitian ini dapat membantu pihak universitas dalam mengembangkan program literasi berbasis toko buku sebagai pusat kegiatan literasi mahasiswa.

1.5 Penegasan Istilah

- 1) Peran penataan buku fiksi ialah proses pengelolaan, pengelompokan, dan penempatan buku fiksi di rak atau area tertentu (*Floor*) dalam toko buku agar menarik perhatian pembaca serta memudahkan pencarian. Penataan ini mencakup aspek visual (tata letak, penggolongan, dan kerapian) serta strategi penataan yang berorientasi pada kenyamanan dan minat pengunjung. Peran ini tercermin dari sejauh mana penataan buku fiksi yang dapat menarik perhatian mahasiswa untuk membaca dan menumbuhkan kebiasaan literasi.
- 2) Peran Strategi promosi buku fiksi merupakan kegiatan yang dilakukan oleh pihak toko untuk memperkenalkan dan meningkatkan minat beli atau minat baca terhadap buku fiksi melalui berbagai cara seperti poster, media sosial, pameran, diskon 30 % up to buku perguruan tinggi, dan diskon khusus mahasiswa dengan menggunakan KTM.
- 3) New Bookstore UMM adalah toko buku yang berlokasi di lingkungan Universitas Muhammadiyah Malang yang menjadi tempat pelaksanaan penelitian ini. Toko ini berperan sebagai salah satu tempat kegiatan literasi mahasiswa, terutama dalam penyediaan buku-buku akademik maupun non akademik.

- 4) Budaya Literasi Mahasiswa adalah kebiasaan, minat, serta perilaku mahasiswa dalam membaca, memahami, dan menerima dan memanfaatkan informasi dari berbagai sumber, khususnya buku fiksi yang digunakan untuk mengembangkan pengetahuan. Dalam konteks penelitian ini, budaya literasi dapat di diketahui melalui frekuensi membaca, partisipasi dalam kegiatan literasi, serta minat terhadap karya sastra.
- 5) Faktor pendukung dan penghambat adalah segala hal yang dapat mempengaruhi keberhasilan maupun kesulitan New BookStore UMM dalam melaksanakan penataan dan promosi buku fiksi untuk mendorong budaya literasi mahasiswa. Faktor pendukung didefinisikan sebagai kondisi atau keadaan yang mendukung terlaksananya kegiatan penataan dan promosi buku dengan efektif, sedangkan faktor penghambat didefinisikan sebagai kondisi yang menghambat atau memperlambat pelaksanaan saat penataan maupun promosi. Dalam penelitian ini, faktor-faktor tersebut akan diidentifikasi melalui hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi di New BookStore UMM, guna untuk mengetahui bagaimana kedua faktor tersebut berpengaruh terhadap upaya peningkatan budaya literasi mahasiswa.