

**IMPLEMENTASI STRATEGI *COMMUNITY-BASED SOCIAL*
MARKETING PADA RUMAH LITERASI INDONESIA DALAM
MENCIPTAKAN KULTUR LITERASI**

SKRIPSI

*Diajukan untuk memenuhi sebagian dari syarat memperoleh Gelar Sarjana Bisnis
(S.Bns.)*



Sabrina Kathleen

NIM 1808278

**PROGRAM STUDI KEWIRAUSAHAAN
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
KAMPUS TASIKMALAYA**

2022

LEMBAR PENGESAHAN

IMPLEMENTASI STRATEGI *COMMUNITY-BASED SOCIAL MARKETING* PADA RUMAH LITERASI INDONESIA DALAM MENCIPTAKAN KULTUR LITERASI

Tasikmalaya, 30 September 2022

Disetujui dan disahkan oleh pembimbing:

Pembimbing I,

Pembimbing II,



Arief Budiman, S.S., S.Sos., IMSMEs.
NIP 920171219841004101

Tika Annisa Lestari Koeswandi, S.E., M.M.
NIP 920190219920513201

Diketahui:

Ketua Program Studi S1 Kewirausahaan,

Azizah Fauziah, S.Pd., M.Pd.
NIP 920171219910820201

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul **“IMPLEMENTASI STRATEGI *COMMUNITY-BASED SOCIAL MARKETING* PADA RUMAH LITERASI INDONESIA DALAM MENCIPTAKAN KULTUR LITERASI”** beserta isinya merupakan hasil orisinal dari saya sendiri.

Saya tidak menyalin atau mengutip dengan cara yang tidak etis. Jika pernyataan ini melanggar moral ilmu pengetahuan di kemudian hari atau jika ada pihak lain yang menuntut kredibilitas tulisan saya. Saya siap menanggung risikonya.

Tasikmalaya, 13 Agustus 2022

Yang menyatakan,

Sabrina Kathleen

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsinya.

Penulis sadar bahwa tanpa adanya bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, penyelesaian skripsi ini tidak akan terwujud. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih sebanyak-banyaknya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. M. Solehuddin, M.Pd., M.A. selaku Rektor Universitas Pendidikan Indonesia.
2. Bapak Prof. Dr. Nandang Rusmana, M.P.D., selaku Direktur Universitas Pendidikan Indonesia Kampus Tasikmalaya.
3. Bapak Dr. Heri Yusuf Muslihin, M.P.D., selaku Wakil Direktur Universitas Pendidikan Indonesia Kampus Tasikmalaya.
4. Kedua orangtua, yakni Bapak Subur dan Ibu Dwi Astuti. Terima kasih banyak atas dukungan dan bantuan yang senantiasa diberikan selama ini hingga penulis mampu menyelesaikan masa studinya. Gelar ini penulis peruntukan untuk mereka.
5. Al-Fath Terry sebagai kakak, terima kasih banyak selama ini selalu memberikan dukungan dan kepercayaan kepada penulis hingga bisa menyelesaikan masa studinya.
6. Bapak Arief Budiman, S.S., S.Sos., IMSMEs. sebagai pembimbing I, terima kasih sudah memberikan bimbingan, dukungan, serta arahan sejak semester awal.
7. Ibu Tika Annisa Lestari Koeswandi, S.E., M.M. sebagai pembimbing II, terima kasih atas bimbingannya selama ini yang selalu memberikan arahan, masukan, dan kesempatan yang membuat penulis berkembang selama masa perkuliahan.
8. Seluruh dosen Prodi Kewirausahaan. Terima kasih atas ilmu, arahan, dan bimbingan yang selama ini diberikan.
9. Bapak Tunggal Harwanto selaku pendiri Rumah Literasi Indonesia. Terima kasih sudah membantu penulis dalam pengerjaan skripsi ini dengan bersedia menjadi narasumber penelitian.

10. Teman-teman seperjuangan Kewirausahaan 2018 yang telah bersama selama empat tahun ini yang telah melalui suka dan duka bersama.

11. Saya ucapkan terimakasih kepada seluruh pihak yang telah membantu dan tidak dapat saya sebutkan secara pribadi dalam penelitian ini.

Terimakasih saya ucapkan yang sebesar-besarnya, semoga setiap langkah ke depan akan selalu dalam ridho Allah Subhanahu wa ta'ala dan diberikan kelancaran.

Tasikmalaya, 24 September 2022

Sabrina Kathleen

**IMPLEMENTASI STRATEGI *COMMUNITY-BASED SOCIAL*
MARKETING PADA RUMAH LITERASI INDONESIA DALAM
MENCIPTAKAN KULTUR LITERASI**

Sabrina Kathleen¹, Arief Budiman², Tika Annisa Lestari Koeswandi³
Program Studi Kewirausahaan
Universitas Pendidikan Indonesia

ABSTRAK

Rendahnya tingkat literasi di Indonesia masih menjadi persoalan yang masih belum dapat ditangani kasusnya hingga saat ini. Hal ini yang memicu Rumah Literasi Indonesia sebagai komunitas sosial yang mendukung perkembangan literasi di Indonesia untuk turut andil dalam permasalahan tersebut, melalui program-program edukatif dan kegiatan yang mendukung gerakan literasi. Sehingga penelitian ini dilakukan untuk mengetahui (1) gambaran mengenai strategi yang sesuai untuk diaplikasikan pada komunitas sosial di bidang literasi, (2) untuk mengidentifikasi strategi CBSM pada Rumah Literasi Indonesia, dan (3) untuk mengetahui dampak yang diberikan melalui strategi CBSM. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian kualitatif, yang mana bertujuan untuk memberikan gambaran serta penjelasan dalam bentuk narasi. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi-non partisipatif, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) strategi CBSM merupakan strategi yang cocok diaplikasikan untuk komunitas sosial di bidang literasi, (2) melalui pengaplikasian kelima indikator CBSM, Rumah Literasi Indonesia berhasil mewujudkan visi dan misinya dalam memberdayakan masyarakat, dan (3) dampak positif yang diberikan, yakni masyarakat sekitar terlebih anak-anak mulai paham mengenai teknologi informasi, memiliki wawasan baru, mulai mengembangkan keterampilan yang dimiliki, berhasil meningkatkan kualitas diri, dan mulai sadar akan pentingnya literasi.

Kata kunci: Strategi, Pemasaran sosial, Komunitas.

**IMPLEMENTATION OF COMMUNITY-BASED SOCIAL MARKETING
STRATEGY AT RUMAH LITERASI INDONESIA IN CREATING
CULTURAL LITERACY**

Sabrina Kathleen¹, Arief Budiman², Tika Annisa Lestari Koeswandi³
Entrepreneurship Study Program
Universitas Pendidikan Indonesia

ABSTRACT

A weak level of literacy in Indonesia is still being a problem that still can't be handled until now. This has triggered Rumah Literasi Indonesia, as a social community that supports the growth of literacy in Indonesia, to get involved in this problem by providing educational programs and activities that support the literacy movement. Thus, this research was conducted to discover (1) an overview of the right strategy to be implemented in the social communities in the area of literacy, (2) identify the CBSM strategy in Rumah Literasi Indonesia, and (3) find out the impact of the CBSM strategy. The research method used in this research is qualitative, which aims to provide an overview and explanation in narrative form. Data collection was conducted through interviews, non-participatory observation, and documentation. The results of the study show that (1) the CBSM strategy is a suitable strategy for social communities in the area of literacy, (2) through the implementation of the five CBSM indicators, Rumah Literasi Indonesia has succeeded in actualizing its vision and mission to empowering the community, and (3) the positive impacts are that the local community, especially children begin to understand the information of technology, gain new insights, begin to develop their skills, succeed in improving self-quality, and started to realize the importance of literacy.

Keywords: Strategy, Social Marketing, Community.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, karena atas rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “IMPLEMENTASI STRATEGI *COMMUNITY-BASED SOCIAL MARKETING* PADA RUMAH LITERASI INDONESIA DALAM MENCIPTAKAN KULTUR LITERASI” Sholawat serta salam kita panjatkan kepada Nabi besar Muhammad SAW, beserta keluarga, sahabat dan umatnya hingga akhir zaman.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Kewirausahaan. Selain itu, penelitian ini diperuntukkan untuk mengetahui implementasi strategi *community-based social marketing* pada komunitas sosial Rumah Literasi Indonesia dalam mendukung kultur literasi.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih belum sempurna. Oleh karena itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari berbagai disiplin ilmu untuk membuatnya menjadi lebih baik lagi dalam penelitian setelahnya.

Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua dan menjadi bahan penelitian untuk pengembangan ilmu pengetahuan.

Tasikmalaya, 28 April 2022

Sabrina Kathleen

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA	iii
UCAPAN TERIMA KASIH	iv
ABSTRAK.....	vi
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.5 Batasan Penelitian	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	7
2.1 Kajian Teori.....	7
2.1.1 <i>Community-Based Social Marketing</i>	7
2.1.2 Kultur Literasi	14
2.2 Penelitian Terdahulu.....	21
2.3 Kerangka Pemikiran	25
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	26
3.1 Objek Penelitian	26
3.2 Metode dan Desain Penelitian	27
3.2.1 Metode Penelitian.....	27
3.2.2 Desain Penelitian.....	27
3.3 Operasional Variabel	28
3.4 Sumber Data dan Alat Pengumpulan Data	28
3.5 Responden	31
3.6 Teknik Analisis Data	31
3.7 Alur Penelitian.....	33
3.8 Jadwal Penelitian	34

BAB IV PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	35
4.1 Gambaran Strategi <i>Community-Based Social Marketing</i> Pada Komunitas di Bidang Literasi.....	35
4.2 Identifikasi Strategi <i>Community-Based Social Marketing</i> Pada Rumah Literasi Indonesia Dalam Menciptakan Kultur Literasi.....	36
4.3 Dampak Yang Diberikan Melalui Strategi <i>Community-Based Social Marketing</i> Pada Rumah Literasi Indonesia Dalam Menciptakan Kultur Literasi	50
BAB V SIMPULAN, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI.....	56
5.1 Simpulan.....	56
5.2 Implikasi	58
5.3 Rekomendasi	58
DAFTAR PUSTAKA	60
LAMPIRAN	64

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Alat Pengembangan Strategi.....	8
Tabel 2. 2 Penelitian Terdahulu	21

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Grafik Perkembangan Skor Literasi	1
Gambar 1. 2 Grafik Data Komunitas	4
Gambar 2. 1 Grafik CBSM	7
Gambar 2. 2 Kerangka Pemikiran	25
Gambar 3. 1 Rumah Literasi Indonesia.....	26
Gambar 3. 2 Teknik Triangulasi	31
Gambar 3. 3 Model Interaktif HUBERMAN dan Huberman	32
Gambar 3. 4 Diagram Alur Penelitian.....	34
Gambar 4. 1 Potret Salah Satu Kegiatan Program Rumah Literasi Indonesia	36
Gambar 4. 2 Beberapa Poster Kegiatan Rumah Literasi Indonesia	37
Gambar 4. 3 Akun YouTube Rumah Literasi Indonesia.....	39
Gambar 4. 4 Akun Instagram Rumah Literasi Indonesia.....	40
Gambar 4. 5 Akun Spotify Rumah Literasi Indonesia.....	41
Gambar 4. 6 Akun Facebook Rumah Literasi Indonesia	41
Gambar 4. 7 Akun Website Rumah Literasi Indonesia.....	42
Gambar 4. 8 Mitra Kolaborasi dan Media yang meliput Rumah Literasi Indonesia	43

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Wawancara Penelitian	64
Lampiran 2 Transkrip Wawancara	66
Lampiran 3 Dokumentasi Wawancara	75
Lampiran 4 Hasil Coding/Tabulasi Wawancara	76