



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Simpulan yang dapat ditarik dalam melakukan penelitian ini adalah Kompas Gramedia telah menjalankan strategi perencanaan dan implementasi dengan cukup baik. Kompas Gramedia melaksanakan *scanning and monitoring* hingga tahap *communicating the CSR initiative*. Dalam tahap *scanning and monitoring*, Kompas Gramedia dapat menemukan isu yang menjadi permasalahan nasional yaitu minat membaca masyarakat yang rendah. Setelah itu perusahaan berusaha mencari tahu lebih dalam terkait isu tersebut dan mulai memetakan *stakeholders* yang terlibat di dalam program CSR ini. Walaupun Kompas Gramedia belum menjalankan riset secara khusus, tetapi hasil riset yang ditemukan dari luar sudah cukup kuat dalam menentukan pergerakan program #AkuBaca.

Pasca melakukan riset, Kompas Gramedia mulai menentukan nama #AkuBaca sebagai ajakan kepada masyarakat untuk sadar akan pentingnya membaca bagi dirinya sendiri dan mulai mengembangkan fitur-fitur yang bisa mendukung dalam peningkatan minat baca di Indonesia. Divisi *Corporate Communication* pada akhirnya memutuskan untuk membuat sebuah program yang bertujuan mengubah perilaku masyarakat, khususnya anak-anak, agar senang membaca dan bentuk CSR ini termasuk dalam jenis inisiatif CSR *Corporate Social Marketing*.

Dalam mengomunikasikan program ini, Kompas Gramedia menyesuaikan isi pesannya dengan bentuk fitur yang sedang mereka lakukan. Tetapi dari masing-masing pesan tersebut, terdapat garis besar yang ingin disampaikan, yaitu mengingatkan masyarakat bahwa membaca itu penting dan memiliki banyak manfaat positif untuk pengembangan diri. Media yang digunakan juga bermacam, melalui *offline* dan juga *online*. Kompas Gramedia berfokus dalam menggunakan media internal seperti Harian Kompas, Kompas TV, Kompas.com, Tribun, dan juga media sosial @KompasGramedia itu sendiri.

Kompas Gramedia belum menjalani evaluasi yang menyeluruh dikarenakan program ini belum berjalan 1 tahun dan belum memiliki lembaga riset yang dapat diajak kerja sama. Tetapi ke depannya, Kompas Gramedia ingin mengajak Litbang Kompas untuk dapat melakukan riset versi Kompas mengenai peningkatan minat membaca di Indonesia. Hal ini nantinya juga turut menjadi bahan evaluasi perusahaan untuk melihat dampak positif yang diberikan oleh perusahaan dan menjadi tolak ukur keberhasilan program #AkuBaca.

Dilihat dari sisi konsep *Triple Bottom Line*, prinsip dasar CSR, dan faktor keberhasilan implementasi program CSR, Kompas Gramedia telah menjalani program CSR #AkuBaca dengan terstruktur dan memerhatikan segala aspek yang dapat mengarahkan keberhasilan sebuah program. Kompas Gramedia menerapkan prinsip *people* di dalam setiap kegiatan CSR-nya karena selaras dengan *tagline*-nya yaitu "*Enlightening People*".

5.2 Saran

5.2.1 Saran untuk Penelitian Selanjutnya

Selama menjalani penelitian ini, ada beberapa hal yang peneliti temukan dapat menjadi dasar penelitian selanjutnya.

1. Penelitian selanjutnya dapat melaksanakan riset evaluasi untuk program #AkuBaca ini. Penelitian ini nantinya akan berguna dalam penentuan teori riset dan evaluasi yang cocok digunakan dalam melihat apakah program #AkuBaca ini benar-benar telah mencapai tujuannya untuk meningkatkan minat membaca di Indonesia.
2. Karena proses perencanaan dan implementasi ini berdasarkan teori dari Coombs & Holladay yang memang berfokus dalam program CSR. Akan menarik jika program #AkuBaca ini dibedah dari sisi strategi perencanaan *Corporate Communication* atau *Public Relations*.

5.2.2 Saran untuk Kompas Gramedia

Selain memberikan saran untuk penelitian selanjutnya, peneliti juga turut memberikan saran kepada Kompas Gramedia sebagai pelaksana program #AkuBaca.

1. Saat akan melaksanakan evaluasi yang mendalam, Kompas Gramedia perlu melihat hubungan antara peningkatan akses membaca dengan peningkatan minat membaca. Hal ini dilakukan agar dapat membuktikan efek dari program Buku Bergerak dalam meningkatkan minat membaca.

2. Saat peneliti bertemu dengan pihak penerima bantuan, mereka turut memberikan masukan untuk menjalankan program #AkuBaca yang lebih mendalam dan fokus dalam mengembangkan Taman Bacaan yang ada di desa-desa terpencil. Walaupun mungkin sudah terimplementasi dari fitur Efek Rumah Baca, tetapi masih banyak desa-desa yang tidak bisa bergerak sendiri dan butuh pelatihan. Dalam menjalani program #AkuBaca ke depannya akan lebih baik untuk bisa memberikan pelatihan kepada Taman Bacaan di desa yang belum mengerti sama sekali tentang cara mengelola sebuah Taman Bacaan yang baik.
3. Walaupun media internal perusahaan sudah cukup kuat dalam memberitakan program CSR #AkuBaca, akan lebih baik lagi jika perusahaan juga menyebarkan *press release* kepada media eksternal agar penyebaran informasi lebih merata dan menjangkau seluruh masyarakat dari berbagai golongan.

