

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Sejenis Sebelumnya

Penelitian dengan judul “Efektivitas Penyebaran Informasi di Bidang Pertanian melalui Perpustakaan Digital” yang ditulis oleh S. Maryam dan Maksam yang dimuat dalam jurnal ITB tahun 2009. Penelitian tersebut mempunyai tujuan untuk mengetahui dan menganalisis hubungan antara intensitas komunikasi dengan efektivitas penyebaran informasi di bidang pertanian melalui perpustakaan. Hasil dari penelitian tersebut berdasarkan metode deskriptif yaitu penyebaran informasi melalui layanan perpustakaan berbasis teknologi informasi dan komunikasi dapat dilihat dari persepsi responden terhadap kinerja layanan, ketersediaan database hasil penelitian pertanian, ketersediaan fasilitas akses informasi, jumlah fasilitas penelusuran, kesesuaian informasi yang dicari dan kepuasan terhadap hasil yang dicapai.

Konsep penelitian tersebut memiliki kesamaan dengan konsep dari penelitian ini, sama-sama membahas tentang penyebaran informasi yang diperoleh di perpustakaan melalui media lain selain buku, jurnal, brosur, CD dan lainnya. Namun, yang membedakan penelitian yang ditulis oleh S. Maryam dan Maksam dengan penelitian ini adalah terletak pada objek penelitiannya. Jika objek penelitian yang ditulis oleh S. Maryam dan Maksam di bidang pertanian melalui perpustakaan digital, sedangkan pada penelitian ini yang menjadi objek kajian

penelitian adalah penyampaian aspirasi masyarakat dalam berbagai aspek melalui media mural yang berupa gambar.

Penelitian sejenis sebelumnya yang kedua adalah penelitian dengan judul “Berkomunikasi secara Visual Melalui Mural di Yogyakarta” yang ditulis oleh Obed Bima Wicandra. Penelitian tersebut mempunyai tujuan yaitu seniman melakukan komunikasi secara visual kepada masyarakat terhadap apa yang ingin dicurahkan dan masyarakat sebagai penikmat mampu berinteraksi langsung kepada seniman. Hasil yang didapat dari penelitian tersebut adalah interaksi tidak hanya dilakukan secara visual yang menganut pandangan ‘seni adalah seni’ tanpa pertanggungjawaban yang pasti, namun juga mampu mendekatkan dirinya sebagai seni yang berinteraksi juga secara verbal. Sehingga, masyarakat memperoleh pencerahan dalam dunia seni rupa dan secara teknis, masyarakat awam dapat mengambil peran sebagai seniman juga.

Konsep penelitian tersebut memiliki kesamaan dengan konsep dari penelitian ini yaitu sama-sama membahas mural dalam menyampaikan pesan kepada masyarakat. Perbedaan penelitian yang ditulis oleh Obed Bima Wicandra dengan penelitian ini terletak pada tema dan tempat penelitian, yang mana pada penelitian sebelumnya dilakukan di sebagian jalan Kota Yogyakarta. Sedangkan pada penelitian ini dilakukan di Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Salatiga.

Penelitian sejenis sebelumnya yang ketiga adalah penelitian dengan judul *Digital Media and Information Dissemination in Tertiary Institutions Akwa Ibom State, Nigeria* yang ditulis oleh Edet, Atim Itighise. Penelitian tersebut membahas mengenai media elektronik yang efektif sebagai alat untuk komunikasi dan

menyebarkan informasi pada suatu organisasi. Media yang dimaksud yakni *email*, *voice mail*, *picture massage* dan *live calls*.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian tersebut adalah metode kuantitatif dengan *descripte survey* dan teknik *rondom sampling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi media digital memiliki pengaruh yang signifikan, memastikan komunikasi organisasi lebih efektif dan tradisional. Konsep penelitian tersebut memiliki kesamaan dengan konsep dari penelitian ini yaitu mengenai cara menyampaikan informasi yang efektif kepada masyarakat. Perbedaan penelitian yang ditulis oleh Edet, Atim Itighise dengan penelitian ini terletak pada kajian penelitian, yang mana pada penelitian sebelumnya mengkaji tentang media digital khususnya *email*, *voice mail*, *picture massage* dan *live calls* sebagai media komunikasi, sedangkan penelitian ini mengkaji mengenai penyebaran informasi melalui media mural.

2.2 Kerangka Teori

2.2.1 Pengertian Perpustakaan

Perpustakaan menjadi salah satu wadah dalam penyedia informasi terhadap masyarakat umum dalam berbagai bentuk. Menurut Fx. Mardiyanto (2007: 2),

“Perpustakaan merupakan unit pelaksana teknis penyedia informasi, dengan tugas utama yang diemban adalah menyediakan kebutuhan informasi ilmiah (*literature*) bagi pemustaka untuk menunjang kegiatan pendidikan, pengajaran (pembelajaran), penelitian dan pengabdian pada masyarakat, dan juga sebagai sarana rekreasi intelektual. Perpustakaan diharapkan sebagai pilar kokoh penunjang penyelenggaraan pendidikan dan penyebaran informasi yang mampu melayani pemustaka dengan baik.”

Sedangkan menurut Lasa Hs dalam bukunya *Manajemen Perpustakaan* (2005: 48). “Perpustakaan adalah sistem informasi yang didalamnya terdapat aktivitas pengumpulan, pengolahan, pengawetan, pelestarian dan penyajian, serta desiminasi informasi.” Secara berangsur-angsur perkembangan perpustakaan mengarah pada adanya perubahan dalam pengelolaan perpustakaan.

Menurut Sutarno, perpustakaan adalah mencakup suatu ruangan, bagian dari sebuah gedung atau bangunan yang didalamnya berisi buku-buku koleksi yang telah diatur dan disusun secara sistematis dengan maksud untuk mempermudah pencarian dan dapat digunakan sewaktu-waktu ketika diperlukan. (Sutarno, 2006:11).

Perpustakaan adalah institusi pengelola koleksi karya tulis, karya cetak, dan karya rekam secara profesional dengan sistem yang baku guna memenuhi kebutuhan pendidikan, penelitian, pelestarian, informasi dan rekreasi para pemustaka (UU No. 43 Tahun 2007 tentang Perpustakaan).

Melihat dari tujuan dibentuknya perpustakaan, dapat diuraikan bahwa perpustakaan tidak hanya sebagai penyedia buku-buku saja namun juga bertanggung jawab akan informasi yang tersebar di masyarakat secara umum, dan sebagai pusat (*literature*) bagi setiap masyarakat yang ingin melakukan penelitian serta menunjang proses pendidikan. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa perpustakaan adalah tempat untuk mengembangkan informasi dan pengetahuan yang dikelola oleh suatu lembaga pendidikan, sekaligus sarana edukatif untuk membantu memperlancar cakrawala pendidikan.

2.2.2 Pengertian Perpustakaan Umum

“Perpustakaan umum adalah organisasi yang didirikan, didukung dan di danai oleh masyarakat, baik melalui pemerintah lokal, regional maupun nasional melalui beberapa bentuk lain organisasi masyarakat” Gill (2001: 4). Sedangkan menurut Undang-Undang No. 43 tahun 2007 pengertian perpustakaan didefinisikan sebagai “perpustakaan umum adalah perpustakaan yang diperuntukkan bagi masyarakat luas sebagai sarana pembelajaran sepanjang hayat tanpa membedakan umur, jenis kelamin, ras, agama dan status sosial ekonomi.”

Menurut Sutarno NS (2006: 43),

“Perpustakaan Umum merupakan lembaga pendidikan bagi masyarakat umum dengan menyediakan berbagai informasi, ilmu pengetahuan, teknologi dan budaya sebagai sumber belajar untuk memperoleh dan meningkatkan ilmu pengetahuan bagi seluruh lapisan masyarakat.”

Perpustakaan menyediakan akses pengetahuan, informasi dan karya imajinasi dari berbagai sumber daya jasa dan tersedia untuk semua masyarakat tanpa memandang ras kebangsaan, usia, jenis kelamin, agama, bahasa, kecacatan, status ekonomi, lapangan pekerjaan dan pencapaian pendidikan.

Secara umum, berdasarkan penjabaran diatas dapat disimpulkan bahwa perpustakaan umum merupakan sarana yang menyediakan berbagai informasi untuk masyarakat umum tanpa memandang latar belakang usia, ras, agama dan pendidikan. Selain itu, perpustakaan umum juga dituntut untuk mengembangkan potensi budaya yang terdapat di masyarakat. Serta menyediakan informasi yang relevan bagi masyarakat yang ingin mencari informasi dalam bentuk apapun, sehingga memberikan kepuasan tersendiri bagi pengguna perpustakaan.

2.2.3 Fungsi Perpustakaan Umum

Perpustakaan umum menyediakan berbagai koleksi yang dapat dimanfaatkan masyarakat untuk menambah pengetahuan. Koleksi yang tersedia tidak hanya terbatas pada yang tercetak tetapi juga mencakup yang elektronik dan perpustakaan umum tidak hanya menyediakan bacaan-bacaan ilmiah saja tetapi bacaan hiburan berupa buku-buku fiksi untuk masyarakat secara umum. Dengan ketersediaan koleksi, perpustakaan akan dapat melaksanakan fungsinya dengan baik.

Dalam memenuhi kebutuhan informasi masyarakat, perpustakaan memiliki fungsi-fungsi utama yang sedikit berbeda dengan fungsi utama perpustakaan yang sudah disinggung pada paragraf sebelumnya menurut Herman Rosch (2009: 19), yaitu :

1. Fungsi sosial mencakup dukungan terhadap kaum minoritas, dan emansipasi strata sosial yang terpinggirkan. Perpustakaan harus mampu menjaga dan melestarikan identitas budaya kaum minoritas dan membantu mereka menemukan keseimbangan antara keragaman budaya dan inklusi sosial. Sedangkan dalam ranah emansipasi strata sosial, perpustakaan juga selayaknya dapat mengorganisasikan kelompok sosial yang satu dengan yang lain agar tercipta kesempatan sosial pada strata sosial yang terpinggirkan.
2. Fungsi politik mencakup penyediaan informasi yang tidak bias, mendukung kampanye mendorong partisipasi politik, mendukung transparansi dan anti korupsi, menyongsong e-government dan e-democracy, serta memelihara warisan budaya dan sejarah nasional. Memang dalam budaya masyarakat kita saat ini, rentan sekali bersinggungan dengan dunia politik, takut dianggap berpihak atau memiliki suatu tendensi tertentu. Namun, kita harus banyak belajar pada negara maju yang telah selangkah lebih maju melakukan ini pada perpustakaan mereka. Idealnya, perpustakaan harus mampu menyediakan informasi yang tidak bias dan memiliki garansi keamanan dari berbagai pluralisme opini yang terbentuk.

Berdasarkan Buku Pedoman Penyelenggaraan Perpustakaan Umum (2000:

6) dinyatakan bahwa fungsi perpustakaan umum adalah :

1. Pengkajian kebutuhan pemakai dalam hal informasi dan bahan bacaan.
2. Penyediaan bahan pustaka yang diperkirakan diperlukan melalui pembelian, langganan, tukar menukar, dan lain-lain.
3. Pengolahan dan penyimpanan bahan pustaka.
4. Penyimpan dan pemeliharaan koleksi.
5. Pendayagunaan koleksi.
6. Pemberian layanan kepada masyarakat baik yang datang langsung ke perputakaan maupun yang menggunakan telpon, email, dan lain-lain.
7. Pemasyaratan perpustakaan.
8. Pengkajian dan pembangunan aspek kepastakawaan
9. Pelaksanaan koordinasi dengan perpustakaan lain dalam rangka pemanfaatan koleksi mitra kerja lainnya.
10. Menjalin kerjasama dengan perpustakaan lain dalam rangka pemanfaatan koleksi bersama dan sarana atau prasarana.
11. Pengolahan dan ketatausahaan perpustakaan.

Dari uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa pada dasarnya fungsi perpustakaan adalah sebagai pusat informasi, preservasi kebudayaan, pendidikan dan rekreasi.

2.2.4 Tujuan dan Misi Perpustakaan Umum

Tujuan perputakaan umum adalah sebagai pusat pembelajaran serta bagian dari pusat sumber informasi yang bertujuan untuk mendukung proses kegiatan belajar-mengajar demi tercapainya masyarakat yang terinformasi.

Secara garis besar tujuan perpustakaan umum ialah melayani semua lapisan masyarakat tanpa pengecualian untuk memperoleh dan meningkatkan pengetahuan akan sebuah informasi. Lebih jauh lagi perpustakaan umum yang diselenggarakan oleh dana umum dengan tujuan melayani masyarakat umum

tanpa membeda-bedakan usia, jenis kelamin, agama, ras, serta pekerjaan dari setiap individu yang datang ke perpustakaan.

Menurut Zen (2006: 31) tujuan utama perpustakaan umum, adalah :

1. Memberikan kesempatan kepada warga masyarakat untuk menggunakan bahan pustaka dalam meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan kesejahteraan;
2. Menyediakan sumber informasi yang muah, mudah, cepat dan tepat yang berguna bagi masyarakat dalam kehidupan sehari-hari;
3. Membantu dalam pengembangan dan pemberdayaan komunitas melalui penyediaan bahan pustaka dan informasi dan Bertindak selaku agen kultural, sehingga menjadi pusat utama kehidupan budaya bagi masyarakat sekitarnya

Sedangkan misi dari perpustakaan umum adalah :

1. Misi utama yang berkaitan dengan informasi, keaksaraan, pendidikan dan budaya harus menjadi inti layanan perpustakaan umum.
2. Mendukung baik pendidikan individu maupun pendidikan mandiri serta pendidikan formal di semua tingkat.
3. Merangsang imajinasi dan kreativitas anak – anak dan remaja..
4. Mendukung tradisi lisan.
5. Memfasilitasi pengembangan keterampilan informasi dan kemampuan melek komputer.
6. Mendukung dan berpartisipasi dalam kegiatan dan program keaksaraan untuk semua kelompok usia, dan memulai kegiatan tersebut jika diperlukan.

Menurut Sutarno NS (2006: 34), “Tujuan perpustakaan adalah untuk menyediakan fasilitas, sumber informasi dan menjadi pusat pembelajaran”.

Pada Pasal 4 UU No.43 Tahun 2007 tentang perpustakaan disebutkan bahwa perpustakaan bertujuan memberikan layanan kepada pemustaka, meningkatkan kegemaran membaca, serta memperluas wawasan dan pengetahuan untuk mencerdaskan kehidupan bangsa.

Berdasarkan uraian di atas dapat dijelaskan bahwa tujuan dan tugas dari perpustakaan umum adalah menyediakan fasilitas, sumber informasi kepada masyarakat secara cepat serta tepat sesuai kebutuhan dan juga bertanggung jawab dalam menjaga sekaligus mengembangkan budaya lokal yang ada disekitar masyarakat sebagai warisan budaya yang harus tetap ada meskipun berada dalam perkembangan teknologi.

2.2.5 Pengertian Informasi

Dalam berkehidupan, setiap manusia pasti membutuhkan suatu informasi yang berguna bagi kelangsungan hidupnya. Informasi tersebut dapat berupa keterangan, berita, pemberitahuan atau kabar yang telah diolah agar berarti bagi pengguna. Menurut Abdul Kadir (2002: 31), mendefinisikan “informasi sebagai data yang telah diproses sedemikian rupa sehingga meningkatkan pengetahuan seseorang yang menggunakan data tersebut.” “Informasi adalah data yang telah diolah menjadi bentuk yang memiliki arti bagi si penerima dan bermanfaat bagi pengambilan keputusan saat ini atau mendatang” (Raymond Mc.leod: 2001).

Menurut Sutarman (2012: 14),

“Informasi adalah sekumpulan fakta (data) yang diorganisasikan dengan cara tertentu sehingga mereka mempunyai arti bagi si penerima.”.

Dengan demikian, informasi dapat membantu seseorang ketika menyelesaikan masalahnya secara objektif dalam pengambilan keputusan yang tepat, sesuai dengan gambaran kejadian yang didapatkan melalui informasi. Sehingga, informasi yang diperoleh harus sesuai fakta sertamemiliki manfaat yang dapat digunakan bagi penggunanya.

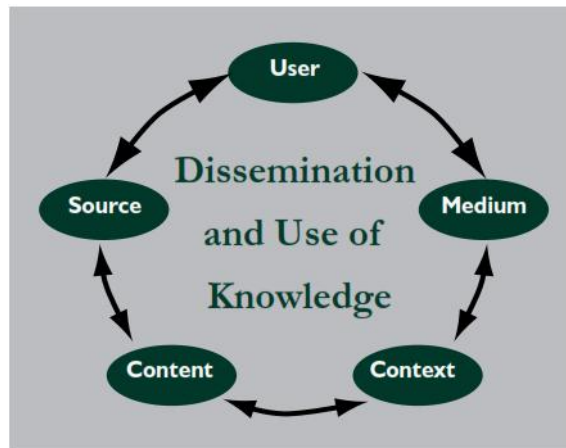
2.2.6 Penyebaran Informasi

“Penyebaran informasi merupakan suatu prosedur untuk memberikan acuan dari dokumen-dokumen yang dibutuhkan pemakai yang berhubungan dengan bidang atau subjek yang diminati dalam waktu tertentu” (Ati, 20012: 1.23). “Kegiatan penyebaran informasi adalah untuk membantu suatu organisasi atau siapapun yang menghendaki adanya perhatian, tanggapan dan tindakan dari masyarakat umum terhadap mereka” (Pratama, 2012: 5). Maka dari itu, kegiatan penyebaran informasi adalah kegiatan untuk menyebarluaskan informasi kepada setiap masyarakat. Karena setiap masyarakat sangat membutuhkan informasi yang dapat membantu mereka, dan akan mereka gunakan serta dimanfaatkan sesuai dengan kebutuhan masyarakat itu sendiri. Dalam melakukan penyebaran informasi, ada baiknya sudah mengetahui betul tentang informasi yang ingin disampaikan serta mengetahui kualitas informasi itu sendiri.

Dalam melakukan kegiatan penyebaran informasi, informasi yang disajikan harus dapat diterima oleh masyarakat umum. Informasi sendiri adalah sekumpulan fakta-fakta yang telah diolah menjadi bentuk data, sehingga dapat menjadi lebih berguna dan dapat digunakan oleh siapa saja yang membutuhkan data-data tersebut sebagai pengetahuan atau pengambilan keputusan. Menurut Pawit M Yusuf (2009: 11) menyebutkan tujuan dari mendapatkan informasi yaitu mendapatkan hasil yang lebih baik dan konsisten dari aspek-aspek informasi yang didapatkan.

Dalam jurnal *Disseminating Knowledge Products* terdapat proses dalam kegiatan penyebaran informasi yang digambarkan pada model berikut :

Gambar 2.1 Proses Penyebaran Informasi



Sumber : Jurnal *Disseminating Knowledge Products* (2009)

Pada proses ini dijelaskan sebagai berikut :

1. *Source* (sumber), bahwa penyedia informasi memiliki sumber yang jelas yang dapat dipercaya kredibilitasnya. Masyarakat umum percaya komunikator yang menyampaikan pesan itu memiliki kompetensi dan kredibilitas yang penting. Unsur sumber yang harus dipertimbangkan : kredibilitas dan kompetensi dalam bidang yang disampaikan, kedekatan dengan penerima, motivasi dengan perhatian, kesamaan dengan penerima, cara penyampaian, dan memiliki daya tarik.
2. *Content* (pesan), pesan itu memberikan pemecahan masalah pada masalah yang dihadapi oleh masyarakat. Pesan harus mempertimbangkan : tipe dan model pesan, karakteristik dan model pesan, struktur pengolahan pesan, pembaharuan (aktualisasi). Menurut Sastropoetra (1990: 21-22), dalam penyebaran informasi atas pesan

harus dilakukan secara efektif, oleh karena itu memerlukan syarat-syarat yang harus dipenuhi yaitu:

- a. Pesan yang disebarkan haruslah tersusun secara jelas dan singkat agar mudah ditangkap oleh penerimanya. Perlu dipahami setiap orang mempunyai daya tangkap yang berbeda, dengan demikian komunikator haruslah menyusun pesan menurut penghitungan dapat ditangkap oleh sebanyak orang atau sebagian orang-orang berkepentingan.
 - b. Lambang-lambang yang dipergunakan harus dapat dipahami, dimengerti oleh masyarakat yang menjadi sasaran. Artinya jika ingin mempergunakan bahasa, gunakan bahasa yang mudah dimengerti.
 - c. Pesan-pesan yang disampaikan hendaknya menimbulkan minat alternatif yaitu perhatian dan keinginan pada penerima pesan untuk melakukan sesuatu.
 - d. Pesan yang disampaikan hendaknya menimbulkan keinginan untuk memecahkan masalah disekitarnya.
 - e. Pesan hendaknya menimbulkan stimulus untuk menerima dengan positif.
3. *Medium* (Media), media yang digunakan haruslah mudah dan terjangkau oleh masyarakat umum. Yang perlu diperhatikan dalam memilih media : tersedianya media, kehandalan (daya input media), kebiasaan menggunakan media, tempat dan situasi. Media yang digunakan dapat berupa brosur, buletin, jurnal, majalah, buku, media elektronik yang memanfaatkan internet seperti website, media sosial dan lainnya.
4. *Context* (konteks), tema atau konteks mengenai apa informasinya. Sehingga jika seseorang membuka sumber informasi tersebut, maka orang tersebut tahu secara otomatis informasi tersebut mengenai apa yang dijelaskan.
5. *User* (penerima), adanya kepentingan ganda yang dapat diperoleh oleh kedua belah pihak, yakni antara sumber dan penerima. Seperti

keterampilan berkomunikasi, kebutuhan, tujuan yang diinginkan, sikap, nilai, kepercayaan dan kebiasaan-kebiasaan, kemampuan untuk berkomunikasi kegunaan pesan.

2.2.7 Media Penyebaran informasi

Proses penyebaran informasi tidak luput dari bantuan sebuah media, bahkan penyebaran informasi tidak berjalan dengan baik tanpa adanya peran media itu sendiri. Media digunakan sebagai penghubung antara penyedia informasi dengan pengguna informasi dan sekaligus bisa digunakan dalam proses berkomunikasi. Menurut McLuhan dalam Yusuf (2009: 190) berpendapat bahwa media berfungsi sebagai “perluasan dari berbagai kemampuan manusia, seperti roda sebagai perluasan dari kaki, buku sebagai perluasan dari ide, pemikiran dan mata, pakaian dari perluasan kulit, sirkuit listrik perluasan dari sistem saraf.” Sehingga media menciptakan pengaruh yang besar dalam komunikasi massa. “informasi yang terkandung dalam suatu media apapun bermanfaat sebanyak-banyaknya bagi masyarakat banyak” Yusuf (2009: 191). Media bersifat *universal* yang dapat digunakan dan dimanfaatkan oleh semua kalangan masyarakat.

Menurut Dhawan (2006: 50) media yang paling umum digunakan dalam komunikasi antara lain sebagai berikut :

1. *Oral Communication* yaitu kata yang langsung keluar dari lidan ketika dua orang atau lebih bertemu bertatap muka secara langsung dan saling berbicara, atau dengan menggunakan media telepon termasuk oral communication.
2. *Verbal communication*, yaitu bentuk komunikasi yang disampaikan komunikator kepada komunikan dengan cara tertulis dan lisan. Komunikasi verbal menempati porsi besar. Karena kenyataan, ide-ide, pemikiran atau keputusan, lebih mudah disampaikan secara verbal.

Dengan harapan, komunikasi (baik pendengar maupun pembaca) bisa lebih mudah memahami pesan-pesan yang disampaikan.

3. *Visual Communication*, merupakan sebuah rangkaian proses penyampaian kehendak atau maksud tertentu kepada pihak lain dengan menggunakan media penggambaran yang hanya terbaca oleh indra penglihatan. Komunikasi visual mengkombinasikan seni, lambang, tipografi, gambar, desain grafis, ilustrasi, dan warna dalam penyampaian.
4. *Multi-media Communication*, penyampaian komunikasi dengan menggunakan kombinasi teks, visual, grafik, suara, video, gambar gerak dan sebagainya.

Media merupakan sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan kepada masyarakat luas. Media yang paling dominan dalam komunikasi yakni panca indra manusia seperti mata dan telinga. Pesan yang telah diterima oleh panca indra kemudian diproses dalam pikiran manusia untuk mengontrol dan menentukan sikapnya terhadap informasi yang diterima sebelum melakukan suatu tindakan. Menurut Hafied Cangara (2014: 137-140) media digolongkan atas empat macam, yaitu :

1. Media antar pribadi, media penyampai informasi dari satu orang ke orang lain. media ini dapat berupa surat, telepon atau seorang kurir yang banyak digunakan orang dahulu kala untuk menyampaikan suatu informasi.
2. Media kelompok, media yang digunakan dalam komunikasi yang melibatkan masyarakat umum secara banyak. Media komunikasi yang sistemnya dilakukan dalam media kelompok yakni rapat, konferensi atau seminar. Media kelompok dilakukan untuk membicarakan suatu permasalahan dan dibahas secara bersama-sama.
3. Media publik, media yang digunakan dalam aktivitas komunikasi pada masyarakat umum yang melibatkan masyarakat yang begitu banyak misalnya rapat akbar.
4. Media massa, yaitu alat yang digunakan dalam penyampaian pesan atau menyebarkan informasi kepada masyarakat umum yang tersebar tanpa diketahui keberadaannya dengan menggunakan alat komunikasi mekanis seperti surat kabar, radio, film, televisi, dan internet.

Dari penjelasan diatas dapat diuraikan bahwa media dalam penyebaran informasi dapat melalui beberapa macam diantaranya yakni menggunakan *Visual Communication*, merupakan sebuah rangkaian proses penyampaian kehendak atau maksud tertentu kepada pihak lain dengan menggunakan media penggambaran yang hanya terbaca oleh indra penglihatan. “Komunikasi visual mengkombinasikan seni, lambang, tipografi, gambar, desain grafis, ilustrasi, dan warna dalam penyampaiannya” Dhawan (2006: 50). Jadi jelas bahwa informasi dapat disampaikan dengan menggunakan apa saja termasuk seni dan gambar yang dibisa diterapkan kepada masyarakat.

2.2.8 Pengertian Mural

“Mural sebagai lukisan besar yang dibuat untuk mendukung ruang arsitektur” Susanto (2002: 76). Definisi tersebut bila diartikan lebih lanjut, maka mural sebenarnya tidak bisa dilepaskan dari bangunan dalam hal ini dinding. Dinding dipandang tidak hanya sebagai pembatas ruang maupun sekedar unsur yang harus ada dalam bangunan rumah atau gedung, namun dinding juga dipandang sebagai medium untuk memperindah ruangan. Mural juga berarti lukisan yang dibuat langsung maupun tidak langsung pada permukaan dinding suatu bangunan, yang tidak langsung memiliki kesamaan dengan lukisan. Perbedaannya terletak pada persyaratan khusus yang harus dipenuhi oleh lukisan dinding, yaitu keterkaitannya dengan arsitektur/bangunan, baik dari segi desain (memenuhi unsur estetika), maupun usia serta perawatan dan juga dari segi kenyamanan pengamatannya, Susanto (2002 :76).

Mural pada perkembangannya telah menjadi bagian dari seni publik yang melibatkan komunikasi dua arah. Seniman mural melakukan komunikasi secara visual kepada masyarakat terhadap apa yang ingin dicurahkan, sedangkan masyarakat sebagai penikmat dalam praktiknya mampu berinteraksi langsung kepada seniman. “Menurut Habermas, semua wilayah atau ruang kehidupan sosial kita yang memungkinkan kita untuk membentuk opini publik (*public opinion*) bisa disebut “ruang publik” Ibrahim (2004: 65). Sehingga seni mural menunjukkan bahwa interaksi tidak hanya dilakukan secara visual yang menganut pandangan ‘seni adalah seni’ tanpa pertanggungjawaban yang pasti, namun mural juga mampu mendekatkan dirinya sebagai seni yang berinteraksi juga secara verbal. Dalam hal ini, masyarakat memperoleh pencerahan dalam dunia seni rupa dan secara teknis, masyarakat awam dapat mengambil peran sebagai seniman juga Obed Bima (2006: 25).

Komponen pada karya seni mural menurut Wells & Burnett & Moriarty (1998: 441-443) antara lain : gambar, tulisan, ukuran, warna, figur dan latar, serta identitas. Proses memunculkan citraan atau imaji terbentuk dari gambar, melukis adalah memvisualkan atau mengeksekusi secara estetik kaidah-kaidah dalam seni rupa. Melukis di dinding (mural) secara prinsip berbeda halnya dengan melukis di kanvas. Lukisan di atas kanvas, sejak pertama mulai dipraktekkan di masa Renaisans dianggap membawa serta semangat pembaharuan dan cita-cita modern. Lukisan punya tempat khusus dan mandiri yaitu kanvas jadi obyek, sehingga dapat di pindahkan dari satu tempat ketempat lain, lukisan tidak lagi terikat pada tempat yang sudah punya cerita dan pesan. “lukisan tercipta secara mandiri, yang

artinya bisa diciptakan dan berhubungan dengan kebebasan sang seniman” Zaelani (2004: 75).

Hal lainnya adalah pada kerjasama tim yang ada dalam proyek mural. Hampir tidak ada karya mural hasil dari satu orang seniman, hal demikian tidak hanya melibatkan orang lain dalam mempersiapkan kerja kasar saja, namun juga melibatkan orang lain dalam melakukan brainstorming serta sekaligus mengeksekusi. Dalam perspektif seni rupa populer atau seni rupa massa, maka mural mampu membentuk masyarakat homogen yang bisa dengan cukup memiliki solidaritas bersama hingga bisa memiliki cita rasa dominan. “Ini adalah suatu ruang yang menengahi masyarakat dengan negara dimana publik mengorganisasi dirinya dan dimana “opini publik” tersebut terbentuk” Barker (2005: 154).

2.2.9 Penyebaran Informasi melalui Media Mural di Perpustakaan

Mural tidak hanya berdiri sendiri tanpa kehadiran ribuan makna. Bagi pembuatnya, ada pesan-pesan yang ingin disampaikan melalui mural. Ada pesan dengan memanfaatkan kehadiran mural dengan mencitrakan kondisi sekelilingnya, diantaranya mural hanya untuk kepentingan estetik, untuk menyuarakan kondisi sosial budaya, ekonomi dan juga politik.

Menurut Obed Bima Wicandra dalam penelitiannya yang berjudul “Berkomunikasi Secara Visual Melalui Mural di Jogjakarta”, ada beberapa contoh penyampaian pesan dalam bentuk mural, yaitu sebagai berikut :

1. Sosial budaya

Hubungan sosial tergambar dengan ada relasi yang cukup erat antara gambar dalam mural dengan kondisinya, Ikon dan simbol wilayah yang terpetakan berdasarkan di daerah manakah mural di buat juga menjadi kekhasan tersendiri. Misalnya, mural yang dibuat disebuah wilayah perkampungan. Masyarakat wilayah tersebut membuat mural bukan hanya sekedar untuk memperindah wilayah tersebut, melainkan untuk menunjukkan sifat kekeluargaan mereka yang masih terus terikat. Simbol gotong royong antar warga setempat merujuk pada kalimat kekeluargaan.

2. Estetik

Mural dengan kepentingan estetik disamping sudah pernah dilakukan untuk kebutuhan desain interior misalnya untuk menampilkan kesan segar maupun kesan berada dalam alam untuk menimbulkan kenyamanan dari sang pemilik rumah maupun ruangan, namun mural dengan estetik sebagai tampilan utamanya juga dapat dilakukan di luar ruang. Mural seperti ini biasanya merepresentasikan dari gaya visual, seperti komik, simbolik, espressionisme hingga realisme.

Contohnya, mural yang dibuat dilokalisasi Sarkem. Tidak ada pesan yang khusus dibuat untuk para penghuni lokalisasi maupun pengunjungnya. Simbol kupu-kupu merujuk pada kalimat “kupu-kupu malam”.

3. Ekonomi

Pesan dalam mural yang menyuarakan pentingnya ekonomi untuk kemajuan bersama. Contohnya, pada mural dengan tema “Giat Bekerja” menampilkan gambar kaki sedang mengayuh becak serta pion yang biasa dalam permainan catur ditampilkan sebagai kritik sosial. Contoh lainnya, yakni perusahaan-perusahaan besar yang memanfaatkan seni mural sebagai media promosi dalam memasarkan produknya. Fenomena beriklan melalui media mural juga telah banyak. Misalnya, perusahaan Telkom dan Indosat yang bersaing memanfaatkan momentum di Jogja perihal mural. Hal ini meningkatkan nilai perekonomian daerah setempat, karena mural seperti ini berdampak kuat pada citra Jogja kota budaya.

4. Politik

Mural dengan pesan politik menonjolkan pesan-pesan kritik sosial politik yang tidak mudah ditemui. Namun, dinding dengan tulisan yang bersifat corat-coret mudah untuk ditemui pesan yang bernada kritik sosial politik. hal tersebut dikarenakan dinding lebih bersifat spontan daripada mural yang membutuhkan perencanaan visual.

Contohnya, mural dari partai politik dengan sebuah logo. Seperti di wilayah Lagenastran ada dinding besar di cat merah bergambarkan orang yang memakai pakaian khas Jogja dengan blangkon di kepala sedang berdiri dengan sikap seperti pagar bagus atau penerima tamu

dalam pesta pernikahan Jawa. Di samping orang tersebut logo PDIP terpampang tanpa ada teks penjelas.

Komunikasi Visual (*Visual Communication*), merupakan sebuah rangkaian proses penyampaian kehendak atau maksud tertentu kepada pihak lain dengan menggunakan media penggambaran yang hanya terbaca oleh indra penglihatan. “Komunikasi visual mengkombinasikan seni, lambang, tipografi, gambar, desain grafis, ilustrasi, dan warna dalam penyampaiannya” Dhawan (2006: 50). Dari penjelasan tentang komunikasi visual ini jelas disebutkan bahwa seni, gambar (lukisan), desain grafis, dan sebagainya adalah unsur dalam komunikasi ini, termasuk seni mural yang ada didalamnya.

Sedangkan menurut New Nouveau Brunswick (2010: 9) Mengungkapkan bahwa “*knowledge doesn't exist in a vacuum. It must be defined in terms of its context, impact, application, and contact information and prioritized based on the level of urgency (high, medium or low) in the knowledge transfer plan*”. Oleh karena itu, pesan atau pengetahuan yang akan ditransfer harus menjadi daya tarik, sesuai dengan kondisi, konten, konteks, dan ruang lingkup pesan harus sesuai dengan target grup (penerima) Zarinpoush, shirley, dan julie (2007: 11). Untuk menghasilkan pesan efektif, Center for Health and Gender Equity (2010: 1) menyarankan lima hal yang harus diperhatikan yakni:

1. Kredibel, pesan yang akan disampaikan faktual dan akurat, memberikan informasi untuk mendukung pernyataan, serta disampaikan oleh orang-orang yang dipercaya pada subjek;
2. Ringkas, pesan jelas dan sederhana memudahkan memahami dan mengingatnya;
3. Relevan, pesan dapat menginspirasi atau memotivasi orang untuk bertindak;

4. Nilai komunikatif, pesan sesuai dengan nilai-nilai rakyat misalnya keadilan, kesetaraan, kebebasan, kejujuran.

“Pengembangan dan penyampaian pesan efektif dirancang melalui pilihan yang tepat dari kata-kata, tata letak dan arah dan metode komunikasi” Groove (2012: 3). Dari penjelasan-penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa komunikasi yang memberikan pesan kepada seseorang harus teruji kredibilitas, relevan, ringkas, dan memiliki komunikatif.