

# **STRATEGI KOMUNITAS MOTOR LITERASI DALAM MEMBANGUN KESADARAN MASYARAKAT DALAM MEMBACA**

**SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Sosial  
(S.Sos) Pada Fakultas Dakwah Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Universitas Islam Negeri “Sultan Maulana Hasanuddin” Banten



Oleh :

**ABDUL RAUFIAN RIZKIANSYAH**

NIM: 143300468

**FAKULTAS DAKWAH**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**

**“SULTAN MAULANA HASANUDDIN” BANTEN**

**2018**



## **PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI**

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang saya tulis sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos) dan diajukan pada Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten ini sepenuhnya asli merupakan hasil karya tulis ilmiah saya pribadi.

Adapun tulisan maupun pendapat orang lain yang dalam skripsi ini telah saya sebutkan kutipannya secara jelas sesuai etika keilmuan yang berlaku di bidang penulisan karya ilmiah.

Apabila kemudian hari terbukti bahwa sebagian atau seluruh isi skripsi ini merupakan hasil perbuatan plagiat atau mencontek karya tulis orang lain, saya bersedia untuk menerima sanksi berupa pencabutan gelar ke sarjanaan yang saya terima ataupun sanksi akademik lain sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Serang, 28 Mei 2018

**Abdul Raufian Rizkiansyah**  
**NIM. 143300468**

## ABSTRAK

Nama: Abdul Raufian Rizkiansyah, NIM : 143300468, Judul Skripsi : **Strategi Komunitas Motor Literasi dalam Membangun Kesadaran Masyarakat dalam Membaca.**

Kelompok dipercaya bisa mengubah perilaku masyarakat sesuai dengan apa yang diciptakan kelompok tersebut terhadap lingkungan sekitarnya. Dalam hal ini kelompok harus memiliki strategi dalam menjalankan tujuannya atau mengirimkan sebuah pesan agar mengubah perilaku masyarakat sesuai dengan keinginan kelompok. Ada beberapa kelompok yang memang fokus ke berbagai bidang seperti sosial, kemanusiaan, keagamaan, literasi dan lain sebagainya. Salah satu fokus kelompok yang paling menarik perhatian peneliti adalah kelompok literasi. Literasi merupakan kegiatan yang tidak jauh dengan membaca dan menulis.

Dalam kaitan itulah, maka didapatlah rumusan masalah sebagai berikut, 1). Bagaimana strategi komunitas Motor Literasi dalam menyadarkan masyarakat untuk membaca? 2). Apa faktor pendukung dan penghambat strategi komunikasi Komunitas Motor Literasi untuk menyadarkan masyarakat dalam membaca?.

Dari kedua rumusan masalah tersebut, maka tujuan penelitiannya adalah 1). Mengetahui strategi komunitas Motor Literasi dalam menyadarkan masyarakat untuk membaca, 2) mengetahui faktor pendukung dan penghambat strategi komunikasi Komunitas Motor Literasi untuk menyadarkan masyarakat dalam membaca.

Metode penelitian yang digunakan untuk memahami persoalan ini adalah deskriptif kualitatif yang dimana metode ini bertujuan untuk menjelaskan fenomena dengan sedalam-dalamnya. Karena metode kualitatif dapat digunakan untuk mengungkapkan dan memahami apa yang terletak di balik fenomena apa saja yang sedikit diketahui.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, peneliti dapat menarik kesimpulan tentang Strategi komunitas Motor Literasi dalam menyadarkan masyarakat dalam membaca, *pertama*, mendekatkan masyarakat dengan buku. *Kedua*, meratakan akses bacaan. *Ketiga*, pembuatan kepanjangan tangan Motor Literasi melalui *Chapter-chapter* yang tersebar di seluruh daerah Banten. *Keempat*, melakukan ajakan kepada masyarakat melalui poster, meme, dan *pres releas* di media sosial dan koran.

**FAKULTAS DAKWAH  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) SULTAN  
MAULANA HASANUDDIN BANTEN**

---

Nomor : Nota Dinas  
Lamp :  
Hal : **Ujian Skripsi**  
**a.n. Abdul Raufian**  
**Rizkiansyah**  
**NIM : 143300468**

Kepada Yth  
Dekan Fakultas Dakwah  
UIN SMH Banten  
Di –  
Serang

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Dipermaklumkan dengan hormat, bahwa setelah membaca dan mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa skripsi Saudara **Abdul Raufian Rizkiansyah, NIM : 143300468**, Judul Skripsi: *Strategi Komunitas Motor Literasi dalam Membangun Kesadaran Masyarakat dalam Membaca*, diajukan sebagai salah satu syarat untuk melengkapi ujian munaqasyah pada Fakultas Dakwah Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten. Maka kami ajukan skripsi ini dengan harapan dapat segera dimunaqasyahkan.

Demikian, atas perhatian Bapak kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Serang, 28 Mei 2018

Pembimbing I

Pembimbing II

**Dr. H Rodani, M.S.I**  
NIP. 19530616 199103 1 001

**TB. Nurwahyu, S.Ag., M.A**  
NIP. 19711026 200003 1 002

**STRATEGI KOMUNITAS MOTOR LITERASI DALAM  
MEMBANGUN KESADARAN MASYARAKAT DALAM MEMBACA**

Oleh :

**ABDUL RAUFIAN RIZKIANSYAH**  
**NIM. 143300468**

Menyetujui,

Pembimbing I

Pembimbing II

**Dr. H Rodani, M.S.I**  
**NIP. 19530616 199103 1 001**

**TB. Nurwahyu, S.Ag., M.A**  
**NIP. 19711026 200003 1 002**

Mengetahui,

Dekan  
Fakultas Dakwah,

Ketua Jurusan  
Komunikasi dan Penyiaran Islam,

**Dr. H. Suadi Sa'ad, M.Ag.**  
**NIP. 19631115 199403 1 002**

**Muhibuddin, S.Sos., M.Si.**  
**NIP. 19700620 199903 1 004**

## PENGESAHAN

Skripsi a.n. **Abdul Raufian Rizkiasnyah**, NIM : **143300468** Judul Skripsi : **Strategi Komunitas Motor Literasi dalam Membangun Kesadaran Masyarakat dalam Membaca.**, telah diujikan dalam sidang Munaqasyah Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten pada tanggal 6 November 2018. Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos) pada Fakultas Dakwah Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Universitas Islam Negeri “Sultan Maulana Hasanuddin” Banten.

Serang, 9 November 2018

Sidang Munaqasyah,  
Ketua Merangkap Anggota                      Sekretaris Merangkap Anggota

**TB. Nurwahyu, S.Ag., M.A**  
NIP. 19711026 200003 1 002

**Hj. Azizah Alawiyah, B.Ed., M.A**  
NIP.19771215 201101 2 004

Anggota,

Penguji I

Penguji II

**Dr. Kholid Suhaemi, M.S.I**  
NIP. 19650216 199903 1 001

**Hj. Rina Darojatun, S.Sos., M.I.Kom**  
NIP. 19790601 200501 2 008

Pembimbing I

Pembimbing II

**Dr. H Rodani, M.S.I**  
NIP. 19530616 199103 1 001

**TB. Nurwahyu, S.Ag., M.A**  
NIP. 19711026 200003 1 002

## PERSEMBAHAN

Kupersembahkan skripsi ini untuk:

Ayahanda Yusup dan ibunda Robiah tercinta yang selalu memberikan do'a dan jasanya mendidik dan membimbingku dengan penuh kasih sayang,

Tidak lupa pula kepada keluarga besar (alm) H. Kunen yang sudah selalu mendoakan cucunya serta sahabat seperjuangan yang selalu memberikan motivasi dan menghibur dikala sedih sehingga bangkit kembali untuk tetap semangat menyelesaikan skripsi ini. Mudah-mudahan atas segala bantuan, bimbingan dan dorongan, senantiasa dibalas oleh allah swt, dengan pahala berlipat ganda serta mendapat ridho dari allah swt, amiiin.



MOTTO

**“JANGAN PERNAH TAKUT  
MELAWAN OMBAK YANG  
BESAR APA LAGI  
MENGHINDARINYA, TAPI  
BELAJAR UNTUK  
MELAWANNYA DAN GAPAI  
LAH MIMPI SEBESAR-  
BESARNYA.”**

## RIWAYAT HIDUP

Peneliti bernama lengkap Abdul Raufian Rizkiansyah, panggilan akrab Rafi dilahirkan di Serang pada Tanggal 18 Januari Tahun 1996. Peneliti merupakan anak dari pasangan Bapak Yusup dan Ibu Robiah. Dan merupakan anak pertama dari tiga bersaudara, dimana peneliti memiliki dua orang adik, bernama Siti Yuniati Rahmania dan Muhammad Rifai Harkiansyah.

Jenjang pendidikan formal yang ditempuh peneliti dimulai dari SDN Lialang dan lulus pada tahun 2008, kemudian peneliti melanjutkan studi di SMP 13 Kota Serang dan lulus pada tahun 2011, selanjutnya peneliti melanjutkan studi di SMAN 3 Kota Serang dan lulus pada Tahun 2014, setelah lulus peneliti melanjutkan studi strata satu di Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten dan masuk di Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) melalui Jalur SPAN PTKIN pada Tahun 2014.

Selama Kuliah, peneliti pernah mengikuti Organisasi Internal di Kampus, yaitu Himpunan Mahasiswa Jurusan (HMJ) Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) pada Tahun 2015, ketika menjabat di HMJ KPI peneliti menempati Jabatan sebagai Anggota Bidang Internal HMJ KPI. Peneliti juga aktif di komunitas Jurnasiltik dan Radio KPI pada Tahun 2015, sebagai Anggota di Jurnasiltik dan di Radio sebagai Program Direktor dan peneliti menjabat kembali di Himpunan Mahasiswa Jurusan (HMJ) Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) pada Tahun 2016, ketika menjabat di HMJ KPI peneliti menempati sebagai Ketua Umum. Selain mengikuti Organisasi Internal di Kampus, peneliti juga aktif di Komunitas Ikatan Mahasiswa Ilmu Komunikasi (IMIKI) pada Tahun 2016, sebagai Anggota. Peneliti juga aktif di Duta Damai Dunia Maya BNTP pada Tahun 2018, peneliti menempati Jabatan sebagai Duta Damai regional Banten. Peneliti juga aktif di Organisasi Eksternal Kemahasiswaan yaitu Organisasi Pergerakan Mahasiswa Islam Indonesia (PMII) Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten. Peneliti masuk di Organisasi PMII pada Tahun 2015, peneliti menjabat sebagai Pengurusan Rayon Dakwah, pada Tahun 2017 peneliti kemudian menjabat sebagai Ketua Jurnalistik di Pengurusan Komisariat PMII UIN "SMH" BANTEN, peneliti juga aktif di PH Kelvin Films dari tahun 2016 sebagai editor Dan terakhir peneliti aktif di Komunitas Lab. Banten Girang pada Tahun 2017, peneliti menjabat sebagai Aktor. Demikian tentang riwayat hidup penulis.

## KATA PENGANTAR

*Assalamu'alaikum Wr.Wb*

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini guna memenuhi persyaratan untuk dapat memperoleh gelar sarjana strata satu pada Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten.

Dengan pertolongan Allah dan usaha yang sungguh-sungguh penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul: *Strategi Komunitas Motor Literasi dalam Membangun Kesadaran Masyarakat dalam Membaca.*

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak terlepas dari kekurangan, kelemahan, dan masih jauh dari kesempurnaan. Namun demikian penulis berharap semoga dengan adanya skripsi ini mudah-mudahan dapat membawa manfaat yang besar dan berguna khususnya bagi diri penulis, pembaca dan mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam pada umumnya

Skripsi ini kemungkinan besar tidak dapat diselesaikan tanpa bantuan dari berbagai pihak, melalui kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten Bapak Prof. Dr. H.Fauzul Iman, M.A., yang telah mengelola dan mengembangkan Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten lebih maju.
2. Bapak Dr. H.Suadi Saad, M.Ag. Dekan Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten, yang telah mendorong penyelesaian studi dan skripsi penulis.

3. Ketua Jurusan dan Sekretaris Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten, Bapak Muhibuddin, S.Sos, M.Si dan Bapak TB. Nurwahyu, S.Ag, M.A., yang telah memberikan arahan, mendidik dan memberi motivasi kepada penulis.
4. Pembimbing I Bapak Dr. H Rodani, M.S.I. dan Pembimbing II | Bapak TB. Nurwahyu, S.Ag., M.A. yang telah memberikan nasehat, bimbingan, dan saran-saran kepada penulis selama proses penyusunan skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu Dosen Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten, terutama yang telah mengajar dan mendidik penulis selama kuliah di Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten, Pengurus Perpustakaan Umum, Iran Corner, serta staf akademik dan karyawan Universitas Islam Negeri “Sultan Maulana Hasanuddin” Banten yang telah memberikan bekal berharga selama penulis kuliah.
6. Bapak Firman Hadiansyah, Afin Rafiudin, Eka Prasetya dan beserta teman-teman Motor Literasi yang sudah membantu dalam menyediakan bahan-bahan penelitian.
7. dan Keluarga, Sahabat dan rekan-rekan yang telah membantu dalam berbagai hal sehingga memudahkan penulis menyusun skripsi ini.

Akhirnya, hanya kepada Allah jugalah penulis memohon agar seluruh kebaikan dari semua pihak yang membantu selesainya skripsi ini, semoga diberi balasan yang berlipat ganda. Penulis berharap kiranya karya tulis penulis ini turut mewarnai khazanah ilmu pengetahuan dan dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi para pembaca pada umumnya.

Serang, 28 Mei 2018

Penulis

**ABDUL RAUFIAN RIZKIANSYAH**

## DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	i
ABSTRAK .....	ii
NOTA DINAS .....	iii
LEMBAR PERSETUJUAN MUNAQOSAH.....	iv
LEMBAR PENGESAHAN.....	v
PERSEMBAHAN .....	vi
MOTTO .....	vii
RIWAYAT HIDUP.....	viii
KATA PENGANTAR .....	ix
DAFTAR ISI .....	xii
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	7
C. Tujuan Penelitian .....	7
D. Manfaat Penelitian .....	8
E. Kerangka Pemikiran .....	9
F. Metode Penelitian .....	12
G. Sistematika Penulisan .....	23
<b>BAB II PROFIL KOMUNITAS MOTOR LITERASI.....</b>	<b>26</b>
A. Sejarah Berdirinya Motor Literasi .....	26
B. Visi dan Misi .....	28

C. Struktur Organisasi .....	29
D. Filosofi Logo .....	35
E. Program Kerja Motor Literasi.....	36

### **BAB III STRATEGI KOMUNITAS DALAM MEMBANGUN**

#### **KESADARAN MASYARAKAT DALAM MEMBACA ..... 39**

A. Kondisi Objekif Kesadaran Masyarakat dalam Membaca .....	39
B. Strategi dan Perencanaan Meningkatkan Membaca .....	44
C. Gerakan Literasi Membangun Kesadaran Membaca.....	53
D. Media Sebagai Penyebar Virus Literasi.....	55
E. Pengaruh Komunikasi Interpersonal <u>dalam</u> Kesadaran Masyarakat Membaca.....	62

### **BAB IV PERAN KOMUNITAS MOLI DALAM MEMBANGUN**

#### **KESADARAN MASYARAKAT DALAM MEMBACA ..... 65**

A. Komunitas Motor Literasi Sebagai Organisasi Literasi.....	65
B. Aktivitas-aktivitas Motor Literasi Kota Serang.....	72
C. Strategi Komunitas Moli dalam Membangun Kesadaran Masyarakat dalam Membaca .....	76
D. Faktor-Faktor Pendukung dan Penghambat Motor Literasi dalam Kesadaran Masyarakat Untuk Membaca di Lapangan .....	89

<b>BAB V KESIMPULAN .....</b>	<b>93</b>
A. Kesimpulan .....	93
B. Saran .....	95
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>97</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>100</b>



## **BAB I**

### **A. Latar Belakang**

Dalam kehidupan sehari-hari kita pasti memerlukan seseorang untuk diajak berkomunikasi, karena manusia diciptakan sebagai makhluk sosial. Artinya akan selalu ada proses percakapan antar satu individu dengan individu lainnya dan individu dengan kelompok. Proses komunikasi juga salah satu bagian dalam mengenalkan jati diri terhadap orang lain. Maka dari itu komunikasi sangatlah penting bagi individu dalam memperkenalkan diri kepada masyarakat sekitarnya.

Di kehidupan bermasyarakat tentunya akan terjadi pembagian kelompok yang dapat didasari dalam berbagai faktor yaitu berdasarkan wilayah, tujuan, dan minat. Dari sanalah terciptanya berbagai kelompok yang bisa kita sebut organisasi, himpunan, forum, dan komunitas. Tentu di dalam kelompok akan ada struktur organisasi yang baku mulai dari ketua, wakil, sekretaris, bendahara dan anggota. Kelompok, pasti memiliki

sebuah tujuan dan fungsi masing-masing sesuai dengan pembentukan kelompok tersebut.

Kelompok dipercaya bisa mengubah perilaku masyarakat sesuai dengan apa yang diciptakan kelompok tersebut terhadap lingkungan sekitarnya. Dalam hal ini kelompok harus memiliki strategi dalam menjalankan tujuannya atau mengirimkan sebuah pesan agar mengubah perilaku masyarakat sesuai dengan keinginan kelompok. Ada beberapa kelompok yang memang fokus ke berbagai bidang seperti sosial, kemanusiaan, keagamaan, literasi dan lain sebagainya. Salah satu fokus kelompok yang paling menarik perhatian peneliti adalah kelompok literasi. Literasi merupakan kegiatan yang tidak jauh dengan membaca dan menulis. Menurut KBBI literasi merupakan kemampuan menulis dan membaca.<sup>1</sup> Dengan membaca dan menulis kita akan mengetahui beberapa informasi mengenai hal apapun, maka dari itu membaca merupakan pembentuk jati diri dan perkembangan bangsa.

---

<sup>1</sup> <https://kbbi.kemdikbud.co.id> diakses pada hari Selasa 17 April 2018

Indonesia memang telah berhasil menurunkan buta aksara secara signifikan hingga 2014 tersisa 3,7 persen masyarakat yang masih belum melek aksara. Tapi hal ini tidak termasuk dengan literasi atau kegiatan membaca dan menulis.<sup>2</sup> Perlu kita ketahui bersama, minat membaca Indonesia berdasarkan riset lima tahunan *Progress in International Reading Literacy Study* (PIRLS), yang melibatkan siswa SD, Indonesia berada pada posisi 36 dari 40 negara yang dijadikan sampel. Indonesia hanya lebih baik dari Qatar, Kuwait, Maroko dan Afrika Selatan.<sup>3</sup>

Kita bisa melihat bahwa di era digital ini sedikit sekali masyarakat yang memiliki kesadaran akan pentingnya membaca. Membaca merupakan wahyu yang pertama diturunkan Allah SWT kepada nabi Muhammad SAW melalui malaikat Jibril. Surat Al-Alaq ayat 1-5:

---

<sup>2</sup> Majalah Jendela Pendidikan dan Kebudayaan, *Gerakan Literasi untuk Tumbuhkan Budaya Literasi*, Edisi VI/ Oktober 2016

<sup>3</sup> Golagong & Agus M. Irkham *Gempa Literasi* (Jakarta: Kepustakaan Populer Granmedia, 2012), p.10

أَقْرَأُ بِأَسْمِ رَبِّكَ الَّذِي خَلَقَ ﴿١﴾ خَلَقَ الْإِنْسَانَ مِنْ عَلَقٍ ﴿٢﴾  
 أَقْرَأُ وَرَبُّكَ الْأَكْرَمُ ﴿٣﴾ الَّذِي عَلَّمَ بِالْقَلَمِ ﴿٤﴾ عَلَّمَ الْإِنْسَانَ  
 مَا لَمْ يَعْلَمْ ﴿٥﴾

1. Bacalah dengan (menyebut) nama Tuhanmu Yang menciptakan
2. Dia telah menciptakan manusia dari segumpal darah
3. Bacalah, dan Tuhanmulah Yang Maha Pemurah
4. Yang mengajar (manusia) dengan perantaran kalam
5. Dia mengajar kepada manusia apa yang tidak diketahuinya

Kesadaran masyarakat untuk membaca masih belum meningkat, maka dari itu gerakan literasi dari berbagai kalangan harus digalakkan secara masif. Hal ini merupakan tugas bagi lingkungan sekitar yaitu keluarga, guru sekolah dan masyarakat.

Gerakan literasi memang sudah masif dilakukan di Indonesia, gerakan yang di mulai dari perindividu, kelompok masyarakat, media, lembaga pemerintahan, dan institusi bisnis. Beberapa daerah kabupaten dan kota diseluruh indonesia telah banyak TBM (Taman Bacaan Masyarakat) dan namanya pun

beragam seperti di Jawa Tengah : Taman Pintar (Semarang), Rumah Pelangi (Ungaran dan Muntilan), Pondok Maos (Kendal) dan masih banyak yang lainnya.<sup>4</sup> Sedangkan di Provinsi Banten ada Rumah Dunia (Kota Serang), Rumah Tukik (Anyer), TBM @Mal (Serang) dan yang terbaru Motor Literasi (Kota Serang) yang berdiri pada 23 April 2017 merupakan Taman Bacaan Masyarakat yang dinamis (bergerak). Komunitas Motor Literasi ini diciptakan oleh Firman Venayaksa selaku Presiden Forum Taman Bacaan Masyarakat (FTBM) Pusat.

Komunitas Motor Literasi (Moli) merupakan komunitas yang tercipta oleh beberapa geng motor seperti Kombo, Vespa, Custome, Spartan, Sumo, dan Clasic. Moli sudah banyak berkontribusi dalam gerakan literasi seperti penyaluran buku bacaan dan membuka donasi buku untuk masyarakat yang ingin mendonasikan bukunya untuk Moli, tentu buku tersebut akan disalurkan ke TBM-TBM di seluruh Banten terutama Banten selatan. Moli pun pernah bekerja sama dengan KPK untuk menyalurkan 3000 buku kepada masyarakat, tak hanya KPK yang

---

<sup>4</sup> Golagong & Irkham *Gempa Literasi ...*, p.47

mendukung Moli, Duta Baca Indonesia Najwa Sihab pernah mengikuti kegiatan Moli dalam gelar buku di Alun-alun Kota Serang dengan armada Motor Literasi. Sampai sekarang Moli sudah mendistribusikan 5000 buku lebih ke plosok Banten.<sup>5</sup>

Moli pun mengajak beberapa *Cafe* dan Tempat cukur untuk menyediakan pojok baca, Seperti *Salbai Cafe* dan *Bigmad Barbershop*. Kemudian melakukan pembinaan TBM dan meningkatkan sumber daya relawan Moli dalam bidang kreatifitas. Sebagai komunitas, Moli pasti memiliki tujuan yang ingin dicapai, salah satunya membangun kesadaran masyarakat dalam membaca. Tentunya dalam mewujudkan tujuan tersebut pasti ada strategi, perencanaan dan sosialisai. Strategi tersebut agar masyarakat mendapatkan kesadaran membaca bukan karena paksaan melaikan karena kebutuhan akan informasi dan wawasan bagi masyarakat itu sendiri. Maka dari itu peneliti sangat tertarik dengan strategi komunikasi dalam kelompok/komunitas untuk menyadarkan masyarakat dalam membaca.

---

<sup>5</sup> Firman Hardiansyah, diwawancari oleh Abdul Raufian, di Sekret Motor Literasi (14, Maret 2018)

Dalam pembahasannya akan ada beberapa hambatan yang muncul dalam menyadarkan masyarakat untuk membaca, kemudian akan ada sebuah perencanaan, pengorganisasian, pemantauan dan eksekusi untuk menyadarkan masyarakat dalam membaca.

### **B. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana strategi komunitas Motor Literasi dalam menyadarkan masyarakat untuk membaca?
2. Apa faktor pendukung dan penghambat kegiatan Komunitas Motor Literasi untuk menyadarkan masyarakat dalam membaca?

### **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui strategi apa yang dilakukan oleh komunitas Motor Literasi menyadarkan masyarakat untuk membaca.
2. Untuk menjelaskan faktor pendukung dan penghambat kegiatan Komunitas Motor Literasi untuk menyadarkan masyarakat dalam membaca.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Manfaat penelitian ini antara lain adalah :

1. Manfaat Teoretis
  - a. Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya konsep dan teori untuk mendukung perkembangan ilmu pengetahuan khususnya strategi komunikasi
  - b. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan acuan untuk penelitian lebih lanjut, khususnya yang terkait dengan strategi komunitas dalam menyadarkan masyarakat dalam membaca
2. Manfaat Praktis
  - a. Bagi komunitas Motor Literasi

Sebagai bahan masukan dan bahan pertimbangan bagi komunitas Motor Literasi sekaligus sebagai evaluasi terhadap strategi dalam menyadarkan masyarakat untuk minat baca lebih lanjut.
  - b. Bagi Relawan komunitas Motor Literasi



Sebagai masukan bagi relawan dalam menarik minat baca di masyarakat.

c. Bagi Masyarakat

Dapat menyadari pentingnya membaca untuk menambah wawasan dan demi kemajuan diri pribadi.

### **E. Kerangka Pemikiran**

Membaca merupakan kata yang tidak asing bagi seluruh manusia terutama umat muslim karena kata membaca merupakan suruan Allah SWT kepada nabi Muhammad SAW yang diturunkan pertama kali di Gua Hira, dimana Gua tersebut menjadi tempat menyendirinya nabi Muhammad SAW dari masyarakat yang pada saat itu masih belum mengenal Allah.

Seiring berjalannya waktu wahyu pertama tersebut lama-lama semakin terkikis oleh beberapa faktor yang menyebabkan manusia ini tidak melaksanakan kegiatan membaca seperti yang terkandung dalam ayat Al-alaq ayat 1-

5, hal ini menjadi cambukan bagi kita semua terutama masyarakat Indonesia yang minat bacanya amat rendah berbeda dengan Negara-negara tetangga, padahal masyarakat Indonesia merupakan masyarakat pemeluk agama Islam terbanyak di dunia. Rendahnya minat baca tersebut disebabkan oleh beberapa faktor, dalam pengamatan peneliti yang paling utama menjadi masalah adalah cara orang tua mengenalkan buku kepada anaknya. Cara memperkenalkan buku kepada anak haruslah di perhitungkan dengan seksama, terutama oleh orang tua si anak, apabila buku dikenalkan dengan cara membosankan maka anak, akan selamanya membeci buku. Berbeda jika anak dikenalkan dengan buku-buku yang banyak gambarnya dan berwarna. Hal ini lah yang membuat anak tertarik dengan dunia membaca. Promosi buku terhadap anak harus dilakukan dengan cara semenarik mungkin dan anak harus dikenalkan dengan buku sejak dini.

Dilihat dari faktor utama tersebut tentu harus ada sebuah kelompok yang mampu untuk mendekatkan buku-buku kepada anak-anak Indonesia agar minat baca semakin

meningkat. Kelompok tersebut lah yang nantinya akan memiliki sebuah strategi bagaimana menyadarkan minat baca masyarakat Indonesia, tentu strateginya harus inovatif dan menarik bagi masyarakat terutama kepada anak-anak, karena anak-anak ini akan menjadi penerus bangsa. Persyaratan bangsa agar maju dan berkembang adalah adanya masyarakat belajar. Salah satu basis dukungan terpenting bagi pembentukan masyarakat pembelajar adalah masyarakat yang gemar membaca.<sup>6</sup>

Sudah jelas terlihat hal ini harus dilakukan secara berjamaah agar mampu meningkatkan kesadaran membaca di masyarakat, salah satu kelompok yang peduli dalam kesadaran masyarakat membaca adalah komunitas Motor Literasi yang dilihat sangat masif sekali dalam menyebarkan virus membaca diberbagai daerah di Provinsi Banten terutama di Kota Serang, komunitas ini dianggap mampu oleh peneliti karena mereka memiliki strategi yang sangat jelas sekali dalam menyadarkan masyarakat dalam membaca maka dari

---

<sup>6</sup> Golagong & Agus M. Irkham, *Gempa Literasi* (Jakarta: Kepustakaan Populer Granmedia, 2012), p.50.

itu strategi Motor Literasi itu lah yang memiliki capaian agar masyarakat sadar membaca dan pentingnya membaca bagi kemajuan Negara Indonesia

## **F. Metodologi Penelitian**

Metodologi adalah proses, prinsip, dan prosedur yang kita gunakan untuk mendekati problem dan mencari jawaban.<sup>7</sup> Pada dasarnya metodologi merupakan sebuah cara yang dapat menunjang penelitian, dalam penelitian sosial lebih mengarah pada penelitian kualitatif, sedangkan untuk penelitian eskperimental lebih condong pada penelitian kuantitatif. Dalam penelitian ini menekankan kepada penelitian kualitatif.

### **1. Jenis Penelitian**

Metodologi yang digunakan peneliti adalah metode kualitatif, dimana metode ini bertujuan untuk menjelaskan fenomena dengan sedalam-dalamnya. Karena metode kualitatif dapat digunakan untuk

---

<sup>7</sup> Deddy Mulyana, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung : PT. Raja Rosdakarya Offset, 2004), p.145

mengungkapkan dan memahami apa yang terletak di balik fenomena apa saja yang sedikit diketahui.<sup>8</sup>

Metode deskriptif mampu untuk mencari fenomena yang dalam untuk mengetahui apa saja yang dilakukan oleh Komunitas Motor Literasi dari berbagai sudut pandang yang berbeda dan dari hal-hal yang tidak mampu dilihat oleh mata. Kemudian metode deskriptif mencari teori bukan menguji teori; “*hypothesis generating*”, bukan “*hypothesis-testing*”; dan “*heuristic*” bukan “*verifikatif*”.<sup>9</sup>

Dalam penelitian ini, peneliti berusaha menggambarkan terkait bagaimana strategi komunikasi komunitas dalam menyadarkan masyarakat dalam membaca kemudian bagaimana dukungan dan hambatan yang dihadapi oleh komunitas motor literasi.

## **2. Metode pengumpulan data**

Data merupakan sebuah kumpulan informasi yang terorganisir, biasanya merupakan hasil pengalaman,

---

<sup>8</sup> Ruslan Ahmadi, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Yogyakarta: Ar- Ruzz Media, 2016), p. 12

<sup>9</sup> Jalaluddin Rakhmat, *Metode Penelitian Komunikasi*, (Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 1998) p.24 p.25

observasi, dan ekspresimen.<sup>10</sup> Data pun merupakan penunjang dari penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti, seperti yang sudah dijelaskan dimuka bahwa data penelitian kualitatif bersumber dari hasil pengalaman, observasi dan ekspresimen. Namun lebih spesifik lagi diutarakan oleh Patton dalam buku *Metodologi Penelitian Kualitatif*, milik Rulam Ahmadi, bahwa:

Data kasus (kualitatif) terdiri atas semua informasi yang seorang miliki tentang kasus itu. Data kasus mencakup data wawancara, observasi, data dokumen, kesan-kesan dan pernyataan orang-orang lain tentang kasus itu, dan data pada waktunya.<sup>11</sup>

Pengumpulan data sendiri berfokus kepada observasi, wawancara dan data dokumen yang bersangkutan. Dalam menunjang penelitian, peneliti menggunakan pengumpulan data sebagai berikut:

---

<sup>10</sup> Ahmadi, *Metodologi Penelitian Kualitatif*,... p. 107

<sup>11</sup> Ahmadi, *Metodologi Penelitian Kualitatif*,... p. 108

a. Observasi

Observasi merupakan studi lapangan yang selalu kita lakukan setiap hari dimana peneliti mengamati permasalahan-permasalahan yang ada. Menurut Karl Weick yang dikutip dalam buku Jalaluddin Rakhmat yang berjudul *Metode Penelitian Komunikasi* mendefinisikan observasi sebagai pemilihan, mengubah, pencatatan, dan mengodean srangkaian perilaku dan suasana yang berkenaan dengan organisme *in situ*, sesuai dengan tujuan-tujuan empiris.<sup>12</sup> .

Dalam penelitian ini tentunya peneliti akan melakukan observasi ke sekretariat Motor Literasi yang berada di kampung Ciloang Serang-Banten dan tempat-tempat yang dikunjungi Motor Literasi sebagai seperti Alun-alun Kota Serang.

---

<sup>12</sup> Rakhmat, *Metode Penelitian Komunikasi*, ... p.83

## b. Wawancara

Wawancara di dalam penelitian ini ada dua jenis yaitu wawancara mendalam (*deep interview*). Wawancara merupakan sebuah ciri khas penelitian kualitatif, terutama wawancara mendalam (*deep interview*), wawancara sendiri merupakan salah satu bentuk komunikasi yang melibatkan seseorang yang ingin memperoleh informasi dari seseorang lainnya dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan, berdasarkan tujuan tertentu.<sup>13</sup> Pada wawancara ini peneliti pun membuat kriteria dalam penelitian Strategi Komunikasi Komunitas Dalam Membangun Kesadaran Masyarakat Dalam Membaca (Studi Kasus Motor Literasi Kota Serang) adalah sebagai berikut, karena peneliti menggunakan purposif sampling, kriterianya sebagai berikut:

- 1) Orang-orang yang benar-benar mengetahui dan terlibat langsung dengan Strategi Komunikasi Komunitas dalam Membangun Kesadaran

---

<sup>13</sup> Mulyana, *Metodologi Penelitian Kualitatif*,... p. 180



Mayasrakat dalam Membaca (Studi kasus Motor Literasi Kota Serang).

2) Orang-orang yang tahu program-program Motor Literasi Dalam Menyadarkan Masyarakat.

Sehingga peneliti dapat merangkum informasi yang tepat dan terpercaya. Informan ada 3, yaitu:

(a) Ketua Komunitas Motor Literasi

(b) Sekjen komunitas Motor Literasi

(c) Ketua Chapter Moli Kota Serang

Dalam wawancara ini penelit akan mengambil waktu 2 (dua) minggu untuk melakukan wawancara dengan narasumber mengenai strategi yang dilakukan oleh Komunitas Motor Literasi.

c. Dokumen

Dokumen merupakan sebuah kumpulan yang menunjukkan bukti sebuah permasalahan berupa media seperti media cetak, foto, video dan

catatan sejarah lainnya. Sedangkan menurut Bogdan & Biklen yang di kutip dalam buku Ruslam Ahmadi yang berjudul *Metodologi Penelitian Kualitatif* mengatakan pengertian dokumen adalah mengacu pada material (bahan) seperti fotografi, video, film, memo, surat, diari, rekaman kasus klinis, dan sejenisnya yang dapat digunakan sebagai informasi suplemen sebagai bagian dari kajian kasus yang sumber data utamanya adalah observasi partisipan atau wawancara.<sup>14</sup> Ada beberapa jenis dokumen yang diambil dalam penelitian ini yaitu:

- 1) Foto Kegiatan

Foto kegiatan ini diambil dari relawan yang mendokumentasikan setiap kegiatan Motor Literasi.

---

<sup>14</sup> Ahmadi, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, ... p.179

## 2) Video

Dihasilkan oleh relawan yang mendokumentasikan kegiatan melalui video atau pun video yang mendokumentasikan Motor Literasi dari lembaga lainnya.

## 3) Dokumen Cetak

Dihasilkan oleh berita-berita yang di publikasikan oleh media cetak Koran dan berbentuk klipingan berita motor Literasi.

### **3. Teknik analisis data**

Analisis data dalam penelitian tentu sangat penting agar menunjang dalam laporan penelitian, kemudian analisis ini juga diharapkan agar memberikan arahan kepada peneliti dalam merumuskan data-data yang sudah terhimpun dan sesuai dengan apa yang ingin diteliti oleh peneliti, jika meminjam penjelasan Neuman pada buku

Ruslam Ahmadi yang berjudul *Metodologi Penelitian Kualitatif* analisis data merupakan suatu pencarian pola-pola dalam data, yaitu perilaku yang muncul, objek-objek, atau badan pengetahuan (*a body of knowledge*).<sup>15</sup> Sedangkan menurut Bogdan dan Biklen mengatakan bahwa, analisis data merupakan suatu proses penyelidikan dan pengaturan secara sistematis transkrip wawancara, catatan lapangan, material-material lain yang anda kumpulkan untuk meningkatkan pemahaman anda sendiri tentang data dan memungkinkan anda untuk mempresentasikan apa yang telah ditemukan pada orang lain.<sup>16</sup>

Analisis data kualitatif yaitu dilakukan semenjak penelitian terjun dilapangan. Seperti yang didapatkan dari wawancara, observasi dan dokumen-dokumen yang bersangkutan dengan masalah. Analisis data kualitatif yaitu dilakukan semenjak penelitian terjun

---

<sup>15</sup> Ahmadi, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, ... p.229

<sup>16</sup> Ahmadi, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, ... p.230

dilapangan. Seperti yang didapatkan dari wawancara, observasi dan dokumen-dokumen yang bersangkutan dengan masalah.

Analisis yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah analisi data yang dikemukakan oleh Huberman dan Miles dalam buku Burhan Bungin berjudul *Analisis Data Penelitian Kualitatif*<sup>17</sup> yaitu :

a. *Data Collection* (Pengumpulan Data)

Dimuka sudah dijelaskan mengenai pengumpulan data dan teknik pengumpul datanya, yaitu dengan cara wawancara, observasi dan dokumen

b. *Data Reduction* (Reduksi Data)

Setelah pengumpul data dilapangan selesai tentunya harus di reduksi terlebih dahulu, reduksi data sama dengan merangkum, karena data yang

---

<sup>17</sup> Burhan Bungin, *Analisis Data Penelitian Kualitatif*, (Jakarta : PT RajaGrafindo Persada, 2012), p. 70

didapat dilapangan sangat lah banyak, dan sudah dijelaskan pula jika pengumpulan data dilapangan semakin lama data pun akan semakin banyak, maka disinilah fungsi untuk mereduksi data lapangan agar sesuai dengan topik permasalahan yang diangkat oleh peneliti. Dalam hal ini strategi komunikasi komunitas dalam meningkatkan minat membaca dimasyarakat dalam membaca.

c. *Data Display* (Penyajian Data)

Setelah data direduksi tahap selanjutnya adalah penyajian data dengan mengorganisir dalam bentuk tertentu sehingga terlihat sosok secara lebih utuh.<sup>18</sup> Seperti penyajian dengan berbentuk table dan lain sebagainya.

---

<sup>18</sup>Bungin, *Analisis Data Penelitian Kualitatif*,... p. 70

#### d. *Conclusion Drawing & Verifying*

Setelah tahap penyajian data sudah selesai baru lah peneliti dapat menyimpulkan dan verifikasi, karena kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dalam kualitatif kesimpulan pun bisa berubah sesuai dengan data-data yang didapatkan dari lapang dan bisa saja sebaliknya kesimpulan awal bisa saja kuat dan dapat dipertanggung jawabkan dengan data-data yang dapat mendukung. Seperti halnya peneliti meneliti strategi komunikasi komunitas dalam meningkatkan minat membaca dimasyarakat dalam membaca, dilanjutkan menarik kesimpulan dan verifikasi.

#### **G. Sistematika Penulisan**

Dalam Penyusunan Skripsi ini, pembahasan dan penganalisaannya diklasifikasikan secara sistematis kedalam lima bab yaitu:

- BAB I** Pendahuluan yang meliputi, latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kerangka pemikiran, metodologi penelitian dan sistematika penulisan.
- BAB II** Gambaran umum mengenai komunitas Motor Literasi yang berupa sejarah perkembangan Motor Literasi, visi-misi, tujuan Komunitas Motor Literasi, filosofi logo
- BAB III** Membahas tentang strategi-strategi yang dilakukan komunitas Motor Literasi dalam menyadarkan masyarakat dalam membaca.
- BAB IV** Analisis penelitian terdiri dari, analisis penelitian tentang komunitas Motor Literasi sebagai komunitas literasi, aktivitas, strategi komunikasi komunitas Motor Literasi dalam menyadarkan



masyarakat dalam membaca, serta faktor pendukung dan penghambat.

## **BAB V**

Penutup terdiri dari, kesimpulan yang didapat oleh peneliti beserta saran-saran yang mungkin berguna bagi komunitas Motor Literasi sebagai masukan.

## **BAB II**

### **PROFIL KOMUNITAS MOTOR LITERASI**

#### **A. Sejarah Berdirinya Motor Literasi**

Motor literasi merupakan sebuah komunitas yang bergerak dalam bidang literasi, komunitas ini berdiri pada tanggal 23 April 2017 tepat pada saat *world book day* di Rumah Dunia yang dicetuskan oleh ketua Forum Taman Baca Masyarakat Indonesia Firman Hadiansyah.

Motor literasi ini berawal dari kesulitannya penggiat literasi yang berada diplosok desa untuk mendapatkan bahan bacaan karena memang medan yang tidak bisa di jangkau oleh mobil pusling (perpusataan keliling), maka dari itu pencetus melakukan pendistribusian buku dengan motor agar dapat menjangkau medan yang sulit dilewati oleh mobil. Bermula dari 5 orang yang melakukan pedistribusian buku ini, kemudian

terfikir membuat sebuah TBM (Taman Bacaan Masyarakat) yang dinamis (bergerak), tercipta lah Moli (Motor Literasi).<sup>1</sup>

Seiring waktu berjalan komunitas Motor Literasi mendapatkan tanggapan dari geng motor di Kota Serang, seperti halnya geng Motor Vespa yang bernama SEMAR (Scooteris Mahasiswa Serang) yang di perkasai oleh Afin Rafiudin dan beberapa geng motor pun bergabung dengan Motor Literasi. Sekarang Motor Literasi telah menjamur di berbagai daerah di Indonesia dan memiliki pimpinan pusat yang berada di Ciloang, Kota Serang Provinsi Banten.<sup>2</sup>

Moli menjadi solusi untuk menyalurkan buku keseluruh plosok desa. Moli pun merupakan sebuah terobosan baru yang menyajikan keunikan didalam Moli, karena banyak sekali geng motor yang menjadi anggota moli. Kegiatan awal yang hanya menyalurkan buku, kini Moli sudah melakukan beberapa

---

<sup>1</sup> Firman Hadiansyah, "Motor Literasi, Komunitas kecil dengan mimpi besar," diwawancarai oleh Pas TV (Serang, 22 Februari 2018)

<sup>2</sup> Afin Rafiudin, diwawancarai oleh Abdul Raufian Rizkiansyah, di Sekret Motor Literasi (14, Maret 2018)

kegiatan seperti pendampingan, pembinaan TBM-TBM dan memberdakayakan relawan dalam bidang kreatifitas.<sup>3</sup>

Dengan demikian paradigma masyarakat terhadap geng motor telah berubah yang tadinya di anggap sangar, brandalan, uga-ugalan dan arogan, menjadi berjiwa sosial yang tinggi dan membantu sesama.

## **B. Visi dan Misi**

### **1. Visi**

Merubah pola pikir warga Banten menjadi lebih cerdas melalui literasi

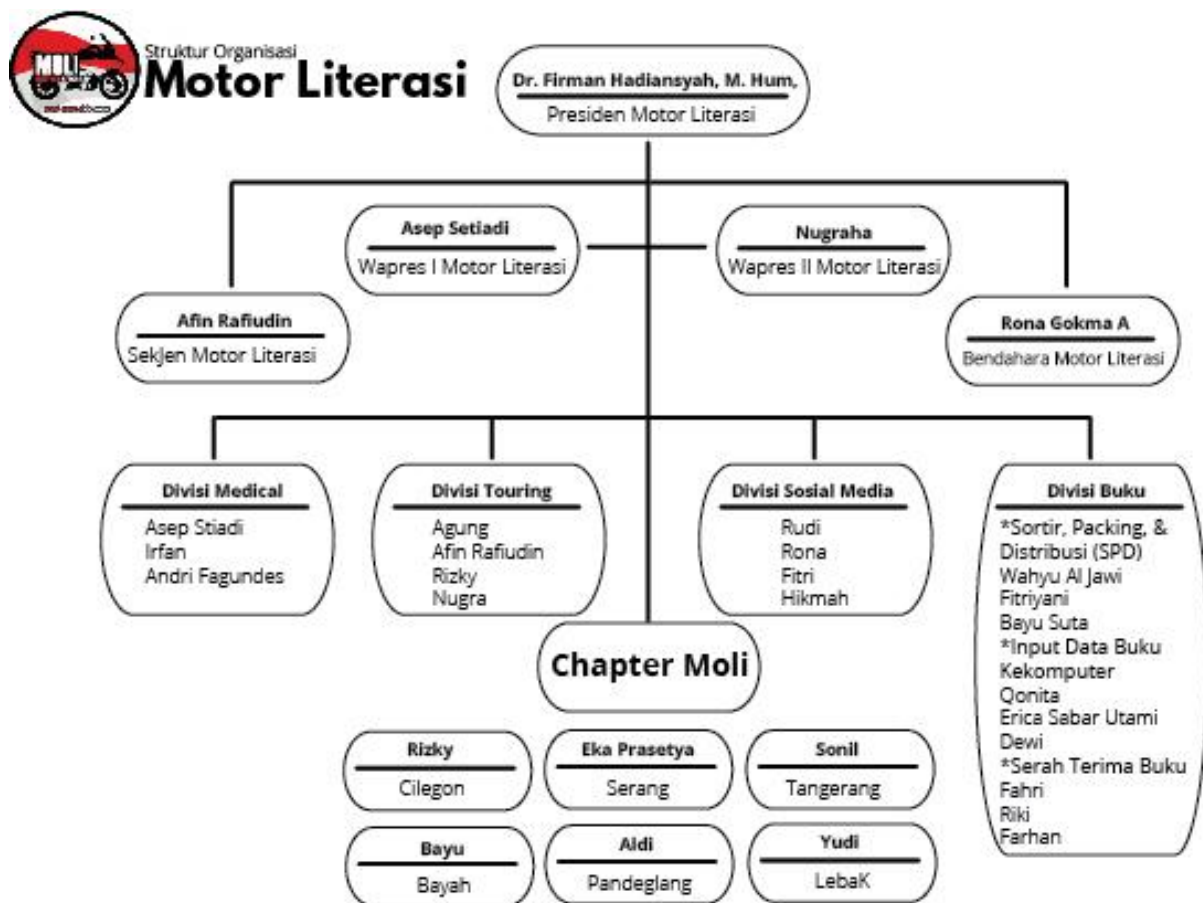
### **2. Misi**

- a. Meningkatkan kepedulian masyarakat dalam membaca dan menyumbangkan buku bacaan
- b. Mengajak masyarakat bergerak untuk sadar bahwa membaca penting
- c. Menyalurkan bahan bacaan di pelosok desa

---

<sup>3</sup> Firman Hadiansyah “Motor Literasi, Komunitas kecil dengan mimpi besar,” diwawancarai oleh Pas TV (Serang, 22 Februari 2018)

### C. Struktur Organisasi



#### 1. Anggota Motor Literasi

No	Nama	Asal Daerah/ Instansi
1	Firman Venayaksa	Serang
2	Pramita Gayatri	Serang

3	Syair Langit	Serang
4	Teduh Giri	Serang
5	Nada Lembayung	Serang
6	Rona Gokma Aulida	Untirta
7	Qonita Nudia	Untirta
8	Siti Dewi Safitri	Untirta
9	Fitriya Ningsih	Untirta
10	Hikmatun Hasanah	Untirta
11	Farhan	Untirta
12	Zaenal	UIN SMH Banten
13	Iyoey	UIN SMH Banten
14	Wahyu Al Jawi	Rumah Dunia
15	Jack Alawi	Rumah Dunia
16	DC Ariyadi	Lebak
17	Ena	Lebak
18	Hidayatullah	Lebak
19	Idris Apandi	Lebak

20	Harto Wijaya	Kedai Proses, Lebak
21	Afin	SEMAR
22	Ivan Rizki	SEMAR
23	Malik	SEMAR
24	Kang Lulu	FTBM Pandeglang
25	Fitri Suciawati	FTBM Pandeglang
26	Udin Angkot	Pandeglang
27	Dihya Khalifah	Pandeglang
28	Neng Haetul Hasanah	Pandeglang
29	Shofar Gusti Prihat	Pandeglang
30	Agung Nurhidayat	Pandeglang
31	Fahmi	Pandeglang
32	Yevi Hayatin Nufus	Pandeglang
33	Anto Susanto	Pandeglang
34	Sunandar	Wanassalam
35	Andri	FTBM Tangerang

36	Fatah	FTBM Tangerang
37	Marup	FTBM Tangerang
38	Ari	HVIC Tangerang
39	Agung	Indonesia Rider, Cilegon
40	Kiki	Indonesia Rider, Cilegon
41	Ledy Sumantri	Supermoto Lebak Independent
42	Lubis	Supermoto Lebak Pusat
43	Ajun	Supermoto Lebak Pusat
44	Maulana Ikhsan	Supermoto Lebak Pusat
45	Dony	Supermoto Lebak Malingping
46	Yuda	Supermoto Lebak Malingping
47	Dikri	Supermoto Lebak Malingping
48	Zaponk	Supermoto Lebak Malingping



49	Rudi	Supermoto Lebak Malingping
50	Sahrul	Supermoto Lebak Malingping
51	Aldi	Supermoto Lebak Malingping
52	Didi	Supermoto Lebak Malingping
53	Thoat Mutaqin	Supermoto Lebak Malingping
54	Mumu Muhaemin	Supermoto Lebak Malingping
55	Estu	Supermoto Lebak Bayah
56	Yanwar	Supermoto Lebak Bayah
57	Nanda	Supermoto Lebak Bayah
58	Opan	Supermoto Lebak Bayah
59	Billy	Supermoto Lebak Bayah
60	Dery	Supermoto Lebak Bayah

61	Aldin	Supermoto Lebak Bayah
62	Juan	Supermoto Lebak Bayah
63	Anton	Supermoto Lebak Bayah
64	Dyo	Supermoto Lebak Bayah
65	Rurik	Supermoto Lebak Bayah
66	Uje	Supermoto Lebak Bayah
67	Malla	Lady's Ryder Supermoto Lebak
68	Cyntia	Lady's Ryder Supermoto Lebak
69	Yosa	TBM Ar Rosyid Citorek Sabrang
70	Abel	STUTS (Scooter Ujung Tangerang Serang)
71	Andri	BAP
72- 91	Member Rider Ninja Selatan	Rider Ninja Selatan

#### D. Filosofi Logo



*Background* yang berwarna merah-putih merupakan bendera Indonesia yang menandakan bahwa cinta tanah air dan identitas Moli berada.

Motor *adventures* digunakan karena dapat melewati medan apapun, mulai dari yang terjal, mulus hingga tanjakan atau turunan. Hal ini pun sama dengan medan yang akan dilalui oleh Moli dalam mendistribusikan buku-buku ke plosok desa.

Peta Dunia yang ada di dalam motor tersebut mengartikan bahwa mengelilingi dunia tanpa batas.

Pemilihan *Frame* lingkaran mengindikasikan bahwa Moli merangkul, tidak memandang suka, Ras dan Agama, kemudian sama dengan dunia yang bulat.

## **E. Program Kerja Motor Literasi**

### **1. Program Kerja Umum**

<b>No</b>	<b>Program Kerja</b>	<b>Sasaran Kegiatan</b>	<b>Tempat Acara</b>	<b>Dilaksanakan Pada</b>
1	Gelar Buku	Masyarakat	Alun-Alun Kota Serang	Setiap Minggu Pagi
2	Gelar Buku (Plosok Desa)	Masyarakat Pedesaan	Desa-desa Plosok (kondisional)	Setiap Minggu Sore
3	Touring Literasi	Relawan Moli	Kondisional	1 bulan Sekali
4	Knalpot (Kelas Menulis Motor Literasi)	Relawan Moli	Basecamp Moli	Setiap Malam Rabu
5	Jemput Buku	Masyarakat pendonasi buku	Kondisional	Kondisional

6	Ngirim Buku	TBM	Kondisional	Setiap tanggal 17 di setiap bulam
---	-------------	-----	-------------	-----------------------------------

## 2. Program Kerja Perdivisi

### a. Seksi Medical

- 1) Membawa peralatan P3K Saat Tour Literasi
- 2) Membawa Perlengkapan Bengkel/*Service* motor saat Tour Literasi

### b. Seksi Touring

- 1) Menjadwalkan Tour Literasi
- 2) Mengurus surat-surat perijinan Tour Literasi
- 3) Membuat formasi touring yang terdiri dari RC (*Race Captain*) dan *sweper*

### c. Seksi Buku

- 1) Mengumpulkan buku-buku yang didonasikan oleh donatur
- 2) Menyortir buku sesuai dengan segmentasi
- 3) Packing buku

- 4) Input data-data buku ke komputer sesuai dengan segmentasi
- 5) Mendata keluar-masuknya buku dalam pendistribusian dan donasi buku

d. Seksi Sosial Media dan Publikasi

- 1) Membuat promosi program
- 2) Melaporkan kegiatan secara online dan offline
- 3) Membuat dan mengisi konten di media sosial

### BAB III

## STRATEGI KOMUNITAS DALAM MEMBANGUN KESADARAN MASYARAKAT DALAM MEMBACA

### A. Kondisi Objektif Kesadaran Membaca Masyarakat

Membaca merupakan kegiatan yang sangat penting dan wajib dilakukan oleh semua kalangan, terutama bagi umat islam, karena dalam al-quran sudah tercantum ayat mengenai seruan untuk membaca, yaitu pada surat al-alaq (1-5) :

أَقْرَأْ بِاسْمِ رَبِّكَ الَّذِي خَلَقَ ﴿١﴾ خَلَقَ الْإِنْسَانَ مِنْ عَلَقٍ ﴿٢﴾  
أَقْرَأْ وَرَبُّكَ الْأَكْرَمُ ﴿٣﴾ الَّذِي عَلَّمَ بِالْقَلَمِ ﴿٤﴾ عَلَّمَ الْإِنْسَانَ  
مَا لَمْ يَعْلَمْ ﴿٥﴾

1. Bacalah dengan (menyebut) nama Tuhanmu Yang menciptakan
2. Dia telah menciptakan manusia dari segumpal darah
3. Bacalah, dan Tuhanmulah Yang Maha Pemurah
4. Yang mengajar (manusia) dengan perantaran kalam
5. Dia mengajar kepada manusia apa yang tidak diketahuinya

Seruan membaca sangat jelas di katakana langsung oleh Tuhan melalui malaikat Jibril kepada Nabi Muhammad Saw, ayat ini pun termasuk ayat pertama yang diturunkan, namun kita melihat beberapa fenomena di tengah masyarakat Indonesia, bahwa masyarakat Indonesia sangat rendah sekali dalam kegiatan membaca dan menulis. Seperti yang diucapkan oleh Kepala Pusat Jasa Perpustakaan Nasional RI, Titik Kismiati, bahwa minat baca masyarakat Indonesia yang merujuk pada data BPS tahun 2012, sebanyak 91,58 persen penduduk Indonesia yang berusia 10 tahun keatas lebih suka menonton televisi.

Hanya sekitar 17,58 persen saja penduduk yang gemar membaca buku, surat kabar, atau majalah.<sup>1</sup> Hal ini pun didukung oleh riset lima tahunan *Progres in International Reading Literacy Study* (PIRLS), yang melibatkan siswa SD, Indonesia berada pada posisi 36 dari 40 negara yang dijadikan sampel. Indonesia

---

<sup>1</sup> Titik Kismiati, "Minat baca rendah, mayoritas warga Indonesia hobi nonton televisi," diwawancarai oleh Kontributor Ungaran (Kompas.com), Syahrul Munir (Semarang: Kamis, 28 April 2016). Diakses pada 14 Maret 2018 pukul 20.20 WIB



hanya lebih baik dari Qatar, Kuwait, Maroko dan Afrika Selatan.<sup>2</sup> Mengapa demikian? Kita bisa melihatnya dari beberapa faktor yang mempengaruhi minat baca, yaitu: *Pertama*. Kurangnya buku, kita bisa melihat dari faktor bahwa masyarakat Indonesia sangat rendah sekali minat baca, hal ini di pengaruhi oleh kurangnya penerbitan buku di Indonesia, seperti dalam tulisan Agus M. Irkham dalam buku *Gempa Literasi* bahwa laporan UNESCO jumlah buku yang diterbitkan di Indonesia sebesar 0,0009 persen dari total penduduk Indonesia. Artinya, hanya 9 judul buku baru untuk setiap 1 juta penduduk.<sup>3</sup>

Hal ini membuat Indonesia sangat tertinggal, kita bisa membandingkan dengan Negara Vietnam, satu tahun Vietnam mampu menerbitkan 80 juta judul buku. Sedangkan Indonesia yang berpenduduk 225 juta hanya memproduksi 8.000 judul buku baru untuk setiap tahunnya. Padahal Vietnam baru merdeka pada tahun 1968, artinya beda 23 tahun dari Indonesia

---

<sup>2</sup> Golagong & Agus M. Irkham, *Gempa Literasi* (Jakarta: Kepustakaan Populer Granmedia, 2012), p.10

<sup>3</sup> Golagong & Irkham, *Gempa Literasi*..., p.3

yang sudah merdeka pada tahun 1945, namun minat membaca Indonesia amat tertinggal dari Vietnam.<sup>4</sup>

*Kedua*, minimnya perpustakaan di SD sangat mempengaruhi minat baca anak-anak, karena anak-anak mengenal membaca melalui sekolah dasar, meskipun saat ini telah banyaknya TBM yang bertebaran dimana-mana.

Hal ini pus sangat berpengaruh terhadap minat baca anak-anak, berdasarkan data terakhir, terdapat 169.031 SD dan Madrasah Ibtidaiyah di Indonesia. Artinya, jika tiap sekolah memiliki satu perpustakaan, seperti yang diamanahkan oleh UU Nomor 43 tahun 2007 tentang Perpustakaan, ada 169.031 perpustakaan. Tentu saja anak-anak akan memperoleh kemudahan dalam mengakses bahan bacaan.<sup>5</sup> Namun, hal ini sangat berbanding terbalik dengan data sesungguhnya, di Indonesia hanya 1 persen lebih sedikit dari data jumlah sekolah. Presentase sekecil itu pun belum ditilik lebih dalam.

---

<sup>4</sup> Golagong & Irkham, *Gempa Literasi...*, p.4

<sup>5</sup> Golagong & Irkham, *Gempa Literasi...*, p.11

*Ketiga*, tidak ada integritas yang nyata, jelas, dan tegas antara mata pelajaran yang diberikan dengan kewajiban siswa untuk membaca. Siswa tidak diberikan keleluasaan dan kebebasan mencari sumber pembelajaran di luar buku pegangan dari guru.

*Keempat*, rendahnya minat baca anak Indonesia karena pengalaman pra-membaca dan membaca, atau perkenalan dengan buku. Seperti halnya ketika anak sedang asik membaca buku-buku bergambar seperti komik atau cergam (cerita bergambar), orang tua akan memarahi dan melarang karena akan membuat anaknya bodoh, dan orang tua lebih menganjurkan bacaan buku-buku pelajaran yang lebih banyak tulisan ketimbang gambar. Nah hal ini lah yang membuat anak membeci buku bacaan dan apa bila ini dilakukan oleh kebanyakan orang maka sama saja membuat anak membeci buku secara berjamaah, karena membaca itu adalah hal yang membosankan.

Cara memperkenalkan buku kepada anak harus lah di perhitungkan dengan seksama, terutama oleh orang tua si anak, apabila buku dikenalkan dengan cara membosankan maka anak,

akan selamanya membeci buku. Berbeda jika anak dikenalkan dengan buku-buku yang banyak gambarnya dan berwarna. Hal inilah yang membuat anak tertarik dengan dunia membaca. Promosi buku terhadap anak harus dilakukan dengan cara semenarik mungkin dan anak harus dikenalkan dengan buku sejak dini.

Dari beberapa faktor diatas merupakan hal yang menyebabkan Indonesia amat tertinggal dalam dunia membaca, pada intinya kita harus mengenalkan buku dengan cara yang menarik agar anak senang dengan buku, ketika sudah senang maka anak akan lebih banyak menghabiskan membaca buku ketimbang menonton televisi, tapi tetap saja hal ini harus di batasi juga agar kehidupan sianak tetap seimbang.

## **B. Strategi dan Perencanaan Meningkatkan Membaca**

Kita bisa melihat bersama bahwa di Indonesia sangat sedikit sekali peminat baca, hal ini pun diakibatkan oleh banyaknya anak remaja yang bercengkrama dengan gawai mereka yang amat canggih, dan lebih banyak digunakan untuk *chatting* ketimbang membaca buku lewat gawai (*e-book*). Tentu hal ini harus disikapi

oleh semua kalangan; baik pemerintah, swasta, maupun perorangan.<sup>6</sup>

Dalam meningkatkan minat baca masyarakat perlu akan adanya strategi dan perencanaan, agar supaya masyarakat ingin membaca karena sebuah manfaat yang ditularkan dari berbagai penggerak literasi. Sebelum kita membuat strategi dan perencanaan, ada baiknya kita mengerti terlebih dahulu mengenai strategi dan perencanaan ini.

### 1. Strategi

Sasaran komunikasi tidak pernah terlepas dari orientasi efektifitas. Untuk mencapai efektifitas komunikasi tersebut, maka diperlukannya strategi operasional tertentu. Kemudian untuk mendapatkan gambaran dari pengertian strategi komunikasi dalam kaitannya dengan komunikasi.

Kata strategi berasal dari bahasa Yunani klasik yaitu "*stratos*" yang artinya tentara dan kata "*agein*" yang berarti pemimpin.

---

<sup>6</sup> Nurul H Maarif, "Teman Duduk Terbaik Hanyalah Buku," Radar Banten (April 27, 2018), p. 20.

Dengan demikian, strategi dimaksudkan adalah memimpin tentara. Lalu muncul kata “*strategos*” yang artinya pemimpin tentara tingkat atas. Jadi pada dasarnya strategi adalah sebuah konsep militer yang bisa diartikan sebagai seni berperang para jenderal (*The Art of General*), atau suatu rancangan yang terbaik dalam memenangkan peperangan.<sup>7</sup>

Strategi menghasilkan gagasan dan konsep yang dikembangkan oleh para praktisi. Karena itu para pakar strategi tidak saja lahir dari kalangan yang memiliki latar belakang militer, tapi juga profesi lainnya.

Pada dasarnya strategi adalah sebuah rencana manajemen instansi atau organisasi dalam jangka panjang dari hal umum ke hal yang khusus, tentunya saja untuk mencapai tujuan yang ingin dicapai oleh instansi dan akan dijadikan sebagai acuan dalam segala kegiatan instansi atau organisasi. Dengan adanya strategi maka sebuah instansi atau organisasi akan lebih mudah dalam melaksanakan berbagai kegiatannya.

---

<sup>7</sup> Hafied Cangara, *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*, (Jakarta: Rajawali Pers: 2014) p.64

Salusu, memberikan gambaran mengenai unsur-unsur atau elemen-elemen dalam strategi, yaitu:

- a. Tujuan dan sasaran. Perlu diketahui bahwa tujuan berbeda dengan sasaran. Harvey mencoba menjelaskan keduanya: (a) *organizational goal* adalah keinginan yang hendak dicapai pada waktu yang akan mendatang, digambarkan secara umum dan relatif tidak mengenal batas waktu, sedangkan (b) *organizational objective* adalah pernyataan yang sudah mengarah pada kegiatan untuk mencapai *goals*: lebih terikat dengan waktu, dapat diukur dan dapat dijumlah atau dihitung.
- b. Lingkungan. Harus disadari bahwa organisasi tidak dapat hidup dalam isolasi. Seperti manusia, organisasi juga dapat dikendalikan oleh manusia, senantiasa untuk berinteraksi dengan lingkungannya, dalam artian saling mempengaruhi. Sasaran organisasi selalu berhubungan dengan lingkungan, di mana lingkungan mampu mengubah sasaran. Menurut Shirley. Peluang itu dapat terjadi dalam lingkungan makro (*macro environment*) seperti halnya dalam masyarakat luas, dapat

- juga terjadi dalam lingkungan mikro (*micro environment*) seperti dalam tubuh organisasi.
- c. Kemampuan internal. Kemampuan internal oleh Shirley digambarkan sebagai apa yang dibuat (*cannot do*) karena kegiatan akan terpusat pada kekuatan.
  - d. Kompetisi. Kompetisi ini tidak dapat diabaikan dalam merumuskan strategi.
  - e. Pembuat strategi. Ini juga penting karena menunjukkan siapa saja yang berkompeten dalam membuat strategi.
  - f. Komunikasi. Para penulis secara implisit menyadarkan bahwa komunikasi yang baik, strategi juga akan berhasil.<sup>8</sup>

Stephen Robbins dalam buku Morissan berjudul *Manajemen Public Realitions: Strategi Menjadi Humas Profesional* menjelaskan bahwa:

---

<sup>8</sup> J.Salusu, *Pengambilan Keputusan Stratejik untuk Organisasi Publik dan Organisasi Nonprofit*, (Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia, 1996), p.99  
<http://books.google.co.id/books?id=Bbw3EryILJsC&pg=PR4&dq=salusu+1996&hl=id&sa=X&ei=Qq-PUzuDdb18AWP0oLoBw&ved=0CCYQ6AEwAA#v=onepage&q=salusu%201996&f=false>. Diakses pada 14 Maret 2018 pukul 20.20 WIB



“Strategi sebagai penentuan tujuan jangka panjang perusahaan dan memutuskan arah tindakan serta mendapatkan sumber-sumber yang diperlukan untuk mencapai tujuan.”<sup>9</sup>

Berdasarkan definisi diatas, dapat dipahami bahwa strategi itu penting untuk dipahami oleh setiap eksekutif, manajer, kepala atau ketua, direktur, pejabat senior dan junior, pejabat tinggi, menengah dan rendah. Hal ini harus dihayati karena strategi dilaksanakan oleh setiap orang pada setiap tingkatan, bukan hanya oleh pejabat tinggi.

## 2. Perencanaan

### a. Pengertian Perencanaan

Perencanaan adalah sebuah proses yang dibuat untuk merumuskan sesuatu yang bersifat fisik mau pun non-fisik. Perencanaan lebih kearah manajemen. Dalam buku Cangara yang berjudul *Perencanaan & Strategi Komunikasi*, terdapat beberapa definisi yang diberikan oleh pakar,:

---

<sup>9</sup> Morissan, *Manajemen Public Realitions: Strategi Menjadi Humas Profesional*, (Jakarta: Kencana, 2008), p.152

- 1) Perencanaan adalah sebuah proses untuk menetapkan ke mana kita harus pergi dengan mengidentifikasi syarat apa yang harus dipenuhi untuk sampai ke tempat tersebut dengan cara yang paling efisien dan efektif, dengan kata lain perencanaan sebagai penetapan spesifikasi tujuan yang ingin dicapai termasuk cara-cara yang akan digunakan untuk mencapai tujuan tersebut (Keufman)
- 2) *Planning is a process for determining appropriate future action through a sequence of choices* (Perencanaan adalah suatu proses untuk menentukan tindakan yang akan diambil secara tepat melalui serangkaian pilihan-pilihan).
- 3) Perencanaan adalah usaha yang sadar, terorganisasi, dan terus-menerus guna memilih

alternatif yang terbaik untuk mencapai tujuan tertentu (Waterston).<sup>10</sup>

Dari pengertian di atas, mungkin sangat berbeda dari satu sama lain, tapi pada hakikatnya perencanaan adalah usaha yang dilakukan secara sadar dan terus-menerus serta dikelola untuk memilih alternatif yang terbaik dari berbagai alternatif yang ada untuk mencapai tujuan tertentu.

#### b. Fungsi Perencanaan

Perencanaan merupakan proses yang amat penting dilakukan untuk semua organisasi terlebih perencanaan ini sangat penting sesudah unsur organisasi. Karena perencanaan merupakan titik awal sebuah organisasi untuk berjalan dan melakukan sebuah kegiatan. Maka dari itu perencanaan ini dibuat untuk berfungsi untuk:<sup>11</sup>

---

<sup>10</sup> Cangara, *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*,..., p. 24.

<sup>11</sup> Cangara, *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*,..., p. 25.

- 1) Mengidentifikasi dan menetapkan masalah
- 2) Memberi arahan (fokus) atau pedoman pada tujuan yang ingin dicapai, terutama dalam mengatasi ketidakpastian dengan memilih jalan yang terbaik. Bahkan dalam keadaan stabil pun perencanaan masih diperlukan.
- 3) Meminimalisasi terjadinya pemborosan sumber daya dalam rangka mencapai tujuan secara efektif.
- 4) Melakukan perkiraan (*forecasting*) terhadap kendala yang mungkin terjadi dan hasil (*output*) yang akan diperoleh.
- 5) Melakukan pengendalian agar pelaksanaan senantiasa tetap berada dalam koridor perencanaan yang telah ditetapkan.
- 6) Memberi kesempatan untuk memilih alternatif terbaik guna mendapatkan hasil yang lebih baik.
- 7) Mengatasi hal-hal yang rumit dengan mencari jalan keluar (*solution*) dari masalah yang dihadapi.

- 8) Menetapkan skala prioritas tentang apa yang harus dikerjakan lebih dulu.
- 9) Penetapan mekanisme pemantauan (*monitoring*) dan instrumen alat ukur untuk keperluan evaluasi.

Dalam strategi dan perencanaan dalam meningkatkan minat membaca memerlukan beberapa rencana yang menarik terutama memberikan pemahaman kemanfaatan membaca bagi masa depan.<sup>12</sup> Dengan adanya perencanaan ini munculah beberapa ide untuk meningkatkan minat membaca seperti yang akan dijelaskan di point selanjutnya mengenai gerakan literasi.

### **C. Gerakan Literasi Membangun Kesadaran Membaca**

Munculnya persoalan lemahnya membaca di Indonesia telah membuat beberapa orang membentuk sebuah komunitas literasi, hal ini lah yang membuat gerakan literasi semakin menggeliat di seluruh daerah di Indonesia. Munculnya semua kesadaran untuk meningkatkan minat baca dirasakan dari pemerintah, swasta dan perorangan, kemudia munculah beberapa TBM-TBM yang

---

<sup>12</sup> Nurul H Maarif, “Teman Duduk Terbaik Hanyalah Buku,” Radar Banten (April 27, 2018), p. 20.

menarik perhatian remaja saat ini untuk mulai peduli terhadap membaca buku. Seperti membuat acara pameran buku, pelatihan menulis, peluncuran buku, diskusi buku sampai ke lomba menulis merupakan beberapa cara untuk meningkatkan minat baca masyarakat di Indonesia.

Kita bisa melihat komunitas literasi sudah menyebar diseluruh indonesia, dengan berbagai cara menarik untuk mendatangkan orang agar berbondong-bondong mendatangi perpustakaan, TBM dan komunitas literasi. Dalam strategi dan perencanaannya mereka menggunakan segmentasi untuk mempermudah siapa yang akan dijadikan objek sasaran setiap komunitas literasi tersebut, tapi mayoritas memilih remaja dan golongan muda, mulai dari pelajar SMP hingga Mahasiswa. Kita bisa ambil beberapa sampel komunitas literasi yang ada di Indonesia, *pertama* Komunitas IndoHogwarts menggunakan kesukaan mereka terhadap *Harry Potter*. Hal itu merupakan pintu masuk untuk meningkatkan minat baca. *Kedua* komunitas Historia menggunakan sejarah sebagai objek yang menarik

perhatian kaum remaja. *Ketiga* Komunitas Rumah Dunia mendekatkan literasi di kelas menulis.

Ketiga komunitas tadi merupakan sebuah gambaran bagaimana strategi untuk menumbuhkan minat membaca dikalangan masyarakat agar masyarakat mulai sadar dan memahami pentingnya membaca untuk kehidupan sehari-hari. Karena persyaratan bangsa agar maju dan berkembang adalah adanya masyarakat belajar. Salah satu basis dukungan terpenting bagi pembentukan masyarakat pembelajar adalah masyarakat yang gemar membaca.<sup>13</sup>

#### **D. Media Sebagai Penyebar Virus Literasi**

Media dari zaman dahulu sampai sekarang masih menjadi tempat yang sentral untuk digunakan dalam membuat propaganda dan dapat mengubah perilaku masyarakat menjadi apa yang telah dibuat oleh media itu sendiri, kita mengenal ada sebuah teori jarum suntik yang menanggap masyarakat merupakan sebuah pasien yang siap disuntik, namun tidak tahu apa yang disuntikan

---

<sup>13</sup> Golagong & Irkham, *Gempa Literasi...*, p.50.

kepada masyarakat itu, didalam teori ini khalayak dianggap pasif untuk menerima pesan yang diberikan oleh komunikator yang ada di media tersebut.

Begitulah media dibuat untuk menyuntikan beberapa informasi yang diberikan oleh komunikator melalui saluran media. Jika informasi yang diberikan kepada masyarakat mengenai pentingnya membaca dan seputar literasi, tentu saja masyarakat akan paham, namun tidak secara vulgar dan membosankan.

Media dalam hal ini ada 3 bagian yaitu, ada media cetak, elektronik dan media baru. Media cetak seperti surat kabar, tabloid dan majalah. Media elektronik adalah televisi dan radio. Media yang terakhir adalah media baru yaitu media sosial.

Diera 21an ini yang amat berkembang adalah media baru, dimana media sosial merajalela, karena media sosial sangat penetratif keruang-ruang personal nyaris tanpa batas. *Dalam buku Melawan Hoax Di Media Sosial & Media Massa* Gun Gun Heryanto mengutip perkataan Blumler dan Kanvanagh “ Era



kemunculan komunikasi dimana media cetak dan penyiaran mulai kehilangan tempatnya sebagai saluran utama komunikasi politik di era melimpahnya informasi,”<sup>14</sup> dari sana kita bisa sadari bahwa perkembangan internet dan media sosial amat pesan dan sangat strategis untuk melakukan propaganda mengenai virus membaca bagi masyarakat.

Kembali mengambil kutipan dari tulisan Gun Gun Heryanto, dalam buku *Melawan Hoax Di Media Sosial & Media Massa* yang dikatakan oleh Newhagen & Rafaeli yang mengidentifikasi karakteristik internet untuk membedakan dengan bentuk-bentuk komunikasi lainnya. Karakteristik tersebut antara lain *multimedia* dan *interactivity*. Karakteristik multimedia dapat kita pahami sebagai medium dengan beragam bentuk konten yang meliputi perpaduan teks, audio, *image*, animasi, video, dan bentuk konten interaktif. Sementara *interactiviy* memungkinkan seseorang untuk

---

<sup>14</sup> Aep Wahyudin dan Manik Sunuantri, *Melawan Hoax di Media Sosial & Media Massa*, (Yogyakarta: Trustmedia Publishing, 2017), p.7

membuat pesan mereka sendiri, mempublikasikan konten mereka, atau terlibat dalam interaksi *online*.<sup>15</sup>

Media baru ini pun sangat digemari oleh masyarakat dunia terutama di Indonesia, dalam survey tahun 2017, APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) menghitung penetrasi pengguna internet pada tahun 2017 dari total populasi penduduk Indonesia 262 juta orang yang menggunakan internet 142 juta jiwa atau sekitar 54,68%.<sup>16</sup> Artinya hal ini pula yang harus diperhitungkan untuk komunitas literasi dalam menyebarkan virus literasi. Kemudian dari komposisi pengguna internet pada tahun 2017 APJII pun mensurvey bahwa yang lebih dominan adalah masyarakat yang berumur 19-34 tahun sebanyak 49,52%, diikuti urutan kedua berumur 35-54 tahun sebanyak 29,99%, urutan ketiga berumur 13-18 tahun sebanyak 16,68% dan urutan terakhir ditempatkan kepada masyarakat yang berumur 54 ke atas

---

<sup>15</sup> Aep Wahyudin dan Manik Sunuantri, *Melawan Hoax di Media Sosial & Media Massa*, (Yogyakarta: Trustmedia Publishing, 2017), p.7

<sup>16</sup> Hasil Survey APJII Tahun 2017 di kutip dari Makalah Novrika dalam pelatihan Duta Damai Dunia Maya BNPT Regional Banten (Tangerang, 22-25, April 2018)

sebanyak 4, 24%.<sup>17</sup> Dan tentu saja layanan yang paling banyak diakses oleh masyarakat Indonesia yang paling banyak adalah layanan *chatting* dan media sosial. Layanan *chatting* sebanyak 89,35% dan layanan media sosial sebanyak 87,13%.<sup>18</sup>

Dari peluang tersebut komunitas literasi harus mengemas konten yang menarik agar masyarakat tertarik untuk mengakses apa yang telah dibuat oleh komunitas literasi, terutama dalam pengemasan pesan. Tentu dalam pengemasan pesan itu terdapat beberapa hal yang harus diperhatikan agar pesan yang disampaikan oleh komunitas literasi dapat dipahami.

Dalam buku Cangara yang berjudul *Perencanaan & Strategi Komunikasi* bahwa dalam penyusunan pesan ada bahasa didalamnya, cara penggunaan bahasa dalam pesan memiliki tiga *teori*, yaitu :

---

<sup>17</sup> Hasil Survey APJII Tahun 2017 di kutip dari Makalah Novrika dalam pelatihan Duta Damai Dunia Maya BNPT Regional Banten (Tangerang, 22-25, April 2018)

<sup>18</sup> Hasil Survey APJII Tahun 2017 di kutip dari Makalah Novrika dalam pelatihan Duta Damai Dunia Maya BNPT Regional Banten (Tangerang, 22-25, April 2018)

1. *Over power'em theory*. Teori ini menunjukkan bahwa bila pesan sering kali diulang, dipajang dan cukup keras, maka pesan itu akan berlalu dari khalayak.
2. *Glamour theory*. Suatu pesan (ide) yang dikemas dengan cantik, kemudian ditawarkan dengan daya persuasif, maka khalayak akan tertarik untuk memiliki ide itu.
3. *Don't tele'em theory*. Bila suatu ide tidak disampaikan kepada orang lain, maka mereka tidak akan memegangnya dan menanyakannya. Karena itu mereka tidak akan membuat pendapat tentang ide.<sup>19</sup>

Selain dari ketiga *teori* tersebut, ada juga teknik penyusunan pesan dalam bentuk:

1. *One-side issue*, yaitu teknik penyampaian pesan yang menonjolkan kebaikan atau keburukan sesuatu. Artinya serang komunikator dalam menyampaikan suatu pesan harus memberikan tekanan kepada kebaikannya atau sebaliknya pada keburukan. Teknik penyampaian pesan seperti ini hanya cocok untuk mereka yang kurang pendidikan, sehingga tidak mempunyai alternatif pilihan.
2. *Two-side issue*, yaitu teknik penyampaian pesan di mana komunikator selain mengemukakan yang baik-baik, juga menyampaikan hal-hal yang kurang baik. Komunikator

---

<sup>19</sup> Cangara, *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*,..., p.140.

memberikan kesempatan kepada khalayak untuk berpikir apakah ada keuntungan jika melaksanakan informasi yang diterima. Biasanya teknik ini lebih cocok disampaikan kepada khalayak yang berpendidikan dan bersikap kritis.<sup>20</sup>

Untuk mengelola dan menyusun pesan yang mengena dan efektif perlu memperhatikan beberapa hal, yaitu:

1. Harus menguasai lebih dulu pesan yang disampaikan, termasuk struktur penyusunannya yang sistematis.
2. Mampu mengemukakan argumentasi secara logis. Untuk itu harus mempunyai alasan berupa fakta dan pendapat yang bias mendukung materi yang disajikan.
3. Memiliki kemampuan untuk membuat intonasi bahasa (*vocal*), serta gerakan-gerakan tubuh yang dapat menarik perhatian pendengar.

---

<sup>20</sup> Cangara, *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*,..., p.141.

4. Memiliki kemampuan membumbui pesan berupa humor untuk menarik perhatian dan mengurangi rasa bosan pendengar.<sup>21</sup>

Jika sudah paham bagaimana mengemas pesan ketentuan yang diatas, pasti akan memikirkan beberapa konten yang menarik dan membuat masyarakat tertarik akan konten tersebut. Kemudian barulah menentukan pemilihan media hal ini merupakan wadah pesan yang akan diberikan komunikator ke komunikan dengan cara memilih media yang ingin digunakan, tentunya akan ada sebuah rencana, media apa saja yang memang efektif untuk menyebarkan komunikasi terhadap khalayak.

Media komunikasi sendiri terbagi menjadi dua, ada media lama dan media baru. Media lama seperti media cetak (surat kabar, majalah, tabloid), media elektronik (radio dan TV), media luar ruangan dan media tradisional. Media baru yaitu internet, telepon seluler<sup>22</sup> dan media sosial (*Instagram, Facebook, YouTube, Twitter* dan lain lain)

#### **E. Pengaruh Komunikasi Interpersonal dalam Kesadaran Masyarakat Membaca**

Terlihat dari masalah membaca ini selain strategi yang kuat, tentu harus adanya hal lain yang bisa dilakukan, salah satunya

---

<sup>21</sup> Cangara, *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*,..., p.141.

<sup>22</sup> Cangara, *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*,..., p. 147

mengkomunikasikan strategi tersebut dengan komunikasi *interpersonal* dimana proses komunikasi *interpersonal* merupakan komunikasi yang dilakukan oleh dua orang atau lebih secara langsung. Jika mengambil definisi R. Wayne Pace (1979) dalam Cangara bahwa “*interpersonal communication is communication involving two people in a face to face setting.*”<sup>23</sup>

Dibandingkan bentuk komunikasi lainnya, komunikasi *interpersonal* dinilai paling efektif dalam mengubah sikap, kepercayaan, opini, dan perilaku komunikan, karena efek atau timbal balik yang ditimbulkan dari proses komunikasi dapat langsung dirasakan.

Menurut sifatnya, komunikasi *interpersonal* dapat dibedakan atas dua macam, yaitu:

1. Komunikasi diadik (*dyadic communication*)

Komunikasi diadik adalah proses komunikasi yang berlangsung antara dua orang dalam situasi tatap muka. Komunikasi diadik menurut Pace dapat dilakukan dalam tiga bentuk, yakni percakapan, dialog, dan wawancara.

2. Komunikasi Triadik (*triadic communication*)

Komunikasi triadik adalah komunikasi antarpribadi yang pelaku komunikasinya terdiri dari tiga orang, yaitu seorang komunikator dan dua komunikan. Apabila dibandingkan dengan komunikasi triadik, maka

---

<sup>23</sup> Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*,... p. 36

komunikasi diadik lebih efektif, karena komunikator memusatkan perhatiannya kepada seorang komunikan sepenuhnya, sehingga komunikator dapat menguasai *frame of refrence* komunikan sepenuhnya, juga umpan balik yang berlangsung, kedua faktor yang sangat terpengaruh teradap efektif atau tidaknya proses komunikasi.<sup>24</sup>

Setelah melihat pengertian komunikasi *interpersonal* dan mengetahui pengaruhnya, tentu saja sangat efesian apabila strategi-strategi tersebut di sosialisasikan secara langsung, selain menggunakan media sosial atau Internet. Seperti halnya ketika ada program seperti gelaran buku dan donasi buku, kemudian salah satu anggota motor literasi mengajak secara langsung temannya, maka temannya itu akan mengikutinya, memang tidak langsung mau, tapi lama-kelamaan orang yang diajak secara langsung tersebut akan ikut dengan sukarela dan mau membaca.

---

<sup>24</sup> Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*,... p. 36



**BAB IV**

**PERAN KOMUNITAS MOTOR LITERASI DALAM**

**MEMBANGUN KESADARAN MASYARAKAT**

**MEMBACA**

**A. Komunitas Motor Literasi Sebagai Organisasi Literasi**

Persyaratan bangsa agar maju dan berkembang adalah adanya masyarakat belajar. Salah satu basis dukungan terpenting bagi pembentukan masyarakat pembelajar adalah masyarakat yang gemar membaca.<sup>1</sup> Namun kita bias melihat betapa rendahnya minat baca masyarakat Indonesia yang telah di teliti oleh *Progres in International Reading Literacy Study* (PIRLS), Indonesia menjadi urutan ke 36 dari 40 negara.<sup>2</sup> Ini menjadi lecutan tersendiri bagi masyarakat Indonesia.

Lemahnya minat baca ini tentu saja memiliki beberapa faktor yang mempengaruhinya, beberapa hal yang menjadi penyebab menurut peneliti pada saat ini adalah penggunaan teknologi yang

---

<sup>1</sup> Golagong & Agus M. Irkham, *Gempa Literasi* (Jakarta: Kepustakaan Populer Granmedia, 2012), p.50.

<sup>2</sup> Golagong & Irkham, *Gempa Literasi*,... p.10

berlebihan seperti gawai (*gadget*) yang memiliki beberapa akses seperti internet, media sosial dan games. Lihat saja bagaimana anak-anak diusia yang masih sangat dini sudah dikenalkan dunia *gadget* ketimbang dunia membaca, kemudian hal selanjutnya adalah pengaruh lingkungan keluarga, ketika anak berada dikeluarga yang tidak memberikan dukungan terhadap kegiatan literasi seperti tidak adanya fasilitas buku, tidak ada panutan untuk membiasakan membaca, maka anak pun tidak akan peduli dengan dunia literasi seperti membaca dan menulis, maka sebaliknya jika keluarga mendukung dalam bidang literasi seperti penyediaan fasilitas buku dan adanya panutannya, maka anak pun akan sangat tertarik dengan dunia literasi. Itu lah beberapa menurut peneliti yang sangat berpengaruh dalam meningkatnya minat baca di masyarakat.

Dalam menyelesaikan persoalan ini tentu saja tidak hanya tugas pemerintah melainkan setiap kalangan masyarakat yang harus peduli. Maka dari itu di masyarakat muncull para penggiat literasi yang peduli terhadap rendahnya minat baca di Indonesia, hal ini di gagas mulai dari pemerintah, masyarakat, perusahaan

dan beberapa komunitas lainnya. Tentu saja dengan cara dan strategi masing-masing instansi tersebut.

Untuk mewujudkan kesadaran Literasi tentu sangat tidak mudah maka dari itu setiap komunitas literasi harus memiliki daya tarik agar masyarakat sadar tentang pentingnya membaca. Dalam strategi dan perencanaannya mereka menggunakan segmentasi untuk mempermudah siapa yang akan dijadikan objek sasaran setiap komunitas literasi tersebut, tapi mayoritas memilih remaja dan golongan muda, mulai dari pelajar SMP hingga Mahasiswa. Kita bisa ambil beberapa sampel komunitas literasi yang ada di Indonesia, sebagai berikut, :<sup>3</sup>

#### 1. Komunitas Goodreads Indonesia

Goodreads Indonesia dibentuk tanggal 7 Juni 2007 oleh Femmy Syahrani dan ditujukan untuk para pembaca buku berbahasa Indonesia yang ingin mendiskusikan buku-buku tersebut dan juga upaya untuk mengumpulkan buku-buku berbahasa Indonesia.

---

<sup>3</sup> Golagong & Irkham, *Gempa Literasi...*, p.55-59.

Komunitas ini memiliki Visi dan Misi seperti Goodreads Indonesia berusaha untuk selalu berperan aktif dalam dunia perbukuan di Indonesia. Goodreads Indonesia tidak mau berhenti hanya pada tahapan sebagai komunitas pembaca pasif. Komunitas ini berkehendak untuk menjadi komunitas pembaca aktif yang diwujudkan dalam pelbagai kegiatan baik kegiatan di dunia maya maupun di dunia nyata. Untuk mengetahui komunitas ini lebih jauh bisa diakses melalui websitenya di [www.goodreads.com](http://www.goodreads.com)

## 2. Komunitas Historia

Komunitas ini bergerak pada bidang sejarah, dibentuknya komunitas Historia merupakan komunitas yang berdiri pada tanggal 22 Maret 2003 oleh Asep Kambali, mahasiswa Jurusan Pendidikan Sejarah Universitas Negeri Jakarta (UNJ), komunitas ini pun dapat dikunjungi melalui layanan website di [www.komunitashistoria.com](http://www.komunitashistoria.com), komunitas memiliki latar belakang yang ingin menciptakan sebuah format dan strategi pembelajaran sejarah yang menarik perhatian kaum remaja, dan sejarah dijadikan sebuah objek menarik, menyenangkan dan bermanfaat.

Dari hal tersebut muncullah beberapa konsep kegiatan yang rekreatif, edukatif, dan edukatif. Itu merupakan sebuah strategi komunitas Historia dalam mengembangkan pola pikir masyarakat terhadap sejarah dan budaya sehingga tercipta suasana yang menyenangkan dan membekas di hati masyarakat.

### 3. Komunitas Rumah Dunia

Komunitas ini berada di Kota Serang yang didirikan oleh novelis Balada Si Roy, yaitu Golagong. Beralamatkan di Komplek Hegar Alam No. 40, Kampung Ciloang, Sumurpecung, Kec. Serang, Banten. Dalam komunitas Rumah Dunia mendekatkan literasi kedalam kelas menulis, jadi setiap hari minggu siang orang-orang berbondong untuk belajar menulis berita, fiksi dan skrip film. Dari sanalah cara mendekatkan masyarakat untuk membaca dan menulis. Karena menulis merupakan membaca dua kali. Strategi ini amat efisien karena sampai saat ini kelas menulis Rumah Dunia masih bergulir dan banyak peminatnya.

Didalam komunitas Rumah Dunia pun selalu merayakan *World Book Day* pada 23 April setiap tahunnya untuk menciptakan penulis-penulis baru dan tentunya ini merupakan stimulus untuk semua kalangan bahwa menerbitkan buku bisa untuk semua kalangan.

Dari ketiga komunitas literasi itu tentu saja memiliki tujuan untuk setiap masyarakat sadar akan pentingnya membaca, sama halnya dari ketiga sampel di atas, yaitu komunitas Motor Literasi adalah salah satu komunitas literasi yang sudah mewarnai semangat dalam menyebarkan virus membaca mulai dari akhir tahun 2016 pada bulan November merupakan cikal-bakal terbentuknya komunitas Motor Literasi, barulah pada tanggal 23 April 2017 mereka resmi mendeklarasikan diri dan hari ini sudah 1 tahun Motor Literasi mendeklarasikan diri untuk menyadarkan masyarakat membaca.<sup>4</sup>

Pada dasarnya setiap komunitas literasi pasti bertujuan untuk menyebarkan virus membaca, komunitas literasi menyebar di

---

<sup>4</sup> Firman Hadiansyah, diwawancarai oleh Abdul Raufian Rizkiansyah di Sekret Motor Literasi (14, Mei 2018)

berbagai kota di Indonesia. Namun ada sedikit perbedaan yang sangat terlihat antara komunitas literasi lain dengan Komunitas Motor Literasi. Ini yang membedakannya:<sup>5</sup>

1. Komunitas Motor Literasi adalah komunitas yang tidak statis tapi dinamis karena menggunakan motor sebagai medianya, dan sangat *mobile*.
2. Komunitas Motor Literasi ini memiliki anggota dari club motor, hal ini juga dapat membantu penilaian terhadap club motor yang terbilang anarki dan penilaian negatif lainnya menjadi sangat positif untuk dipandang masyarakat.
3. Pembaca Motor Literasi radiusnya sangat jauh, ini diakibatkan Moli yang bersifat dinamis, sedangkan TBM atau komunitas literasi lain hanya memiliki jangkauan radius hanya disatu tempat saja.

Itu lah beberapa hal yang membedakan komunitas Motor Literasi dengan komunitas literasi lainnya, yang tentu saja

---

<sup>5</sup> Firman Hadiansyah, diwawancarai oleh Abdul Raufian Rizkiansyah di Sekret Motor Literasi (14, Mei 2018)

menjadi inofasi baru dalam menyebarkan virus membaca dan mampu meningkatkan masyarakat untuk sadar akan pentingnya membaca.

## **B. Aktivitas-aktivitas Motor Literasi Kota Serang**

### 1. Donasi Buku

Dalam program ini Motor Literasi mengajak masyarakat untuk mendonasikan bukunya ke Motor Literasi, kemudian membuat meme dan poster yang di publikasikan melalui *facebook*, *Insagram* dan media sosial lainnya, program ini pun dilakukan secara *door to door*, dimana relawan komunitas Motor literasi langsung mendatangi rumah masyarakat yang ingin mendonasikan bukunya ke Motor Literasi.<sup>6</sup>

Pada dasarnya Motor Literasi perlu buku, maka dari itu program ini dicanangkan, donasi buku bertujuan untuk mengembangkan Taman Bacaan Masyarakat yang sangat kurang bahan bacaan, buku-buku yang didonasikan ke Moli adalah buku-buku yang didapat dari masyarakat, KPK, Kampus dan sekolah

---

<sup>6</sup> Firman Hadiansyah, diwawancarai oleh Abdul Raufian Rizkiansyah di Sekret Motor Literasi (14, Mei 2018)



sekolah, yang paling banyak adalah donasi dari kampus Untrita sebanyak 5000 buku karena bertepatan dengan masa orientasi kampus dan KPK sebanyak 4000 buku.<sup>7</sup> Dari program ini Motor Literasi telah mendistribusikan sebanyak 10 ribu buku ke seluruh daerah di Provinsi Banten, seperti Tangerang kabupaten/kota, Serang Kabupaten/Kota, Cilegon dan daerah Banten Selatan yang paling jauh seperti Lebak, Warung Banten dan Cisungsang.<sup>8</sup>

## 2. Pengembangan Taman Bacaan Masyarakat

Dari program donasi buku yang sudah di jelaskan bahwa memiliki tujuan untuk mengmbangkan TMB yang sudah ada. Jadi buku-buku yang sudah dikumpulkan itu distribuskian kepada Taman Bacaan Masyarakat diseluruh Provinsi Banten, tidak hanya mendistribusikan buku untuk mengambangkan TBM saja, tapi Motor Literasi juga merintis TBM dari nol, TBM ini bertempat di ruang publik dimana banyak pengunjung yang mendatangi tempat itu seperti membuat pojok baca di *Djava*

---

<sup>7</sup> Firman Hadiansyah, diwawancarai oleh Abdul Raufian Rizkiansyah di Sekret Motor Literasi (14, Mei 2018)

<sup>8</sup> Firman Hadiansyah, diwawancarai oleh Abdul Raufian Rizkiansyah di Sekret Motor Literasi (14, Mei 2018)

*Coffee Of Salbai 34* dan *Bigmaad Barbershop* dan tempat-tempat lainnya.<sup>9</sup>

### 3. Gelar Buku

Gelar buku merupakan kegiatan rutin yang dilakukan oleh Motor Literasi setiap hari minggu pagi, gelar buku ini dilakukan di tempat yang ramai pengunjung salah satunya Alun-Alun Kota Serang, disana Motor Literasi menggelar buku, setiap gelaran buku ini banyak sekali anak-anak yang sangat antusias karena memang anak-anak menjadi target utama Motor Literasi dalam menyebarkan virus membaca,<sup>10</sup> dalam program ini anak-anak atau masyarakat hanya diperbolehkan baca ditempat saja tidak boleh jauh-jauh karena khawatir bukunya hilang dan tidak boleh dipinjam.

Gelar buku ini tidak hanya di satu tempat saja melainkan banyak tempat seperti di Kraton Kaibon, Pantai Gope, dan panti

---

<sup>9</sup> Firman Hadiansyah, diwawancarai oleh Abdul Raufian Rizkiansyah di Sekret Motor Literasi (14, Mei 2018)

<sup>10</sup> Firman Hadiansyah, diwawancarai oleh Abdul Raufian Rizkiansyah di Sekret Motor Literasi (14, Mei 2018)

asuhan yatim piatu yang ada di daerah Banten Lama.<sup>11</sup> Kemudian ada juga yang sifatnya kunjungan, seperti menggelar buku di Warung Banten dan Cisungsang.<sup>12</sup>

#### 4. *Open Recruitment*

Layaknya sebuah komunitas, Motor Literasi pun melakukan perekrutan anggota baru untuk menambah personel didalam kegiatan ini peserta di berikan pelatihan berupa materi pengenalan tentang Literasi, *Safety Rideing* dan seputar dunia motor.<sup>13</sup>

#### 5. Pemberdayaan Relawan

Motor Literasi tidak melulu tentang buku dan buku saja, perlu adanya kerjasama dalam bidang advokasi untuk perberdayaan, maka dari itu harus adanya advokasi, seperti halnya dengan KPK, Motor Literasi dari awal memang bersama-sama dengan KPK dalam hal kerjasama dan sebagai dukungan satu sama lain, seperti

---

<sup>11</sup> Firman Hadiansyah, diwawancarai oleh Abdul Raufian Rizkiansyah di Sekret Motor Literasi (14, Mei 2018)

<sup>12</sup> Firman Hadiansyah, diwawancarai oleh Abdul Raufian Rizkiansyah di Sekret Motor Literasi (14, Mei 2018)

<sup>13</sup> Firman Venayaksa diwawancarai oleh Abdul Raufian Rizkiansyah di Sekret Motor Literasi (14, Mei 2018)

halnya ketika Motor Literasi membutuhkan bantuan seperti donasi buku KPK memberikan 4000 buku dan begitupun sebaliknya ketika KPK sedang ada masalah Motor Literasi mendukung untuk menguatkan KPK.<sup>14</sup> Dampak dari sanalah relawan mampu mendapatkan jaringan dalam pemberdayaan dengan KPK, menambah wawasan dan lain sebagainya agar mengembangkan semangat keranah literasi.

Dari kelima program yang diatas bias kita lihat bahwa Motor Literasi sangat banyak ke ranah menyebarkan kesadaran membaca ini sangat masif dilakukan terutama menyadarkan masyarakat peduli dengan TBM-TBM yang kurang bahan bacaanya.

### **C. Strategi Komunitas Motor Literasi dalam Membangun Kesadaran Masyarakat Membaca**

Seperti yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya bahwa strategi merupakan sebuah rencana manajemen instansi atau organisasi dalam jangka panjang dari hal umum ke hal yang

---

<sup>14</sup> Firman Hadiansyah, diwawancarai oleh Abdul Raufian Rizkiansyah di Sekret Motor Literasi (14, Mei 2018)

khusus, tentunya saja untuk mencapai tujuan yang ingin dicapai oleh instansi dan akan dijadikan sebagai acuan dalam segala kegiatan instansi atau organisasi. Dengan adanya strategi maka sebuah instansi atau organisasi akan lebih mudah dalam melaksanakan berbagai kegiatannya. .

Dalam hal ini komunitas Motor Literasi salah satu organisasi atau komunitas yang juga memiliki strategi untuk menyadarkan minat baca masyarakat Indonesia terutama masyarakat yang ada di Provinsi Banten, peneliti pun melihat beberapa strategi yang akan peneliti uraikan sebagai berikut :

1. Mendekatkan Masyarakat dengan buku

Strategi awal yang dilakukan motor literasi saat berdiri hingga sekarang adalah bagaimana mendekatkan masyarakat dengan buku, maka dari itu teretusnya program-program seperti donasi buku dan gelaran buku. Program tersebut terbilang sangat berhasil terutama program donasi buku, hal ini terlihat antusiasme masyarakat yang ikut menyumbangkan buku-bukunya

kepada motor literasi seperti mahasiswa Untirta dan UIN SMH Banten, Sekolah-sekolah, masyarakat dan satu instansi yaitu KPK, hampir 10 ribu eksemplar buku yang telah didonasikan Komunitas Motor Literasi keseluruhan Kabupaten Kota yang ada di Provinsi Banten.<sup>15</sup>

Sesudah terkumpul tentu saja buku-buku itu akan disortir sesuai dengan kategori buku, seperti kategori Novel, Refrensi, cerpen, cergam, majalah dan lain sebagainya dan hal itu juga disesuaikan dengan segmentasi sasaran masyarakat.

Dalam hal ini motor literasi lebih konsen terhadap anak-anak, maka dari itu kebanyakan buku-buku yang dibawa saat gelaran buku di Alun-alun Kota Serang, Teluk Banten, dan Kraton Kaibon hampir 70% adalah buku anak-anak seperti komik, cerpen dan majalah anak. Kedua program tersebut merupakan cara bagaimana menumbuhkan kesadaran membaca kepada anak, agar anak-anak menjadi senang dan menjadi terbiasa untuk

---

<sup>15</sup> Firman Hadiansyah, diwawancarai oleh Abdul Raufian Rizkiansyah di Sekret Motor Literasi (14, Mei 2018)

melestarikan budaya membaca. Startegi ini pun dianggap sebagai strategi menjemput bola.

## 2. Meratakan Akses Bacaan

Berbicara mengenai rendahnya minat baca dan kesadaran membaca dimasyarakat, Moli memiliki pandanganya tersendiri, meningkatnya minat baca masyarakat harus diimbangi dengan adanya akses bacaan yang memadai, dimana hal ini menjadi patokan awal komunitas Motor Literasi didirikan, sama dengan faktor yang dijelaskan dibab sebelumnya, maka dari itu donasi buku menjadi prioritas awal Moli untuk menyebarkan virus membaca dimana TBM di kampung-kampung lah yang menjadi target dalam pengembangan TBM dengan buku-buku yang telah didonasikan.<sup>16</sup> Karena TBM tersebut sangat sulit dijangkau sehingga mereka sulit mendapatkan akses bacaan. Akses bacaan tersebut disebarkan secara merata dengan Moli yang sangat *mobile*

---

<sup>16</sup> Firman Hadiansyah, diwawancarai oleh Abdul Raufian Rizkiansyah di Sekret Motor Literasi (14, Mei 2018)

dan *flexible*. “ Kenapa kita masih berfikir masyarakat rendah membacanya, kenapa tidak berfikir tentang akses bacaan masyarakat yang sebenarnya tidak ada di daerah mereka, maka dari itu terjadilah rendahnya minat baca di masyarakat.” Itu lah yang dikatakan oleh Firman Hadiansyah selaku ketua komunitas Motor Literasi.

Dengan Moli yang *mobile*, menjadikan Moli sangat mudah dalam menjangkau TBM atau pun masyarakat yang ada di daerah terpencil khususnya seperti Warung Banten yang jalannya masih setapak sama dengan Cisungsang. Hal ini pun dinamakan dengan cara menjemput bola agar masyarakat yang tidak dapat mengakses buku menjadi dapat mengakses buku. Strategi ini lah yang digunakan untuk menyadarkan masyarakat untuk membaca.

### 3. Membuat Kepanjangangan Tangan diseluruh daerah Banten

Beberapa hal yang harus diperhatikan adalah setiap organisasi tentunya memiliki struktur organisasi dimana setiap divisi memiliki perannya masing-masing,



salah satu yang menurut peneliti amat berkontribusi secara banyak adalah pembagian wilayah dimana Motor Literasi ini memiliki kepanjangan tangan dalam melaksanakan setiap program-programnya, seperti di Banten terbagi atas enam (6) *chapter*, Serang, Cilegon, Bayah, Tangerang, Pandeglang, dan Lebak. Tentu saja dari ke enam *chapter* ini menjadi penyokong dalam setiap program komunitas Motor Literasi.

Keenam *chapter* masing-masing memiliki koordinator supaya memudahkan komunikasi dari setiap *chapter* ke pimpinan pusat, atau komunikasi antar chapter itu sendiri.<sup>17</sup> Tentu saja pembagian wilayah ini memudahkan strategi dan perencanaan yang dibuat oleh komunitas Motor Literasi.

#### 4. Membuat Ajakan dengan Poster, meme dan *Press realeas*

Dari berhasilnya ketiga tujuan strategi tersebut ada beberapa hal dukungan yang menunjang terlaksananya program Motor Literasi dalam menyadarkan masyarakat

---

<sup>17</sup> Eka Prasetya, diwawancari oleh Abdul Raufian Rizkiansyah, di Sekret Motor Literasi (Serang: 17 Mei 2018)

dalam membaca, Hal ini diakibatkan masifnya promosi yang dilakukan oleh komunitas Motor Literasi melalui media daring (*online*). Dengan adanya media sosial ini komunitas Motor Literasi digunakan untuk menyebarkan meme, poster dan lain sebagainya yang berisikan pesan untuk sadar membaca dan sadar untuk peduli mendonasikan bukunya kepada Motor Literasi untuk di distribusikan kemudian dibagikan melalui media sosial yang dimiliki Motor Literasi.<sup>18</sup>

Didalam pesan yang disebar oleh komunitas Motor Literasi adalah sebuah bahasa yang disusun dengan menarik agar masyarakat tertarik dengan gagasan yang diutarakan oleh komunitas Motor Literasi, pesan dibuat semenarik mungkin agar setiap ide-ide tersebut dapat dicerna oleh khalayak dan secara spontan khalayak mengikuti apa ide yang telah digagas oleh Motor Literasi, kita bisa melihat pesan-pesan yang dibuat oleh Motor Literasi melalui media sosialnya seperti *Instagram*, disana

---

<sup>18</sup> Firman Hadiansyah, diwawancarai oleh Abdul Raufian Rizkiansyah di Sekret Motor Literasi (14, Mei 2018)

tedapat banyak kata-kata unik simple, dan desain yang menarik seperti gambar dibawah ini:<sup>19</sup>



<sup>19</sup> Instagram @moli\_motorliterasi diakses pada 18 April 2018 pukul 19.00 WIB



Pesan-pesan pada gambar ini lah yang berhasil berdampak kepada kaum milenial karena bahasa yang disusun untuk menjadi pesan yang sesuai dengan bahasa kaum *milenial*, artinya ketika kita memiliki tujuan untuk mempengaruhi salah satu kaum maka kita harus beradaptasi dengan kaum tersebut seperti menggunakan bahasa-bahasa mereka, agar mereka mudah dalam memahami isi pesan yang disampaikan oleh komunitas Motor Literasi, yang sebenarnya anggota Motor Literasi pun didalamnya adalah kaum milenial.

Keefesianan promosi melalui media sosial pun terlihat dari banyaknya pengguna internet di Indonesia, dalam survey tahun 2017, APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) menghintung penetrasi pengguna internet pada tahun 2017 dari

total populasi penduduk Indonesia 262 juta orang yang menggunakan internet 142 juta jiwa atau sekitar 54,68%.<sup>20</sup> Ini lah yang menjadi tolak ukur kenapa media internet menjadi tempat promosi atau pun ajakan untuk menyadarkan masyarakat dalam membaca dan mendonasikan bukunya.

Kemudian dari komposisi pengguna internet pada tahun 2017 APJII pun mensurvey bahwa yang lebih dominan adalah masyarakat yang berumur 19-34 tahun sebanyak 49,52%, diikuti urutan kedua berumur 35-54 tahun sebanyak 29,99%, urutan ketiga berumur 13-18 tahun sebanyak 16,68% dan urutan terakhir ditempatkan kepada masyarakat yang berumur 54 ke atas sebanyak 4, 24%.<sup>21</sup> Dan tentu saja layanan yang paling banyak diakses oleh masyarakat Indonesia yang paling banyak adalah layanan *chatting* dan media sosial. Layanan chatting sebanyak

---

<sup>20</sup> Hasil Survey APJII Tahun 2017 di kutip dari Makalah Novrika dalam pelatihan Duta Damai Dunia Maya BNPT Regional Banten (Tangerang, 22-25, April 2018)

<sup>21</sup> Hasil Survey APJII Tahun 2017 di kutip dari Makalah Novrika dalam pelatihan Duta Damai Dunia Maya BNPT Regional Banten (Tangerang, 22-25, April 2018)

89,35% dan layanan media sosial sebanyak 87,13%.<sup>22</sup> Maka dari itu Motor Literasi menggunakannya dalam menyebarkan pesan-pesan yang menarik dimedia sosialnya, tidak hanya pesan yang disampaikan melainkan informasi kegiatan motor literasi pun dinaikan ke media sosial facebook dan instagram berupa foto kegiatan dan *pres release*.

*Release* ini adalah informasi berupa kegiatan yang didalamnya terkandung 5w+1H dimana fungsinya untuk memberitahukan kegiatan, dimana jika media ingin memberitakan kegiatan Motor Literasi tinggal mengutipnya saja melalui *realeas* yang sudah dibuat oleh pihak Motor Literasi, hal ini pun dipercaya akan berdampak pada masyarakat, instansi swasta atau pemerintah yang ingin bekerjasama kepada Motor Literasi dan memang komunitas Motor Literasi ini ada dan eksis dalam berkegiatan dalam bentuk literasi.<sup>23</sup>

---

<sup>22</sup> Hasil Survey APJII Tahun 2017 di kutip dari Makalah Novrika dalam pelatihan Duta Damai Dunia Maya BNPT Regional Banten (Tangerang, 22-25, April 2018)

<sup>23</sup> Firman Hadiansyah, diwawancarai oleh Abdul Raufian Rizkiansyah di Sekret Motor Literasi (14, Mei 2018)

## Contoh *realeas* Motot Literasi di Media :<sup>24</sup>



Hal yang lain menjadi penyokong tersebarnya kesadaran membaca adalah dari pesan yang dibalut berbeda seperti simbol

<sup>24</sup> Instagram @moli\_motorliterasi diakses pada 18 April 2018 pukul 19.00 WIB

yang digunakan Motor Literasi yaitu adalah beragamnya motor yang unik.<sup>25</sup> Pada dasarnya geng motor memiliki motor yang sudag dimodifikasi mulai dari vespa, motor *cooper*, motor *CB* dan motor gede lainnya. Keunikan ini pun menjadi daya tarik bagi anak-anak yang melihatnya.<sup>26</sup> Kemudian dengan media motor, komunitas Motor Literasi dapat sangat *mobile* dalam menjangkau pembacanya, ini lah yang menjadi kelebihan dari Moli, dimana strategi mereka adalah dengan menjemput bola, tidak menunggu disatu tempat melainkan dengan menghampiri pembacanya untuk meningkatkan kesadaran akan membaca itu sendiri.<sup>27</sup> Dengan hal ini kesadaran membaca meningkat dengan sendirinya.

---

<sup>25</sup> Alfin Rafiudin diwawancarai oleh Abdul Raufian Rizkiansyah di Sekret Motor Literasi ( 9 Mei 2018)

<sup>26</sup> Alfin Rafiudin diwawancarai oleh Abdul Raufian Rizkiansyah di Sekret Motor Literasi ( 9 Mei 2018)

<sup>27</sup> Alfin Rafiudin diwawancarai oleh Abdul Raufian Rizkiansyah di Sekret Motor Literasi ( 9 Mei 2018)



## **D. Faktor Pendukung dan Penghambat dalam Menyadarkan Masyarakat untuk Membaca**

Menyadarkan masyarakat untuk membaca dan meningkatkan minat baca memang tidak semudah untuk membalikan telapak tangan, begitupun dengan upaya yang dilakukan oleh komunitas Motor Literasi, tentu akan ada beberapa faktor yang mendukung dan menghambat.

### **1. Faktor Pendukung**

Faktor pendukung yang didapat oleh Motor Literasi adalah *pertama* setiap kali Motor Literasi menggelar buku dan membuka untuk donasi buku di respon sangat antusias oleh masyarakat terutama anak-anak yang selalu menyambut kedatangan Motor Literasi dengan ramai dan ceria.<sup>28</sup> Hal ini yang mampu membangkitkan semangat relawan Motor Literasi untuk menyebarkan virus minat membaca. *Kedua*, tidak sulit dalam mencari pembaca, karena Motor Literasi menggunakan tempat-tempat publik yang ramai dikunjungi oleh masyarakat sehingga

---

<sup>28</sup> Alfin Rafiudin diwawancarai oleh Abdul Raufian Rizkiansyah di Sekret Motor Literasi ( 9 Mei 2018)

pembacanya dari masyarakat yang sedang berada ditempat tersebut.<sup>29</sup> *Ketiga*, tentu kesolidan dan persaudaraan yang amat besar yang mampu melewati permasalahan dengan bersama-sama.<sup>30</sup>

Seperti yang ditanamkan oleh beberapa anak motor, Motor Literasi ini termasuk geng motor juga dimana geng motor itu mengedepankan aspek persaudaraan susah-senang dijalani bersama ketika ada salah satu dari relawan Motor Literasi bermasalah dengan motornya pasti akan dibantu sampai selesai dan kendaraannya bias berjalan kembali, kalo tidak bias juga, kemudian didorong sampai bengkel terdekat. *Keempat*, relawan Motor Literasi selalu diberikan wawasan lebih mengenai Literasi dari Firman Venayaksa dan Golagong kemudian ditambah dengan jaringan lainnya seperti KPK, kementerian Pendidikan dan teman-teman TBM lainnya.<sup>31</sup>

---

<sup>29</sup> Alfin Rafiudin diwawancarai oleh Abdul Raufian Rizkiansyah di Sekret Motor Literasi ( 9 Mei 2018)

<sup>30</sup> Alfin Rafiudin diwawancarai oleh Abdul Raufian Rizkiansyah di Sekret Motor Literasi ( 9 Mei 2018)

<sup>31</sup> Alfin Rafiudin diwawancarai oleh Abdul Raufian Rizkiansyah di Sekret Motor Literasi ( 9 Mei 2018)

## 2. Faktor Penghambat

Setelah adanya faktor pendukung tentu saja ada faktor penghambat dalam menyadarkan masyarakat membaca, seperti kita ketahui minat membaca di Indonesia sangatlah rendah, terutama di era teknologi seperti ini, kita dapat melihat hambatan yang paling besar adalah dengan adanya teknologi canggih seperti *smartphone*, hampir semua orang memiliki alat ini terutama kaum *milenial* atau generasi Z, kemudian hambatan yang selanjutnya yang dirasakan oleh relawan Motor Literasi adalah respon awal masyarakat yang acuh terhadap buku yang digelar, namun hal ini terus dilakukan Motor Literasi karena mereka yakin bahwa lama-lama masyarakat akan peduli dan menghampiri buku yang dibawa oleh Motor Literasi.<sup>32</sup> Pada dasarnya Moli tidak ingin masyarakat dipaksa agar ingin membaca, tapi dengan adanya Motor Literasi yang hadir terus menerus niat membacaa itu akan muncul dengan sendirinya.

---

<sup>32</sup> Alfin Rafiudin diwawancarai oleh Abdul Raufian Rizkiansyah di Sekret Motor Literasi ( 9 Mei 2018)

Hambatan terakhir adalah dari kedisiplinan relawan itu sendiri, mereka menyadari bahwa kedisiplinan saat awal-awal sangat rendah, tapi dengan

seringnya berkegiatan akhirnya sadar dan lama-lama hal tersebut akan terbiasa dilakukan oleh relawan Motor Literasi.<sup>33</sup>

---

<sup>33</sup> Alfin Rafiudin diwawancarai oleh Abdul Raufian Rizkiansyah di Sekret Motor Literasi ( 9 Mei 2018)

## BAB V

### KESIMPULAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan diatas, peneliti dapat menarik kesimpulan tentang bagaimana strategi komunitas Motor Literasi dalam menyadarkan masyarakat beserta dukungan dan hambatan yang diperoleh komunitas Moli, sebagai berikut :

1. Strategi komunitas Motor Literasi dalam menyadarkan masyarakat dalam membaca, *pertama*, mendekatkan masyarakat dengan buku melalui program donasi buku dan gelaran buku. *Kedua*, meratakan akses bacaan dengan pendistribusian buku ke TBM-TBM terpencil menggunakan motor agar lebih mudah terjangkau. *Ketiga*, pembuatan kepanjangan tangan Motor Literasi melalui *Chapter-chapter* yang tersebar di seluruh daerah Banten agar memudahkan dalam pendistribusian buku dan program-program lainnya.

*Keempat*, melakukan ajakan kepada masyarakat melalui poster, meme, dan *pres releas* di media sosial dan koran agar masyarakat mengetahui dan ikut gerakan pentingnya membaca.

2. Faktor pendukung yang hingga sampai saat ini terlihat oleh peneliti adalah kesolidan relawan komunitas Motor Literasi dan jiwa sosial yang tinggi terhadap masyarakat yang tidak dapat mengakses buku. Sedangkan dalam hambatan, peneliti melihat awal mula komunitas Moli ini dipandang sebelah mata karena mengajak geng motor yang lebih melekat terhadap urakan, kriminal dan hal negatif lainnya, kemudian masyarakat yang masih acuh terhadap buku pun masih menjadi PR tersendiri untuk komunitas Moli agar semakin membaur. Kemudian hambatan selanjutnya adalah kurangnya komunikasi antar anggota sehingga masih terjadi kesalah pahaman terkait kegiatan-kegiatan yang terselenggara.

## **B. Saran**

Dari apa yang telah dipaparkan di atas, peneliti dapat mengemukakan saran-saran sebagai berikut,:

1. Merapihkan data-data yang penting seperti sejarah berdirinya Motor Literasi, filosofi logo, struktur organisasi dan sebagainya dalam satu file atau pun dibuat buku, agar lebih memudahkan proses penelitian dikemudian hari
2. Lebih produktif lagi dalam menyebarkan virus membaca melalui media sosial, dan terkonsep konten-konten apa saja yang menarik, seperti video pendek untuk ajakan membaca dan mendonasikan buku.
3. Tingkatkan komunikasi antar seluruh anggota Moli agar terjadi kekeluargaan yang utuh dan bisa bekerja sama dengan baik
4. perbanyak lagi TBM-TBM yang ada ditempat publik seperti tempat-tempat pariwisata, *cafe-café*, salon dan

tempat publik lainnya agar masyarakat dapat mengakses bahan bacaan ditempat yang mereka tuju.

5. Dan saran bagi pemerintah lebih peduli terhadap TBM-TBM yang berada Indonesia terkhususnya di Banten, karena tanpa bantuan dari instansi pemerintah tentu TBM-TBM tersebut akan semakin sulit berkembang. Jangan sampai masyarakat terus yang bergerak secara pribadi dan kelompok.



## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi, Ruslan, *Metodologi Penelitaian Kualitatif*, cet ke , Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2016.
- Bungin, Burhan, *Analisis Data Penelitian Kualitatif*, cet ke , Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2012.
- Cangara. Hafied, *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*, Ed-Revisi, cet ke 3, Jakarta: Rajawali Pers, 2014.
- Effendy, Onong Uchjana, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, cet ke 22, Bandung: PT. Rosdakarya, 2009.
- Ismail, Ilyas dan Prio Hotman, *Filsafat Dakwah: Rekayasa Membangun Agama dan Peradaban Islam*, Ed ke 1, cet ke 1, Jakarta: Kencana, 2013.
- Gong, Gol A dan Agus M Irkham, *Gempa Literasi*, cet ke 1, Jakarta: Kepustakaan Populer Gramedia, 2012.
- Morissan, *Manajemen Public Realitions: Strategi Menjadi Humas Profesional*, cet ke , Jakarta: Kencana, 2008.
- Mulyana, Deddy, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, cet ke 15, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya Offset, 2011.
- Mulyana, Deddy, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, cet ke , Bandung: PT. Remaja Rosdakarya Offset, 2004

Rakhmat, Jalaluddin, *Metode Penelitian Komunikasi*, Ed ke 2, cet ke 6, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya Offset, 1998.

Wahyudin, Aep dan Manik Sunuantari, *Melawan Hoax di Media Sosial & Media Massa*, cet ke 1, Yogyakarta: Trustmedia Publishing, 2017.

Wawancara :

Alfin Rafiudin diwawancarai oleh Abdul Raufian Rizkiansyah di Sekret Motor Literasi: 9 Mei 2018

Eka Prasetya, diwawancarai oleh Abdul Raufian Rizkiansyah di Sekret Motor Literasi: 17 Mei 2018

Firman Hadiansyah, diwawancarai oleh Abdul Raufian Rizkiansyah di Sekret Motor Literasi: 14 Maret 2018

Firman Hadiansyah, diwawancarai oleh Abdul Raufian Rizkiansyah di Sekret Motor Literasi: 14 Mei 2018

Firman Hadiansyah, “Motor Literasi, Komunitas kecil dengan mimpi besar,” diwawancarai oleh Pas TV, dipublikasikan di Youtube pada 22 Februari 2018

Media Cetak :

Majalah Jendela Pendidikan dan Kebudayaan, *Gerakan Literasi untuk Tumbuhkan Budaya Literasi*, Edisi VI/ Oktober 2016

Nurul H Maarif, “ Teman Duduk Terbaik Hanyalah Buku,”  
Radar Banten: 27 April 2018.

Media Online :

<https://kbbi.kemdikbud.co.id> diakses pada hari selasa 17  
April 2018

*Instagram @moli\_motorliterasi* postingan 23 februari 2018

Salusu, J. *Pengambilan Keputusan Stratejik untuk  
Organisasi Publik dan*

*Organisasi Nonprofit*, (Jakarta: PT Gramedia  
Widiararana Indonesia, 1996)

<http://books.google.co.id/books?id=Bbw3EryILJsC&pg=PR4&dq=salusu+1996&hl=id&sa=X&ei=QqPUzuDdb18AWP0oLoBw&ved=0CCYQ6AEwAA#v=onepage&q=salusu%201996&f=false>. Diakses pada 14 Maret 2018  
pukul 20.20 WIB

Titik Kismiati, “Minat baca rendah, mayoritas warga  
Indoensia hobi nonton televisi,” diwawancarai  
oleh Kontibutor Ungaran (Kompas.com),  
Syahrul Munir (Semarang: Kamis, 28 April  
2016).

Survey :

Hasil Survey APJII Tahun 2017 di kutip dari Makalah  
Novrika dalam  
pelatihan Duta Damai Dunia Maya BNPT  
Regional Banten (Tangerang, 22-25, April  
2018)

# **Lampiran-lampiran**

## **Draf Wawancara**

### a. Narasumber Pertama

Nama : Afin Rafiudin

Jabatan : Sekertaris Jendral Motor Literasi

Pekerjaan : Mahasiswa

1. Secara administratif, bagaimana motor Literasi mengelola kegiatannya?
2. Menurut anda, apa sih bedanya komunitas motor literasi dengan komunitas literasi lainnya?
3. Apa faktor pendukung dan penghambat kegiatan motor literasi dalam menyadarkan minat baca masyarakat?

### b. Narasumber Kedua

Nama : Dr. Firman Hadiansyah, M. Hum,

Jabatan : Founder & Presiden Motor  
Literasi

Pekerjaan : Dosen

1. Apa Tujuan didirikannya Komunitas Motor Literasi ?
2. Sejak Kapan Motor Literasi berkiprah di Banten?
3. Apa Saja Program Motor Literasi di Banten?
4. Apa sih bedanya komunitas motor Literasi dengan komunitas literasi lainnya?
5. Bagaimana perkembangan minat baca masyarakat saat motor literasi ada?
6. Bagaimana kondisi SDM di motor literasi ?
7. Siapa/golongan masyarakat mana saja yang menjadi sasaran motor literasi dalam meningkatkan minat baca?
8. Strategi apa yang digunakan untuk meningkatkan minat baca dan media apa yang digunakan dalam menarik masyarakat untuk menambah kesadaran membaca?

c. Narasumber Ketiga

Nama : Eka Prasetya

Jabatan : Ketua *Chapter* Motor Literasi  
Kota Serang

Pekerjaan : Karyawan Swasta

1. Secara structural anda menjadi Moli chapter Serang?  
Bagaimana peranan chapter serang dan fungsinya dalam menyadarkan minat baca di masyarakat ?
2. Adakah program khusus yang dilakukan moli chapter serang dalam meyadarkan minat baca ? kalo ada boleh jelaskan?
3. Menurut anda , bagaimana penilaian anda terhadap peran motor literasi dalam hal ketepatan startegi, efektivitas dan dampak dari meningkatnya kesadaran membaca di banten khususnya di kota serang?
4. Bagaimana harapan anda kepada motor literasi kedepannya

## Dokumentasi Penelitian dan kegiatan Motor Literasi di Kota Serang



Wawancara dengan Afin Rafiudin selaku Sekjen Moli di Sekret Motor Literasi



Wawancara dengan Dr. Firman Hadiansyah, M. Hum, selaku Presiden Moli di Sekret Motor Literasi





Kegiatan gelar buku di Kraton Kaibon, Kota Serang



Pendistribusian Buku pada Pojok Baca *Bigmad Barbersho*