

Peran Komunitas Buku dalam Kampanye *Read Asia, Read Diverse, Read All* sebagai Upaya Menghentikan *Book Shaming* di Media Sosial

Eka Maulina^{1*)}, Rukiyah²

^{1,2}*Program Studi Ilmu Perpustakaan, Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Diponegoro,
Jl. Prof. Soedarto, SH, Kampus Undip Tembalang, Semarang, Indonesia*

*) Korespondensi: ekamaulina99@gmail.com

Abstract

[The Role of Book Communities in Read Asia, Read Diverse, Read All Campaigns as an Effort to Stop Book Shaming on Social Media] This research discusses the role of the book community in the Read Asia, Read Diverse, Read All campaign as an effort to stop book shaming on social media. The purpose of this study is to find out how the role of the book community in the Read Asia, Read Diverse, Read All campaign as an effort to stop book shaming on social media. The research method used in this research is qualitative with a case study approach. Data was collected using passive participatory observation methods, semi-structured interviews, and documentation studies. The data analysis method uses the Miles and Huberman model. The results showed that book shaming occurs due to the absence of empathy from book readers towards other book readers with different reading tastes. The book community provides a space for readers to share their reading experiences to increase empathy among book readers. Online book communities collaborating on the Read Asia, Read Diverse, Read All Campaign have tried to carry out various effective activities to stop the phenomenon of book shaming on social media, including utilizing community Instagram media to share information related to the campaign, recommending books tailored to the audience of each community, sharing knowledge about book shaming issues, creating public discussion forums in the form of webinars, providing mentoring services through direct messages on Instagram, sharing materials related to campaign events, creating polls on Instagram stories related to book shaming issues, and holding book giveaway events.

Keywords: *book shaming; online book communities; the read asia, read diverse, read all campaigns; social media*

Abstrak

Penelitian ini membahas mengenai peran komunitas buku dalam kampanye *Read Asia, Read Diverse, Read All* sebagai upaya menghentikan *book shaming* di media sosial. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana peran komunitas buku dalam kampanye *Read Asia, Read Diverse, Read All* sebagai upaya menghentikan *book shaming* di media sosial. Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Pengambilan data dilakukan dengan menggunakan metode observasi partisipatif pasif, wawancara semi terstruktur, dan studi dokumentasi. Metode analisis data menggunakan model Miles dan Huberman. Hasil penelitian menunjukkan bahwa fenomena *book shaming* terjadi karena tidak adanya rasa empati dari pembaca buku terhadap pembaca buku lainnya yang memiliki selera bacaan yang berbeda. Komunitas buku memberikan ruang untuk para pembaca agar dapat berbagi mengenai pengalaman membacanya guna meningkatkan rasa empati antarpembaca buku. Komunitas-komunitas buku daring yang berkolaborasi dalam Kampanye *Read Asia, Read Diverse, Read All* telah berupaya melakukan berbagai kegiatan yang efektif untuk menghentikan fenomena *book shaming* di media sosial, di antaranya adalah memanfaatkan media Instagram komunitas untuk membagikan informasi terkait kampanye, merekomendasikan buku-buku yang disesuaikan dengan *audiens* setiap komunitas, membagikan pengetahuan tentang isu *book shaming*, membuat forum diskusi publik berbentuk webinar, memberikan layanan pendampingan melalui pesan langsung di Instagram, berbagi materi terkait acara kampanye, membuat *polling* di Instagram *story* terkait isu *book shaming*, dan mengadakan acara *giveaway* buku.

Kata kunci: *book shaming; komunitas buku daring; kampanye read asia, read diverse, read all; media sosial*

1. Pendahuluan

Budaya membaca menjadi suatu dasar dalam menilai kemajuan dan perkembangan IPTEK di setiap negara (Sudarsana, 2014:4). Oleh karena itu di Indonesia gerakan literasi semakin banyak dicanangkan untuk terus memajukan tingkat literasi masyarakat (Kadiwanu, 2019:1). Terlebih lagi ketika lembaga survei literasi internasional mengeluarkan daftar peringkat literasi dari tiap negara. Fakta bahwa Indonesia menempati peringkat rendah semakin membuat banyak pihak mulai menyadari bahwa tingkat literasi masyarakat masih kurang. Pada Maret 2016, *Central Connecticut State University* (CCSU) mengumumkan daftar peringkat literasi dari 61 negara. Dari hasil survei yang telah dilakukan, Indonesia berada pada urutan 60 dari 61 negara yang disurvei (Central Connecticut State University, 2016:1). Studi lain mengenai peringkat literasi juga dilakukan oleh *Organisation for Economic Co-Operation and Development* (OECD) melalui *Programme for International Student Assessment* (PISA) pada 2018. Hasil survei menunjukkan bahwa Indonesia berada di peringkat 69 dari 79 negara, dengan skor rata-rata kemampuan membaca, yaitu 371 sedangkan rata-rata OECD adalah 487 (OECD, 2018:1). Survei dalam negeri mengenai minat baca masyarakat juga dilakukan oleh Perpustakaan Nasional pada 2017. Hasil yang diperoleh adalah rata-rata masyarakat Indonesia membaca buku selama 30 sampai 59 menit dengan rata-rata tiga sampai empat kali dalam satu minggu (Badan Litbang, 2018:1).

Ketika masyarakat sudah mulai menyadari bahwa membaca buku itu penting, fenomena yang tidak menyenangkan di dunia literasi muncul secara tiba-tiba, yaitu fenomena *book shaming*. Istilah *book shaming* mungkin masih terdengar asing untuk banyak orang. *Book shaming* adalah suatu keadaan ketika seseorang menyudutkan orang lain atas bahan bacaan yang dibacanya, sehingga orang tersebut dapat kehilangan rasa kepercayaan diri terhadap bahan bacaan yang dibaca. Istilah ini juga digunakan ketika seseorang menganggap bahwa bahan bacaan A lebih baik daripada bahan bacaan B. *Book shaming* memiliki arti seperti *body shaming*, yaitu bersifat merendahkan (Angaraini & Gunawan, 2019:119). Namun, *book shaming* targetnya adalah buku dan pembacanya. Banyak kekhawatiran timbul dari beragam komunitas maupun pencinta buku terhadap dampak *book shaming* ini. Hal yang paling membuat khawatir adalah pelaku dari *book shaming* cenderung tidak menyadari bahwa mereka telah melakukan suatu kejahatan terhadap buku. Perasaan tidak percaya diri yang timbul dari korban *book shaming* dapat mengakibatkan perilaku negatif seperti enggan membaca di ruang publik, menolak untuk memberikan penilaian terhadap buku yang dibaca, hingga yang paling parah adalah menolak untuk membaca buku apa pun (Shopia, 2019).

Istilah *book shaming* pertama kali peneliti temui pada tahun 2021 ketika akun Instagram Penerbit Haru yang peneliti ikuti mulai memperkenalkan kampanye *Read Asia, Read Diverse, Read All* sebagai sebuah rangkaian acara yang akan mengisi kegiatan Penerbit Haru sepanjang tahun 2021. Isu yang akan mereka angkat pada kampanye tersebut adalah isu *book shaming*. Isu tersebut menarik perhatian peneliti untuk meneliti lebih lanjut karena merupakan sebuah fenomena baru dan belum banyak diketahui masyarakat secara luas. Penerbit Haru yang merupakan penerbit buku-buku Asia

mulai menyadari bahwa fenomena *book shaming* dapat mematahkan semangat membaca bagi para pembaca buku. Dengan pemikiran seperti itu, Penerbit Haru bersama dengan komunitas-komunitas buku daring berkolaborasi untuk mengadakan kampanye bertajuk *Read Asia, Read Diverse, Read All*. Gerakan ini dilatarbelakangi oleh keresahan komunitas terhadap isu *book shaming, community shaming, dan hate comment* yang dilakukan oleh kalangan pembaca di media sosial. Melalui gerakan yang positif ini diharapkan dapat menyalurkan suara setiap pembaca terhadap selera bacaan masing-masing individu. Dengan kampanye ini juga diharapkan dapat menyebarkan semangat membaca yang positif dan meningkatkan empati untuk saling menghargai berbagai jenis bahan bacaan. Buku Asia menjadi poin penting dalam kampanye yang disuarakan ini, karena menurut Penerbit Haru buku Asia mengandung nilai keberagaman dan memiliki berbagai macam *genre* atau jenis buku.

Kampanye *Read Asia, Read Diverse, Read All* yang diinisiasi oleh Penerbit Haru dapat menjadi solusi dalam mengurangi fenomena *book shaming* pada situs media sosial di kalangan pembaca sekaligus membangun kembali minat baca masyarakat. Isu mengenai *book shaming* merupakan hal negatif yang seharusnya dapat dihindari, tetapi karena keterbatasan pengetahuan pelaku *book shaming* bahkan tidak menyadari bahwa telah melakukan hal tersebut. Sehingga penelitian ini akan membahas lebih lanjut mengenai kampanye yang dilakukan oleh Penerbit Haru bersama dengan komunitas-komunitas buku daring dalam menghentikan fenomena *book shaming* di media sosial. Melalui sebuah kajian dalam penelitian berjudul “Peran Komunitas Buku dalam Kampanye *Read Asia, Read Diverse, Read All* sebagai Upaya Menghentikan *Book Shaming* di Media Sosial”.

2. Landasan Teori

2.1 Konsep Keragaman dalam Bacaan

Konsep keragaman dalam bacaan mencakup penerimaan dan sikap saling menghormati antarpembaca terhadap bahan bacaan masing-masing individu (Farady & Sierjames, 2018:43). Hal tersebut memberikan pemahaman bahwa setiap individu itu unik dan masing-masing di antaranya perlu untuk mengakui adanya perbedaan tersebut. Perbedaan dalam bacaan dapat berdasarkan budaya, jenis kelamin, usia, agama, atau latar belakang pendidikan dan pekerjaan (Esfandiari, 2018:1). Adanya perbedaan tersebut merupakan sebuah bentuk keragaman yang biasa terjadi di masyarakat. Demi menciptakan lingkungan yang aman bagi pembaca, diperlukan toleransi yang positif agar keragaman bacaan yang ada tidak menimbulkan perselisihan tentang preferensi bacaan.

Keragaman bacaan diciptakan oleh individu dan kelompok dari bentuk perbedaan pendapat serta kegemaran yang tidak terbatas (Ferdinand, Daene, & Yolin, 2017:1). Adanya perbedaan membuat dukungan antarindividu menjadi sangat penting. Melindungi keragaman yang ada menjadi bentuk penghargaan bagi setiap individu dan kelompok agar terbebas dari prasangka negatif yang dapat memecah belah pembaca. Menghormati preferensi bacaan individu lain dapat menciptakan lingkungan yang kooperatif. Perbedaan bentuk bacaan di dunia mampu menghasilkan kekuatan

intelektual dan solusi inovatif yang beragam karena pada dasarnya setiap bacaan memiliki fungsinya dan pembaca masing-masing (Lambert, 2016:72).

Keragaman dalam bacaan memiliki makna yang lebih dari sekadar pengakuan atau toleransi perbedaan. Keragaman bacaan melibatkan berbagai bentuk kesadaran pembaca di antaranya adalah sikap saling memahami dan menghargai individu dan budaya, menghormati pengalaman pembaca lain, memahami bahwa melakukan diskriminasi terhadap pembaca lain dapat menimbulkan kerugian bagi pihak lain, serta membangun aliansi lintas perbedaan sehingga dapat memberantas segala bentuk diskriminasi bacaan (Mba Sr & Teresa, 2013:145).

2.2 Peran Komunitas Buku Daring dalam Kampanye Keragaman Bacaan

Perbedaan bahan bacaan di antara pembaca merupakan salah satu bentuk keragaman membaca yang telah biasa terjadi di masyarakat. Melalui keragaman yang ada, terbentuklah komunitas-komunitas buku dengan minat jenis buku yang sama. Menurut Pawito (dalam Heriyati & Kurniatun, 2022:74-75) terdapat empat peran media komunitas, yaitu sebagai media penyebaran informasi, forum diskusi publik, ruang untuk membantu mencapai kesepakatan dalam mengatasi persoalan, dan pendorong semangat untuk berpartisipasi. Dengan bergabung ke dalam sebuah komunitas, pembaca dapat membagikan pengalaman membaca kepada pembaca lain di dalam komunitas yang diikuti.

Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi memberikan peluang bagi komunitas untuk melakukan interaksi dan menjalankan kegiatan secara *virtual*. Komunitas yang dijalankan secara daring sering kali mengadakan beragam kegiatan salah satunya adalah kampanye. Kampanye dilakukan untuk menyuarakan keresahan-keresahan yang ada agar dapat terdengar di ruang publik. Ostergaard menyebutkan bahwa tujuan kampanye memuat tiga aspek, yaitu *Awareness, Attitude dan Action* (dalam Anggraeni et al., 2018:3). Aspek pertama adalah kesadaran (*awareness*), dengan kegiatan kampanye diharapkan dapat membuka kesadaran, dan pemahaman masyarakat yang dituju terhadap suatu isu yang diangkat. Dalam aspek ini, kegiatan dalam kampanye akan difokuskan kepada informasi dan pengetahuan akan suatu isu. Sedangkan dalam aspek sikap (*attitude*) tujuannya adalah dapat mengubah sikap negatif yang biasa ditunjukkan masyarakat terhadap suatu isu. Pada aspek ini kampanye akan difokuskan pada kegiatan pengetahuan yang dapat melatih sikap dan mendorong simpati sasaran. Aspek terakhir, yaitu tindakan (*action*), melalui kampanye diharapkan dapat mendorong masyarakat untuk ikut serta dalam menyuarakan isu-isu yang menjadi tema kampanye.

2.3 Book Shaming di Media Sosial

Book shaming pada media sosial merupakan sebuah bentuk ujaran kebencian. Menurut Nockleby, ujaran kebencian adalah komunikasi dalam bentuk apa pun yang bersifat merendahkan seseorang atau suatu kelompok berdasarkan karakteristik tertentu (dalam Warner & Hirschberg, 2012:19). *Book shaming* yang merupakan keadaan ketika seseorang menyudutkan orang lain atas karakteristik bahan bacaan yang dibacanya membuat *book shaming* termasuk ke dalam sebuah bentuk ujaran kebencian. Ujaran kebencian di media sosial menjadi permasalahan penting yang dapat mengganggu media sosial karena pengguna dapat dengan mudah memberikan umpan balik dan

menyebarkan konten secara masif sehingga dapat berdampak negatif terhadap kenyamanan pengguna (Djuric et al., 2015:1).

Prinsip kebebasan berpendapat di media sosial dapat disalahgunakan sehingga memberikan kesan negatif berupa ujaran kebencian. Kebebasan berbicara di publik dipandang sebagai hak setiap manusia untuk berpendapat. Namun, hukum dapat melihat hal tersebut sebagai kejahatan apabila bentuk pengekspresian pendapat menyangkut diskriminasi (Erjavec & Kovačić, 2012:901). Diskriminasi membuat seseorang merasa bahwa mereka sendirian dan membuat tidak percaya diri. Deskriminasi atau membeda-bedakan juga terjadi terhadap pembaca buku dan itulah yang disebut *book shaming*. Seperti mengkotak-kotakkan pembaca berdasarkan bahan bacaan yang dibaca.

Perbedaan pandangan akan suatu hal tertentu juga dapat memicu munculnya ujaran kebencian (MacAvaney et al., 2019:2). Beragamnya *genre* dan bentuk bahan bacaan dapat membuat seseorang melakukan *book shaming*. Pandangan bahwa buku yang dibaca adalah buku yang lebih baik, berkualitas, dan bermanfaat daripada buku yang dibaca oleh orang lain membuat pembaca dapat berpikir bahwa buku orang lain berada di peringkat lebih rendah. Hal ini didukung oleh pernyataan Azhar dan Soponyono bahwa meremehkan seseorang atau sekelompok orang tidak terbatas subjek apa saja termasuk ke dalam bentuk ujaran kebencian (Azhar & Soponyono, 2020:281).

Book shaming di media sosial dapat menimbulkan dampak negatif bagi individu atau kelompok yang menjadi targetnya. Hornsby dan McGowan mengungkapkan bahwa ujaran kebencian dapat menutup hak targetnya untuk bersuara mengungkapkan pendapat (dalam Maitra & McGowan, 2012:7-8). Matsuda menuliskan bahwa ujaran kebencian dapat membahayakan individu seperti tekanan psikologis, perasaan bahwa harga diri menjadi rendah, dan pembatasan kebebasan bergerak (dalam Gelber & McNamara, 2016:2).

3. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Metode kualitatif adalah metode penelitian yang menekankan pada pemahaman makna yang beragam dari partisipan sehingga hasil yang diperoleh tidak untuk mengeneralisasi pandangan dari setiap partisipan yang terlibat (Shidiq & Choiri, 2019:13). Pendekatan studi kasus digunakan untuk melakukan penelitian yang objek kajiannya dibatasi oleh ruang dan waktu (dalam Wahyuningsih, 2013:16). Pemilihan informan didasarkan pada kriteria yang ditentukan peneliti di antaranya adalah informan merupakan anggota komunitas yang berkolaborasi dalam kampanye *Read Asia*, *Read Diverse*, *Read All*; informan terlibat langsung dalam kegiatan kampanye *Read Asia*, *Read Diverse*, *Read All*; dan informan bersedia untuk diwawancarai oleh peneliti.

Adapun metode pengambilan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, dan studi dokumentasi. Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan metode analisis data di lapangan model Miles dan Huberman tahun 1984. Analisis data dilakukan pada saat pengambilan data

berlangsung dan setelah selesai pengambilan data. Proses analisis data dilakukan secara interaktif dan berlangsung hingga peneliti merasa bahwa data yang ditemukan di lapangan telah bersifat jenuh. Proses analisis data model Miles dan Huberman terdiri dari tiga langkah, yaitu reduksi data (*data reduction*), penyajian data (*data display*), dan penarikan kesimpulan atau verifikasi (*conclusion drawing/verification*) (Sugiyono, 2016:246).

4. Hasil dan Pembahasan

4.1 Sebagai Media Penyebaran Informasi

Peran ini berkenaan dengan peran komunitas buku dalam menyebarkan informasi terkait kampanye *Read Asia, Read Diverse, Read All*. Penyebaran informasi menjadi suatu hal yang penting dalam kegiatan kampanye karena dapat berpengaruh pada banyaknya orang yang tahu dan selanjutnya dapat ikut mengkampanyekan kegiatan yang sedang berlangsung. Komunitas buku yang mengikuti kampanye ini memiliki beragam cara dalam upaya penyebaran informasi kepada anggotanya secara internal maupun ke pada khalayak umum.

Komunitas PNFI (Penggemar Novel Fantasi Indonesia) melakukan penyebaran informasi tentang kampanye *Read Asia, Read Diverse, Read All* melalui media sosial kemudian ditambah dengan media aplikasi WhatsApp. Hal tersebut dituturkan Rifda selaku perwakilan PNFI karena komunitas ini berjalan memang berbasis secara daring. Hal yang hampir serupa juga dituturkan oleh Hestia selaku pendiri komunitas Baca Bareng. Dalam penyebaran informasinya, Hestia memanfaatkan media Instagram Baca Bareng sekaligus akun pribadi Hestia. Penggunaan akun pribadi sebagai media penyebaran informasi menjadi sebuah pilihan yang tepat karena selain dapat memperluas jangkauan publik, melalui akun pribadinya Hestia dapat bercerita lebih mendalam mengenai pemikirannya terkait dengan isu *book shaming*.

Lebih lanjut hal yang dilakukan komunitas buku dalam menyebarkan informasi adalah dengan membagikan informasi atau rekomendasi buku-buku yang dapat dibaca oleh audiens seperti yang dilakukan oleh komunitas BTS AHC (ARMY Help Center).

“Kita nge-*share* info-info misalnya buku-buku apa yang bisa dibaca sama teman-teman *audiens* kita. Karena kita memang lebih *relate* sama BTS, jadi memang buku-buku yang direkomendasikan sama BTS sendiri dan kebetulan BTS merekomendasikan buku-buku yang dari Korea Selatan kebanyakan. Jadi memang buku-buku yang dari Asia juga. Kita juga bantu *share* dan menceritakan seperti apa bukunya.” (Sharon Mailangkay, 13 April 2022)

Sharon menyampaikan bahwa komunitas BTS AHC menyebarkan informasi dengan menyesuaikan *audiens*-nya. Basis pengikut BTS AHC sebagian besar adalah penggemar idola K-Pop BTS, sehingga mereka merekomendasikan buku-buku yang juga direkomendasikan oleh BTS. Peneliti menganalisis bahwa upaya penyebaran informasi perlu disesuaikan dengan target yang dituju. Hal tersebut menjadi penting karena target yang dituju akan menjadi lebih tertarik dengan kegiatan yang

sedang dikampanyekan. Mereka menjadi lebih memahani tujuan dari kampanye tersebut karena sesuai dengan minat dan kesenangan mereka.

Hal yang sama juga dilakukan oleh komunitas Detectives ID. Dalam penyebaran informasinya, komunitas ini memanfaatkan fitur unggah postingan dan Instagram *Story* untuk dapat menginformasikan pada khalayak umum mengenai kegiatan *talk-show* yang akan diadakan, isu *book shaming*, hingga isu-isu sosial yang akan dibahas dalam *talk-show* tersebut. Lebih lanjut Muhammad Fadil selaku pendiri dari komunitas Detectives ID juga menuturkan bahwa komunitasnya juga merekomendasikan buku-buku detektif atau misteri dari beberapa negara di Asia.

Komunitas-komunitas buku daring yang ikut berkolaborasi dalam Kampanye *Read Asia, Read Diverse, Read All* telah melakukan upaya penyebaran informasi mengenai pengetahuan *book shaming* untuk para pembaca melalui media sosial Instagram. Penyebaran informasi dilakukan dengan tujuan untuk membangun *awareness* atau kesadaran bagi para pembaca atas pentingnya menghindari tindakan *book shaming*. Hal tersebut sesuai dengan hasil penelitian Ostergaard (dalam Anggraeni et al., 2018:3) mengenai salah satu aspek tujuan kampanye, yaitu untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap suatu isu. Dengan pemahaman dan pengetahuan yang telah dibangun oleh setiap komunitas buku dalam menyebarkan informasi, para pembaca dapat memahami tujuan diadakannya kampanye tersebut serta dapat ikut serta dalam mengkampanyekan isu anti-*book shaming* kepada para pembaca buku lainnya.

4.2 Sebagai Forum Diskusi Publik

Sebagai forum diskusi publik komunitas buku diharapkan memiliki peran yang nyata untuk memfasilitasi diskusi publik berkenaan dengan persoalan-persoalan terkait isu *book shaming* dalam kampanye *Read Asia, Read Diverse, Read All*. Peneliti telah menganalisis dan menemukan bahwa selama rangkaian kampanye tersebut berlangsung, komunitas-komunitas buku yang tergabung telah secara nyata menyediakan beragam forum diskusi publik agar para pembaca dapat berbagi mengenai pendapatnya terkait isu *book shaming*. Hal ini disampaikan pula oleh Rifda, perwakilan dari komunitas PNFI saat melakukan wawancara bersama peneliti. “Kami mengadakan semacam webinar tapi lebih seperti diskusi membahas perbedaan atau ciri khas fiksi-fiksi fantasi Asia. Kami juga membuat poling kecil-kecilan gitu selama acara, seperti isu sosial yang diangkat, tokohnya, atau sekadar yang penting settingnya ada di Asia.” (Rifda, 30 Maret 2022)

Forum-forum diskusi yang diadakan selama kampanye *Read Asia, Read Diverse, Read All* berlangsung di antaranya, yaitu “*Read Asia Sharing Session*” yang merupakan sebuah forum diskusi virtual yang mengajak para pembaca untuk berbagi pengalaman membaca buku-buku Asia, “*Book Club Meeting: Memorable Book Now and Then*” yang merupakan forum diskusi virtual yang memberikan tempat bagi para pembaca untuk berbagi pengalaman berkesan para pembaca ketika membaca buku masa lalu, “*Mystery & Social Issues*” yang merupakan sebuah forum diskusi virtual yang mengajak para penyuka buku misteri untuk membahas isu-isu misteri yang dibahas dalam buku-

buku misteri, “*Talk Show: Map of The Soul: 7 with Murray Stein*” yang merupakan sebuah *talk show* untuk membahas sebuah buku berjudul *Map of The Soul: 7* bersama dengan Dr. Murray Stein seorang penulisnya langsung, “#JelajahBuku: Senarai Fantasi di Lembah Asia” yang merupakan kegiatan diskusi virtual yang mengajak para pencinta novel fantasi untuk mengenal lebih dalam novel-novel fantasi buatan penulis Asia, dan “*Talk Show: Mengasah Empati dengan Membaca*” yang merupakan sebuah *talk show* yang mengundang seorang psikolog untuk berbagi kepada para pembaca tentang empati dalam membaca.

Selama jalannya kegiatan kampanye, peneliti menganalisis bahwa seluruh komunitas membuat acara diskusi virtual yang tema acaranya disesuaikan dengan tema dari komunitas tersebut. Misalnya komunitas PNFI membuat diskusi virtual yang diskusinya berkaitan dengan novel-novel fantasi, kemudian Detected ID juga membuat diskusi virtual yang bahasannya terkait dengan buku-buku detektif. Selain memfasilitasi para pembaca untuk menyuarakan pendapatnya, komunitas buku juga mendampingi para pembaca selama acara berlangsung sebagai seorang panelis maupun moderator acara.

Sebagian besar komunitas buku daring yang berkolaborasi dalam Kampanye *Read Asia, Read Diverse, Read All* telah memfasilitasi para pembaca untuk dapat berbagi pengalaman membaca serta pemikirannya terhadap fenomena *book shaming* melalui acara webinar yang interaktif. Dalam forum komunitas tersebut para pembaca tidak berdiri sendiri melainkan tergabung bersama dengan para pembaca lainnya, sehingga melalui forum diskusi yang diadakan dapat tercapailah salah satu tujuan diadakannya kampanye, yaitu untuk meningkatkan empati para pembaca dengan memahami sudut pandang pembaca lainnya. Hal tersebut mendukung penelitian dari Coleman (dalam Haridison, 2013:2) mengenai teori model sosial dilihat berdasarkan fungsinya, yaitu suatu individu tidak berdiri sendiri melainkan terdiri dari individu-individu lainnya yang kemudian disebut sebagai komunitas. Komunitas tersebut memfasilitasi tindakan individu-individu yang ada dalam suatu komunitas untuk dapat mencapai tujuannya.

4.3 Sebagai Ruang untuk Membantu Mencapai Kesepakatan dalam Mengatasi Persoalan

Peran ini merupakan sebuah peran yang diharapkan dapat dilakukan oleh komunitas buku untuk mengedepankan pencapaian jalan keluar terhadap persoalan-persoalan yang dialami oleh anggotanya secara bersama-sama. Hal tersebut dapat dilakukan dengan cara misalnya mengetahui persoalan apa yang sedang dihadapi oleh anggota selanjutnya komunitas bersama anggota berbagi solusi yang dapat dilakukan agar persoalan tersebut dapat diselesaikan dengan baik. Dalam kampanye *Read Asia, Read Diverse, Read All* setiap komunitas yang ikut tergabung telah secara terbuka memberikan ruang bagi para pembaca untuk dapat bercerita tentang permasalahan yang dimiliki terutama yang terkait dengan *book shaming*. Salah satu komunitas yang telah secara aktif membantu para anggotanya untuk mengatasi masalah adalah komunitas BTS AHC. Hal ini disampaikan oleh Sharon mengenai konsep dari komunitas BTS AHC.

“Awalnya kita datang dari keinginan teman-teman ARMY untuk bisa punya wadah, saling *sharing* dan cerita. Komunitas ini memberikan layanan pendampingan dari *dm*, kita dengerin *curhat* dari teman-teman ARMY yang datang. Kebetulan kita juga memang datang dari teman-teman yang punya *background* psikologi.” (Sharon Mailangkay, 13 April 2022)

Sebagai sebuah komunitas yang terbentuk dari keinginan penggemar BTS (ARMY), BTS AHC memiliki konsep komunitas yang memberikan layanan pendampingan secara khusus untuk para penggemar BTS maupun masyarakat secara umum agar dapat bercerita mengenai persoalan-persoalan yang sedang dialami. Pendampingan anggota dalam sebuah komunitas dapat membuat anggota yang tergabung di dalamnya memiliki wadah tersendiri untuk menceritakan persoalan hidupnya. Dengan wadah ini, anggota komunitas dapat merasa nyaman dan aman serta persoalan yang sedang dialami dapat teratasi dengan baik pula. Selain itu pihak komunitas juga dapat memahami hal-hal yang dibutuhkan oleh anggota sehingga dapat memberikan beragam inovasi terkait kegiatan-kegiatan yang akan dilakukan di masa mendatang.

Pendampingan komunitas terhadap para pembaca atas persoalan yang dialami para pembaca dilakukan oleh komunitas yang berkolaborasi dalam Kampanye *Read Asia, Read Diverse, Read All*. Ruang yang diberikan oleh komunitas membuat para pembaca tidak merasa sendiri dalam menangani masalahnya, melainkan memiliki teman yang dapat menemani serta membantunya dalam menangani masalah. Hal tersebut sejalan dengan teori modal sosial yang diungkapkan oleh Robert D. Putnam yang menyebutkan bahwa jaringan interaksi dapat menumbuhkan rasa diri atau *sense of self* yang membangun posisi “aku” menjadi “kita” (Putnam, 2015). Kebersamaan antarpembaca dapat membuat para pembaca merasa tidak sendiri karena dapat mencari jalan keluar dan mengatasi masalah secara bersama-sama.

4.4 Sebagai Pendorong Semangat untuk Berpartisipasi

Kehadiran partisipan dalam sebuah kampanye menjadi hal yang selalu diperhatikan oleh penyelenggara kampanye. Hal tersebut berkaitan dengan luasnya publik yang dapat dijangkau penyelenggara dalam menyebarkan visi, misi dan tujuan atas kegiatan kampanye yang diselenggarakan. Dengan luasnya jangkauan publik, isu kampanye yang digerakkan dapat menjadi lebih berarti karena tujuan diselenggarakan kampanye tersebut terlaksanakan dengan baik. Dalam kampanye *Read Asia, Read Diverse, Read All* setiap komunitas yang tergabung di dalamnya memiliki beragam cara untuk dapat membuat anggota, para pengikutnya di media sosial, hingga para pembaca secara umum memiliki semangat untuk ikut berpartisipasi. Melalui hasil temuan yang ditemukan peneliti ada beberapa cara yang dilakukan oleh komunitas buku dalam mendorong semangat para pembaca untuk berpartisipasi dalam kegiatan kampanye antara lain, yaitu komunitas buku melakukan *sharing* materi terkait dengan acara yang akan diadakan, membagikan beberapa konten mengenai buku di media sosial komunitas, membuat *polling* di Instagram *story* berkaitan dengan isu *book shaming*, serta membagikan rekomendasi buku-buku. Tujuan komunitas melakukan upaya-upaya

tersebut agar para partisipan memiliki wawasan lebih mendalam tentang isu *book shaming* dan agar bacaan para pembaca menjadi lebih beragam.

Hal lain yang dilakukan komunitas buku dalam kampanye *Read Asia, Read Diverse, Read All* adalah dengan mengadakan kegiatan *giveaway*. Kegiatan *giveaway* merupakan sebuah upaya komunitas mengajak para partisipan untuk ikut dalam kegiatan kampanye yang akan diselenggarakan melalui cara berbagi hadiah secara gratis dengan syarat-syarat tertentu. Hestia selaku pendiri komunitas Baca Bareng berbagi pendapatnya mengenai cara komunitasnya dalam mendorong semangat berpartisipasi para pengikutnya di Instagram.

“*Giveaway* di *social media* itu kan salah satu cara orang buat *engage brand*, komunitas atau sebuah gerakan untuk *engage* sama *followers*-nya untuk membangun *awareness*. Lalu sisanya aku tetap konsisten melakukan apa yang Baca Bareng lakukan setiap bulan sejak aku bikin tahun 2019. Dari situlah mereka jadi *aware* ketika aku menyuarakan bahwa aku ikutan *campaign*-nya Penerbit Haru.” (Hestia Istiviani, 02 April 2022)

Giveaway menjadi sebuah cara umum yang biasa dilakukan oleh *brand*, komunitas atau suatu gerakan kampanye yang bertujuan mendorong para pengikut di media sosial untuk membangun kepedulian dan menarik perhatian calon partisipan agar mengikuti acara atau gerakan yang akan dilangsungkan. Peneliti menganalisis bahwa dalam mengadakan acara *giveaway* komunitas-komunitas buku mencantumkan syarat-syarat yang berkaitan dengan bacaan yang beragam dan isu *book shaming*. Selain itu, peneliti juga melihat bahwa hadiah yang diberikan dalam acara-acara *giveaway* yang diadakan adalah buku-buku yang memiliki tema-tema yang beragam.

Dalam melakukan perannya, komunitas-komunitas buku daring yang tergabung dalam Kampanye *Read Asia, Read Diverse, Read All* telah secara aktif berupaya memberikan semangat berpartisipasi para pembaca untuk mengikuti rangkaian kegiatan kampanye tersebut dengan mengadakan acara *giveaway* buku. Acara *giveaway* buku terbukti dapat mempromosikan lingkungan literasi kepada masyarakat serta dapat meningkatkan minat membaca. Hal tersebut sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Merel de Bondt, Ingrid A. Willenberg, dan Andriana G. Bus (de Bondt et al., 2020:349), yaitu program *giveaway* buku dapat mempromosikan lingkungan literasi yang selanjutnya dapat lebih banyak meningkatkan minat membaca dan keterampilan literasi masyarakat.

5. Simpulan

Penelitian ini membahas mengenai peran komunitas buku dalam kampanye *Read Asia, Read Diverse, Read All* sebagai upaya menghentikan *book shaming* di media sosial. Fenomena *book shaming* terjadi karena tidak adanya rasa empati dari pembaca buku terhadap pembaca buku lainnya yang memiliki selera bacaan yang berbeda. Komunitas buku yang merupakan tempat yang paling dekat dengan para pembaca memberikan ruang untuk para pembaca agar dapat berbagi mengenai pengalaman membacanya guna meningkatkan rasa empati antarpembaca buku. Berdasarkan temuan dan analisis penelitian yang disajikan oleh peneliti, komunitas-komunitas buku daring yang

berkolaborasi dalam Kampanye *Read Asia, Read Diverse, Read All* telah berupaya melakukan berbagai kegiatan yang efektif untuk menghentikan fenomena *book shaming* di media sosial, di antaranya adalah memanfaatkan media Instagram komunitas untuk membagikan informasi terkait kampanye, merekomendasikan buku-buku yang disesuaikan dengan *audiens* setiap komunitas, membagikan pengetahuan tentang isu *book shaming*, membuat forum diskusi publik berbentuk webinar, memberikan layanan pendampingan melalui pesan langsung di Instagram, berbagi materi terkait acara kampanye, membuat *polling* di Instagram *story* terkait isu *book shaming*, dan mengadakan acara *giveaway* buku.

Daftar Pustaka

- Angaraini, & Gunawan, B. I. (2019). Upaya Hukum Penghinaan (Body Shaming) Dikalangan. *Jurnal Lex Justitia*, 1(1), 113–124.
- Anggraeni, B., Putri, S., Pranayama, A., & Sutanto, R. P. (2018). Perancangan Kampanye “ Sizter ’ s Project ” sebagai Upaya Pencegahan Body Shaming. *Journal DKV*, 1, 1–9. <http://publication.petra.ac.id/index.php/dkv/article/view/7275/6594>
- Azhar, A. F., & Soponyono, E. (2020). Kebijakan Hukum Pidana dalam Pengaturan dan Penanggulangan Ujaran Kebencian (Hate Speech) di Media Sosial. *Jurnal Pembangunan Hukum Indonesia*, 2(2), 275–290. <https://doi.org/10.14710/jphi.v2i2.275-290>
- Badan Litbang. (2018). *Hasil Penelitian Perpunas: Sehari Baca Buku Kurang Satu Jam*. <https://litbang.kemendagri.go.id/website/hasil-penelitian-perpunas-sehari-baca-buku-kurang-satu-jam/>
- Central Connecticut State University. (2016). *World’s Most Literate Nations*. <https://www.ccsu.edu/wmln/rank.html>
- de Bondt, M., Willenberg, I. A., & Bus, A. G. (2020). Do Book Giveaway Programs Promote the Home Literacy Environment and Children’s Literacy-Related Behavior and Skills? *Review of Educational Research*, 90(3), 349–375. <https://doi.org/10.3102/0034654320922140>
- Djuric, N., Zhou, J., Morris, R., Grbovic, M., Radosavljevic, V., & Bhamidipati, N. (2015). Hate Speech Detection with Comment Embeddings. *Proceedings of the 24th International Conference on World Wide Web*, 29–30. <https://doi.org/10.1145/2740908.2742760>
- Erjavec, K., & Kovačič, M. P. (2012). “You Don’t Understand, This is a New War!” Analysis of Hate Speech in News Web Sites’ Comments. *Mass Communication and Society*, 15(6), 899–920. <https://doi.org/10.1080/15205436.2011.619679>
- Esfandiari, M. (2018). Statistics: A Window to Understanding Diversity. *ICOTS10 (2018) Contributed Paper - Refereed*.
- Farady, R., & Sierjames, J. (2018). Identifikasi Nilai Kemajemukan Indonesia sebagai Identitas Bangsa dalam Iklan Mixagrip Versi Keragaman Budaya Indonesian Pluralism Value Identification as Nation Identity in Mixagrip Advertising Version of Keragaman Budaya. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 6(1), 37–50.
- Ferdinand, D., Daene, U., & Yolin, Y. (2017). Dimensions of Diversity Models: A Critical Perspective. *American Journal of Multidisciplinary Research*, 2(2), 200–208. <http://onlinejournal.org.uk/index.php/ajmur/article/viewFile/107/128>
- Gelber, K., & McNamara, L. (2016). Evidencing the harms of hate speech. *Social Identities*, 22(3), 324–341. <https://doi.org/10.1080/13504630.2015.1128810>
- Haridison, A. (2013). Modal sosial dalam pembangunan. *JISPAR: Jurnal Ilmu Sosial, Politik Dan*

Pemerintahan, 4, 31–40.

- Heriyati, P., & Kurniatun, T. C. (2022). *Pemberdayaan ruang publik terpadu ramah anak sebagaipengembangan potensi usaha kecil warga*. Penerbit Qiara Media.
- Kadiwanu, A. S. (2019). *Gerakan Literasi Nasional, Gerakan Bersama Demi Mencerdaskan Kehidupan Bangsa*. BP PAUD DAN DIKMAS NTT. <https://bppauidikmasntt.kemdikbud.go.id/index.php/sistem-informasi/11-artikel/70-gerakan-literasi-nasional-gerakan-bersama-demi-mencerdaskan-kehidupan-bangsa>
- Lambert, J. (2016). Cultural diversity as a mechanism for innovation: Workplace diversity and the absorptive capacity framework. *Journal of Organizational Culture, Communications and Conflict*, 20(1), 68–77.
- MacAvaney, S., Yao, H. R., Yang, E., Russell, K., Goharian, N., & Frieder, O. (2019). Hate speech detection: Challenges and solutions. *PLoS ONE*, 14(8), 1–16. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0221152>
- Maitra, I., & McGowan, M. K. (2012). *Speech and harm: Controversies over free speech*. Oxford University Press on Demand.
- Mba Sr, I. N., & Teresa, E. U. (2013). Diversity in the Concept of Management: Different Style and Difference Ethics. *American Journal of Humanities and Social Sciences*, 1(3), 144–150. <https://doi.org/10.11634/232907811301377>
- OECD. (2018). What 15-year-old students in Indonesia know and can do. *Programme for International Student Assessment (PISA) Result from PISA 2018*, 1–10.
- Putnam, R. D. (2015). Bowling alone: America’s declining social capital. In *The city reader* (pp. 188–196). Routledge.
- Shidiq, U., & Choiri, M. (2019). Metode Penelitian Kualitatif di Bidang Pendidikan. In *Journal of Chemical Information and Modeling* (Vol. 53, Issue 9). [http://repository.iaiponorogo.ac.id/484/1/METODE PENELITIAN KUALITATIF DI BIDANG PENDIDIKAN.pdf](http://repository.iaiponorogo.ac.id/484/1/METODE%20PENELITIAN%20KUALITATIF%20DI%20BIDANG%20PENDIDIKAN.pdf)
- Shopia, A. (2019, August 8). *Apa itu book shaming? tanya kak aya yuk!* | *Bookish Corner - YouTube*. Bookish Journal. https://www.youtube.com/watch?v=rc4DGSZ9A8s&ab_channel=BookishJournal
- Sudarsana, U. (2014). *Konsep Dasar Pembinaan Minat Baca*. 1–49. <http://repository.ut.ac.id/4222/1/PUST4421-M1.pdf>
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Penerbit Alfabeta.
- Wahyuningsih, S. (2013). Metode Penelitian Studi Kasus: Konsep, Teori Pendekatan Psikologi Komunikasi, dan Contoh Penelitiannya. In *Madura: UTM Press. Dalam https://www.scribd.com/document/3824* (Vol. 91045).
- Warner, W., & Hirschberg, J. (2012). Detecting hate speech on the world wide web. *Proceeding LSM '12 Proceedings of the Second Workshop on Language in Social Media, Lsm*, 19–26. <http://dl.acm.org/citation.cfm?id=2390374.2390377>