

## **Analisis Communitization dalam Platform Social reading di Indonesia**

### **Communitization Analysis in Social reading Platforms in Indonesia**

**Fani Nur Jannah<sup>1</sup>✉, Amalia Rizky Fatonah<sup>2</sup>, Maida Turnip<sup>3</sup>**

Politeknik Negeri Jakarta

✉ fani.nur.jannah@grafika.pnj.ac.id

#### **Abstrak**

Konsep *social reading* sebagai salah satu platform komunitas pembaca buku muncul sebagai adopsi teknologi informasi dalam bidang penerbitan buku dan *ebook*. Di mana, platform ini muncul sebagai wadah antara penulis, pembaca, dan penerbit untuk saling berinteraksi. Bahkan semenjak pandemic covid-19, perkembangan platform sosial reading semakin pesat. Hal ini adapat terlihat dari banyaknya platform sejenis yang muncul saat pandemi. Dalam artikel ini, penulis ingin menganalisis konsep *communitization* yang merupakan bagian dari new wave marketing dalam perkembangan *social reading* di Indonesia. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif yang berdasarkan pada paradigm konstruktivis dan metode studi kasus, penelitian ini memunculkan beberapa temuan. Diantaranya, bila kemunculan platform *social reading* secara tidak langsung memudahkan penulis dan penerbit menemukan target marketnya, berkomunikasi secara interaktif dengan mereka, dan melakukan strategi komunikasi pemasaran yang baik. Dengan adanya sifat interaksi secara horizontal antara mereka dan adanya teknologi sebagai medium, hal ini menjadi sesuai dengan aspek *communitization* dari New Wave Marketing.

**Kata-kata Kunci: Social Reading, Communitization, Marketing Communication, New Media**

#### **Abstract**

*The concept of social reading as a community platform for book readers emerged as the adoption of information technology in the field of book and ebook publishing. Where, this platform appears as a place between writers, readers, and publishers to interact with each other. Even since the covid-19 pandemic, the development of social reading platforms has been growing rapidly. This can be seen from the many similar platforms that have appeared during the pandemic. In this article, the author wants to analyze the communitization concept which is part of the new wave marketing in the development of social reading in Indonesia. By using a qualitative approach based on the constructivist paradigm and the case study method, this research raises several findings. Among other things, if the emergence of a social reading platform indirectly makes it easier for writers and publishers to find their target market, communicate interactively with them, and carry out a good marketing communication strategy. With the nature of horizontal interaction between them and the existence of technology as a medium, this is in accordance with the communitization aspect of New Wave Marketing.*

**Keywords: Social Reading, Communitization, Marketing Communication, New Media**

## PENDAHULUAN

McLuhan (1996) mengungkapkan bila teknologi merupakan perpanjangan tangan dari manusia. Sehingga faktor efisiensi dan tujuan jelas dari penciptaan teknologi tersebut harus terus ada. Faktor efisiensi merupakan sebuah konsep yang termasuk di dalamnya menunjukkan adanya hasil dari aktivitas yang dilakukan oleh teknologi. Sementara itu, teknologi pun digambarkan sebagai sebuah kegiatan untuk membantu, memenuhi kebutuhan, mengatasi masalah, dan memecahkan masalah manusia. Sehingga teknologi dibentuk dengan memiliki tujuan yang jelas dan memiliki makna.

Salah satu bidang yang terkena dampak dari perkembangan teknologi adalah bidang menulis dan membaca, yang sangat erat kaitannya dengan industri percetakan buku. Perkembangan teknologi dalam bidang ini juga tidak main-main, dimulai dari buku berbentuk fisik hingga munculnya *ebook*.

*Ebook* merupakan sebuah teknologi baru dalam industri percetakan buku yang dimulai sejak tahun 1970-an ini, diciptakan saat Microsoft mencoba membuat program Hyper. Akan tetapi, baru ketika kemunculan novel Host dalam sebuah *floppy disc* pada tahun 1992 yang disebarkan ke pembaca *ebook* mulai dikenal sebagai salah satu jenis media baca baru. (Alison, 2014). Padahal sebelumnya, sama seperti saat kemunculan televisi, respons khalayak sempat begitu skeptis dengan cara membaca teks dalam sebuah layar.

Akibat teknologi *ebook*, perkembangan selanjutnya memunculkan tren membaca buku baru dengan menggunakan *e-reader*. Sebuah perangkat lunak untuk membaca buku elektronik pada media elektronik seperti komputer, gawai, PDA (*Personal Digital Assistant*), Tablet PC, dan media – media pendukung yang lain. Menurut Kwan (2013), buku elektronik atau *ebook* dapat dibaca daring secara langsung menggunakan *e-reader* atau mengunduhnya di beberapa website penyedia *ebook*. Sifat buku digital tidak harus berebut tempat di rak toko buku, *ebook* dijual melalui website (toko virtual), rekomendasi dari penyuka buku di media sosial seperti Facebook, Twitter dan forum daring dengan menyebarkan link buku digital juga turut memudahkan promosi. Selain itu, format *ebook* yang bermacam-macam juga menjadi salah satu kelebihannya dari buku cetak.

Perkembangan teknologi kembali merubah wajah media membaca dan menulis sejak adanya teknologi e-reader ini. Apalagi sejak media sosial dan komunitas-komunitas daring mulai menjamur di dunia maya. Tampak ketika pada akhirnya bermunculan beragam platform menulis dan membaca daring beberapa tahun belakangan. Atau menurut Pawley (2016) disebut *social reading*, yakni ketika interaksi komunitas media sosial dapat terjadi selama proses membaca itu sendiri dan dalam ruang teks dan digital dari *ebook*. Ini disebut sebagai "*social reading*" atau "an experience between multiple readers and one text" (Stevens, 2012).

Beberapa daftar platform *social reading* yang terkenal di dunia di antaranya, Wattpad ([wattpad.com](http://wattpad.com)), Fan Fiction ([fanfiction.net](http://fanfiction.net)), Asian Fanfics ([asianfanfics.com](http://asianfanfics.com)), DevianArt ([devianart.com](http://devianart.com)), FicWad dan ([ficwad.com](http://ficwad.com)) (Kowalczyk, 2014). Sementara di Indonesia terdapat beberapa platform *social reading* yang terkenal, seperti Storial.com, karyakarsa, KBM, dan Kwikku. Sebenarnya, ada alasan mengapa platform menulis dan membaca, seperti *social*

*reading* ini dapat diterima dengan baik oleh khalayak ramai. Hal ini dikarenakan platform ini mampu mengubah cara penulis dan pembaca berinteraksi. serta bagaimana penerbit juga agen menemukan penulis dan menghasilkan konten. Bila sebelumnya konsentrasi industri penerbitan lebih condong pada homogenisasi produk dan fokus pada penulis terkenal yang membuat penulis kelas menengah dan pemula sulit untuk dikenal, berkat munculnya platform kepenulisan ini penulis-penulis tersebut diberikan kesempatan untuk unjuk diri, baik kepada pembaca maupun penerbit besar. Platform ini memberikan wadah kepada para penulis baru untuk mengembangkan kemampuan menulis sekaligus membangun audiens daring yang lebih spesifik, sebuah rute yang tidak dapat dilakukan dengan cara penerbitan tradisional.

Selain itu, kisah-kisah populer dari platform *social reading* rupanya mulai menarik minat rumah produksi dan film. Satu novel yang kerap menjadi contoh sukses ekspansi konten *social reading* ke film di dunia adalah *The Kissing Booth*. Drama komedi percintaan remaja ini awalnya adalah kisah bersambung karya gadis 15 tahun bernama Beth Reekles yang ditulis untuk Wattpad pada 2011.

Selain itu, sepanjang tahun 2018 khusus untuk Indonesia saja, film bioskop berdasarkan novel Wattpad mencapai tujuh judul atau sekitar 25% dari seluruh film adaptasi. Tren tersebut tidak berhenti dan akan meningkat untuk tahun 2019. Walaupun untuk jumlah penonton tidak dapat mengalahkan film-film adaptasi novel seperti *Critical Eleven* dengan 881.530 penonton pada tahun 2017 atau pun *Dylan 1990* pada tahun 2018 kemarin yang berhasil menjaring 6.315.664 penonton. Namun, pencapaian film *Dear Nathan* pada tahun 2017 yang hanya terpaut sedikit dengan film adaptasi novel lainnya, seperti *Surat Kecil Untuk Tuhan* yang berlabel bestseller dengan 715.361 penonton pada tahun 2017 (berdasarkan data dari [filmindonesia.or.id](http://filmindonesia.or.id)), menunjukkan bila ada suatu fenomena yang tidak biasa pada platform *social reading* ini. Sebab fenomena semacam ini biasanya hanya dapat dilakukan oleh penulis senior dengan jumlah penjualan fantastis.

Berdasarkan latar belakang di atas, fenomena buku-buku fiksi jebolan platform *social reading* tentu menarik untuk diteliti di Indonesia. Apalagi bila melihat fenomenanya hal itu sangat terkait dengan konsep *communitization* dalam komunikasi pemasaran 4.0 atau *new wave marketing*.

### **Social Reading**

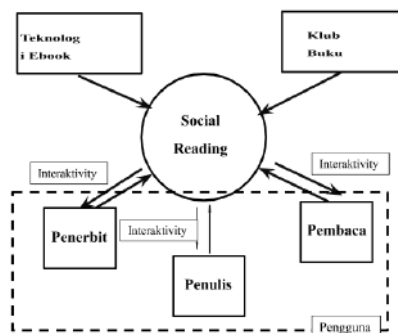
Munculnya teknologi mobile dan media sosial pada dekade pertama abad kedua puluh satu telah melihat perkembangan berbagai komunitas daring. Termasuk di dalamnya komunitas membaca, yang bila diteliti konsepnya sama dengan klub buku pada umumnya, hanya berbeda media. Sebab manusia adalah makhluk sosial, sehingga tindakan membaca dalam lingkungan sosial dengan banyak pembaca dan satu teks, bukanlah fenomena baru. Sesi *storrytelling* di rumah, klub buku, dan perpustakaan (misalnya) telah terjadi sejak sebelum zaman Dickens (Pawley, 2016). Perbedaan utamanya adalah teknologi yang memungkinkan interaksi antara pembaca dipisahkan oleh waktu dan ruang yang signifikan. Tidak lagi terbatas pada orang-orang yang secara fisik hadir di ruangan tertentu pada tanggal tertentu pada waktu tertentu, klub buku

dan komunitas membaca secara daring kini mencakup ribuan pembaca di setiap benua dan seluruh dunia. Sehingga mereka dapat merespons kapan saja dan di mana saja. Salah satu contohnya adalah *goodreads*.

Kemudian dengan kesuksesan secara komersial teknologi *ebook* dan platform perangkat lunak *e-reading* (baik diakses melalui perangkat ereader khusus seperti Kindle atau aplikasi membaca *ebook* untuk tablet atau gawai), pakar teknologi mulai menggabungkan keduanya. Menggabungkan konsep klub buku di dunia nyata dengan *e-reading* yang telah berkembang sebelumnya. Atau disebut sebagai *social reading*.

Sebuah media yang memunculkan interaksi komunitas media sosial dapat terjadi selama proses membaca itu sendiri dan dalam ruang teks dan digital dari *ebook*. Atau menurut Steven "pengalaman antara banyak pembaca dan satu teks". Seperti Joachim Vlieghe et al. ucapkan, "aspek sosial bacaan sastra telah dipelajari secara luas dalam kaitannya dengan lingkungan offline" tetapi sekarang istilah ini semakin melebar pada "praktik terkait sastra di lingkungan media sosial".

Menurut Pawley (2016) sebenarnya tindakan membaca itu sendiri dianggap 'interaktif' antara pembaca dan teks. Namun, dalam teks digital seperti ini interaktivitasnya menjadi lebih dari itu. Bukan hanya soal interaksi manusia-mesin dan pesan manusia tetapi menjadi interaksi manusia ke manusia. Hal ini selaras dengan pendapat dari Jonathan Steur mengenai realitas virtual (1992), dalam dunia digital. Realitas bukan lagi interaktif nyata yang dirasakan, tetapi sudah mengenai rasa kontribusi dan partisipasi seorang pengguna dalam dunia virtual tersebut secara real-time. Atau menurut Yuping Liu dalam Pawley (2016) komunikasi interaktif merupakan komunikasi yang menawarkan kontrol aktif individu dan memungkinkan mereka untuk berkomunikasi baik secara timbal balik maupun secara sinkron. Sehingga kemunculan *social reading* ini memunculkan pengalaman membaca baru bagi pengguna. Bila digambarkan konsep *social reading* dapat dilihat seperti berikut:



Gambar 1. Tampilan Menu Tulis dalam Wattpad

Sebagai salah satu dari *social reading*, komunikasi interaktif dalam Wattpad merupakan kunci bagi komunitas ini terus berkembang. Di Wattpad, ide-ide dapat disuarakan, mendapatkan timbal balik secara langsung, dan praktis. Komunitas pecinta buku dengan mudah mencari konten-konten dan cerita yang mereka sukai di sini. Dari mulai roman, science fiction, hingga

horror. Hal ini jelas sangat penting untuk memberikna pengalaman membaca yang baik di platform ini.

### **Communitization dalam Strategi New Wave Marketing**

*Communitization* merupakan perkembangan dari konsep segmentasi pada komunikasi marketing sebelumnya. Segementasi adalah sebuah seni mengidentifikasi dan memanfaatkan peluang-peluang yang ada di pasar dengan melihat pasar secara kreatif. Segmentasi mengelompokkan pasar berdasarkan atribut yang sifatnya statis ataupun dinamis. Contoh jenis atribut statis adalah segmentasi yang berdasarkan variable geografi dan demografi. Sedangkan segmentasi berdasarkan atribut dinamis ialah berdasarkan nilai-nilai psikografis, perilaku atau juga behavioral.

Di era *new wave* seperti sekarang praktik segmentasi yaitu mengomunitisasikan konsumen sebagai sekelompok orang yang saling peduli satu sama lain, dan memiliki kesamaan *purpose, values, dan identity*. *Communitization* sebagai strategi, bukan sebagai taktik jadi komunitisasi adalah langkah pertama dalam strategi. Hermawan Kertajaya (Marketing 3.0 seri A: 2012) mengatakan indikator yang mempengaruhi *communitization*:

1. Kepedulian sesama anggota
2. Interaksi yang terjalin antara sesama anggota komunitas
3. Partisipasi anggota komunitas dengan pihak perusahaan
4. Kedekatan antara anggota komunitas
5. Kepercayaan antara anggota komunitas
6. Anggota komunitas mempunyai tujuan, nilai-nilai dan identitas yang sama
7. Keterkaitan antara anggota komunitas
8. Komunitas yang diciptakan sesuai dengan karakter merek perusahaan.

Di era *new wave*, aktifitas perusahaan dalam mendesain, membeli, membuat, dan mengirim sebuah barang atau jasa, tentunya akan lebih horizontal karena didukung oleh kekuatan *connectivity* dari teknologi informasi. Aktifitas tersebut pun sudah semakin terintegrasi dan transparan, dimana perusahaan tidak lagi melihat *supplier* sebagai *supplier*, *customer* sebagai *customer*, *dealer* sebagai *dealer*, distributor sebagai distributor, tapi mereka semua adalah mitra, mitra yang memiliki prinsip dasar *partnering*, seperti *vision, intimacy, dan impact* yang selaras antar pihak untuk menghasilkan proses yang kolaboratif.

### **METODOLOGI**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, di mana peneliti telah menetapkan kerangka konseptual dari tema penelitian. Kemudian peneliti berusaha mengerti bagaimana proses formulasi konsep tersebut. Setelah itu, hasil penelitian yang keluar akan dideskripsikan walaupun tidak absolut karena hanya dapat memperkirakan realitas sosial. Sementara paradigma yang digunakan adalah konstrutivis. Paradigma konstruktivisme merupakan paradigma yang menilai ilmu sosial sebagai analisis sistematis terhadap aksi-aksi sosial, melalui pengamatan langsung dan rinci terhadap pelaku sosial dalam keseharian yang alamiah.

Tujuan dari penelitian semacam ini adalah untuk mengumpulkan sebanyak mungkin pandangan partisipan terhadap situasi tertentu. Untuk mendapatkan hasil penelitian yang baik, dikumentasi, studi literatur, observasi, dan wawancara dilakukan dengan *sample purposive*. *Purposive sampling* dengan penulis, penerbit, dan distributor sebagai objek penelitiannya selain platform *social reading* Wattpad. Menurut Oliver (2006), *purposive sampling* adalah jenis pengambilan sampel non-probabilitas di mana keputusan tentang individu yang akan dimasukkan dalam sampel diambil oleh peneliti. Ini didasarkan pada berbagai kriteria yang dapat mencakup pengetahuan spesialis tentang masalah penelitian, dan kapasitas dan kemauan peserta untuk berpartisipasi dalam penelitian. Sehingga dalam penelitian ini, peneliti menentukan untuk unit analisis penelitian ini adalah khalayak yang berkontribusi secara langsung di dalam platform *social reading*, yakni pengguna platform ini (penulis dan penerbit). Kedua unit ini selanjutnya akan dijadikan sebagai objek penelitian untuk menganalisis bagaimana sebuah strategi komunikasi pemasaran terjadi di dalam sebuah platform.

### **Profil Informan**

#### **Informan I**

CEO penerbit indie yang sudah tujuh tahun. Menjadikan platform ini sebagai media baginya untuk menjalankan bisnis penerbitan buku. Hingga hari ini sudah puluhan buku yang terbit dari platform melalui dirinya.

#### **Informan II**

Pekerja swasta sekaligus penulis 18 buku. Penulis memanfaatkan platform ini sebagai media produksi naskah novelnya sejak tahun 2014. Bahkan beberapa karyanya diterbitkan oleh penerbit mayor.

#### **Informan III**

Book reviewer yang menjadikan hobinya membaca buku sebagai pekerjaan sampingan dengan *me-review* buku-buku yang rilis di Indonesia. Dia sudah menjadi *book reviewer* kurang lebih lima tahun dengan memanfaatkan blog dan media sosial sebagai media *me-review* buku. Setelah kemunculan platform ini, dia sering membantu para penulis mereview dan mempromosikan buku mereka dalam akun media sosialnya.

#### **Informan IV**

Penulis novel yang sudah menulis puluhan buku dengan tema roman dan dewasa muda. Penulis ini sudah hampir belasan tahun berkecimpung dalam dunia kepenulisan sejak buku pertamanya terbit di tahun 2008. Dia menggunakan platform ini sebagai media menyalurkan kecintaannya dalam menulis novel sejak tahun 2017.

Untuk analisis yang digunakan adalah analisis elemen *communitization* dari komunikasi pemasaran Kotler. Analisis data sendiri dilakukan secara induktif, yaitu dimulai dengan dari lapangan atau empiris dengan terjun langsung ke lapangan, mempelajari suatu fenomena yang terdapat di lapangan. Analisis data dalam suatu penelitian kualitatif dilakukan secara bersamaan dengan cara yang dilakukan pada proses pengumpulan data, menurut Miles dan Humberman (dalam Sugiyono, 2010) tahapan analisis data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pengumpulan Data
2. Pembuatan Transkrip Data



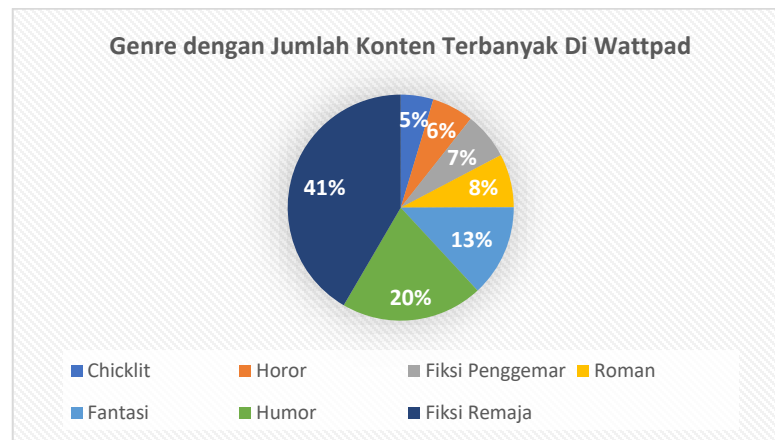
3. Pembuatan Coding
4. Penyajian Data
5. Proses Triangulasi
6. Kesimpulan Akhir

Teknik analisis data yang digunakan sendiri adalah teknik analisis data kualitatif deskriptif. Teknik tersebut lebih mengarah kepada upaya yang dilakukan dengan menggunakan data, mengorganisasikan data, dan memilah data sehingga dapat dijelaskan dan menemukan suatu pola tertentu. Sehingga hasil kesimpulan akhirnya nanti berbentuk sebuah narasi deskriptif mengenai proses komunikasi pemasaran pada platform *social reading*.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Profil Wattpad

Wattpad merupakan sebuah platform *social reading* yang berbasis di Toronto, Kanada. Memiliki tujuan untuk menghibur dan menghubungkan dunia melalui cerita, perusahaan ini sudah dibentuk sejak tahun 2006. Menggunakan kekuatan komunitas dan teknologi, perusahaan global multiplatform yang dibentuk oleh Allen Lau dan Ivan Yuen ini membebaskan setiap cerita secara penuh untuk unjuk kebolehan dan mengenalkan potensinya kepada dunia serta dalam format apa pun. Di antara banyaknya genre dalam aplikasi ini, naskah chicklit yang masih banyak dipilih oleh para penulis dan banyak dibaca oleh para pengguna di Indonesia, disusul genre humor, fantasi, roman, fiksi penggemar, horror, fiksi remaja dan lain sebagainya berdasarkan data yang diambil pada tanggal 12 Mei 2023 dari platform Wattpad.



Gambar 2. Grafik Genre Naskah Populer di Indonesia

Jadi, apabila sebuah penerbit lebih condong meminum karya yang populer untuk dipinang dan diterbitkan, maka tidak aneh bila banyak karya Wattpad yang tersebar di Indonesia bertema chicklit. Dikutip dari insight internal team Wattpad dalam website nya, berikut beberapa hal mengapa platform ini dapat dengan mudah diminati oleh para pecinta karya sastra.

1. Komunitas Wattpad menyukai cerita yang bagus. Namun, yang diabaikan oleh banyak orang adalah bahwa kisah-kisah yang mereka sukai banyaknya adalah yang berjenis bersambung,

episodik, dan kolaboratif. Di Wattpad, hampir 90 persen dari 250 juta unggahan yang dibagikan merupakan cerita bersambung. Pembaca menikmati narasi serial di mana saja, kapan saja, dan berdasarkan keinginan mereka. Itulah mengapa 90% traffic dari Wattpad berasal dari perangkat seluler.

2. Penulis modern memanfaatkan media baru untuk dapat terhubung secara sosial dengan dunia saat ini. Ketika penulis membuat cerita serial di Wattpad, *push notification* membawa pembaca mereka kembali setiap kali mereka memperbarui bab. Umpan balik dari pembaca juga membantu penulis mengukur bagaimana *cliffhanger*, *one-liners*, dan kalimat yang epik dapat diterima oleh pembaca. Selain itu kutipan *in-line* dari cerita penulis juga dapat dibagikan di media sosial, sehingga dapat menghasilkan jangkauan yang lebih besar untuk cerita-cerita mereka di Wattpad.

3. Umpan balik pembaca, bersama dengan alat-alat seperti *writer analytics*, membantu penulis *men-tweak* bab di mana mereka melihat respons pembaca secara langsung, atau memperbaiki adegan yang mendapat komentar paling banyak. Komentar positif dari penggemar yang bersemangat ini juga merupakan sesuatu yang banyak dijadikan motivasi menulis bagi para penulis Wattpad.

Sehingga, dapat diambil kesimpulan, platform *social reading* ini merupakan platform media sosial yang menggabungkan fitur-fitur dari media sosial pendahulunya dengan menjadikan komunitas kepenulisan sebagai komoditi utama. Sehingga sangat tepat bila Wattpad menyebut diri mereka sebagai multiplatform dan industri kreatif yang pada akhirnya mendunia.

### **Analisis 8 Indikator Communitization dalam Platform Social reading**

Konsep *communitization* merupakan langkah pemasar membangun komunitas maupun memanfaatkan komunitas yang sudah ada untuk mendukung aktivitas pemasaran yang dilakukan. Sebab dalam komunitas, terdapat ikatan erat antar anggotanya. Faktor pengikatnya dapat berupa kesamaan hobi, kegemaran, nilai, dan sebagainya.

Dalam kasus ini, nilai atau value yang diangkat adalah dunia kepenulisan dan karya sastra dalam komunitas Wattpad. Pemasar, yang dalam hal ini penulis dan penerbit, memilih Wattpad karena target pasar dan komunitasnya sudah jelas. Dengan ekosistem seperti membaca buku digital, Wattpad tentu lebih nyaman dan mudah digunakan ketimbang blog atau pun tumblr yang lebih dulu menjadi sumber naskah bagi para penerbit novel.

#### 1. Kepedulian sesama anggota

*“Respons yang didapat dari pembaca membantu saya untuk menjaga tulisan tidak keluar tema dan seringkali komentar pembaca memberikan ide baru bagi saya.”* – Informan II

#### 2. Interaksi yang terjalin antara sesama anggota komunitas



*“Memberi mereka ruang untuk mengapresiasi cerita dengan memancing kritik dan saran.” – Informan 1*

### 3. Partisipasi anggota komunitas dengan pihak perusahaan

*“Penerbit juga harus melek teknologi, dan Wattpad adalah teknologi yang bisa memudahkan penerbit dalam menjangking naskah. Penerbit mudah menemukan dan menentukan pembaca dan target marketnya.” – Informan III*

*Setelah itu naskah masuk ke redaksi (di sini di layout, editing, proofread, lalu membuat cover) dan penulis tetap diajak berdiskusi masalah ini. Pemilihan kover biasanya dilakukan secara voting antara penerbit, pembaca, dan penulis – Informan III*

### 4. Kedekatan antara anggota komunitas

*“Ada positif dan negatifnya. positifnya bisa bertemu dengan teman-teman penyuka karya dari wattpad. negatifnya, banyak yang kemudian menjadi fans dari masing-masing penulis, dan terkadang malah menyerang fans penulis lain. selain itu, terbentuknya berbagai komunitas wattpad, membuat banyak ide yang bisa terbentuk dengan kehadiran mereka. Bisa mempromosikan karya penulis melalui mereka juga.” – Informan IV*

### 5. Kepercayaan antara anggota komunitas

*“Karya bisa diterbitkan dan dibaca oleh siapa pun, tentunya membantu membuka kesempatan sebuah karya untuk diapresiasi. Di wattpad karya bisa dikoreksi dan diberi masukan sehingga akan menguntungkan proses development naskah.” – Informan I*

### 6. Anggota komunitas mempunyai tujuan, nilai-nilai dan identitas yang sama

*“Menurut saya manfaat aplikasi Wattpad bukan hanya untuk penulis baru. Bahkan penulis lama pun bisa diuntungkan. Pertama, Wattpad bisa menjadi sarana 'tes ombak' dan menjangking pembaca. Kedua, setiap karya bisa diterbitkan dan dibaca oleh siapa pun, hal ini tentunya membantu membuka kesempatan sebuah karya untuk diapresiasi. Ketiga, di wattpad karya bisa dikoreksi dan diberi masukan sehingga akan menguntungkan proses development naskah. Keempat, Wattpad bisa jadi sarana promosi.” – Informan II*

### 7. Keterkaitan antara anggota komunitas

*“Pertama, melalui author's note. Saya sering membuat pertanyaan yang memancing pendapat pembaca. Misalnya, visualisasi cocok dengan tokoh, atau tebakan lanjutan cerita. Kedua, saya membuat group WA untuk pembaca royal. Di sana kami ngobrol membahas cerita saya, cerita lain, belajar nulis bareng, dan hal-hal remeh lainnya. Saat ini saya juga sedang merancang konsep fanpage di IG bareng mereka.” – Informan I*

## 8. Komunitas yang diciptakan sesuai dengan karakter merek perusahaan.

*“Berusaha membentuk komunikasi yang ideal. Komunikasi yang bersinergi antara penulis & pembaca, tidak terfokus pada kekurangan penulis, namun kepada perkembangan naskah.”*

– Informan II

Berdasarkan temuan di atas, dapat disimpulkan para pengguna dengan adanya konsep *communitization* khususnya content creator menjadi lebih mudah menganalisa target marketnya dan juga menemukan komunitas atau pembaca yang sesuai dengan tulisan mereka. Apalagi dengan adanya statistik demografi dari Wattpad sehingga mereka dapat memantau kisaran umur pembaca, domisili, jenis kelamin, dan part- part yang menjadi favorit bagi pembaca mereka. Sehingga, penulis dapat lebih mudah mencari tema dan menentukan alur yang baik sehingga dapat dinikmati oleh pembaca.

## KESIMPULAN

Dalam komunikasi pemasaran, langkah-langkah penulis dan penerbit. Berdasarkan pemaparan data penelitian, hasil wawancara, dan observasi peneliti secara langsung, dapat disimpulkan bila elemen *communitization* berpengaruh terhadap perkembangan *social reading* di Indonesia. seperti membuat tips menulis, saling berinteraksi, serta mendengarkan keluhan-keluhan pembaca dapat mengurangi noise antara semua pihak. Pembaca menjadi paham dengan karakter penulis dan penerbit, begitupun sebaliknya. Sehingga gesekan atau noise dapat dikurangi. Walaupun masih terdapat beberapa gesekan yang ditemui pada platform *social reading* ini seperti adanya *mirror web* (website yang memplagiat wattpad dan mencuri konten-konten di sana), *fanwar* (keributan antar pembaca yang memiliki kecenderungan menggemari salah satu penulis), dan komentar-komentar kurang sepatasnya dilontarkan terhadap sebuah karya. Sifat *social reading* yang memudahkan orang berinteraksi secara anonim membuat platform ini terkadang menjadi serupa dengan media sosial terkait ujaran kebencian.

*“Banyak yang kemudian menjadi fans dari masing-masing penulis, dan terkadang malah menyerang fans penulis lain.”* – Informan III

Padahal, komunikasi dua arah yang ideal merupakan sebuah proses komunikasi yang saling bersinergi dan beretika antara pengguna, khususnya pembaca dan penulis. Selain itu, konsep interaktivitas yang terdapat dalam platform *social reading* dapat dilihat dari cara pengguna dalam berkomunikasi. Di mana pada proses penerbitan konvensional, pembaca baru dapat memberikan saran di saat novel sudah dicetak dan disebarluaskan. Sementara dalam platform *social reading*, pembaca dapat berkontribusi dari sejak naskah masih mentah atau dalam proses *development*. Akibatnya, pembaca dan penulis tidak hanya sekadar sebagai idola dan fans tetapi juga sebagai rekan atau sahabat.

Maka, sebagai manusia yang kini hidup dalam gempuran teknologi, terus beradaptasi merupakan pekerjaan rumah yang tidak lagi dapat dihindarkan. Bukan hanya bagi mereka yang hidup dalam dunia kreatif atau hiburan. Namun, semua pihak yang berada dalam semua industri.

Baik itu sebagai produsen, distributor, maupun konsumen. Seperti dalam teori determinasi media oleh Marshall McLuhan, teknologi tidak lagi dapat dibendung, tidak dapat dikontrol, meskipun teknologi diciptakan oleh manusia itu sendiri. Satu-satunya yang dapat dilakukan manusia adalah beradaptasi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Cohen, A. P 1985 *The Symbolic Construction of Community*. USA: Tavistock Publications and Ellis Harwood Limited.
- Film Indonesia. 2018. Data Penonton. <http://filmindonesia.or.id/movie/viewer/2018>. Diakses pada 18 Februari 2019.
- Flew, Terry. 2005. *New Media an Introduction*. 2 nd. Edition: New York: Oxford. University Press
- Hemus, B. (2013). 6 things every author needs to know about Wattpad. from <https://www.standoutbooks.com/6-things-every-author-needs-to-know-about-wattpad>. Diakses pada 18 Februari 2019.
- Jasmadi & E-media Solusindo. 2008. *Membangun Komunitas Online Secara Praktis & Gratis*. Jakarta: Elex Media.
- Kartajaya, Hermawan. (2008). *New Wave Marketing : The World is still round, the market is already flat*. Jakarta : Gramedia.
- Kotler, P. & Keller, K.L. (2009). *Marketing Management (13<sup>th</sup> edition)*. Uper Saddle River, NJ : Pearson Prentice Hall.
- Kowalczyk, P. 2014. *10 most popular fanfiction websites*. <http://ebookfriendly.com/fan-fiction-websites/>. Diakses pada 18 Februari 2019.
- Kwan, Helen. (2013). *E-Book Readers as Tools for Increasing Reading Comprehension*. California : Stannford University.
- McLuhan, Marshall. (1962). *The Gutenberg Galaxy: The Making of Typographical Man*. Toronto : University of Toronto Press
- Oliver, Paul and Jupp, Victor (2006) *Purposive sampling*. In: *The SAGE dictionary of social research methods*. Sage, pp. 244-245.
- Pawley, Jessica Leigh. 2016. *The Rise of Social Ereading: Interactive Ebook Platforms and the Development of Online Reading Communities*. Manawatu : Massey University.
- Sabado, Aloha Julliene. (2016). *Effects Of Wattpad On Modern Philippine Literature*.
- Saparudin, RFM. (2011). "E-Book Reader Berbasis Mobile Menggunakan Modifikasi Fitur Face Tracking". *Jurnal Generic*, Vol. 6, No. 2, Juli 2011, pp. 33~41 ISSN: 1907-4093
- Shimp, Terence (2003). *Periklanan Promosi & Aspek Tambahan Komunikasi. Pemasaran.Terpadu, Jilid I ( edisi 5)*, Jakarta: Erlangga
- Spurgeon, C. (2008). *Advertising and new media*. New York: Routledge.
- Stevens, J. Richard. (2012). "The Kindle vs. the Nook: Two Models of *Social reading*". *International Journal of the Book* . 2012, Vol. 9 Issue 2, p1-9. 9p.
- Techinasia. [www.techinasia.com](http://www.techinasia.com). Diakses pada 18 Februari 2019.