

POLITIK PENERBITAN MAYOR DAN MINOR DALAM RANAH SIBER

Alaika Firdaus, Rianna Wati

Sastra Indonesia, Fakultas Ilmu Budaya

Universitas Sebelas Maret

Alaikafirdaus24@gmail.com, riannawati08@gmail.com

ABSTRAK

Dunia siber dewasa ini telah banyak merubah aspek kehidupan. Dunia Sastra tidak luput dari perubahan yang disebabkan oleh hadirnya dunia siber. Dalam dunia penerbitan sendiri, dunia siber telah membawa perubahan dalam bagaimana sebuah buku dapat didistribusikan. Jika dahulu buku didistribusikan melalui toko-toko buku, kini sebuah buku dapat dipasarkan melalui platform-platform yang ada di dunia siber. Dalam dunia penerbitan sendiri dikenal istilah penerbit mayor dan juga penerbit minor. Perbedaan kedua penerbit tersebut terletak pada jumlah modal dan juga manajemen produksinya. Dalam penelitian ini, penulis meneliti tentang bagaimana penerbit mayor dan minor menggunakan dunia siber dan bagaimana politiknya.

Kata Kunci: *Sastra Siber, Penerbit Mayor, Penerbit Minor, Politik penerbit*

ABSTRACT

Today', cyber world has changed many aspects of life. The world of literature does not escape the changes caused by the presence of the cyber world. In the world of self-publishing, cyberspace has brought about a change in how books can be distributed. In the past, books were distributed through bookstores, now a book can be marketed through platforms in the cyber world. In the world of self-publishing, the terms major publisher, as well as the minor publisher, are known. The difference between the two publishers lies in the amount of capital and also the management of their production. In this study, the author examines how major and minor publishers use the cyber world and how its politics.

Keywords: *cyber literature, major publisher, minor publisher, publisher politics*

PENDAHULUAN

Dunia siber dewasa ini telah banyak merubah aspek kehidupan. Dunia Sastra tidak luput dari perubahan yang disebabkan oleh hadirnya dunia siber. Anggapan ini diperkuat oleh Escarpit (2008: 5-48) dalam Sosiologi Sastra, menurutnya kemajuan budaya dan teknologi canggih seperti internet membawa dampak terhadap perkembangan kesusastraan. Perubahan yang paling terlihat adalah dari bagaimana publikasi karya sastra yang lebih mudah oleh seorang penulis. Jika dahulu karya sastra bermula dari sastra lisan yang disebar melalui mulut ke

mulut. Seorang penulis kini dapat mempublikasi karyanya ke pembaca dengan hanya melewati jejaring sosial media. Dengan semakin mudahnya publikasi tersebut, maka jumlah penulis pun berkembang pesat.

Menurut Albaran dalam Abdullah (2016: 73), teknologi sangat penting bagi sebuah organisasi media karena proses penghasilan sebuah produk media, yang merangkum proses pengeluaran, pengedaran termasuk bentuk kandungan media itu sendiri sangat bergantung kepada teknologi. Perubahan yang berlaku di dalam industri seperti buku, musik, surat

kabar dan televisi, sememangnya banyak dipengaruhi oleh perkembangan dan kemajuan yang dibawa oleh teknologi. Dunia penerbitan sendiri tidak luput dari pengaruh tersebut. dunia siber telah membawa perubahan dalam bagaimana sebuah buku dapat didistribusikan. Hal tersebut diperkuat oleh Suryadi dalam Situmorang (2004: 10), ia mengemukakan bahwa salah satu keunggulan internet adalah pemotongan jalur distribusi. Rentang jalur distribusi pemasaran kontroversional yang dulu sangat panjang akan terpotong dengan sendirinya, karena produsen akan berhadapan dengan konsumennya secara langsung. Jika dahulu buku didistribusikan melalui toko-toko buku, kini sebuah buku dapat dipasarkan melalui platform-platform yang ada di dunia siber. Hal tersebut dapat terlihat dari bagaimana penerbit-penerbit yang telah memiliki sebuah laman dan akun sosial tersendiri.

Dalam dunia penerbitan sendiri dikenal istilah penerbit mayor dan juga penerbit minor. Perbedaan kedua penerbit tersebut terletak pada jumlah modal dan juga manajemen produksinya. penerbit mayor cenderung menerbitkan buku dalam kuantitas yang besar sehingga penerbit mayor perlulah memiliki sebuah modal besar. Hal ini juga menyebabkan penerbit mayor akan menyeleksi karya sastra yang akan mereka terbitkan. Penerbit mayor tidak hanya menyeleksi dari segi kualitas, namun juga mempertimbangkan pasar.

Hal ini diperkuat dengan pernyataan Latifah (2017: 6), Penerbit mayor seperti Gramedia Pustaka Utama atau Bentang Pustaka, cenderung memilih penulis-penulis yang karyanya sudah dikenal masyarakat, marketable dan nantinya akan mencetak karya penulis-penulis tersebut dengan kuantitas besar. Penerbit mayor

setidaknya mencetak 3000 eksemplar dalam sekali penerbitan. Pertimbangan pasar ini kadang menyebabkan buku dengan kualitas baik belum tentu akan diterbitkan jika dinilai tidak memiliki pangsa pasar. Sedangkan, penerbit minor atau lebih dikenal dengan penerbit indie cenderung menerbitkan buku dengan kuantitas kecil sehingga penerbit indie tidak memerlukan modal yang lebih besar. Penerbit indie cenderung lebih mudah dalam proses seleksinya dan juga tidak terlalu memikirkan pasar. Menurut Amien dalam latifah (2017:6), Menurut Amien Wangsitalaja, karakteristik penerbit alternatif adalah berbekal semangat idealisme, tidak memaksudkan penerbitnya sebagai sebuah usaha dagang yang murni profit oriented, bermodal finansial pas-pasan, dan memiliki semangat mendobrak mainstream wacana status quo. Penerbit indie juga memiliki sistem dimana penulis juga harus membayar di awal untuk mendapatkan paket-paket layanan yang mereka berikan. Penerbitan indie di sini pun masih terbagi menjadi dua sistem yaitu *self publishing* dan *independent publishing*.

Melihat dari beberapa perbedaan kepentingan dari kedua penerbit tersebut, maka tentu akan terdapat juga perbedaan dalam pemasaran dan strategi-strategi antara kedua jenis penerbitan ini. hal ini tentunya mempengaruhi bagaimana politik mereka dalam dunia siber. Akan terdapat perbedaan dari bagaimana mereka menggunakan dunia siber bagi pemasaran mereka.

METODE

Jenis penelitian yang digunakan pada tulisan ini adalah jenis penelitian kualitatif. Hasil penelitian akan disampaikan secara deskriptif. Hasil analisis data akan dideskripsikan untuk

mempermudah pembaca untuk memahami.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dunia siber memiliki berbagai macam platform untuk menyebarkan sebuah konten bagi penggunaannya. Selain memiliki sebuah laman, penerbit juga memiliki akun media sosial sebagai media tambahan. Sosial media sebagai salah satu bagian dari platform memiliki peranan penting di dunia siber. Akun media sosial menjadi tempat untuk seseorang atau lembaga membuat citra mereka. Menurut Sari (2018), media sosial adalah media online yang mendukung adanya interaksi sosial. Media sosial menggunakan teknologi berbasis web yang mengubah suatu komunikasi ke dalam dialog interaktif. Dengan fungsinya yang mendukung adanya interaksi sosial, media sosial dapat menjadi sebuah jembatan komunikasi antara penerbit dengan masyarakat.

Sebuah penerbit biasanya memaksimalkan berbagai platform yang ada untuk memasarkan buku mereka. Namun, untuk mendapat perhatian dari pembeli, penerbit tidak cukup jika hanya sekadar memajang buku yang mereka jual. Tentunya mereka perlu untuk membuat konten agar menarik pembeli untuk berkunjung ke laman atau akun media sosial mereka.

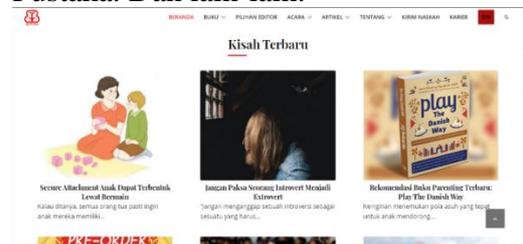
Selain memasarkan buku, penerbit juga menggunakan media sosial dan laman mereka untuk mengumumkan event yang mereka adakan. Bagi penerbit, media sosial juga berguna untuk melakukan branding penerbit mereka. Berikut analisis isi konten media sosial dan laman dari penerbit-penerbit.

a. Penerbit Mayor

1. Penerbit Bentang Pustaka

Penerbit Bentang Pustaka merupakan penerbit yang tergabung

dalam kelompok Mizan. Sudah banyak buku-buku best seller yang dihasilkan Penerbit Bentang Pustaka. Novel-novel karya Andrea Hirata mulai dari yang pertama *Laskar Pelangi* hingga yang terbaru *Sirkus Pohon*, semuanya terbit di Bentang Pustaka. Serial *Supernova* yang ditulis Dee juga Bentang Pustaka penerbitnya. Novel TKI (Tenaga Kerja Istimewa) karya Naiqueen yang sempat booming di Wattpad juga sudah dibukukan dengan baik oleh Bentang Pustaka. Dan lain-lain.



Gambar 1. Laman Penerbit Bentang Pustaka

Penerbit Bentang Pustaka memiliki laman dengan alamat <https://bentangpustaka.com>, dalam laman tersebut, bentang memberikan informasi mengenai katalog buku mereka, saran buku dari editor, acara yang diadakan oleh Bentang Pustaka, artikel-artikel, cara mengirim naskah, dan juga informasi tentang Bentang Pustaka. Dalam laman tersebut, selain menjual buku Bentang juga menyediakan artikel sebagai bahan bacaan bagi pengunjung. Artikel biasanya membahas tentang buku yang mereka terbitkan.



Gambar 2. Akun Instagram Bentang Pustaka

Selain laman, Bentang Pustaka juga memiliki akun instagram dengan nama bentangpustaka. Dalam akun tersebut, Bentang memberikan konten seperti penjualan buku yang diterbitkan, promo-promo, kutipan-kutipan dari isi buku, event-event yang diadakan, dan juga konten interaktif dengan pembaca. konten dimiliki bentang juga disampaikan dengan cara menarik seperti dengan memberikan meme terlebih dahulu atau dengan penyampaian konten informatif.

2. Penerbit elex media komputindo

Penerbit Elex Media Komputindo masih berada dibawah Gramedia. Awalnya Elex Media Komputindo dikenal sebagai penerbit buku-buku komik, namun saat ini Elex Media Komputindo juga menerbitkan novel dan juga buku-buku Islami pada pada lini Quanta. Beberapa novel terbitan Elex Media Komputindo antara lain

Pagi Gerimis karya Nurhasanah, Sepasang Kaos Kaki Hitam (SK2H) karya Ariadi Ginting yang ceritanya dulu sempat heboh di Kaskus, ada juga buku Teman Tapi Menikah karya pasutri Ayudia dan Ditto, dan masih banyak lagi.



Gambar 3. Laman Penerbit Elex Media

Dalam Lamannya yang beralamat di <https://elexmedia.id/>, Elex Media Komputindo memberikan informasi tentang katalog buku yang mereka terbitkan, cara yang menerbitkan naskah, dan juga promo-promo. Elexmedia juga mengklasifikasi buku mereka sesuai genrenya.



Gambar 4. Akun Instagram Penerbit Elex Media

Elex Media juga memiliki Akun Instagram dengan nama *elexmedia*. Dalam akun tersebut, Elex Media Komoputindo memberikan konten seperti penjualan buku yang diterbitkan, buku terlaris, promo-promo, kutipan-kutipan dari isi buku, event-event yang diadakan, dan juga konten interaktif dengan pembaca. Elex Media juga memiliki konten tentang kebahasaan.

b. Penerbit Indie

1. Guepedia

Guepedia adalah perusahaan yang bergerak di bidang penerbit online atau On Publishing. Guepedia merupakan Penerbitan jenis minor. Guepedia menawarkan kepada penulis untuk menerbitkan buku dengan memberikan harga yang harus dibayarkan penulis.

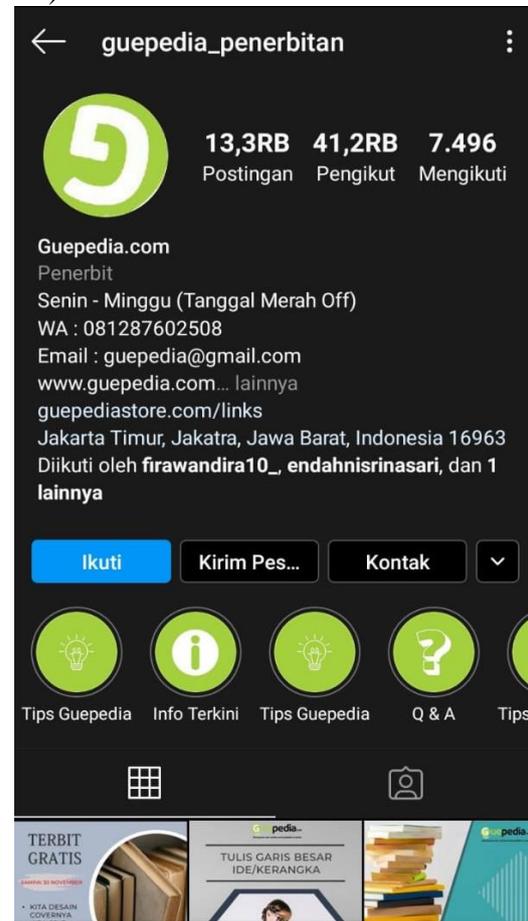
Dalam lamannya di <https://www.guepedia.com/>, guepedia memberikan informasi mengenai buku-buku yang dijual, Program penerbitan buku gratis, Informasi dan cara membeli buku di Guepedia, Informasi dan cara menjadi penulis di Guepedia, Informasi mengenai seluk-beluk Guepedia (tentang kami, bantuan, sosial media dll).



Gambar 5. Laman Penerbit Guepedia

Dalam lamannya di <https://www.guepedia.com/>, guepedia memberikan informasi mengenai buku-buku yang dijual, Program penerbitan buku gratis, Informasi dan cara membeli buku di Guepedia, Informasi dan cara

menjadi penulis di Guepedia, Informasi mengenai seluk-beluk Guepedia (tentang kami, bantuan, sosial media dll).



Gambar 6. Akun Instagram Penerbit Guepedia

Selain laman, Guepedia juga memiliki akun instagram dengan nama *guepedia_penerbitan*. Dalam akun tersebut, Guepedia memberikan konten seperti penjualan buku yang diterbitkan, Saran-saran tentang kepenulisan, misalnya cara menulis kerangka ide, cara melakukan editing secara mandiri, penggunaan PUEBI dll, Iklan, ajakan untuk gabung dengan Guepedia (menampilkan keunggulan Guepedia) dan informasi mengenai program-program yang ditawarkan. Contoh: program review buku, Konten tentang buku, misalnya kutipan seorang tokoh tentang literasi.

2. Jejak Publisher

Pada awalnya CV Jejak merupakan penerbit lini dari CV Writing Is Amazing (WA Publisher) yang mulai berdiri pada tanggal 28 September 2016 dan dikenal dengan nama “Jejak Publisher”. Mulai tanggal 12 April 2017, kami berdiri sendiri dalam sebuah perusahaan bernama “CV Jejak”.

Penerbit CV Jejak menerbitkan segala macam jenis buku dengan berbagai genre baik fiksi mau pun non fiksi. Menerbitkan buku, berarti menambah daftar panjang literatur yang akan diwariskan pada anak cucu kita di masa depan. Dengan buku berarti kita telah menciptakan jejak sejarah melalui ide dan gagasan antar generasi, melintasi batas jarak dan waktu.

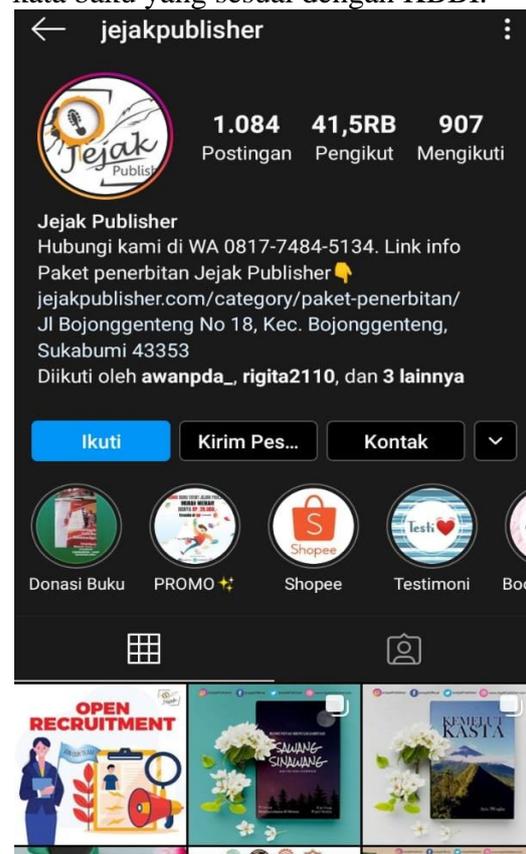


Gambar 7. Laman Penerbit Jejak Publisher

Dalam lamanannya di <https://jejakpublisher.com/>, Jejak publisher memberikan informasi mengenai Paket-paket penerbitan yang ditawarkan oleh Jejak Publisher, Informasi mengenai seluk beluk Jejak Publisher (tentang kami dll), Informasi dan pemesanan buku-buku yang dijual, Informasi mengenai cara mengirimkan naskah di Jejak Publisher, Informasi mengenai event yang diselenggarakan oleh Jejak Publisher (info lomba dan info lowongan kerja), Rubrik Jejak yang berisi tips dan trik tentang kepenulisan, Rubrik yang berisi cerpen dan puisi.

Selain laman, Jejak Publisher juga memiliki akun instagram dengan nama

jejak publisher. Dalam akun tersebut, Guepedia memberikan konten seperti Informasi tentang event buku, sastra, dan kebahasaan, Buku-buku yang dijual, Informasi tentang lowongan pekerjaan di Jejak Publisher, Informasi lomba yang diadakan oleh Jejak Publisher Seperti lomba cerpen dan puisi, Konten bahasa seperti pemakaian kata baku yang sesuai dengan KBBI.



Gambar 8. Akun Instagram Jejak Publisher

Politik Penerbitan minor dan mayor

Dalam konten yang dibawakan dapat terlihat jika konten yang dibawa oleh penerbit mayor memiliki perbedaan dengan penerbit indie. Perbedaannya terdapat pada konten penerbit indie yang juga menawarkan orang untuk menerbitkan bukunya di penerbitan indie. Berbeda dengan sastra mayor yang cukup mendapat pemasukan dari penjualan bukunya, penerbit indie juga mengandalkan pemasukan dari penulis yang

membayarkan bukunya untuk menerbitkan bukunya.

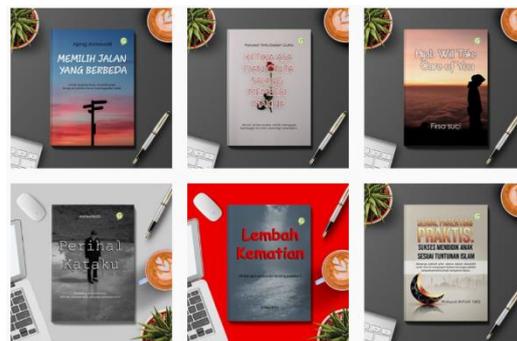
Penerbit mayor dengan modal yang lebih besar Nampak dapat mengelola sosial media mereka dengan lebih baik. Media sosial yang digunakan oleh penerbit mayor cenderung lebih bewarna isinya. Hal ini Nampak dari konten-konten yang digunakan sebagai media promosi buku dibuat dengan kreatif.



Gambar 9. Contoh Konten di Instagram penerbit jejak publisher

Konten pada gambar 9 diatas dibuat oleh Penerbit Bentang Pustaka guna mempromosikan buku terbitannya 6yang berjudul “Joy of Missing Out”. Walau konten tersebut digunakan untuk mempromosikan buku, namun konten tersebut juga berisi tentang informasi perbedaan antara FOMO dan JOMO yang berkaitan dengan isi buku. Selain dengan cara tersebut Bentang Pustaka juga terkadang membuat konten seperti meme atau konten interaktif yang mengajak pengikut akunya untuk berinteraksi dengan bentang pustaka. Isi konten yang seperti ini dibuat agar pengikut merasa tertarik untuk membeli atau hanya sekadar mengunjungi akun tersebut.

Hal ini berbeda dengan yang dilakukan oleh penerbit minor. Pada media sosial milik penerbit minor, nampak konten lebih dibuat sederhana malah cenderung telah memiliki format yang sama untuk promosi buku yang diterbitkan.



Gambar 10. Konten di Instagram Penerbit Guepedia

Pada gambar 10 dapat dilihat bahwa konten yang dibuat oleh guepedia untuk mempromosikan buku yang diterbitkannya cenderung hampir memiliki format yang sama. Hal tersebut yang membuat media sosial milik penerbit guepedia cenderung monoton. selain konten berisi promosi buku yang diterbitkan, guepedia juga banyak membuat konten tentang ajakan menulis buku untuk diterbitkan oleh guepedia.

Dari contoh perbedaan isi konten tersebut nampak bagaimana strategi yang dilakukan penerbit di dalam dunia siber. Dari konten-konten yang dibuat oleh penerbit mayor terlihat bahwa konten-konten yang mereka buat cenderung menyorot kepada calon pembeli buku yang mereka terbitkan. Hal ini dikarenakan promosi buku yang diterbitkan oleh penerbit mayor adalah tanggung jawab dari penerbit. Penerbit mayor mencari cara bagaimana buku-buku yang telah mereka terbitkan dapat terjual dengan baik.

Di sisi sebaliknya, penerbit indie cenderung menggunakan media sosialnya untuk menyorot kepada calon penulis. Hal ini dikarenakan konten-konten mereka selain dari promosi buku adalah ajakan menulis atau tentang sesuatu yang berbau tentang kepenulisan. Hal ini dikarenakan penerbit indie tetap masih harus mencari penulis agar mau menerbitkan buku mereka di penerbitan mereka. Hal

tersebut berbeda dengan penerbit mayor yang cenderung menjadi tujuan utama penulis untuk menerbitkan buku mereka. Promosi buku juga biasanya masuk ke dalam paket layanan yang didapat penulis ketika menerbitkan buku di penerbitan indie, namun di beberapa penerbit indie tanggung jawab promosi buku cenderung lebih besar di penulis dan penerbit hanya membantu promosi di sosial media mereka. Hal itulah yang menyebabkan konten media sosial yang dibuat oleh penerbit minor cenderung monoton.

Sasaran yang dituju antara penerbit mayor dan penerbit indie juga dapat dilihat dari laman mereka. Ketika masuk ke laman milik penerbit mayor, yang pertama kali dapat dilihat adalah informasi mengenai buku-buku yang mereka terbitkan. Namun, berbeda dengan penerbit indie. Ketika mengunjungi lamannya, yang dapat pertama kali dilihat adalah info-info tentang menerbitkan buku.

Acara-acara yang dibuat antara kedua penerbit ini juga cenderung berbeda. Penerbit mayor lebih sering membuat acara seperti bedah buku, sedangkan penerbit indie cenderung lebih sering membuat acara tentang kepenulisan seperti lomba atau promo terbit gratis.



Gambar 11. Acara dari penerbit Jejak Publisher



Gambar 12. Contoh acara dari penerbit Elex Media Komputindo

KESIMPULAN

Dunia siber memiliki berbagai macam platform untuk menyebarkan sebuah konten bagi penggunaannya. Selain memasarkan buku, penerbit juga menggunakan media sosial dan laman mereka untuk mengumumkan event yang mereka adakan. Bagi penerbit, media sosial juga berguna untuk melakukan branding penerbit mereka. Dalam konten yang dibawakan dapat terlihat jika konten yang dibawa oleh penerbit mayor memiliki perbedaan dengan penerbit indie. Perbedaannya terdapat pada konten sastra indie menawarkan orang untuk menerbitkan bukunya di penerbitannya dan isi konten mengenai promosi buku dibuat dengan format yang monoton, sedangkan pada penerbit mayor isi konten cenderung lebih ke promosi buku yang cenderung dikemas secara menarik. Jika dilihat, terdapat perbedaan sasaran antara penerbit mayor dan indie di dalam menggunakan dunia siber. Penerbit mayor lebih mengarah kepada pembaca untuk membeli buku yang mereka terbitkan, sedangkan penerbit indie cenderung menasar kepada penulis agar tertarik menerbitkan bukunya di penerbitan mereka.

DAFTAR PUSTAKA

Abdullah, F. 2016. Kesan Perkembangan Teknologi

- terhadap Industri Penerbitan Buku di Malaysia. *Jurnal Pengajian Media Malaysia*. 15(2): 71-86
- Damono, S.D. 1978. *Sosiologi Sastra Sebuah Pengantar Ringkas*. Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa. Jakarta.
- Escarpit, R. 2008. *Sosiologi Sastra*. Yayasan Obor Indonesia. Yogyakarta.
- Hidayat, M.N. 2017. *Dinamika Jakarta Nyastra dalam Produksi, Distribusi, dan Konsumsi Sastra Pada Media Sosial Line: Kajian 10 Sosiologi Sastra*. *Skripsi*. Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Diponegoro
<https://elexmedia.id/> diakses pada 13 Desember 2020
<https://bentangpustaka.com/> diakses pada 13 Desember 2020
<https://jejakpublisher.com/> diakses pada 13 Desember 2020
<https://www.guepedia.com/> diakses pada 13 Desember 2020
<https://www.instagram.com/bentangpustaka/> diakses pada 13 Desember 2020
https://www.instagram.com/guepedia_penerbitan/ diakses pada 13 Desember 2020
<https://www.instagram.com/jejakpublisher/> diakses pada 13 Desember 2020
<https://www.instagram.com/elexmedia/> diakses pada 13 Desember 2020
- Latifah, A.C. 2017. *Indie Book Corner Sebagai Media Self Publishing Kajian Sosiologi Produksi dan Distribusi Robert Escarpit*. *Skripsi*. Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Diponegoro.
- Sari, N. R. 2018. *Eksistensi Akun Sajak Liar Dalam Keberaksaraan: Produksi Distribusi, dan Konsumsinya di Media Sosial*. *Skripsi*. Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Sebelas Maret.