

Strategi *Digital Public Relations* Komunitas Palembang Book Party dalam Menggerakan Publik untuk Berpartisipasi melalui Akun Instagram @plbbookparty

Gita Febriani¹, Nabila Septiani Putri², Rina Pebriana³

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang

Corresponding Author: febriyanigita806@gmail.com¹, nabilaseptianiputriiii@gmail.com²,
rinapebriana_uin@radenfatah.ac.id³

Published: December, 2025

ABSTRAK

Sebagai komunitas literasi yang aktif menyebarkan informasi, edukasi, dan ajakan membaca. Palembang Book Party memanfaatkan Instagram sebagai media utama untuk membangun kedekatan dengan audiens, memperluas jangkauan, serta menciptakan keterlibatan publik. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi konten Instagram Palembang Book Party, wawancara dengan pengelola atau pihak yang terlibat dalam pengelolaan akun Instagram Palembang Book Party, serta dokumentasi yang digunakan sebagai data pendukung, seperti unggahan Instagram, tangkapan layar interaksi, dan dokumen kegiatan komunitas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi Digital Public Relations yang diterapkan meliputi pengelolaan konten informatif dan persuasif, interaksi aktif melalui fitur Instagram (stories, komentar, dan direct message). Strategi tersebut terbukti efektif dalam meningkatkan engagement, membangun citra positif komunitas, serta mendorong partisipasi publik dalam kegiatan literasi seperti diskusi buku dan kampanye membaca.

Kata kunci: Digital PR, Instagram, Literasi, Partisipasi Publik, Palembang Book Party.

ABSTRACT

As a literacy community that actively disseminates information, education, and reading invitations, Palembang Book Party utilizes Instagram as its primary medium to build rapport with its audience, expand its reach, and create public engagement. This study uses a descriptive qualitative approach with data collection techniques through observation of Palembang Book Party's Instagram content, interviews with managers or parties involved in managing the Palembang Book Party Instagram account, and documentation used as supporting data, such as Instagram posts, interaction screenshots, and community activity documents. The results show that the Digital Public Relations strategy implemented includes managing informative and persuasive content, active interaction through Instagram features (stories, comments, and direct messages). This strategy has proven effective in increasing engagement, building a positive community image, and encouraging public participation in literacy activities such as book discussions and reading campaigns.

Keywords: Digital PR, Instagram, Literacy, Public Participation, Palembang Book Party.

© The Author(s). 2021 Open Access This article is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License, which permits use, sharing, adaptation, distribution and reproduction in any medium or format, as long as you give appropriate credit to the original author(s) and the source, provide a link to the Creative Commons licence, and indicate if changes were made. The images or other third party material in this article are included in the article's Creative Commons licence, unless indicated otherwise in a credit line to the material. To view a copy of this licence, visit <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0>

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi komunikasi dan hadirnya media sosial telah membawa perubahan signifikan dalam cara komunitas membangun hubungan dengan publiknya. Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyampaian informasi, tetapi juga menjadi ruang interaksi, kolaborasi, dan medium yang memungkinkan terjadinya komunikasi dua arah secara cepat. media sosial merupakan platform yang memungkinkan penggunaannya untuk merepresentasikan dirinya dengan berbagi, melakukan interaksi, berkomunikasi dengan pengguna lainnya, dan membentuk ikatan sosial secara virtual dengan

menggunakan internet (Andlika. 2019). Instagram sebagai salah satu platform berbasis visual menjadi pilihan utama banyak komunitas karena karakteristiknya yang mendukung penyebaran pesan secara cepat, menarik, dan mudah dipahami melalui kombinasi visual dan naratif (Aldila Safitri et al., 2021).

Komunitas literasi, sebagai kelompok yang berfokus pada peningkatan minat baca dan pembentukan budaya diskusi, turut memanfaatkan media sosial untuk memperluas jangkauan aktivitas literasi mereka. Di Kota Palembang, Palembang Book Party merupakan salah satu komunitas literasi yang memanfaatkan akun Instagram @plbbookparty sebagai media utama untuk menyebarluaskan informasi, membangun *engagement*, serta mengajak publik berpartisipasi dalam berbagai kegiatan seperti *book discussion*, *book party*, *sharing session*, dan kampanye literasi lainnya. Akun ini memiliki 208 Postingan, 3.054 Pengikut, dan 85 yang mengikuti pada saat tim peneliti mengakses halaman resmi Instagram ini. Ada kemungkinan terus bertambah karena aktivitas dan kegiatan dari Palembang Book Party akan diperbarui secara berkala. Konten-konten tersebut dikemas secara *aesthetic*, informatif, dan persuasif untuk memperkuat citra komunitas sebagai ruang literasi yang inklusif dan menyenangkan.



Gambar 1. Akun Resmi Komunitas (Instagram @ plbbookparty, 2025)

Penelitian tentang Digital Public Relations di berbagai daerah banyak dilakukan dengan metode dan temuan yang cukup beragam. Namun tim peneliti memantau ke beberapa jurnal penelitian khususnya penelitian terkait Digital Public Relations masih jarang dilakukan khususnya di Kota Palembang. Pengelolaan dan penyebaran konten yang dilakukan Palembang Book Party juga menggambarkan penerapan prinsip-prinsip Digital Public Relations (Digital PR). Public Relations adalah seni menciptakan pemahaman publik yang lebih baik guna memperdalam kepercayaan publik terhadap seseorang atau organisasi (Kreatif PUBLIC RELATIONS, n.d.). Sedangkan Digital Public Relations merupakan salah satu bagian dari kegiatan hubungan masyarakat yang diadaptasi dari penggunaan teknologi informasi dan komunikasi bagi perusahaan. Sudah banyak perusahaan dalam tingkat nasional maupun multinasional yang mulai menerapkan Digital Public Relations dalam perusahaannya seperti Bank, Pemerintahan, Organisasi Non Pemerintah, Institusi dan Komunitas Palembang Book Party yang memiliki website, aktif menggunakan media sosial seperti Facebook, Twitter, ataupun Instagram (Syafaat & Wahyudin, n.d.). Melalui desain visual yang konsisten, narasi yang persuasif, dan interaksi aktif dengan pengikut melalui komentar maupun *direct message*, komunitas ini berupaya menciptakan kedekatan emosional dengan publik. Strategi Digital PR tersebut tidak hanya difokuskan pada penyebaran informasi, tetapi juga diarahkan untuk meningkatkan *awareness*, memperkuat citra komunitas, serta mendorong publik untuk terlibat lebih jauh dalam kegiatan literasi yang mereka selenggarakan.

Ketika praktik Digital PR diterapkan dalam komunitas literasi, strategi tersebut berpotensi memperluas jangkauan gerakan literasi, membangun rasa kepemilikan publik terhadap komunitas, serta meningkatkan minat untuk terlibat secara aktif, baik secara online maupun offline. Melalui Instagram, Palembang Book Party mampu menghubungkan pesan literasi dengan pengalaman visual dan emosional yang resonan dengan audiens muda. Berdasarkan uraian di atas, penting untuk meneliti bagaimana strategi Digital Public Relations Palembang Book Party melalui Instagram @plbbookparty bekerja dalam menggerakkan publik untuk berpartisipasi. Fokus penelitian ini terletak pada bagaimana strategi tersebut dirancang, bagaimana publik memaknai pesan yang disampaikan, serta bagaimana interaksi digital tersebut mampu memengaruhi partisipasi dalam berbagai kegiatan literasi. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman mendalam mengenai praktik komunikasi digital komunitas

literasi dalam membangun hubungan, membentuk makna, dan mengaktifkan partisipasi publik melalui platform media sosial, khususnya Instagram

METODE PENELITIAN

Penelitian ini berfokus pada strategi Digital Public Relations (Digital PR) yang dijalankan Komunitas Palembang Book Party melalui akun Instagram @plbbookparty sebagai sarana utama dalam mendorong keterlibatan publik pada aktivitas literasi. Pemilihan Instagram didasarkan pada efektivitasnya dalam menjangkau generasi muda melalui konten visual, naratif, serta interaksi dua arah yang terbentuk secara digital. Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivis untuk memahami bagaimana strategi tersebut dibangun oleh pengelola akun, bagaimana interaksi digital diproduksi, serta bagaimana audiens memaknai pesan yang disampaikan. Paradigma ini mengarah pada penggunaan pendekatan kualitatif deskriptif yang menekankan pemahaman mendalam, interpretasi pengalaman informan, serta penggambaran fenomena komunikasi secara menyeluruh melalui narasi, data visual, dan aktivitas digital yang terekam.

Informan adalah orang yang memberikan informasi, apabila pemberian keterangannya karena dipancing oleh pihak peneliti. Istilah “informan” ini banyak digunakan dalam penelitian kualitatif (Kristi et al., n.d.), dalam penelitian ini dipilih melalui *purposive sampling* meliputi admin atau pengelola akun Instagram, tim kreatif atau humas komunitas, pengikut aktif, serta anggota yang pernah terlibat dalam kegiatan literasi. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam dengan informan, serta peneliti juga melakukan *observasi digital* terhadap aktivitas akun, termasuk bentuk unggahan, frekuensi posting, gaya penulisan *caption*, *respons* admin, tingkat *engagement*, serta penggunaan elemen PR seperti *storytelling* dan ajakan partisipatif. Dokumentasi berupa tangkapan layar postingan, *arsip story*, *reel*, *highlight*, hingga materi publikasi acara turut dikumpulkan sebagai data pendukung dan bukti visual dari praktik Digital PR yang dianalisis.

Proses analisis data mengikuti tahapan Miles dan Huberman yang mencakup reduksi data yang merupakan dari strategi konten digital, pemanfaatan fitur Instagram serta keterlibatan publik (*likes*, *komentar*, *share*, dan partisipasi kegiatan), penyajian data yang merupakan reduksi yang disusun secara sistematis dalam bentuk uraian naratif dan matriks tematik yang menunjukkan keterkaitan antara strategi Digital Public Relations dan *respons* publik, dan penarikan kesimpulan yang merupakan tafsiran data untuk memahami efektivitas strategi Digital Public Relations dalam mendorong partisipasi publik (Asipi et al., n.d.). Data yang telah *diverifikasi* kemudian ditafsirkan untuk melihat bagaimana strategi Digital PR dijalankan dan bagaimana pengaruhnya terhadap partisipasi publik. Peneliti juga melakukan *member check* untuk memastikan interpretasi yang dibuat sesuai dengan informasi yang diberikan oleh informan. Dengan rangkaian proses ini, penelitian berupaya memberikan gambaran komprehensif mengenai penerapan strategi Digital PR Palembang Book Party dan kaitannya dengan keterlibatan publik melalui Instagram

PEMBAHASAN

Profil Komunitas Palembang *Book Party*



Gambar 2. Komunitas Palembang *Book Party* (Instagram @plbbookparty, 2025)

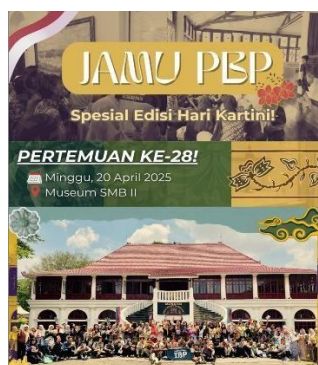
Komunitas Palembang Book Party didirikan pada awal Februari 2024, komunitas Palembang Book Party merupakan cabang dari komunitas utama yang terdapat di Jakarta yaitu Komunitas Indonesia Book Party yang didirikan oleh Samuel Pandiaga berkisah ia dan empat teman-temannya berinisiatif membentuk kelompok yang sama-sama suka membaca pada tanggal 22 Oktober 2023. Dilansir dari website cxomedia.id. “Komunitas Palembang Book Party didirikan dikarenakan salah satu konten dari komunitas utama sempat viral jadi kami berinisiatif juga untuk membentuk komunitas baru bersama teman-teman Palembang yang menyukai buku” kata kak Riyadi Oyad selaku Ketua Pertama Komunitas Palembang Book Party kepada peneliti, Palembang Book Party menjadi tempat untuk membangun hubungan karena anggotanya yang beragam, dan komunitas Palembang Book Party juga memiliki beberapa kegiatan diantaranya seperti sesi membaca buku, mereview buku, dan juga disempatkan dengan kunjungan di beberapa tempat di Kota Palembang.

Berdasarkan hasil wawancara dari beberapa pengurus Palembang Book Party, Kak Pardesela selaku pengurus menyatakan bahwa Palembang Book Party sendiri memiliki beberapa program kerja yang berbeda dari komunitas utama seperti contohnya begebuk yang artinya begesah buku, “kegiatan ini merupakan mengobrol selayaknya di rumah sendiri tetapi kegiatan ini lebih membicarakan satu buku dengan secara spesifik dan mendalam dengan beberapa teman/saudara yang memiliki minat membaca yang sama” ujar kak parde.



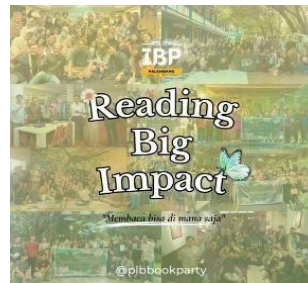
Gambar 3. Kegiatan BE GE BUK (Instagram @ plbbookparty, 2025)

Beberapa program kerja lainnya seperti kunjungan ke sekolah, pusreng yaitu perpustakaan bareng, nusa membaca, dan jamu. Salah satu program kerja yang berhasil mengait publik yaitu jamu, jamu merupakan salah satu program kerja yang berfokus pada kegiatan edukatif dengan mengajak untuk mengenal sejarah dan budaya melalui kunjungan langsung ke museum. Program ini dirancang sebagai upaya meningkatkan minat masyarakat untuk lebih mengenal Palembang Book Party, bahwa komunitas ini bukan hanya belajar untuk mengenal buku saja tetapi juga belajar untuk mengenal sejarah dan budaya. Tingginya minat publik terhadap program jelajah museum tidak terlepas dari pengalaman pada program-program kerja sebelumnya yang telah memanfaatkan media sosial Instagram sebagai media utama publikasi kegiatan, sehingga mampu menjangkau audiens yang lebih beragam. “setiap kami ingin mengadakan kegiatan kami selalu membuat flyer kegiatan dan selalu kami posting di Instagram dan itu memang mempengaruhi **engagement** dari komunitas kami sendiri” ujar kak Yoesta selaku admin atau media creative.



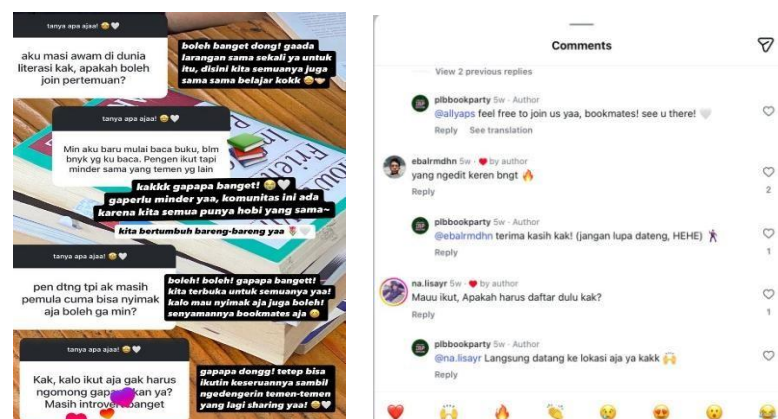
Gambar 4. Kegiatan JAMU (Instagram @ plbbookparty, 2025)

Berbagai aktivitas yang dilakukan tidak hanya berfokus pada kegiatan membaca secara konvensional, tetapi juga mengintegrasikannya dengan ruang publik dan kegiatan sosial yang lebih luar. Dari rangkaian kegiatan tersebut, kemudian muncul sebuah tagline, yaitu “Reading Big Impact”, yang merepresentasikan pandangan bahwa aktivitas membaca memiliki dampak besar bagi individu maupun masyarakat. Tagline Reading Big Impact dimaknai sebagai upaya untuk menegaskan bahwa membaca tidak terbatas pada ruang dan situasi tertentu, seperti perpustakaan atau ruang belajar formal. Sebaliknya, membaca dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja, termasuk di ruang publik.



Gambar 5. Tagline (Instagram @ plbbookparty, 2025)

Komunitas ini sangat memanfaatkan Instagram @ plbbookparty sebagai media utama untuk melakukan strategi Digital Public Relations, karena platform tersebut dianggap paling efektif menjangkau audiens muda, menyediakan ruang interaksi cepat, dan mendukung penyajian konten visual yang menarik. Selain konten visual yang menarik, caption yang informatif serta penggunaan fitur interaksi seperti komentar dan pesan langsung menciptakan komunikasi dua arah yang memperkuat keterlibatan (engagement) antara penyelenggara dan audiens. Hal ini sesuai dengan definisi media sosial menurut Kaplan & Haenlein yang menyatakan bahwa media sosial adalah sekumpulan aplikasi berbasis internet yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran konten yang dihasilkan pengguna (Susanti & Gunawan, 2019). “untuk caption sebenarnya kami tidak ada aturan harus yang bagaimana, hanya saja jangan mengandung unsur SARA dan tidak menyingung pihak manapun, terlebih lagi untuk ide konten dan desain konten itu mengikuti apa saja yang sedang viral sekarang, dan saya selalu menyempatkan waktu saja ketika sedang berkegiatan untuk mengajak anggota lain ikut berpartisipasi dalam pembuatan konten” ujar kak yoesta. Temuan menunjukkan bahwa strategi Digital PR yang diterapkan menekankan komunikasi dua arah, penggunaan storytelling serta konsistensi visual untuk membangun citra komunitas dan kedekatan dengan pengikut (Chitra & Oktavianti, n.d.). Proses perencanaan konten dilakukan melalui brainstorming ide, pembuatan desain estetik, penyusunan caption informatif dan persuasif, serta penentuan tujuan dari setiap unggahan. Konten yang terbukti paling efektif dalam menggerakkan partisipasi publik adalah konten ajakan seperti open discussion, reading challenge, serta review buku dari anggota komunitas.



Gambar 6. Interaksi dengan hal publik (Instagram @ plbbookparty, 2025)

Dalam pembahasan, terlihat bahwa komunitas mengoptimalkan fitur Instagram seperti polling, question box, dan call-to-action untuk mendorong interaksi publik. Respons terhadap komentar dan pesan

dilakukan secara cepat dan personal, yang sejalan dengan prinsip komunikasi dua arah pada Digital PR. “seperti yang diketahui bahwasanya memang sangat perlu untuk berinteraksi dengan khalayak dikarenakan jika kami tidak merespon mereka ya mereka tidak akan tertarik untuk mengikuti kegiatan kami, jadi sebisa mungkin kami selalu ~~welcom~~ dan tidak hanya menerima orang-orang yang hanya gemar membaca tetapi juga khalayak luas yang ingin belajar bersama” ujar kak yoesta. Kegiatan seperti book sharing dan reading challenge berhasil mendorong keterlibatan publik berkat dokumentasi visual dan ajakan yang disebarluaskan melalui unggahan ~~feed~~ dan story (Syafaat & Wahyudin, n.d.). Meskipun demikian, komunitas menghadapi beberapa tantangan seperti keterbatasan sumber daya, menjaga konsistensi unggahan, serta menstimulasi audiens pasif agar lebih aktif berpartisipasi. Secara keseluruhan, hasil penelitian memperlihatkan bahwa keberhasilan strategi Digital PR Palembang Book Party didukung oleh konsistensi komunikasi, kejelasan pesan, dan kemampuan komunitas membangun hubungan yang autentik dengan audiens. Temuan ini sejalan dengan teori Digital PR yang menekankan pentingnya interaktivitas, dialog dua arah, dan pemanfaatan konten visual sebagai upaya membentuk hubungan digital yang berkelanjutan.

Kelola Kawasan

LPKD Kapiroe diberikan akses pengelolaan di Taman Nasional Lore Lindu seluas 124,12 Ha di Zona Tradisional berdasarkan Perjanjian Kerja Sama antara Kepala Balai Taman Nasional Lore Lindu dengan Kepala Desa Kapiroe Nomor: PKS.959/IV-T.5/TU-PKS/9/2021, Nomor : 140.297/SK-D/SK-K/IX/2021, Melalui skema kemitraan konservasi masyarakat (KKM), yang bertujuan pemberdayaan masyarakat desa di sekitar taman nasional melalui peningkatan fungsi dan tata kelola kawasan, peningkatan kesejahteraan masyarakat, memberikan akses masyarakat dalam melakukan pemberdayaan masyarakat di zona tradisional, memberikan akses pemungutan hasil hutan bukan kayu (HHBK) dan budidaya tradisional. Implementasi dari PKS, LPKD Kapiroe telah menyusun rencana pelaksanaan program dan rencana kerja tahunan yang menjadi dasar dalam pengelolaan zona tradisional sesuai dengan peraturan direktur jenderal konservasi sumberdaya alam dan ekosistem nomor P.6/KSDAE/SET/Kum.1/6/2018.

Akses pemanfaatan kawasan yang diperbolehkan masyarakat di zona tradisional berupa pemungutan hasil hutan bukan kayu untuk jenis kemiri, bambu, rotan, aren, pengkayaan jenis dengan jenis lokal, pemantauan dan pengamanan/pengawasan taman nasional. Pemahaman tentang batas wilayah kelola zona tradisional sudah dipahami dengan benar oleh anggota LPKD karena sebelum penandatanganan perjanjian kerjasama dilakukan survey awal lokasi yang akan dikerjasamakan. Ketua LPKD (Moh Rifki) mengatakan bahwa telah dilakukan kegiatan penanaman batas hidup (Living Boundery) di batas zona tradisional sebanyak 925 bibit kemiri dan 925 bibit nantu. Kemiri merupakan tanaman jenis MPTs yang bersifat multiguna karena bermanfaat dari segi ekologi maupun dari segi ekonomi, serta menghasilkan komoditas kayu dan nonkayu, sehingga masyarakat bisa memanfaatkan komoditas nir-kayu dari tanaman MPTS yang ditanam tanpa melakukan penebangan pohon.

Desa Kapiroe merupakan salah satu desa mitra Balai Besar TNLL yang dibangun melalui pendekatan kemitraan konservasi. LPKD adalah Lembaga yang dibentuk oleh Kepala Desa yang berperan untuk mengoperasionalkan rangkaian kegiatan kemitraan konservasi salah satunya melalui

kegiatan pemulihan ekosistem. Berdasarkan kondisi dan tingkat kerusakan kawasan di wilayah Desa Kapiroe, maka skema pemulihan ekosistem yang dipilih adalah skema Restorasi. Restorasi merupakan upaya yang dilakukan secara sistematis terstruktur untuk mengembalikan kondisi Kawasan hutan mendekati kondisi aslinya. Jenis tanaman yang akan ditanam yaitu Leda (*Eucalyptus degupta*), Bayur (*Pterospermum albidum*), Meapo (*Macaranga hispida*).

Tabel 2. Jenis dan Jumlah Bibit pada Kegiatan Restorasi.

No.	Jenis Bibit	Jumlah (Batang)	Persentase (%)	Ket
1	Leda (<i>Eucalyptus degupta</i>)	6600	50	Jenis pionir
2	Bayur (<i>Pterospermum albidum</i>)	2200	25	Jenis klimaks
3	Meapo (<i>Macaranga hispida</i>)	2200	25	Jenis pionir
	Total	8800	100	

Penentuan jenis bibit tanaman untuk kegiatan Pemulihan Ekosistem harus mempertimbangkan jenis yang sebelumnya tumbuh di lokasi PE sebagai jenis lokal atau bersifat pioneer/perintis yang merupakan komponen ekosistem asli TNLL. Informasi tersebut diperoleh dari kegiatan penyusunan dokumen Rencana Pemulihan Ekosistem. Dalam kegiatan tersebut dilaksanakan survey ekosistem referensi, yaitu ekosistem yang berdekatan dengan lokasi target Pemulihan Ekosistem. Selain itu, pemilihan jenis juga memperhatikan tumbuhan yang menjadi sumber makanan satwa yang ada di Kawasan Taman Nasional Lore Lindu. Jenis tanaman yang akan ditanam untuk kegiatan pemulihan ekosistem antara lain: Leda (*Eucalyptus degupta*), Bayur (*Pterospermum albidum*) dan Meapo (*Macaranga hispida*).

Jejaring dan Kerjasama Usaha

Jejaring dan kerjasama merupakan salah satu faktor yang sangat penting dalam menjalankan suatu usaha untuk meningkatkan ekonomi masyarakat. Kinerja Jejaring dan kerjasama LPKD Kapiroe berada pada kategori rendah. Hingga saat ini, LPKD Kapiroe belum memiliki mitra kerja sama baik untuk pengembangan produk maupun untuk mitra dalam pemasaran produk. LPKD Kapiroe sebenarnya telah melakukan inisiasi kerja sama namun dituangkan dalam perencanaan kerja sama.

Tabel 3. Kinerja Jejaring dan Kerjasama LPKD Kapiroe

Indikator Penilaian	Nilai	Predikat	Verifikasi/Temuan
Keberadaan mitra	1	Buruk	LPKD belum memiliki mitra
Jejaring dan kerjasama LPKD dalam pemanfaatan sumberdaya hutan dan pengembangan produk	2	Sedang	Terbangun inisiasi kerjasama pemanfaatan SDH dan pengembangan produk usaha namun belum dituangkan dalam perencanaan kerjasama
Jejaring dan kerjasama LPKD dalam pemasaran produk	1	Buruk	Belum terbangun kerjasama dalam pemasaran produk

Jejaring dan kerjasama LPKD dalam program penguatan kelembagaan	2	Sedang	Terbangun inisiasi kerjasama penguatan kelembagaan namun belum terealisasi dalam perencanaan kerjasama
Skor	6	Rendah	

Usaha yang dikembangkan LPKD Kapiroe adalah usaha pemecahan kemiri, kemiri yang sudah dipecahkan menjadi sumber pendapatan utama dalam menjalankan LPKD, hal ini didasarkan pada potensi kemiri yang sangat melimpah di Desa. Kemiri yang telah dipanen dikumpulkan di sekretariat LPKD sebelum dilakukan proses pemecahan kemiri. Kemiri yang telah terkumpul dijemur dibawah sinar matahari, kemiri harus sering-sering dibolak-balik Agar kemiri kering secara merata , kemudian kemiri yang dijemur didiamkan minimal selama 2 hari dan semakin lama didiamkan maka semakin baik hasilnya nanti. Fungsinya mendiamkan kemiri ini untuk menetralkan panas dari matahari sehingga pada saat pemecahan kemiri tidak banyak kemiri yang hancur. Proses pendinginan selanjutnya dengan memasukan kemiri ke dalam freezer, fungsi pendinginan kemiri di freezer yaitu agar mempermudah proses pemisahan kemiri dari cangkangnya (Sutrisno et al., 2018). Waktu yang diperlukan yaitu ± 12 jam dengan kapasitas freezer berisi ± 12 kg. Proses Pemecahan Kemiri Menggunakan Alat Pemecah. Kemiri yang sudah didinginkan di freezer lalu dimasukan di alat pemecah, pemecahan dilakukan dengan cara kemiri langsung dimasukan sedikit demi sedikit kedalam alatnya dan alatnya langsung memproses pemecahan, setelah kemiri dipecahkan selanjutnya kemiri akan disortir. Setelah disortir ada kemiri yang pecah tetapi belum terpisah dengan cangkangnya jika masih bisa dipisahkan maka akan dimasukan lagi ke alat pemecah kemiri. Tahun 2022 LPKD telah melakukan pengolahan kemiri sebanyak 7.385 Kg dengan rata-rata 738 kg perbulan.



Gambar 4. Proses Pemecah Kemiri

Mekanisme penggunaan alat pemecah kemiri yaitu sistem sewa, anggota LPKD dikenakan biaya Rp.300 perkilo dan masyarakat umum sebesar Rp.500, biaya ini digunakan LPKD untuk operasional alat seperti biaya bahan bakar, oli dan biaya listrik, dengan ada mesin ini masyarakat sangat terbantu karena menjadi solusi yang tepat untuk pengolahan kemiri yaitu dengan memecah kulit biji kemiri untuk mendapatkan biji kemiri yang siap pakai. Penggunaan alat kupas ini bukan hanya membuat pekerjaan produksi menjadi lebih cepat dan mudah namun juga menghasilkan biji kemiri yang utuh

dengan harga jual jauh lebih meningkat (Baharuddin et al., 2021). Sebelum adanya mesin ini masyarakat menjual kemiri secara gelondongan sehingga harga jual masih rendah (Anwar et al., 2019).

Salah satu kendala LPKD dalam pengembangan usaha kemiri yaitu masih kurangnya mesin freezer yang dimiliki dan keterbatasan modal usaha, belum ada mitra usaha yang melakukan kerjasama, menurut ketua LPKD sudah ada beberapa mitra yang mencoba untuk bekerjasama hanya saja LPKD belum mampu memenuhi permintaan dari perusahaan tersebut yang cukup besar dan kontinyu.

KE S I M P U L A N

Palembang Book Party berhasil memanfaatkan Instagram @ plbbookparty sebagai platform utama dalam menjalankan strategi Digital Public Relations untuk menggerakkan partisipasi publik dalam kegiatan literasi. Strategi yang diterapkan menekankan komunikasi dua arah, storytelling konsistensi visual, serta kehadiran interaksi yang cepat dan personal, sehingga mampu membangun citra komunitas yang kredibel dan dekat dengan audiens muda. Konten-konten ajakan seperti open discussion, reading challenge, dan berbagi review buku terbukti paling efektif dalam meningkatkan partisipasi publik karena memadukan elemen visual yang menarik, pesan persuasif, dan call-to action yang jelas. Pemanfaatan fitur Instagram seperti polling question box, serta interaksi melalui komentar dan direct message memperkuat dialog dua arah yang menjadi inti dari Digital PR. Meskipun demikian, komunitas masih menghadapi kendala seperti keterbatasan sumber daya dan tantangan dalam mempertahankan konsistensi unggahan. Secara keseluruhan, keberhasilan strategi Digital PR Palembang Book Party menunjukkan bahwa pendekatan visual, interaktif, dan berbasis hubungan autentik dapat menjadi sarana efektif dalam memperluas gerakan literasi dan mendorong partisipasi publik.

DAFTAR PUSTAKA

Aldila Safitri, A., Rahmadhany, A., & Irwansyah, I. (2021). Penerapan Teori Penetrasi Sosial pada Media Sosial: Pengaruh Pengungkapan Jati Diri melalui TikTok terhadap Penilaian Sosial. *Jurnal Teknogi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 3(1), 1–9. <https://doi.org/10.47233/jteksis.v3i1.180>

Asipi, L. S., Rosalina, U., & Nopiyadi, D. (n.d.). The Analysis of Reading Habits Using Miles and Huberman Interactive Model to Empower Students' Literacy at IPB Cirebon. *International Journal of Education and Humanities (IJEH)*, 2(3), 117–125. <http://ijeh.com/index.php/ijeh/index>

Kristi, W., Momuat, P., Boham, A., & Runtuwene, A. (n.d.). PERAN KOMUNITAS LITERASI DALAM MENDUKUNG MINAT BACA GENERASI MILENIAL di RUMAH BACA CAFÉ KOTA KOTAMOBAGU.

Nurhasanah, N. P., Rully, ;, Anwar, K., Asep, ;, & Rohman, S. (2025). Evaluasi peran Jakarta Book Party dalam meningkatkan budaya membaca masyarakat. *Evaluasi Peran Jakarta Book Party Dalam Meningkatkan Budaya Membaca Masyarakat*, 9(1). <https://doi.org/10.18326/pustabiblia.v9i1.2526>

Author, | 5 <https://ejournal.unisbablitar.ac.id/index.php/translitera>

Syafaat, M., & Wahyudin, D. (n.d.). ANALISIS IMPLEMENTASI DIGITAL PUBLIC RELATIONS PADA KONTEN INSTAGRAM @ ALAMIN UNIVERSAL. <http://journal.moestopo.ac.id/index.php/pustakom>

Kreatif PUBLIC RELATIONS. (n.d.).

Susanti, S., & Gunawan, W. (2019). PENGEMBANGAN PEMASARAN BORDIR DAN KELOMPOK TARIK TASIKMALAYA MELALUI MEDIA SOSIAL. 2(3), 248–261.

<https://doi.org/10.24198/kumawula.v1i3.25256>

Dermawan, H., Malik, R. F., Suyitno, M., Dewi, R. A. P. K., Solissa, E. M., Mamun, A. H., dan Hita, I. P. A. D. 2023. “Gerakan Literasi Sekolah Sebagai Solusi Peningkatan Minat Baca pada Anak Sekolah Dasar.” EDUSAINTEK: Jurnal Pendidikan, Sains dan Teknologi 10

(1): 311–328. <https://doi.org/10.47668/edusaintek.v10i1.723>

Mulyono, D., dan Ansori, A. 2020. “Literasi Informasi dalam Kerangka Pengembangan Pendidikan Masyarakat.” Comm-Edu (Community Education Journal) 3 (1): 1.

<https://doi.org/10.22460/comm-edu.v3i1.3516>

<https://www.cxomedia.id/human-stories/20240301143856-74-180041/perkenalan-dengan-indonesiabook-party>