

Strategi Peningkatan Inovasi Program Komunitas Literasi di Semarang (Studi di Bookclub Semarang)

Nurwidi Bagus Amiryunanto¹, Muhammad Rifqi Arviansyah²

Universitas Padjadjaran

Jurnal Riptek

Volume 19 No. 2 (179-188)

Tersedia online di:

<http://riptek.semarangkota.go.id>

Info Artikel:

Diterima: 29 Juni 2025

Disetujui: 28 Agustus 2025

Tersedia online: 31 Desember 2025

Kata Kunci:

Literasi, Strategi Inovasi, Komunitas Buku Kota Semarang.

Korespondensi penulis:

nurwidi21001@mail.unpad.ac.id

m.rifqi.arviansyah@unpad.ac.id

Abstract. This study emphasizes how important literacy communities are to promoting a literacy culture in Kota Semarang, especially Bookclub Semarang. In light of Indonesia's inadequate national literacy performance, as evidenced by the 2022 PISA ratings, Bookclub Semarang has emerged as a novel platform for the community to improve literacy and knowledge. Interviews with members and management demonstrate that the programs provided by Bookclub Semarang efficiently meet the educational demands of the city's population. Regular efforts like Baca Buku Bareng (Reading Together) facilitate reading and book discussions while fostering good social relationships and a sense of belonging among participants. Innovative strategies are essential to maintain member involvement, organizational leadership, and community continuity. This study suggests program innovation strategies for community management and activities using SWOT analysis and innovation ambition matrix mapping. These tactics seek to enhance involvement among members and staff, guarantee the community's sustainability, and promote inclusion in nurturing reading interest throughout all demographics of Semarang's population. In the long run, these initiatives are anticipated to enhance the community's overall influence on literacy advancement.

Cara mengutip:

Amiryunanto, N. B., & Arviansyah, M. R. 2025. Strategi Peningkatan Inovasi Program Komunitas Literasi di Semarang (Studi di Bookclub Semarang). *Jurnal Riptek*. Vol. 19 Halaman. <http://riptek.semarangkota.go.id>

PENDAHULUAN

Di tengah deras nya arus informasi media sosial dan kemajuan teknologi, termasuk di dalamnya perkembangan kecerdasan buatan, kemampuan masyarakat untuk membaca, memilah, memahami, dan mengevaluasi informasi menjadi sangat krusial. Kemampuan seseorang dalam mengakses, mengevaluasi, dan menggunakan informasi secara efektif sebagai dasar untuk berpikir kritis, kreatif, dan komunikatif dalam kehidupan sehari-hari didefinisikan sebagai literasi (Puspitasari et al., 2023). Menurut UNESCO, literasi bukan hanya terkait keterampilan membaca dan menulis, tetapi merupakan proses belajar berkelanjutan yang memungkinkan seseorang berkembang secara pribadi dan sosial (UNESCO, 2005). Secara umum literasi merupakan fondasi utama dalam pembangunan sumber daya manusia yang berdaya saing di era pengetahuan dan perkembangan digital saat ini. Kemampuan membaca, menulis, berpikir kritis, serta memahami informasi menjadi aspek penting dalam mendorong partisipasi aktif masyarakat dalam berbagai bidang kehidupan termasuk dalam hal perkembangan kemajuan kota. Literasi pun bahkan menjadi keterampilan penting di abad 21.

Sayangnya, literasi masyarakat Indonesia masih tergolong rendah, baik dari sisi kemampuan membaca kritis maupun budaya membaca. Hal ini berdampak signifikan pada lambatnya kemajuan sosial, ekonomi, dan budaya di banyak kota besar Indonesia. Berdasarkan hasil *Programme for International Student Assessment (PISA) 2022* yang dirilis oleh OECD, Indonesia sendiri menempati peringkat ke-69 dari 80 negara dalam aspek kemampuan membaca (OECD, 2023). Skor rata-rata literasi membaca siswa Indonesia berada di bawah rata-rata OECD, menunjukkan lemahnya kemampuan memahami, mengevaluasi, dan menggunakan informasi secara efektif. Di Semarang sendiri tingkat literasi mulai memunculkan perbaikan dengan adanya peningkatan nilai kegemaran membaca (TGM) sebesar 72,33 di tahun 2022, menempatkan Kota Semarang sebagai peringkat tiga kota dengan skor gemar membaca tertinggi di Indonesia (Dinas Arsip Perpustakaan Kota Semarang, 2023b). Walaupun skor TGM Kota Semarang cukup tinggi, didapati bahwa disparitas antar-kecamatan masih mencolok dan durasi membaca rata-rata baru sekitar dua hingga tiga jam per hari (Dinas Arsip Perpustakaan Kota Semarang, 2023a). Hal ini menjadikan program peningkatan tingkat literasi masih perlu dilakukan secara

berkelanjutan, memastikan bahwa tidak hanya berpatokan pada tingkat kegemaran membaca melainkan juga pertumbuhan pada kualitas sumber daya manusia masyarakat kota.

Berbagai program peningkatan literasi telah diinisiasi oleh pemerintah, lembaga pendidikan, dan komunitas masyarakat di seluruh Indonesia tak terkecuali di Kota Semarang. Pemerintah Kota Semarang telah menggulirkan beragam inisiatif, mulai dari perpustakaan keliling melalui enam armada yang menyambangi sekolah, taman kota, hingga kantor kelurahan setiap pekan (Ramadhani, 2024), sampai program “Semarang Gemar Membaca” yang digerakkan Dinas Arsip dan Perpustakaan Kota Semarang (Perpustakaan Kota Semarang, 2025). Walaupun kebijakan publik ini memperluas akses masyarakat pada buku, keberhasilannya amat bergantung pada partisipasi seluruh kalangan masyarakat, warga muda, dan komunitas swadaya. Negara tak bisa berdiri sendiri menumbuhkan budaya membaca kritis di tengah masyarakat perkotaan. Perlu adanya komunitas yang memperkenalkan masyarakat akan budaya membaca dan membantu para pembaca menemukan teman-teman yang memiliki ketertarikan yang sama terhadap bahan bacaan.

Di tengah kebutuhan akselerasi budaya baca tersebutlah, Bookclub Semarang hadir pada tahun 2022 sebagai komunitas terbuka yang menyelenggarakan kegiatan baca buku bersama yang rutin dilakukan setiap minggunya di ruang publik di pusat Kota Semarang, Taman Indonesia Kaya. Bookclub Semarang hadir sebagai wadah baru bagi masyarakat meningkatkan minat baca buku dengan menghadirkan kegiatan baca buku bersama yang biasanya selalu diikuti dengan berbagi pemahaman isi buku yang dibaca. Bookclub Semarang sendiri telah berhasil menarik hingga lebih dari 900 orang untuk bergabung pada komunitas daring melalui *Whatsapp Community*. Agenda ulang-tahun kedua mereka, misalnya, menarik ratusan peserta lintas usia untuk membawa buku favorit dan berdiskusi santai di Taman Indonesia Kaya sekaligus memperluas jejaring sosial mereka (Semarangkita.id, 2024). Bookclub Semarang sendiri bermula dari diskusi informal lalu diarsipkan di kanal digital, seiring dengan bertambahnya anggota mulai memantik literasi anggota baru secara berkelanjutan (Sudarman & Suharso, 2024). Di platform media sosial Instagram, Bookclub Semarang telah memiliki lebih dari 8000 pengikut aktif dan rutin mempublikasikan tutorial cara bergabung serta cuplikan diskusi, menunjukkan pendekatan inklusif antar anggota yang menggabungkan kehadiran ruang fisik dan digital secara kontinu. Kombinasi tatap muka dan media

sosial tersebutlah yang membantu pembaca pemula menemukan “teman baca”, memahami karya buku lintas genre, dan menumbuhkan rasa kepemilikan bersama terhadap gerakan literasi di Kota Semarang.

Meski telah memiliki kepengurusan solid dan basis anggota yang tumbuh cepat, Bookclub Semarang perlu merumuskan arah visi-misi yang lebih tajam agar dampak komunitas ini melampaui tidak hanya golongan muda melainkan seluruh masyarakat Kota Semarang dan mampu bertahan pada durasi yang lebih panjang, lima hingga sepuluh tahun ke depan. Pada Buku *The Corporate Startup* oleh Tendayi Viki, suatu organisasi perlu melakukan *experiment-driven development* (siklus ideasi, validasi, dan iterasi cepat) untuk memastikan bahwa setiap program benar-benar menjawab kebutuhan pengguna (Viki et al., 2022), dalam hal ini anggota, staff kepengurusan, dan masyarakat Kota Semarang secara luas. Menurut (Mulgan et al., 2007), komunitas sosial baru efektif bila memadukan kapasitas internal komunitas dengan kolaborasi multi-pihak, sehingga solusi dapat tumbuh dan beradaptasi seiring dinamika kota. Tanpa strategi inovasi terpola, risiko program *fatigue* (kegiatan rutin terasa repetitif dan kehilangan daya tarik) akan meningkat, yang pada gilirannya melemahkan loyalitas anggota serta visibilitas publik Bookclub Semarang. Karena itu, *roadmap* keberlanjutan perlu dilakukan untuk menyeimbangkan eksperimen program baru dengan pemeliharaan aktivitas inti yang sudah terbukti berjalan efektif.

Untuk menjaga relevansi di tengah perubahan struktur kepengurusan yang akan dinamis sepanjang tahun, Bookclub Semarang perlu menggunakan dua alat strategis: (1) analisis SWOT guna memetakan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dan (2) matrik ambisi inovasi oleh (Nagji & Tuff, 2012) yang memetakan portofolio program ke dalam tiga horizon (*core*, *adjacent*, dan *transformational*) untuk menyeimbangkan program eksperimen dengan program inti komunitas. Penggunaan kerangka tersebut membantu komunitas menetapkan prioritas, mengalokasikan sumber daya secara tepat, dan mengevaluasi setiap inisiatif program komunitas berdasarkan nilai tambah dan manfaat yang menyeluruh bagi literasi warga Kota Semarang. Alhasil, Bookclub Semarang akan lebih lincah, mampu beradaptasi dengan fluktuasi anggota, serta semakin kontributif dalam ekosistem literasi perkotaan pada jangka waktu lebih panjang.

TINJAUAN PUSTAKA

Literasi dalam definisi dasarnya, mengacu pada kemampuan membaca dan menulis secara efektif. Namun, konsep literasi telah berkembang secara signifikan, meluas hingga mencakup berbagai bentuk dan konteks komunikasi, pemahaman, dan ekspresi dalam domain yang berbeda. (UNESCO, 2005) mendefinisikan literasi bukan hanya sekadar kemampuan membaca dan menulis, tetapi juga sebagai “*continuum of learning*” yang berkontribusi terhadap pengembangan pribadi dan partisipasi sosial.

Literatur terbaru menyoroti pergeseran paradigma literasi dari sekadar keterampilan teknis membaca-menulis menjadi praktik sosial yang beragam dan kontekstual, sebagaimana ditekankan dalam *New Literacy Studies* (NLS) dan kajian terkait literasi digital. NLS memandang literasi sebagai praktik sosial yang beragam, dipengaruhi oleh konteks budaya, kekuasaan, dan identitas. Literasi tidak tunggal, melainkan “multiple literacies” yang berbeda-beda sesuai ruang, waktu, dan komunitas (Street, 2003). Studi terbaru menyoroti pentingnya multiliterasi: kemampuan mengakses, mengevaluasi, mencipta, dan berbagi informasi dalam berbagai format digital (teks, gambar, video, media sosial) (Tinmaz et al., 2022). Literasi digital bukan sekadar keterampilan teknis, melainkan praktik sosial yang menuntut adaptasi, refleksi kritis, dan partisipasi aktif dalam masyarakat digital (Mensonides et al., 2024).

Komunitas Literasi yang sering disebut sebagai komunitas membaca, didefinisikan sebagai sekumpulan individu yang terlibat dalam mempromosikan dan meningkatkan praktik membaca dan literasi dalam konteks atau demografi tertentu. Fokus utama dari komunitas literasi adalah menciptakan lingkungan yang inklusif di mana setiap orang dapat berpartisipasi dalam inisiatif membaca yang mengakui dan menghormati keragaman budaya. Berdasarkan penelitian (Rosyidin et al., 2023) mencatat peran ruang yang terorganisir, yang tidak hanya memfasilitasi pengembangan keterampilan membaca tetapi juga berfungsi sebagai pusat sosial untuk interaksi masyarakat yang bertujuan untuk meningkatkan literasi. Demikian pula dengan penelitian (Suradi et al., 2021) yang menyoroti bagaimana gerakan literasi tertentu dapat merangsang minat baca dan menyediakan sumber daya yang disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat, sehingga memperkuat gagasan bahwa komunitas literasi dibangun di atas fondasi budaya dan kebutuhan lokal.

Komunitas Literasi Berbasis Media Sosial. Komunitas literasi di media sosial memfasilitasi pembelajaran kolaboratif, berbagi

pengetahuan, dan penguatan identitas kolektif. Literasi di media sosial adalah praktik sosial yang kontekstual, melibatkan interaksi, kolaborasi, dan partisipasi aktif dalam komunitas digital (Manca et al., 2021). Platform seperti Goodreads dan Discord reading communities memungkinkan diskusi buku, rekomendasi, dan pengembangan literasi kritis secara partisipatif (Mackey & Jacobson, 2011). Namun, penguatan literasi kritis dan etika digital tetap menjadi tantangan utama yang harus diatasi untuk memaksimalkan potensi komunitas ini (Polanco-Levicán & Salvo-Garrido, 2022).

Dampak Komunitas Literasi pada Penguatan Kapasitas Warga (*Citizenship Skills*). Komunitas literasi sangat penting untuk membangun modal sosial (*social capital*) dan kapasitas warga (*citizenship skills*). Komponen utama modal sosial adalah jaringan sosial, kepercayaan, dan kerjasama yang dibangun oleh anggota masyarakat ketika mereka terlibat dalam komunitas literasi (Israel et al., 2009). Investasi pada modal sosial melalui pendidikan literasi sejak dini telah terbukti memiliki efek jangka panjang pada peningkatan keterampilan literasi dan keberhasilan pendidikan (Israel et al., 2009). Pada akhirnya, komunitas literasi akan memperkuat kohesi sosial dan partisipasi masyarakat (Hoskins et al., 2012). Pengetahuan, keterampilan berpikir kritis, dan kesadaran sosial warga ditingkatkan dengan berpartisipasi dalam komunitas literasi, baik melalui literasi berbentuk konvensional maupun digital (Saputra & Siddiq, 2020). Pendidikan literasi yang dikombinasikan dengan prinsip-prinsip kewargaan mendorong individu untuk menjadi lebih berpikir kritis, toleran, dan bertanggung jawab dalam kehidupan bermasyarakat (Hoskins et al., 2012).

Strategi Inovasi. Inovasi menjadi elemen kunci dalam mempertahankan relevansi komunitas di tengah perubahan sosial dan teknologi. Menurut (Viki et al., 2022) dalam *The Corporate Startup*, strategi inovasi merupakan proses sistematis untuk menghasilkan solusi baru yang memiliki nilai bagi pengguna, dengan tetap menjaga keberlanjutan organisasi. Meskipun konsep ini lahir dari dunia korporasi, pendekatannya masih relevan untuk diaplikasikan pada komunitas berbasis masyarakat—terutama dalam hal *experiment-driven development*, validasi kebutuhan anggota komunitas, dan iterasi program. Inovasi dalam komunitas literasi dapat diwujudkan dalam bentuk diversifikasi program dan harus mempertimbangkan *user-centered approach*, yaitu menempatkan anggota komunitas sebagai subjek (kontributor), bukan objek pasif (pengguna) (Minas et al., 2018). Hal ini memperkuat rasa memiliki (*sense of belonging*) dan meningkatkan

loyalitas terhadap program yang dirancang (Bovaird & Loeffler, 2012).

Analisis SWOT dan Matriks Ambisi Inovasi. Analisis SWOT merupakan metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi kekuatan (*Strengths*), kelemahan (*Weaknesses*), peluang (*Opportunities*), dan ancaman (*Threats*) organisasi atau proyek tertentu (Gürel & Tat, 2017). Biasanya analisis ini dilakukan untuk memahami kondisi internal dan eksternal saat ini dan kemudian merumuskannya sebagai strategi yang menjawab kelemahan dan tantangan eksternal. Sedangkan *Innovation Ambition Matrix* adalah kerangka kerja strategis yang dikembangkan oleh Bansi Nagji dan Geoff Tuff, untuk membantu organisasi mengalokasikan sumber daya inovasi pada tiga horizon: *core* (inovasi *incremental* pada produk/layanan inti), *adjacent* (perluasan ke pasar atau produk baru terkait), dan *transformational* (terobosan inovasi baru yang radikal) (Nagji & Tuff, 2012). Kerangka kerja ini bertujuan menyeimbangkan pengelolaan risiko dan penciptaan nilai dalam portofolio inovasi organisasi, sekaligus menghindari ketergantungan pada inovasi *incremental* saja. Dalam konteks komunitas, inovasi program perlu ditingkatkan agar anggota tidak merasa jenuh dengan program rutin. Inovasi dalam ranah program komunitas non-profit pun tidak hanya berbicara pada produk atau layanan baru, tetapi juga cara baru dalam menciptakan, menangkap, dan mendistribusikan nilai sosial (Coule & Patmore, 2013). Komunitas literasi menghadapi berbagai tantangan baru untuk dapat bertahan seperti keterbatasan dana, perubahan kebutuhan dan preferensi masyarakat, dan perkembangan teknologi (Svensson et al., 2020). Inovasi ini lah yang menjadi kunci untuk menciptakan program yang relevan, inklusif, dan berdampak luas. Di lain sisi, studi menunjukkan bahwa komunitas non-profit dengan arah visi pada inovasi tinggi memiliki kinerja lebih baik dalam kepuasan anggota, daya tarik, sumber daya, dan reputasi (Krasnopolskaya & Meijs, 2019).

METODE PENELITIAN

a. Desain Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan deskriptif kualitatif. Menggunakan hasil data dari perilaku dan informasi tertulis dari individu secara deskriptif (Leksono et al., 2013). Metode penelitian kualitatif dilakukan secara intensif, penyusun ikut berpartisipasi di lapangan, mencatat apa yang terjadi di lapangan, mengumpulkan gambaran mendalam tentang

pandangan informan dan membuat laporan penelitian secara detail (Creswell, 1998). Observasi dilakukan selama kurang lebih empat bulan penyusun mengikuti program-program Bookclub Semarang. Sedangkan wawancara dilakukan dengan teknik *purposive sampling*, memilih empat informan yang mewakili populasi dari pendiri, pengelola, dan anggota Bookclub Semarang. Validitas data wawancara dijaga dengan melakukan teknik *member checking* dengan memberikan hasil data observasi awal penyusun pada setiap program Bookclub Semarang yang kemudian diberikan respon umpan balik oleh para informan.

b. Sumber Data

Sumber data terdiri atas data primer dan sekunder. Pengumpulan data primer dilakukan melalui wawancara dengan beberapa informan yang berkaitan langsung dengan kepengurusan hingga anggota Bookclub Semarang dan observasi penyusun di lapangan. Pengumpulan data sekunder dilakukan dengan studi pustaka.

Tabel 1. Informan Penelitian pada Bookclub Semarang

No.	Informan	Peran	Lama
1.	Firly Aufa Ahsanti	Pendiri Bookclub	3 Tahun
2.	Rasyid Muliya Irawan	Ketua Bookclub	3 Tahun
3.	Lana Iqlima	Staff Bookclub	1 Tahun
4.	Rizqi Subekti	Anggota Bookclub	1 Tahun

c. Teknik Analisis Data

Penelitian ini memanfaatkan kerangka kerja analisis SWOT. Analisis SWOT sendiri adalah alat dalam perencanaan strategis yang memungkinkan pemaksimalan kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) (Phadermrod et al., 2019). Selanjutnya strategi dipetakan dalam matriks ambisi inovasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Bookclub Semarang.

Bookclub Semarang merupakan komunitas literasi yang didirikan pada Oktober 2022. Tujuan awal dari pendirian komunitas ini berangkat dari kegemaran pendiri, Firly Aufa Ahsanti (Acha) akan membaca buku dan mulai mencoba membuat wadah baru bagi dia dan teman-temannya untuk berbagi simpulan isi buku. Menurut pemaparan Acha, dirinya tidak memiliki waktu untuk membaca semua buku yang dimiliki maupun yang direkomendasikan, sehingga dengan mulai berbagi rangkuman buku, menurutnya akan sangat membantu banyak orang yang kesulitan membagi waktu dan tidak memiliki sumber daya akan buku yang berkualitas dan beragam genre. Pendirian

Bookclub juga didasari oleh kejenuhan Acha akan pandemi Covid-19 yang masih melanda Indonesia saat itu, sehingga dengan memulai membentuk *Whatsapp group* membaca Acha lama-lama mengundang banyak anggota yang masuk dan hingga saat ini sudah memiliki tiga grup *Whatsapp* yang berbeda dengan hampir lebih dari 900 orang berada di dalam masing-masing grup yang ada.

Bookclub Semarang bukan lah satu-satunya komunitas baca buku di Semarang. Terdapat beberapa komunitas lain seperti Semarang Book Party, Read Aloud Semarang, dan komunitas baca di beberapa lembaga pendidikan di Semarang. Hanya saja dari segi keanggotaan aktif hingga jumlah pengikut pada media sosial Bookclub Semarang menjadi pemimpin dalam komunitas buku di Semarang. Anggota yang sering mengikuti program rutin beragam dari pelajar hingga dewasa dengan mayoritas berasal dari kalangan mahasiswa. Hasil wawancara dengan salah satu anggota yang telah bergabung cukup lama, Rizqi, berpendapat bahwa motivasi utama mengikuti Bookclub Semarang adalah ingin membagikan pemahaman bacaannya pada sesama serta ingin mendapat lebih banyak pandangan baru terkait topik yang belum terbaca oleh dirinya. Selain itu, selain bertukar pemikiran dan pengetahuan, Rizqi juga merasa bahwa melalui Bookclub Semarang inilah koneksi dan jaringan pertemanan sosialnya jauh lebih luas, sehingga baginya program rutin yang dilakukan Bookclub berpengaruh signifikan pada pertemanan Rizqi, mengingat bahwa Rizqi sendiri merupakan perantau di Kota Semarang.

Tidak ada syarat untuk bergabung menjadi anggota Bookclub Semarang. Hanya perlu mengikuti akun media sosial Instagram dan mengisi formulir pendaftaran, nantinya anggota akan diarahkan untuk bergabung pada *Whatsapp Community* yang dimiliki oleh Bookclub Semarang. Setelah masuk, anggota dapat langsung mengikuti beberapa program rutin yang selalu diinformasikan pada grup tersebut. Informasi dan arahan akan selalu dikirimkan oleh para Staff Bookclub Semarang yang merupakan sukarelawan dalam satu periode kepengurusan yang diikuti biasanya enam bulan sekali dengan pembukaan staff kepengurusan baru di tiga bulan sekali. Menurut hasil wawancara dari salah satu Staff Bookclub Semarang, Lana, berpendapat bahwa komunitas seperti ini jauh lebih dia senangi dibanding dengan organisasi internal kampus. Menurutnya keanggotaan yang beragam dan staff yang berasal dari latar belakang pendidikan yang berbeda, membuat lingkup pertemanan Lana berkembang tidak hanya seputar kampusnya saja. Menjadi Staff Bookclub Semarang tidak sekadar mengurus program rutin, akan tetapi menambah wawasan baru dari para

pembacara setiap minggunya. Peningkatan keterampilan lunak dan kolaborasi dari pengelolaan organisasi pun dirasakan oleh Lana selama menjadi Staff Bookclub Semarang. Menurutnya nilai organisasi yang ditanamkan seperti 'No Excuse' melatih tanggung jawab pada setiap tindakan dan sistem pembukaan staff kepengurusan baru yang tersistem setiap tiga bulan sekali sangat membantu kepengurusan lama menjadi tidak terlalu terbebani. Beberapa acara untuk pengurus seperti workshop internal juga menambah keterampilan Lana dalam keseharian dan penyelesaian masalah di perkuliahannya.

Terdapat beberapa divisi yang dibentuk pada Bookclub Semarang, seperti sekretaris, bendahara, desain media, proyek kreatif, dan *community development*. Dari hasil wawancara dengan Rasyid, divisi pada Bookclub Semarang memang dirancang sesederhana mungkin untuk memudahkan proses manajemen dari staff yang ada dan disesuaikan dengan kebutuhan perkembangan Bookclub Semarang saat ini. Menurutnya Bookclub Semarang tahun ini berfokus pada penguatan operasional program rutin dan mulai melakukan kegiatan pendanaan melalui penjualan beberapa barang dagangan seperti makan-minum saat program rutin hingga beberapa *merchandise* lain. Pada proses rekrutmen pun Rasyid mengusahakan untuk menyederhanakan persyaratan dan membuka peluang yang lebih inklusif pada anggota untuk berpartisipasi sebagai staff kepengurusan. Kepengurusan Bookclub Semarang memang didasarkan pada motivasi individu dan kesukarelaan staff, Bookclub Semarang tidak menjanjikan apapun pada staff kepengurusan selain pengalaman mengurus kegiatan komunitas yang berharga dan tak terlupakan bagi banyak kaum muda.

Program Rutin dan Program Loyalty.

Bookclub Semarang memiliki program rutin setiap hari minggu di setiap minggunya berupa Baca Buku Bareng (BBB) di Taman Indonesia Kaya. Acara ini memiliki kegiatan utama berupa membaca buku selama 30 menit dilanjutkan diskusi santai, permainan, serta dokumentasi. Di beberapa kesempatan BBB terkadang bekerjasama dengan penerbit, pihak swasta, pemerintah, dan lembaga lainnya yang menambah kegiatan menarik bagi anggota, seperti bedah buku dengan penulis, permainan, menonton film, sosialisasi, dan lainnya. Selain itu Bookclub Semarang juga aktif dalam media sosial, beberapa kegiatan sering diadakan melalui platform daring seperti BOSS (*Book Online Sharing Session*)—diskusi buku yang diadakan pada tanggal penting seperti hari ibu, hari kartini, maupun hari besar lainnya, KMB (Kanca Maca Bareng)—diskusi

buku dengan pembagian berdasarkan genre buku, biasanya dilakukan apabila pada minggu itu tidak diadakan BBB luring, dan Sellbook—kegiatan penjualan buku antar anggota via grup Whatsapp setiap rabu. Selain program rutin terdapat program lain seperti BBR (Baca Buku Regional)—versi kecil dari BBB yang mengumpulkan anggota untuk baca buku pada daerah-daerah tertentu di sekitar Kota Semarang dan perpustakaan kawan yang merupakan perpustakaan Bookclub Semarang yang memfasilitasi anggota Bookclub Semarang meminjam buku saat dan dapat dipinjam setelah kegiatan BBB setiap minggunya.

Selain itu, terdapat program *loyalty* bagi anggota pada setiap BBB. Terdapat kartu *loyalty* yang nantinya akan diisi anggota dengan tanda stempel dari staff Bookclub Semarang apabila anggota tersebut menghadiri BBB. Setelah terkumpul setidaknya satu kartu berisikan sepuluh stempel, *loyalty card* anggota nantinya akan ditukarkan dengan hadiah berupa pembatas buku dari Bookclub Semarang. Menurut Rizqi, program *loyalty card* ini dirasa kurang menarik

karena terkadang kartu *loyalty* sering terlupakan untuk dibawa saat kegiatan BBB atau terkadang hilang. Oleh karena itu, rizqi berpendapat seharusnya terdapat program lain untuk mendorong para anggota menghadiri kegiatan BBB setiap minggunya selain dan tidak berpaku hanya pada program *loyalty card*.

Strategi Peningkatan Inovasi Program Melalui Analisis SWOT dan Matriks Ambisi Inovasi.

Dari hasil observasi di lapangan dan masukan hasil wawancara, penyusun kemudian mencoba untuk merangkum kondisi Bookclub Semarang melalui Tabel SWOT pada Tabel 2 dan mencoba memberikan beberapa strategi yang dapat dilakukan untuk mengkombinasikan kondisi internal serta eksternal dari Bookclub Semarang. Selanjutnya penyusun memetakan strategi yang ditemukan pada tabel 2 untuk diklasifikasikan berdasarkan konsep matriks ambisi inovasi oleh (Nagji & Tuff, 2012).

Tabel 2. Analisis SWOT Bookclub Semarang

Analisis SWOT	KEKUATAN (S)	KELEMAHAN (W)
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memiliki basis anggota aktif yang besar dan kuat, 2. Kepengurusan yang solid dan memiliki budaya kerja yang baik, 3. Memiliki program komunitas yang bervariasi dan konsisten dilakukan, 4. Branding dan kehadiran media sosial yang cukup kuat, 5. Pengelolaan komunitas yang rapi dan memiliki komunikasi yang kuat antar anggota dan staff pengurus, 6. Memiliki proses rekrutmen staff jelas dan berkesinambungan, 7. Berhasil berkolaborasi dengan beragam lembaga yang termasuk pada pentaheliks, 8. Memiliki perizinan tempat kegiatan komunitas yang tetap. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Belum memiliki basis anggota dari semua rentang usia, masih dominan usia muda dan mahasiswa, 2. Pendanaan masih mengandalkan swadaya anggota pada setiap BBB, 3. Tidak ada dana operasional tetap atau sponsor terstruktur, 4. Belum ada program inovatif yang meningkatkan minat anggota untuk datang setiap minggu pada BBB, 5. Belum memetakan segmentasi, profil anggota, dan program <i>escalation</i> loyalitas anggota, 6. Program pembiayaan yang masih terbatas pada penjualan barang dagang tertentu dan belum optimal, 7. Belum memiliki <i>roadmap</i> dan visi misi jangka panjang.
PELUANG (O)	STRATEGI S-O	STRATEGI W-O
<ol style="list-style-type: none"> 1. Terdapat dukungan infrastruktur kota: taman, <i>co-working</i>, dan kafe mendukung ruang diskusi publik, 2. Kemitraan potensial dengan pemerintah kota maupun pusat melalui dan tidak berpaku pada perpustakaan keliling & program literasi lokal, 3. Munculnya komunitas literasi lain di Semarang seperti Gerobak Batja, Semarang Book Party, Read Aloud Semarang memperkuat ekosistem kolaborasi literasi, 4. Pengembangan makna literasi yang tidak berpaku pada literasi dasar, dapat meluas pada literasi financial, kesehatan hingga literasi digital, 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengadakan kolaborasi rutin dengan komunitas literasi lain, memanfaatkan kekuatan jaringan dan branding komunitas untuk meningkatkan partisipasi publik. 2. Mengembangkan program diskusi lintas tema, seperti literasi finansial, kesehatan, dan digital dengan memanfaatkan pengetahuan anggota aktif dan dukungan lembaga mitra di bidang terkait. 3. Mengadakan sesi diskusi buku di lokasi publik baru setiap bulan untuk memperkuat keterlibatan anggota sekaligus menarik audiens baru. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mendesain survei dan pendataan anggota secara digital untuk memetakan profil, minat baca, dan segmentasi usia anggota. 2. Mencari dan mengajukan proposal sponsorship kepada perusahaan atau institusi lokal setiap semester untuk pendanaan program dan kebutuhan operasional komunitas. 3. Membuat format acara khusus keluarga atau anak-anak (misalnya: hari dongeng, kelas menulis remaja) untuk menjangkau rentang usia anggota yang lebih luas. 4. Mengembangkan sistem keanggotaan berbayar opsional, dengan benefit seperti peminjaman

<p>5. Pertumbuhan okupansi mahasiswa kampus-kampus besar di sekitar Kota Semarang,</p> <p>6. Pertumbuhan minat baca masyarakat dan generasi muda yang digerakkan oleh media sosial,</p> <p>7. Pertumbuhan komunitas-komunitas kegiatan lain di Kota Semarang.</p>	<p>4. Membentuk tim konten kreatif internal, yang secara konsisten memproduksi materi promosi dan edukasi di media sosial untuk menambah followers dan meningkatkan <i>awareness</i> komunitas yang lebih luas.</p> <p>5. Membuat program mentorship, dengan memanfaatkan anggota senior agar setiap pendatang baru merasa disambut dan tertarik bergabung dalam program rutin.</p>	<p>buku internasional, workshop internal, atau hadiah buku sebagai sumber pendanaan tambahan.</p> <p>5. Menyusun <i>roadmap</i> visi misi jangka panjang Bookclub Semarang dalam dokumen internal dan diperbarui secara berkala.</p>
<p>ANACAMAN (T)</p> <p>1. Tingginya persaingan dengan kegiatan masyarakat kota lain (<i>gadget</i>, event hiburan), mengurangi tingkat minat anggota untuk mengikuti program rutin,</p> <p>2. Dukungan institusi kelembagaan pemerintah terkait literasi dan keperpustakaan belum optimal,</p> <p>3. Perubahan demografi dan gaya hidup digital dapat menyebabkan ketertarikan terhadap kegiatan membaca buku menurun.</p> <p>4. Konten media sosial yang semakin menarik menurunkan minat baca buku,</p> <p>5. Kegiatan baca buku pada komunitas literasi yang dilakukan pada hari yang sama dengan Bookclub Semarang,</p>	<p>STRATEGI S-T</p> <p>1. Memperkuat komunikasi internal pengurus dengan mengadakan rapat koordinasi mingguan dan pelatihan manajemen program agar kualitas program tetap konsisten meskipun ada persaingan event lain di kota.</p> <p>2. Meluncurkan rubrik konten buku lebih rutin di media sosial untuk menarik perhatian generasi digital yang rentan terdistraksi konten hiburan.</p> <p>3. Membuat konsolidasi jadwal dengan komunitas literasi lain, agar program tidak berbenturan dan masing-masing komunitas dapat saling mempromosikan agenda.</p> <p>4. Mengintegrasikan format diskusi hybrid (<i>offline</i> dan <i>online</i>), sehingga anggota yang tidak bisa hadir fisik tetap terlibat.</p> <p>5. Membuat program apresiasi dan rekognisi anggota aktif, seperti penghargaan bulanan, untuk menjaga motivasi dan loyalitas.</p>	<p>STRATEGI W-T</p> <p>1. Mengembangkan konten digital interaktif, seperti podcast atau video pendek seputar literasi, untuk mengimbangi penurunan minat baca akibat dominasi konten media sosial hiburan.</p> <p>2. Membuat SOP pengelolaan kegiatan dan database anggota, agar Bookclub Semarang tetap berjalan stabil meski terjadi perubahan pengurus atau fluktuasi partisipasi anggota di masa depan.</p> <p>3. Mengadakan kegiatan lintas tema (literasi dan seni, literasi dan musik, dll) untuk menarik partisipasi masyarakat luas, meminimalisir persaingan event hiburan kota.</p> <p>4. Mendesain ulang program BBB mingguan dengan inovasi baru setiap bulan (tema khusus, kolaborasi tamu pembicara) agar anggota tetap tertarik hadir.</p> <p>5. Pembentukan sub-komunitas atau ruang diskusi minat bakat, jejaring, dan jenis buku.</p>

Tabel 3. Matriks Ambisi Inovasi Bookclub Semarang

Strategi Core	Strategi Adjacent	Strategi Transformasional
Mengadakan kolaborasi rutin dengan komunitas literasi lain di Semarang. (Strategi S-O)	Mengembangkan program diskusi lintas tema seperti literasi finansial, kesehatan, digital. (Strategi S-O & W-T)	Membentuk tim konten kreatif internal yang memproduksi konten edukasi di media sosial (video pendek, podcast). (Strategi W-T)
Membuat program mentorship pada kegiatan rutin BBB. (Strategi S-O)	Mengadakan sesi diskusi buku di lokasi publik baru. (Strategi S-O)	Menyusun <i>roadmap</i> visi misi jangka panjang. (Strategi W-O)
Memperkuat komunikasi internal pengurus dan pelatihan manajemen. (Strategi S-T)	Membuat konsolidasi jadwal dengan komunitas literasi lain agar tidak berbenturan agenda. (Strategi S-T)	Mendesain ulang program BBB mingguan dengan inovasi baru setiap bulan (tema khusus, tamu pembicara). (Strategi W-T)
Meluncurkan rubrik konten lebih rutin di media sosial. (Strategi S-T)	Mengembangkan sistem keanggotaan berbayar opsional. (Strategi W-O)	Mencari dan mengajukan proposal sponsorship ke perusahaan atau institusi. (Strategi W-O)
Membuat SOP pengelolaan program rutin dan database anggota. (Strategi W-T)	Mengintegrasikan format diskusi hybrid. (Strategi S-T)	Pembentukan sub-komunitas atau ruang diskusi minat bakat, jejaring, dan jenis buku. (Strategi W-T)
Membuat program apresiasi anggota aktif. (Strategi S-T)	Membuat format acara khusus keluarga atau anak-anak. (Strategi W-O)	

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa komunitas literasi, khususnya Bookclub Semarang, memiliki peran yang signifikan dalam meningkatkan budaya literasi di Kota Semarang. Di tengah rendahnya capaian literasi nasional berdasarkan skor PISA 2022, Bookclub Semarang hadir sebagai wadah baru untuk masyarakat Kota Semarang meningkatkan literasi dan pengetahuan. Hal ini dibuktikan dengan hasil wawancara pada anggota dan kepengurusan Bookclub Semarang bahwa program yang dimiliki Bookclub Semarang telah mampu menjangkau kebutuhan pengetahuan masyarakat kota. Dengan program rutin seperti Baca Buku Bareng, komunitas ini tidak hanya memfasilitasi kegiatan membaca dan diskusi buku, tetapi juga mendorong interaksi sosial yang sehat serta membangun rasa memiliki antaranggota. Akan tetapi strategi inovasi program perlu dilakukan oleh Bookclub Semarang untuk menjaga keaktifan anggota, staff kepengurusan, dan keberlanjutan organisasi. Melalui analisis SWOT dan pemetaan pada matriks ambisi inovasi, penyusun dapat memunculkan strategi inovasi program dalam pengelolaan komunitas dan program yang ditawarkan. Strategi inovasi program dengan melakukan analisis SWOT dan pemetaan pada matriks ambisi inovasi juga dapat ditiru oleh komunitas lain di luar komunitas literasi atau program Pemerintah Kota Semarang sebagai kerangka kerja dan alat bantu perumusan strategi yang relevan bagi pertumbuhan dan keberlanjutan komunitas-komunitas di Kota Semarang. Dengan studi kasus pada Bookclub Semarang, studi lanjutan akan strategi inovasi pengembangan program komunitas dan studi terhadap tema-tema berkaitan dengan komunitas literasi diharapkan dapat meningkat setiap tahunnya, sehingga pada akhirnya pertumbuhan minat baca pada masyarakat Indonesia dapat bertumbuh melalui peran aktif dan keberhasilan program-program yang dimiliki komunitas literasi.

SARAN

Penyusun melihat bahwa strategi inti berupa peningkatan program loyalitas menjadi strategi penting yang dapat dilakukan pengurus Bookclub Semarang. Rekomendasi *action plan* yang dapat diberikan dari peningkatan program loyalitas pada anggota Bookclub Semarang meliputi:

- a. Peningkatan personal rekognisi dan penghargaan pada anggota yang mengikuti BBB secara rutin dengan penghargaan seperti "Reader of The Month" atau "Top Contributor" yang diumumkan secara publik.

- b. Pembentukan sistem poin digital bagi anggota yang aktif mengikuti seluruh program selain BBB, nantinya dapat ditukar dengan hadiah kecil, akses peminjaman buku eksklusif, atau *badge* digital.
- c. Memperkuat dataset dan pengelolaan data anggota untuk mendapatkan profil anggota untuk meningkatkan program *loyalty* yang lebih terpersonalisasi dan sesuai kebutuhan.
- d. Mengkoneksikan pengingat digital pada anggota untuk beberapa program rutin Bookclub Semarang.
- e. Meningkatkan keaktifan anggota pada kanal media sosial Bookclub Semarang baik pada Whatsapp komunitas hingga Instagram.
- f. Membuat program atau kegiatan rutin yang bertujuan untuk mendekatkan koneksi antar anggota Bookclub Semarang.
- g. Memperluas kebermanfaatan program yang sudah ada dan mencoba meningkatkan nilai tambah baru bagi anggota.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penelitian ini tidak akan tercipta apabila tidak adanya bantuan dari teman-teman pengurus Bookclub Semarang. Penyusun mengucapkan terima kasih kepada seluruh pengurus Bookclub Semarang dan rekan-rekan anggota Bookclub Semarang yang membantu penyusunan penelitian ini, baik dalam proses pengumpulan data hingga perumusan rekomendasi strategi inovasi program ke depan. Semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi keberlanjutan Bookclub Semarang, dalam rangka meningkatkan dampak yang lebih besar pada masyarakat dan kaum muda di Kota Semarang.

DAFTAR PUSTAKA

- Bovaird, T., & Loeffler, E. (2012). From Engagement to Co-Production: The Contribution of Users and Communities to Outcomes and Public Value. *VOLUNTAS: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*, 23. <https://doi.org/10.1007/s11266-012-9309-6>
- Coule, T., & Patmore, B. (2013). Institutional Logics, Institutional Work, and Public Service Innovation in Non-Profit Organizations. *Public Administration*, 91, 980–997. <https://doi.org/10.1111/PADM.12005>
- Creswell, J. W. (1998). Qualitative inquiry and research design: Choosing among five traditions. In *Qualitative Health Research* (Vol. 9, Issue 5).

- Dinas Arsip Perpustakaan Kota Semarang. (2023a). *Kajian Pengukuran Tingkat Kegemaran Membaca Kota Semarang Tahun 2023* (Issue 024).
- Dinas Arsip Perpustakaan Kota Semarang. (2023b). *Kota Semarang Meraih Peringkat Ke-3 Tingkat Gemar Membaca Nasional 2022*. 2023. <https://arpusda.semarangkota.go.id/blog/detail/kota-semarang-meraih-peringkat-ke-3-tingkat-gemar-membaca-nasional-2022>
- Gürel, E., & Tat, M. (2017). SWOT Analysis: A Theoretical Review. *Journal of International Social Research*, 10, 994–1006. <https://doi.org/10.17719/jisr.2017.1832>
- Hoskins, B., Janmaat, J., & Villalba, E. (2012). Learning citizenship through social participation outside and inside school: An international, multilevel study of young people's learning of citizenship. *British Educational Research Journal*, 38, 419–446. <https://doi.org/10.1080/01411926.2010.550271>
- Israel, G., Beaulieu, L., & Hartless, G. (2009). The Influence of Family and Community Social Capital on Educational Achievement. *Rural Sociology*, 66, 43–68. <https://doi.org/10.1111/j.1549-0831.2001.tb00054.x>
- Krasnopolskaya, I., & Meijs, L. (2019). The effect of enabling factors on social innovation in Russian non-profit organisations. *International Journal of Sociology and Social Policy*. <https://doi.org/10.1108/IJSSP-09-2018-0140>
- Leksono, S., Kualitatif, P., Ekonomi, I., Metode, M., Persada, R., Bab, J., & Eskriptif, A. M. E. D. (2013). *Pendekatan deskriptif*.
- Mackey, T., & Jacobson, T. (2011). Reframing Information Literacy as a Metaliteracy. *Coll. Res. Libr.*, 72, 62–78. <https://doi.org/10.5860/CRL-76R1>
- Manca, S., Bocconi, S., & Gleason, B. (2021). “Think globally, act locally”: A glocal approach to the development of social media literacy. *Comput. Educ.*, 160, 104025. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2020.104025>
- Mensonides, D., Smit, A., Talsma, I., Swart, J., & Broersma, M. (2024). Digital Literacies as Socially Situated Pedagogical Processes: Genealogically Understanding Media, Information, and Digital Literacies. *Media and Communication*. <https://doi.org/10.17645/mac.8174>
- Minas, M., Ribeiro, M. T., & Anglin, J. P. (2018). Social and Community Program Approaches to Participants: Exploring Best Practices. In *Journal of Community Psychology*. <https://doi.org/10.1002/jcop.22128>
- Mulgan, G., Tucker, S., Ali, R., & Sandres, B. (2007). *Social Innovation: What It is, Why It Matters, And How It Can Be Accelerated*. <https://www.youngfoundation.org/our-work/publications/social-innovation-what-it-is-why-it-matters-how-it-can-be-accelerated/>
- Nagji, B., & Tuff, G. (2012). *Managing Your Innovation Portfolio*. Harvard Business Review. <https://hbr.org/2012/05/managing-your-innovation-portfolio/>
- OECD. (2023). Pisa 2022 Results. In *Factsheets: Vol. I*. <https://www.oecd-ilibrary.org/education/>
- Perpustakaan Kota Semarang. (2025, June). *Program Literasi Perpustakaan Semarang: Budaya Baca*. Perpustakaan Kota Semarang. <https://perpustakaanotasemarang.org/2025/04/program-pengembangan-literasi-perpustakaan-kota-semarang-membangun-budaya-baca-di-kalangan-masyarakat/>
- Phadermrod, B., Crowder, R. M., & Wills, G. B. (2019). Importance-Performance Analysis based SWOT analysis. *International Journal of Information Management*, 44. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2016.03.009>
- Polanco-Levicán, K., & Salvo-Garrido, S. (2022). Understanding Social Media Literacy: A Systematic Review of the Concept and Its Competences. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19. <https://doi.org/10.3390/ijerph19148807>
- Puspitasari, W., Febrinita, F., & Santi, I. H. (2023). Pencapaian Kemampuan 4C Abad 21 Mahasiswa Melalui Pembelajaran Inkuiri Berbantuan Mind Mapping. *ORBITA: Jurnal Pendidikan Dan Ilmu Fisika*. <https://doi.org/10.31764/orbita.v9i2.17762>
- Ramadhani, N. (2024). *Perpustakaan Keliling Dinas Arsip dan Perpustakaan Kota Semarang: Mendorong Akses Literasi di Sekolah, Kecamatan, Taman Kota, hingga Area Publik*. Kompasiana. <https://www.kompasiana.com/nurulfadiaramadhani8262/>
- Rosyidin, I., Lutfiyatun, E., Lestari, P., Kurniati, D., & Mulyadi, A. I. (2023). Reading Corner Implementation to Improve Children's English Literacy in Kampung Literasi 26 Ilir. In *Jurnal Ilmiah Bina Bahasa*.

<https://doi.org/10.33557/binabahasa.v1i6i2.2558>

Saputra, M., & Siddiq, I. (2020). Social Media and Digital Citizenship: The Urgency of Digital Literacy in The Middle of A Disrupted Society Era. *Int. J. Emerg. Technol. Learn.*, 15, 156–161. <https://doi.org/10.3991/ijet.v15i07.13239>

Semarangkita.id. (2024). *Book Club Semarang Gelar Baca Buku Bareng di Taman Indonesia Kaya - Semarang*. Kita. <https://semarangkita.id/headline/book-club-semarang-gelar-baca-buku-bareng-di-taman-indonesia-kaya/>

Street, B. (2003). What's "new" in New Literacy Studies? Critical approaches to literacy in theory and practice. *Current Issues in Comparative Education*, 5, 77–91. <https://consensus.app/papers/whats-new-in-new-literacy-studies-critical-approaches-to-street/8eb06d8be9325e33899c71bfla97d173/>

Sudarman, G. N., & Suharso, P. (2024). *Analisis Knowledge Sharing Dalam Upaya Meningkatkan Literasi Di Komunitas Book Club Semarang*. <https://eprints2.undip.ac.id/id/eprint/26034>

Suradi, A., Nilawati, N., & Idi, A. (2021). Existence of the Literacy Community "Gerakan Musi Membaca" and Children's Reading Interest in Musibanyuasin. In *Humanus*. <https://doi.org/10.24036/humanus.v20i1.108359>

Svensson, P., Mahoney, T., & Hambrick, M. (2020). What Does Innovation Mean to Nonprofit Practitioners? International Insights From Development and Peace-Building Nonprofits. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 49, 380–398. <https://doi.org/10.1177/0899764019872009>

Tinmaz, H., Lee, Y.-T., Fanea-Ivanovici, M., & Baber, H. (2022). A systematic review on digital literacy. *Smart Learning Environments*, 9. <https://doi.org/10.1186/s40561-022-00204-y>

UNESCO. (2005). Literacy for Life: Education for All Global Monitoring Report 2006. In *Gender and Education*.

Viki, T., Toma, D., & Gons, E. (2022). *The Corporate Startup: Formula Sukses Perusahaan Mapan Mengembangkan Ekosistem Inovasi* (4th ed.). PT Elex Media Komputindo.