

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti dapat menjawab pertanyaan penelitian bahwa strategi komunikasi yang dijalankan Book Clan untuk meningkatkan minat baca buku adalah melalui tiga kelompok strategi yaitu, pemanfaatan media sosial, pelaksanaan kegiatan-kegiatan, baik secara rutin dan tematik, dan juga melalui kerjasama. Masing-masing media sosial tersebut saling melengkapi satu dengan yang lainnya, di mana Instagram bersifat lebih formal. Sementara itu, TikTok digunakan untuk membagikan konten-konten yang dibungkus dalam naratif komedi. Selain itu, terdapat grup Whatsapp untuk berdiskusi dan juga X.

Namun, tidak dapat dipungkiri bahwa keberhasilan Book Clan dalam menarik perhatian dan minat membaca pesertanya disertai juga dengan berbagai macam kegiatan. Terdapat kegiatan rutin yang digelar setiap hari Sabtu, dan juga kegiatan tematik yang diadakan sekali setiap bulan. Sehingga peserta Book Clan tertarik untuk terus mengikuti kegiatan-kegiatan yang digelar Book Clan Jakarta.

Selain itu, terdapat juga bentuk kerjasama antara Book Clan Jakarta dengan pihak ketiga yaitu Indorelawan. Bentuk kerjasama yang dilakukan adalah penyebaran informasi mengenai kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh Book Clan Jakarta melalui media sosial Indorelawan.

Sehingga, dapat disimpulkan bahwa media komunikasi yang tepat dibutuhkan dan tidak lupa untuk disandingkan juga dengan macam-macam kegiatan dan kerjasama, sehingga dapat menarik orang-orang awam yang belum terbiasa membaca, atau bahkan tidak suka membaca. Selain itu, ketiga strategi tersebut perlu dilakukan secara bersamaan untuk mempertahankan minat dan kebiasaan peserta-peserta yang sudah terbiasa dan suka membaca buku.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Akademis

Peneliti sadar bahwa penelitian ini belum sempurna dan belum dapat menjawab seluruh permasalahan isu literasi Indonesia. Saran yang dapat peneliti berikan kepada peneliti selanjutnya adalah untuk memperdalam lagi penelitian mengenai strategi komunikasi untuk meningkatkan minat baca, namun dapat diteliti dari perspektif peserta-peserta kampanye atau komunitas buku tersebut. Sehingga, dari penelitian tersebut peneliti selanjutnya dapat menemukan strategi terbaik yang dapat digunakan untuk komunitas-komunitas selanjutnya dan tidak terbatas pada opini para pengurus komunitas saja.

5.2.2 Saran Praktis

Peneliti menyarankan bagi komunitas-komunitas kecil untuk merencanakan strategi komunikasi kampanye yang disesuaikan dengan tujuan komunitas dan juga relevan dengan persona target audiens komunitas.

Selain itu, peneliti juga menyarankan agar dibentuknya kegiatan-kegiatan yang dapat menjadi senjata komunitas untuk mempertahankan anggotanya. Dengan menggelar kegiatan-kegiatan baru, tentunya anggota komunitas akan tertarik untuk mengikuti kegiatan-kegiatan selanjutnya. Kerjasama dengan pihak ketiga juga dapat dimanfaatkan untuk menjangkau target audiens yang lebih luas.

Kemudian, pembangunan hubungan baik antar pengurus dan peserta juga sangat dibutuhkan agar peserta merasa nyaman dan diterima dalam komunitas tersebut. Namun, tidak terbatas antara pengurus dan peserta saja, tetapi juga pembinaan hubungan baik antar peserta sehingga terjalin pertemanan yang harmonis dan positif dalam komunitas tersebut, agar pada jangka panjang dapat menarik teman-teman lainnya untuk bergabung dalam komunitas tersebut.