



Peranan *Sunmowrite* dalam Program Kampanye *Public Relations Sunmoread: Sunday More Reading* sebagai Gerakan Literasi Berbasis Kolaborasi bersama Pemuda Bakti Banua di Kota Banjarmasin

Noor Mistia Fatimah¹, Bachruddin Ali Akhmad²

^{1,2}Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Lambung Mangkurat, Kota Banjarmasin

Surel: 2110414320063@mhs.ulm.ac.id

Abstrak: Minat baca dan kemampuan menulis di kalangan generasi muda Indonesia, khususnya di wilayah urban seperti Kota Banjarmasin, masih menghadapi tantangan serius. Rendahnya budaya literasi tidak hanya disebabkan oleh minimnya akses terhadap bahan bacaan, tetapi juga kurangnya ruang partisipatif dan apresiatif bagi masyarakat untuk mengekspresikan gagasan mereka melalui tulisan. Menanggapi situasi tersebut, program *Sunmowrite* hadir sebagai salah satu bagian dari kampanye *Sunmoread: Sunday More Reading*, yang bertujuan untuk meningkatkan kesadaran, kemampuan, dan keberanian generasi muda dalam dunia literasi melalui pendekatan *public relations* yang komunikatif dan inklusif. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan metode observatif partisipatif, wawancara mendalam, dokumentasi, serta penyebaran kuesioner kepada peserta. Program *Sunmowrite* terdiri dari rangkaian kegiatan utama, seperti talkshow literasi dan pengumpulan karya dalam bentuk buku bertajuk *Jejak Sunmoread*. Tema yang diangkat dalam talkshow dirancang kontekstual dan dekat dengan kehidupan anak muda, sementara narasumber yang dipilih berasal dari kalangan penulis dan komunitas literasi yang relevan dan inspiratif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Sunmowrite* tidak hanya berhasil meningkatkan pemahaman peserta terhadap pentingnya membaca dan menulis, tetapi juga memicu perubahan sikap peserta yang ditandai dengan keberanian mereka untuk membagikan karya secara publik. Evaluasi kuantitatif dan kualitatif menunjukkan bahwa mayoritas peserta merasa puas terhadap pelaksanaan program, baik dari sisi isi, metode penyampaian, hingga atmosfer kegiatan. Program ini juga berkontribusi pada peningkatan eksistensi organisasi mitra, yaitu Pemuda Bakti Banua, sebagai penggerak kegiatan sosial yang progresif di kalangan pemuda Banjarmasin. Keberhasilan *Sunmowrite* membuka peluang untuk mengembangkan platform literasi yang tidak hanya bersifat temporer, melainkan berkelanjutan, berbasis komunitas, dan dapat direplikasi di wilayah lain. Penelitian ini merekomendasikan penguatan strategi komunikasi digital dan kolaborasi lintas sektor sebagai kunci keberlanjutan program literasi akar rumput di masa depan.

Kata kunci: Generasi Muda, Kampanye *Public Relations*, Komunitas, Literasi, Minat Baca

Cara Sitasi: Fatimah, N. M., & Akhmad, B. A. (2025). Peranan *Sunmowrite* dalam Program Kampanye *Public Relations Sunmoread: Sunday More Reading* sebagai Gerakan Literasi Berbasis Kolaborasi bersama Pemuda Bakti Banua di Kota Banjarmasin. *JURNAL PERSUASI*, 2(3): 48-57.

PENDAHULUAN

Pembentukan budaya literasi yang kuat merupakan fondasi penting bagi perkembangan intelektual, sosial, dan, demokrasi suatu bangsa. Namun, meskipun tingkat melek huruf di Indonesia tergolong tinggi (misalnya 99,42% di DKI Jakarta pada 2023), minat baca masyarakat nasional masih menjadi perhatian serius. Menurut data UNESCO (2024), hanya sekitar 0,001% atau 1 dari 1.000 orang Indonesia yang memiliki minat baca tinggi. Persebaran data dari 2023 menyebutkan Tingkat Gemar Membaca (TGM) di kisaran 66-67 poin (kategori sedang), sebelum naik menjadi 72,44 pada tahun 2024, namun masih jauh dari standar ideal yang dicanangkan pemerintah sebesar 70-71 poin.

Melihat realitas tersebut, kampanye *Sunmoread: Sunday More Reading* hadir sebagai gerakan literasi berbasis komunikasi publik dan partisipasi komunitas yang digagas oleh Pemuda Bakti Banua. Salah satu program unggulannya adalah *Sunmowrite*, yaitu sebuah inisiatif yang secara khusus dirancang untuk mendorong keterlibatan generasi muda dalam kegiatan literasi kreatif dan reflektif. Melalui pendekatan komunikatif yang bersifat edukatif, persuasif, dan inklusif. *Sunmowrite* tidak hanya berfungsi sebagai wadah apresiasi dan publikasi karya para peserta yang diwujudkan dalam bentuk buku bertajuk Jejak Sunmoread.

Program ini dibangun atas dasar keyakinan bahwa menulis bukan hanya sekedar keterampilan teknis, melainkan bentuk ekspresi literasi yang mampu memperkuat identitas, memberdayakan pemikiran, dan mendorong partisipasi aktif dalam kehidupan sosial. Dengan menyasar mahasiswa, komunitas literasi, dan pemuda di Kota Banjarmasin, *Sunmowrite* menghadirkan kombinasi kegiatan seperti talkshow literasi hingga interaksi langsung antara peserta dan narasumber dari kalangan penulis serta pegiat literasi lokal. Setiap kegiatan dikemas dengan pendekatan tematik yang relevan dan menyentuh aspek psikologis serta sosial peserta, sehingga menciptakan ruang aman bagi mereka untuk menulis dan membagikan karya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji secara mendalam bagaimana strategi komunikasi dalam program *Sunmowrite* dijalankan, serta bagaimana dampaknya terhadap kesadaran, sikap, dan tindakan peserta dalam konteks literasi. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk melihat sejauh mana program ini berkontribusi terhadap peningkatan eksistensi Pemuda Bakti Banua sebagai organisasi kepemudaan yang peduli dan aktif dalam mendorong gerakan literasi berbasis komunitas di era digital.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif yang bertujuan untuk menggambarkan dan menganalisis proses perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi kampanye *public relations* bertajuk “*Sunmoread: Sunday More Reading*”. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini tidak hanya berfokus pada hasil akhir, tetapi juga pada dinamika komunikasi, interaksi sosial, serta pengalaman para peserta dan mitra yang terlibat dalam program kampanye tersebut. Penelitian ini berupaya menggali makna di balik partisipasi publik, strategi komunikasi yang digunakan, serta dampak kampanye terhadap peningkatan eksistensi organisasi mitra, yaitu Pemuda Bakti Banua di tengah masyarakat Kota Banjarmasin. Subjek penelitian mencakup seluruh pihak yang terlibat langsung dalam perencanaan dan pelaksanaan kampanye, termasuk tim pelaksana, perwakilan Pemuda Bakti Banua, peserta program, serta mitra strategis seperti komunitas literasi lokal, media partner, dan sponsor. Objek penelitian adalah keseluruhan program kampanye yang meliputi empat komponen utama; *Sunscribe of Sunmoread*, *Book & Look*, *Sunmowrite*, dan *Communimates Partner*.

Dalam proses pengumpulan data, peneliti menggunakan beberapa teknik yang saling melengkapi untuk memastikan keabsahan dan kedalaman informasi. Tekni pertama adalah wawancara mendalam yang dilakukan kepada sejumlah informan kunci, seperti perwakilan Pemuda Bakti Banua, penggerak komunitas baca di Banjarmasin (di antaranya Komunitas Gemar Belajar, Literasi Banua, Kampung Buku Banjarmasin, Read Aloud, Kawan Baca, Katuju Baca, Sekolah Rakyat Banjarmasin), serta para peserta program *Sunmoread*. Wawancara ini bertujuan untuk menggali perspektif mereka mengenai kebutuhan literasi di Banjarmasin, potensi kampanye, serta persepsi mereka terhadap keberadaan Pemuda Bakti Banua.

Teknik kedua adalah observasi partisipatif, dimana peneliti secara langsung terlibat dalam pelaksanaan berbagai program kampanye, baik secara daring melalui media sosial maupun secara luring melalui sesi-sesi *offline* seperti *Book & Look* dan *Sunmowrite*. Observasi ini memungkinkan peneliti untuk mencatat secara rinci dinamika interaksi peserta, bentuk keterlibatan *audiens*, serta respon spontan yang muncul selama kegiatan berlangsung.

Selanjutnya, dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data pendukung berupa arsip visual (foto dan video), konten media sosial dari akun instagram @sundaymorereading dan TikTok @sunmoread, dokumentasi kegiatan, produk kampanye berupa buku Jejak Sunmoread, serta dokumen kerja sama dengan komunitas dan media. Selain itu, peneliti juga menyebarkan kuesioner evaluatif kepada peserta untuk mengukur tingkat pemahaman, perubahan sikap serta aksi nyata yang muncul sebagai dampak dari partisipatif mereka dalam kampanye. Kuesioner ini juga mengidentifikasi seberapa besar peran media sosial sebagai saluran komunikasi dalam menjangkau masyarakat.

Data yang telah diperoleh kemudian dianalisis dengan menggunakan metode analisis data kualitatif model Miles dan Huberman, yang terdiri dari tiga tahap, yaitu: (1) reduksi data, yaitu proses memilah, merangkum, dan menyusun data berdasarkan tema-tema penting seperti *awareness*, *comprehension*, *attitude*, dan *action*; (2) penyajian data dalam bentuk narasi, tabel, dan kutipan langsung dari narasumber guna menggambarkan proses dan dampak kampanye secara utuh; serta (3) penarikan kesimpulan yang bertujuan

untuk menjawab rumusan masalah dan tujuan penelitian, sekaligus memberikan rekomendasi untuk pengembangan kampanye serupa di masa mendatang.

Penelitian ini dilaksanakan di Kota Banjarmasin, Kalimantan Selatan, yang menjadi wilayah target kampanye sekaligus lokasi di mana tantangan literasi masyarakat urban sedang berlangsung. Seluruh kegiatan pengumpulan data dan pelaksanaan kampanye berlangsung dalam rentang waktu September 2024 hingga Mei 2025, yang mencakup masa pra-kampanye, pelaksanaan, hingga monitoring dan evaluasi pasca kegiatan. Rentang waktu ini memungkinkan peneliti untuk mengamati perkembangan kampanye secara menyeluruh dan menilai perubahan yang terjadi dalam jangka menengah.

Dengan pendekatan dan metode yang komprehensif ini, diharapkan hasil penelitian dapat memberikan kontribusi nyata terhadap pengembangan strategi kampanye *public relations* yang berbasis komunitas, serta menambah referensi akademik dalam kajian komunikasi strategis dan literasi di era digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Setelah melalui serangkaian proses pengumpulan dan analisis data yang menyeluruh, yang mencakup metode wawancara mendalam dengan pihak internal dan eksternal, observasi partisipatif terhadap kegiatan kampanye, dokumentasi visual dan tertulis, serta penyebaran kuesioner kepada para peserta dan pemangku kepentingan, diperoleh berbagai temuan penting yang menggambarkan secara komprehensif pelaksanaan strategi kampanye *Sunmoread: Sunday More Reading*. Temuan-temuan ini tidak hanya memberikan gambaran tentang bagaimana strategi kampanye tersebut dirancang dan diterapkan, tetapi juga memperlihatkan dampak nyata terhadap peningkatan kesadaran literasi generasi muda serta penguatan citra dan eksistensi organisasi *Pemuda Bakti Banua* di tengah masyarakat Kota Banjarmasin.

Analisis terhadap temuan-temuan tersebut dilakukan menggunakan pendekatan tahapan komunikasi strategis dalam kampanye Public Relations yang terdiri atas empat tahap utama, yaitu: *awareness* (kesadaran), *comprehension* (pemahaman), *attitude* (sikap), dan *action* (tindakan). Keempat tahapan ini menjadi kerangka evaluatif yang sistematis dan integral untuk menilai efektivitas strategi komunikasi dalam setiap program kampanye yang dijalankan. Melalui tahapan *awareness*, diukur sejauh mana kampanye berhasil mencuri perhatian khalayak sasaran dan memperkenalkan identitas serta misi *Sunmoread*. Tahapan *comprehension* digunakan untuk menilai tingkat pemahaman peserta terhadap pesan yang disampaikan, termasuk pemahaman terhadap urgensi budaya membaca di era digital. Sementara itu, tahapan *attitude* mengevaluasi perubahan persepsi, minat, dan keterlibatan audiens terhadap kegiatan literasi yang ditawarkan. Dan terakhir, tahapan *action* mengukur dampak nyata berupa keterlibatan langsung peserta dalam program, seperti partisipasi aktif dalam kegiatan *Book & Look*, pengumpulan karya melalui *Sunscribe of Sunmoread*, serta keterlibatan dalam forum diskusi dan kampanye digital.

Pembahasan terhadap hasil implementasi strategi kampanye berdasarkan keempat tahapan tersebut memberikan wawasan yang mendalam mengenai kekuatan dan kelemahan

dari setiap program yang dilaksanakan. Selain itu, analisis ini juga mengungkap bagaimana sinergi antara konten kampanye, pendekatan komunikasi yang digunakan, dan peran aktif dari relawan serta peserta mampu menciptakan dampak positif terhadap peningkatan minat baca dan citra organisasi. Dengan demikian, hasil penelitian ini tidak hanya berguna sebagai evaluasi program *Sunmoread*, tetapi juga sebagai rujukan untuk pengembangan strategi komunikasi literasi yang lebih inklusif, kreatif, dan berkelanjutan di masa depan.

Sunmowrite

Tahapan	<i>Sunmowrite</i>
Analisis Situasi	Minat baca masyarakat Banjarmasin masih rendah, khususnya dalam aktivitas menulis sebagai ekspresi literasi. Selain itu, penyebaran informasi tentang komunitas baca juga kurang maksimal. Maka, dibutuhkan ruang edukatif dan ekspresi agar masyarakat terutama generasi muda lebih aktif dalam kebiasaan membaca dan menulis.
Tujuan Umum (<i>Aims</i>)	Mendorong kesadaran dan partisipasi aktif masyarakat dalam kegiatan literasi melalui media tulis sebagai bentuk kontribusi terhadap budaya baca dan tulis yang berkelanjutan di Kota Banjarmasin.
Tujuan Khusus (<i>Objective</i>)	1. Meningkatkan kemampuan dan keberanian peserta dalam menulis 2. Mendistribusikan karya tulis peserta dalam bentuk antologi “Jejak Sunmoread” 3. Menyebarkan eksistensi komunitas literasi lokal dan Pemuda Bakti Banua
Sasaran (Publik)	1. Mahasiswa dan pemuda 2. Komunitas literasi lokal 3. Masyarakat umum yang tertarik dengan kegiatan menulis
Pesan Kunci	Menulis adalah medium reflektif yang mampu memperkuat kesadaran literasi dan membangun kontribusi sosial. Pesan disampaikan dengan pendekatan format interaktif, tone inspiratif, serta pengulangan pesan melalui media sosial dan talkshow.
Strategi	Menggunakan media sosial seperti Instagram, TikTok, dan WhatsApp untuk promosi, testimoni, dan publikasi informasi kegiatan. Kampanye dilaksanakan dengan perencanaan yang terstruktur bersama komunitas dan narasumber.
Taktik	Pada <i>Sunmowrite</i> menerapkan taktik komunikatif dan edukatif untuk menjangkau generasi muda secara partisipatif. Meliputi pemilihan tema talkshow yang relevan seperti “How to Turn Your Reading into Writing”, menghadirkan narasumber inspiratif yang dekat dengan Gen Z, serta pemberian <i>doorprize</i>

	bagi peserta aktif. Interaksi dua arah dibangun melalui sesi tanya jawab dan <i>question box</i> di Instagram, sementara konsistensi identitas visual memperkuat citra kampanye. Evaluasi dilakukan melalui formulir umpan balik untuk menilai pelaksanaan dan menghimpun masukan peserta sebagai dasar perbaikan program.
Waktu dan Tempat	1. 08 Desember 2024 - Offline Session 1, Wetland Square Banjarmasin 2. 09 Februari 2025 - Offline Session 2, Gramedia Veteran Banjarmasin 3. 16 Maret 2025 - Offline Session 3, Wetland Square Banjarmasin
Sumber Daya	1. Sumber Daya Manusia: Tim Sunmoread, Pemuda Bakti Banua, dan komunitas baca 2. Sumber Daya Operasional: Konsumsi, honorarium, cetak buku, dll (dengan total biaya ± Rp. 1.165.000) 3. Sumber Daya Perlengkapan: Mic, HT, buku bacaan, x-banner, meja, karpet.
Evaluasi dan Monitoring	Dilakukan secara berkelanjutan melalui berbagai metode, seperti penyebaran formulir umpan balik kepada peserta untuk menilai efektivitas acara, kualitas narasumber, serta kepuasan terhadap materi yang disampaikan. Selain itu, pre-test dan post-test digunakan untuk mengukur perubahan pemahaman peserta terkait literasi dan menulis. Monitoring juga dilakukan dengan mencermati partisipasi peserta dalam pengumpulan karya untuk buku Jejak Sunmoread. Hasil evaluasi ini kemudian dijadikan dasar untuk menyusun rekomendasi perbaikan program dan pengembangan kampanye literasi ke depan.

Sumber: Laporan Proyek Tugas Akhir *Sunmoread: Sunday More Reading*, Universitas Lambung Mangkurat 2025

Program *Sunmowrite* secara keseluruhan menunjukkan keberhasilan sebagai wadah literasi yang tidak hanya bersifat edukatif, tetapi juga partisipatif dan inspiratif bagi generasi muda di Kota Banjarmasin. Melalui pendekatan yang kontekstual dan strategi komunikasi yang tepat sasaran, program ini berhasil meningkatkan pemahaman peserta terhadap pentingnya literasi tulis, menumbuhkan keberanian dalam mengekspresikan ide secara tertulis, serta mendorong partisipasi aktif dalam kegiatan penulisan yang terstruktur.

Pelaksanaan program disusun secara sistematis melalui rangkaian kegiatan seperti lokakarya, pendampingan menulis, sesi berbagi pengalaman bersama praktisi, dan kurasi karya. Pendekatan ini tidak hanya memperkuat kemampuan teknis peserta dalam hal kepenulisan, tetapi juga membangun kepercayaan diri mereka sebagai individu yang mampu menghasilkan karya yang bermakna. Berdasarkan hasil evaluasi kualitatif dan kuantitatif, terlihat adanya peningkatan signifikan dalam aspek pemahaman materi, kualitas tulisan peserta, serta keterlibatan aktif dalam proses kreatif. Sebagian besar peserta

menunjukkan respons positif terhadap metode pengajaran, kualitas narasumber, serta suasana kegiatan yang kolaboratif dan mendukung.

Publikasi karya peserta dalam bentuk antologi berjudul “Jejak Sunmoread” menjadi bukti konkret atas keberhasilan program ini dalam menghasilkan output yang tidak hanya dokumentatif, tetapi juga memiliki nilai edukatif dan estetis. Antologi ini menjadi representasi kontribusi nyata peserta terhadap penguatan budaya literasi lokal, sekaligus memperkuat citra organisasi Pemuda Bakti Banua sebagai pelopor gerakan literasi di kalangan generasi muda Banjarmasin. Selain itu, acara peluncuran buku yang dikemas secara *hybrid* memadukan kegiatan luring dan daring berhasil menjangkau audiens yang lebih luas dan meningkatkan eksposur program di ruang publik digital.

Lebih jauh, program *Sunmowrite* memberikan dampak strategis yang berkelanjutan. Selain menumbuhkan semangat menulis di kalangan peserta, program ini juga membangun ekosistem literasi yang melibatkan kolaborasi lintas komunitas, penerbit independen, dan pegiat seni lokal. Hal ini membuka peluang untuk pengembangan program lanjutan yang bersifat lebih luas dan inklusif, seperti klinik menulis keliling, program mentorship, serta penerbitan rutin karya tulis generasi muda.

Keberhasilan program ini sejalan dengan riset *PublishDrive* (2024) yang menemukan bahwa keterlibatan dalam komunitas menulis secara signifikan meningkatkan kemampuan menulis melalui umpan balik dan dukungan emosional. Hal ini terefleksi dalam antusiasme peserta Sunmoread yang tidak hanya aktif mengumpulkan karya, tetapi juga menunjukkan peningkatan percaya diri dalam menulis.

Dengan demikian, *Sunmowrite* tidak hanya berhasil sebagai sebuah inisiatif kampanye literasi jangka pendek, tetapi juga telah membentuk fondasi yang kokoh untuk pembangunan gerakan literasi berkelanjutan yang berdampak secara sosial, edukatif, dan kultural. Program ini menjadi model implementatif yang dapat direplikasi atau dikembangkan lebih lanjut dalam konteks penguatan budaya baca-tulis di wilayah lain.

Pembahasan

Kampanye *Sunmoread: Sunday More Reading* berhasil diimplementasikan secara menyeluruh melalui empat program utama, yaitu *Sunscribe of Sunmoread*, *Book & Look*, *Sunmowrite*, dan *Communimates Partner*. Masing-masing program dirancang dengan fungsi dan target yang saling melengkapi, guna menjangkau berbagai segmen masyarakat, khususnya generasi muda di Kota Banjarmasin. Keempat program ini tidak hanya berdiri sebagai kegiatan terpisah, tetapi merupakan bagian dari strategi komunikasi yang terpadu dan saling menguatkan dalam membentuk budaya literasi yang partisipatif dan berkelanjutan.

Seluruh rangkaian program dilandaskan pada pendekatan komunikasi strategis serta teori kampanye *Public Relations* yang menekankan empat tahapan utama dalam proses perubahan sosial, yakni kesadaran (*awareness*), pemahaman (*comprehension*), pembentukan sikap (*attitude*), dan tindakan nyata (*action*). Pendekatan ini digunakan sebagai kerangka konseptual dalam merancang pesan, memilih media komunikasi, serta mengevaluasi efektivitas kampanye. Dengan demikian, implementasi Sunmoread tidak hanya bertujuan menciptakan kegiatan

literasi sesaat, tetapi juga membangun proses komunikasi yang berkelanjutan dan transformatif dalam mendorong keterlibatan publik, memperkuat identitas komunitas, dan meningkatkan eksistensi organisasi penggerak, yakni Pemuda Bakti Banua.

1. **Meningkatkan Kesadaran Publik (Awareness)**

Program *Sunscribe of Sunmoread* mempublikasikan >400 konten di Instagram dan TikTok, berhasil meningkatkan follower secara signifikan dari 27 menjadi 924 di Instagram, dan 0 ke 177 di TikTok dalam tujuh bulan. Hal ini memperkuat bukti bahwa konten visual interaktif dapat meningkatkan *awareness* di kalangan generasi muda urban, sejalan dengan studi University of Glasgow (2024) yang menyatakan bahwa platform seperti Twitter meningkatkan *engagement* edukatif.

2. **Mendorong Pemahaman dan Keterlibatan (Comprehension)**

Kegiatan *Book & Look* dan *Jejak Sunmoread* menciptakan forum diskusi dan apresiasi karya yang mengaktifkan refleksi kritis serta identitas sebagai komunitas pembaca. Ini sejalan dengan temuan bahwa intervensi literasi berbasis komunitas meningkatkan pemahaman dan *empowerment* peserta (NC State, 2024).

3. **Terjadi Perubahan Sikap Peserta (Attitude)**

Data kuesioner menunjukkan peningkatan motivasi menulis, keberanian berbagi karya di antologi “Jejak Sunmoread”, dan keinginan mengikuti sesi lanjutan. Ini mendukung teori bahwa *exposure* berkelanjutan terutama dalam lingkungan komunikatif mengubah sikap literasi.

4. **Memicu Tindakan Nyata (Action)**

Program *Sunmowrite* dan *Book & Look* mendorong peserta untuk menulis dan membacakan karya di depan publik, menunjukkan keseriusan mereka dalam kegiatan literasi nyata. Fakta bahwa 75% responden mengetahui kampanye lewat media sosial menunjukkan efektivitas saluran digital dalam mengubah paradigma dan mendorong aksi (Gonzalez et al., 2024).

PENUTUP

Program *Sunmowrite* yang merupakan bagian integral dari kampanye *Sunmoread: Sunday More Reading* telah berhasil menjadi ruang partisipatif yang menjembatani kebutuhan literasi tulis generasi muda di Kota Banjarmasin dengan pendekatan komunikasi yang inklusif dan strategis. Melalui serangkaian kegiatan seperti talkshow yang inspiratif dan publikasi karya dalam buku berjudul “Jejak Sunmoread”, program ini tidak hanya memberikan pengalaman literasi yang menyenangkan, tetapi juga memantik keberanian peserta untuk berpikir kritis dan mengekspresikan gagasan mereka dalam bentuk tulisan.

Pelaksanaan program menunjukkan bahwa strategi komunikasi berbasis komunitas dan kolaborasi dapat menjadi model efektif dalam mengatasi tantangan rendahnya budaya menulis di kalangan anak muda. Pemanfaatan media sosial sebagai saluran komunikasi utama juga terbukti memperluas jangkauan kampanye dan membangun keterlibatan audiens secara aktif, baik sebelum, selama, maupun setelah kegiatan berlangsung. Selain itu, peningkatan jumlah peserta, keterlibatan dalam diskusi, dan antusiasme untuk membagikan karya menunjukkan adanya perubahan sikap yang positif terhadap aktivitas literasi.

Hasil evaluasi baik melalui wawancara, observasi, maupun kuesioner menunjukkan bahwa peserta merasakan manfaat nyata dari program ini, baik secara personal maupun sosial. Mereka tidak hanya mendapatkan pengetahuan baru, tetapi juga menemukan ruang aman untuk mengekspresikan diri tanpa rasa takut akan penilaian. Dukungan dari komunitas literasi lokal, media, dan narasumber yang relevan juga memberikan nilai tambah yang signifikan terhadap keberhasilan program ini, sekaligus memperkuat posisi Pemuda Bakti Banua sebagai organisasi kepemudaan yang progresif dan adaptif terhadap isu sosial dan pendidikan.

Melihat keberhasilan yang telah dicapai, *Sunmowrite* memiliki potensi besar untuk dikembangkan lebih lanjut, baik dari segi format program, keterlibatan mitra, maupun cakupan wilayah pelaksanaan. Program ini dapat direplikasi di daerah lain dengan penyesuaian konteks lokal, serta dikembangkan menjadi gerakan literasi berkelanjutan yang tidak hanya berfokus pada kampanye sesaat, tetapi juga mendorong transformasi jangka panjang dalam budaya literasi masyarakat. Penelitian selanjutnya dapat memperdalam aspek efektivitas komunikasi digital dalam penguatan literasi tulis serta mengkaji lebih jauh dampak sosial dan partisipasi dalam program-program literasi berbasis komunitas seperti ini.

Dengan demikian *Sunmowrite* juga bagian dari strategi pemberdayaan pemuda melalui literasi yang bermakna dan berdampak. Program ini membuktikan bahwa dengan pendekatan yang tepat, komunikasi publik dapat menjadi alat transformasi sosial yang nyata.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan penghargaan dan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Pemuda Bakti Banua atas kepercayaan, dukungan, dan kerja sama yang telah diberikan selama proses perencanaan hingga pelaksanaan kampanye *Sunmowrite: Sunday More Reading*. Kepercayaan yang diberikan kepada penulis untuk mengelola dan menganalisis program ini menjadi pengalaman yang sangat berharga, sekaligus membuka ruang kolaborasi antara dunia akademik dan praktik nyata di lapangan, khususnya dalam upaya mendorong budaya literasi di Kota Banjarmasin.

Penulis juga mengucapkan terima kasih yang mendalam kepada seluruh *partnership*, baik dari kalangan komunitas literasi seperti Komunitas Gemar Belajar, Literasi Banua, Kawan Baca, Katuju Baca, Read Aloud, Kampung Buku Banjarmasin, dan Sekolah Rakyat Banjarmasin, maupun media partner, serta pihak sponsor dan pendukung

acara lainnya, yang telah berkontribusi secara nyata dalam mendukung keberhasilan gerakan literasi ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Adisty, N. (2022, April 23). Hari Buku Sedunia: Bagaimana Tingkat Minat Membaca
- Hidayat, M. (2024). *Pemuda dan Arah Literasi Nasional*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Masyarakat Indonesia? GoodStats. <https://goodstats.id/article/memperingati-hari-buku-sedunia-bagaimana-tingkat-minat-membaca-masyarakat-indonesia-D8Sji>
- Putri, A. R. (2023). *Literasi Digital dan Pemberdayaan Komunitas di Era Disinformasi*. Jakarta: Pustaka Literasi Indonesia.
- Rachmawati, D. (2024). *Strategi Komunikasi dalam Kampanye Literasi Komunitas*. Bandung: Literasi Nusantara.
- Sari, N., & Yusuf, R. (2023). *Literasi di Era Digital: Antara Tantangan dan Peluang*. Surabaya: Forum Komunikasi Indonesia.
- UNESCO. (2024). *Laporan Dunia tentang Literasi: Kebiasaan Membaca dan Tantangan di Asia Tenggara*. Paris: United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization.