



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 I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Saat ini budaya membaca dan literasi masyarakat Indonesia menjadi permasalahan yang sangat diperhatikan dengan serius oleh pemerintahan Indonesia. Hal ini dimulai dengan pernyataan Presiden Jokowi mengenai kekaguman beliau terhadap usaha para penggiat literasi dalam meningkatkan minat baca anak (Fazli, 2017, para. 2). Para penggiat literasi tersebut melakukan segala cara dalam meningkatkan minat baca anak-anak, mulai dari membawa buku bersamaan dengan berjualan makanan, ada juga yang membawa buku-buku di dalam bemo untuk dibaca oleh penumpang. Bahkan ada yang menggunakan perahu sebagai bentuk perpustakaan. Hal ini akhirnya membuat Presiden Jokowi meminta Muhadjir Effendy selaku Menteri Pendidikan dan Kebudayaan untuk menyediakan masing-masing 10.000 buku ke titik wilayah (Fazli, 2017, para. 6).

Sebelumnya, UNESCO juga sempat melakukan survei yang memperlihatkan bahwa presentase minat baca masyarakat Indonesia baru 0,01% yang artinya dari 10.000 masyarakat Indonesia hanya 1 orang yang benar-benar senang membaca (Amiranti, 2017, para. 1). Data dari “*Most Littered Nation in The World*” yang dilakukan oleh Central Connecticut State University pada Maret 2016 juga menunjukkan bahwa minat membaca

masyarakat Indonesia menempati urutan ke-60 dari 61 negara di seluruh dunia (Gewati, 2016, para. 1). Bahkan Muhadjir Effendy selaku Menteri Pendidikan dan Kebudayaan turut mengatakan bahwa budaya membaca dan literasi masyarakat Indonesia lebih lambat empat tahun dibandingkan dengan negara lainnya (Tempo.co, 2017, para. 2). Data-data ini menunjukkan bahwa permasalahan minat membaca dan literasi masyarakat Indonesia perlu diperhatikan tidak hanya oleh pemerintah, tetapi juga perlu diperhatikan oleh lembaga, organisasi, perusahaan, dan seluruh masyarakat Indonesia.

Dalam perusahaan, terdapat Undang-Undang Perseroan Terbatas Nomor 40 pasal 74 2007 mengenai kewajiban Perseroan Terbatas dalam menjalankan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Perusahaan perlu memerhatikan isu lingkungan maupun sosial yang terjadi di sekitar mereka dan memilih isu-isu apa saja yang perlu mereka angkat ke dalam program CSR-nya. Tentunya mereka memerlukan sebuah program CSR yang sejalan dengan lini bisnis perusahaannya. Melihat isu minat membaca di Indonesia yang rendah, perusahaan yang memiliki jenis bisnis berhubungan dengan minat membaca perlu memerhatikan isu ini secara mendalam dengan menjalankan sebuah program tanggung jawab sosial.

Dalam praktiknya, ada perusahaan yang berfokus dalam menjalankan satu jenis bisnis, tetapi ada juga perusahaan yang menjalankan berbagai macam jenis bisnis. Perusahaan yang memiliki berbagai macam jenis bisnis ini disebut dengan perusahaan kelompok atau perusahaan konglomerasi. Menurut Black Law Dictionary (2000), perusahaan konglomerasi adalah sebuah korporasi

yang memiliki berbagai jenis usaha yang tidak memiliki keterkaitan satu dengan yang lainnya (Dikutip dari Kadarman, 2009, h. 46). Salah satu contoh perusahaan yang tergolong perusahaan konglomerasi adalah Sinarmas yang memiliki jenis usaha di bidang *Pulp & Paper*, *Agribisnis & Food*, Jasa Keuangan, Telekomunikasi, *Developer & Real Estate*, Energi & Infrastruktur, Media, dan Proyek Inisiatif (Sinarmas, 2017).

Di Indonesia, istilah perusahaan konglomerasi jarang terdengar dan lebih sering disebut sebagai perusahaan multiindustri. Salah satu perusahaan besar yang tergolong dalam jenis perusahaan konglomerasi adalah Kompas Gramedia. Kompas Gramedia sudah berdiri sejak tahun 1963 yang dimulai dengan tercetaknya majalah Intisari. Setelah itu, pada tahun 1965 Kompas Gramedia mulai mempublikasikan Harian Kompas yang dikenal hingga saat ini sebagai media besar di Indonesia. Kompas Gramedia memiliki enam pilar unit bisnis, yaitu media, *retail & publishing*, perhotelan, manufaktur, pendidikan, dan *event & venue*.

Dalam menjalani sebuah bisnis, semua jenis perusahaan sadar bahwa hanya memerhatikan keuntungan perusahaan (*profit*) saja tidak cukup. Perusahaan juga perlu memperhatikan lingkungan (*planet*) dan masyarakat (*people*) sekitarnya. Hal ini berguna dalam mengembangkan hubungan yang saling menguntungkan dan saling mendukung antara perusahaan dengan *stakeholders*. Hal ini selaras dengan konsep *Triple Bottom Line* oleh Elkington, di mana perusahaan dapat menyelaraskan ketiga komponen tersebut dan membuat sebuah sinergi yang baik dalam mencapai tujuannya secara efektif

dan efisien (Wibisono, 2007, h. 6). Konsep ini dapat menjadi panduan perusahaan dalam menjalankan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang baik. Kegiatan CSR yang diadakan oleh perusahaan harus bisa menjawab permasalahan sosial yang ada di sekitar agar dapat memberikan dukungan sosial dan sebagai balasannya perusahaan mendapatkan dukungan sosial dari masyarakat dan lingkungan sekitarnya (Coombs & Holladay, 2012, h. 8). Oleh karena itu, Kompas Gramedia mencetuskan program CSR #AkuBaca dengan melihat permasalahan minat membaca dan literasi masyarakat Indonesia yang rendah dan kegiatan ini selaras dengan nilai perusahaan yaitu “*Enlightening People*”.

#AkuBaca merupakan gerakan literasi nusantara dari Kompas Gramedia untuk menumbuhkan minat dan budaya membaca melalui berbagai macam kegiatan. Program ini mulai beroperasi sejak 17 Mei 2017 bertepatan dengan Hari Buku Nasional Indonesia. Kegiatan-kegiatan yang dilakukan di dalam program #AkuBaca ini bermacam-macam dan akan dibahas secara mendalam tentang bagaimana strategi CSR yang dilakukan Kompas Gramedia dalam mencapai tujuan untuk meningkatkan minat membaca masyarakat.

1.2 Rumusan Masalah

Kompas Gramedia sebagai perusahaan konglomerasi, memiliki dua jenis bisnis yang berhubungan dengan membaca dan literasi yaitu media (khususnya cetak dan *online*) dan *retail & publishing*. Oleh karena itu, mereka perlu memerhatikan permasalahan minat membaca dan literasi masyarakat Indonesia

secara khusus. Mereka sudah menjalankan program CSR #AkuBaca dalam menghadapi permasalahan tersebut. Tetapi apakah strategi yang dilaksanakan sudah tepat dalam mencapai tujuan untuk meningkatkan minat baca dan literasi masyarakat Indonesia?

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan masalah yang sudah diuraikan dalam latar belakang masalah dan rumusan masalah, maka pertanyaan penelitiannya adalah: “Bagaimana strategi *Corporate Social Responsibility* #AkuBaca yang dilakukan Kompas Gramedia sebagai bentuk dalam meningkatkan minat baca masyarakat Indonesia?”.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari diadakannya penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan model tahapan CSR oleh Coombs & Holladay di dalam program CSR #AkuBaca yang dilakukan Kompas Gramedia sebagai strategi dalam meningkatkan minat baca masyarakat Indonesia.

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Kegunaan Akademis

Penelitian ini dapat menjadi pembelajaran baru dan pendalaman mengenai penggunaan strategi CSR dalam praktek nyata program CSR Kompas Gramedia #AkuBaca. Selain itu penelitian ini juga dapat

menjadi pedoman penelitian selanjutnya yang ingin membahas mengenai sebuah strategi sebuah program CSR.

1.5.2 Kegunaan Praktis

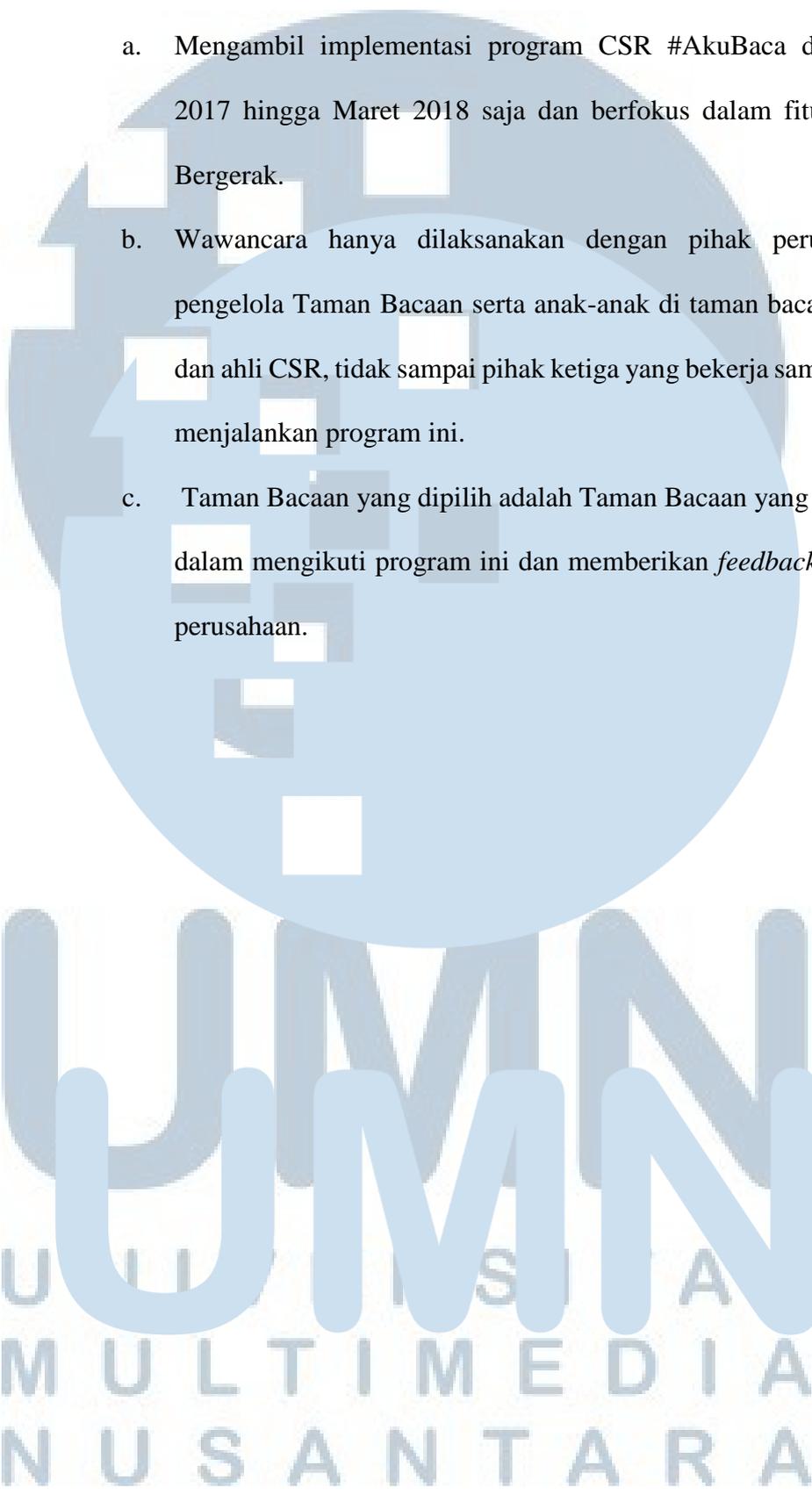
Penelitian ini dapat memberikan gambaran dan masukan kepada *Corporate Communication* Kompas Gramedia dalam implementasi program CSR #AkuBaca. Hasil dari penelitian ini akan melihat apakah strategi CSR yang dijalankan perusahaan sudah cukup baik sehingga dapat menjadi bahan pertimbangan untuk menjalankan program CSR #AkuBaca ke depannya.

1.5.3 Kegunaan Sosial

Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan kesadaran kepada masyarakat mengenai pentingnya menanamkan minat baca kepada anak-anak dan lingkungan sekitar. Dengan adanya penelitian ini diharapkan masyarakat dapat ikut terlibat dalam program #AkuBaca.

1.6 Keterbatasan Penelitian

Ada beberapa batasan penelitian yang perlu dibuat karena keterbatasan waktu dan kemampuan peneliti dalam menjalankan penelitian ini. Selain itu, keterbatasan penelitian ini dibuat agar penelitian dapat dilakukan lebih mendalam dan terfokus dengan masalah yang ingin dibahas. Berikut batasan-batasannya:

- 
- a. Mengambil implementasi program CSR #AkuBaca dari Mei 2017 hingga Maret 2018 saja dan berfokus dalam fitur Buku Bergerak.
 - b. Wawancara hanya dilaksanakan dengan pihak perusahaan, pengelola Taman Bacaan serta anak-anak di taman baca terkait, dan ahli CSR, tidak sampai pihak ketiga yang bekerja sama dalam menjalankan program ini.
 - c. Taman Bacaan yang dipilih adalah Taman Bacaan yang antusias dalam mengikuti program ini dan memberikan *feedback* kepada perusahaan.