

## **BAB II**

### **GAMBARAN UMUM INDIE BOOK CORNER**

#### **A. Sejarah Penerbitan dan Indie Book Corner**

Buku yang merupakan jendela dunia, membawa setiap pembacanya pergi ke mana saja, kapan saja, tidak terbatas oleh waktu dan biaya mahal. Buku menjadikan imajinasi pembaca bergerak sesuka hati, mengenal banyak hal, mengunjungi banyak tempat. Meski buku adalah dunia yang dapat dijelajahi tanpa batas, dan dapat diselami setiap sudutnya hingga pembacanya mendapatkan banyak manfaat, salah satunya pengetahuan formal dan informal, buku masih tetap saja buku yang dipandang kuno, dan peminatnya selalu dilabelkan sebagai orang-orang yang tertinggal.

Buku yang menjadi salah satu benda dengan peminat sangat sedikit ini, diproduksi oleh orang-orang yang tergabung disatu struktur perusahaan yang bertujuan mencetak buku dan memasarkannya. Buku mempunyai banyak jenis dari mulai buku anak-anak, buku masakan, buku tutorial, buku fiksi, buku sastra, buku pendidikan, buku agama, buku biografi, dan lain sebagainya.

Sebelum diproduksi dan dipasarkan dengan cara seperti sekarang, ternyata dunia tulis-menulis sudah ada sejak abad ke-15. Sejarah mencatat sejenis kertas dari negeri Cina oleh para saudagar Eropa pada abad ke-15 mulai bermunculan, lalu perkembangan dunia tulis menulis lebih lanjut ditandai dengan penemuan mesin cetak, yang dikenalkan oleh Johann

Gutenberg di Mainz. Sejak saat penemuan itulah mesin cetak berkembang pesat, dan perkembangannya berubah hingga penemuan komputer, yang mana ikut andil dalam dunia tulis-menulis, dan di sinilah awal teknologi menjadi virus bagi perkembangan penerbitan yang semakin melesat.

Dengan adanya penemuan komputer, perkembangan peralatan penerbitan dan percetakan juga semakin berkembang pesat, hal itu dibuktikan dengan pengetikan naskah yang sudah tidak lagi menggunakan mesin ketik kuno. Proses pengetikan, pengeditan dan pencetakannya lebih cepat dan efisien dibandingkan dengan sebelum komputer dan fasilitas-fasilitas lainnya bermunculan. Semakin berkembangnya dunia penerbitan dan percetakan, semakin banyak pula jenis buku yang diterbitkan. Mulai dari perbedaan bahasa, jenisnya, serta isi atau konten yang dibahas. Semua jenis buku ini nantinya akan disebarakan diberbagai negara. Dengan adanya perbedaan jenis dan konten disetiap buku, lahirlah penerbit-penerbit yang mengkhususkan diri menerbitkan buku-buku tertentu.

Jika dilihat lebih mendalam, ternyata menerbitkan buku bukan hanya soal menulis atau mengarang, lalu mengirim naskah ke penerbit, masuk proses *editing*, proses cetak, dan distributor ke pasar-pasar yang sesuai. Masih banyak hal lainnya yang perlu digali dan dipelajari, seperti hak dan kewajiban penulis, perjanjian naskah dan *royalty*. Seringkali hal kecil seperti itu yang menjadi pemicu masalah dalam proses penerbitan buku. Karena perkembangan di dunia penerbitan buku semakin pesat, daya saing juga ikut meninggi, tapi minat pasar hanya diam di tempat, itu mengakibatkan

penerbitan buku mulai selektif dalam memilih naskah yang layak terbit dan pantas untuk dipasarkan. Tentunya naskah-naskah tersebut adalah naskah yang sesuai dengan minat pasar atau sedang digemari para konsumen, dan telah melalui proses seleksi sangat ketat diantara banyaknya naskah yang bersaing. Selain itu menurut Ely Suhartini, sejak akhir tahun 1965, subsidi bagi penerbit dihapus. Akibatnya, karena hanya 25% penerbit yang bertahan, situasi perbukuan mengalami kemunduran (Suhartini, 2011: 10).

Keselektifan mulai dipilih oleh sebagian besar penerbit, dan subsidi juga dihapuskan. Dua keadaan itu menjadi awal kemunduran perbukuan Indonesia. Keterpurukan ini juga dirasa akan sangat menyulitkan penulis pendatang baru yang ingin menggeluti dunia kepenulisan, mereka harus bersaing lebih ketat, dan berusaha lebih keras. Dengan banyaknya tuntutan dari penerbit kepada penulis, dan maraknya jasa penerbitan buku, maka diciptakanlah Surat Perjanjian Penerbitan, Undang-Undang Hak Cipta, Uang Jasa Penulis, ISBN, dan lainnya. Semua itu diciptakan agar tetap terjaga ketertiban dan kerukunan antar sesama penerbit, atau penerbit dengan penulis.

Mengulas sedikit tentang sejarah penerbitan buku di Indonesia. Awal berkembangnya penerbitan buku dipelopori dengan pemerintahan kolonial Belanda. Mesin cetak didatangkan pada tahun 1624 tetapi baru dapat digunakan pada tahun 1659 ketika itu Cornelis Pijl adalah orang yang memprakarsai penerbitan dan percetakan *Tijtboek* (Andam, 2015: 4). Fase selanjutnya ditandai dengan berkembangnya surat kabar berbahasa Melayu,

yang mana isinya memuat informasi dan iklan dari pedagang Cina, sehingga fase ini dikenal sebagai Fase Cina Peranakan.

Fase yang ketiga yaitu Balai Poestaka, yang mana pada fase ini pemerintah kolonial Belanda membentuk *Commissie voor de Inlandsche School en Volkslectur* (Komisi Bacaan Rakyat) berdasarkan keputusan *Departement van Onderwijs en Eeredienst* No. 12 pada 14 September 1908, kemudian berganti nama menjadi Balai Poestaka, berdasarkan Keputusan No. 63 tanggal 22 September 1917 (Andam, 2015: 5). Dari fase ini mulai terbentuk program peningkatan minat baca, dan telah menerbitkan buku sebanyak 153 judul. Fase yang terakhir dan akan terus bertahan adalah Fase Penerbitan Modern.

Sebelum memasuki fase terakhir ini, dunia penerbitan buku Indonesia telah mengalami berbagai masa dan mencicipi pasang surut. Industri perbukuan adalah fenomena biasa, seringkali membuat penerbit terpuruk, dan tidak jarang pula membuat secercah harapan. Menurut Eny Suhartini, pada era 1950-an dan 1960-an, penerbit yang muncul sedikit sekali, dan yang bertahan hingga sekarang hanya enam penerbit, yaitu Tiga Serangkai, Erlangga, Rosdakarya, Bumi Aksara, Dian Rakyat, dan penerbit tertua Balai Pustaka yang telah menjadi BUMN (Suhartini, 2011: 6).

Perkembangan di dunia penerbitan buku yang membawa banyak kenikmatan ternyata masih juga menghasilkan masalah yang perlu dihadapi. Kemajuan teknologi yang awalnya menjadikan kemudahan kepada penerbitan

buku untuk semakin berkembang, ternyata juga menjadi pemicu masalah pada penerbitan buku itu sendiri. Gambaran masyarakat tahun 1990-an memang sudah bergeser menjadi era masyarakat modern yang seringkali dikenal sebagai era 2000-an. Berbagai perubahan di kehidupan masyarakat saat ini didasari oleh perkembangan teknologi yang semakin hari semakin tumbuh pesat. Bahkan di setiap pergantian angka untuk memperingati akhir tahun dan menuju tahun baru, teknologi menuju anak tangga yang lebih tinggi. Teknologi dari tahun ke tahun akan semakin canggih, karena hasil belajar dari kekurangan yang ditemukan tahun sebelumnya.

Tidak dapat dipungkiri, dengan adanya anak tangga yang dipijaki berbeda, membuat lingkungan dan gaya hidup masyarakat juga menjadi berubah mengikuti arus perkembangan teknologi. Manusia akan selalu tunduk mengikuti pijakan anak tangga yang baru saja teknologi pijaki. Keadaan ini melahirkan banyak dampak negatif dan positif terhadap masyarakat. Perkembangan teknologi mengakibatkan bergesernya perubahan-perubahan gaya hidup masyarakat saat ini, dan tidak hanya itu saja, perkembangannya yang pesat juga mengakibatkan persaingan dalam dunia bisnis semakin sulit dalam bersaing. Salah satunya persaingan bisnis di industri kreatif penerbitan buku seperti yang sudah peneliti ulas sedikit di atas. Kini penerbitan buku di era teknologi yang lebih canggih, persaingannya menjadi semakin ketat.

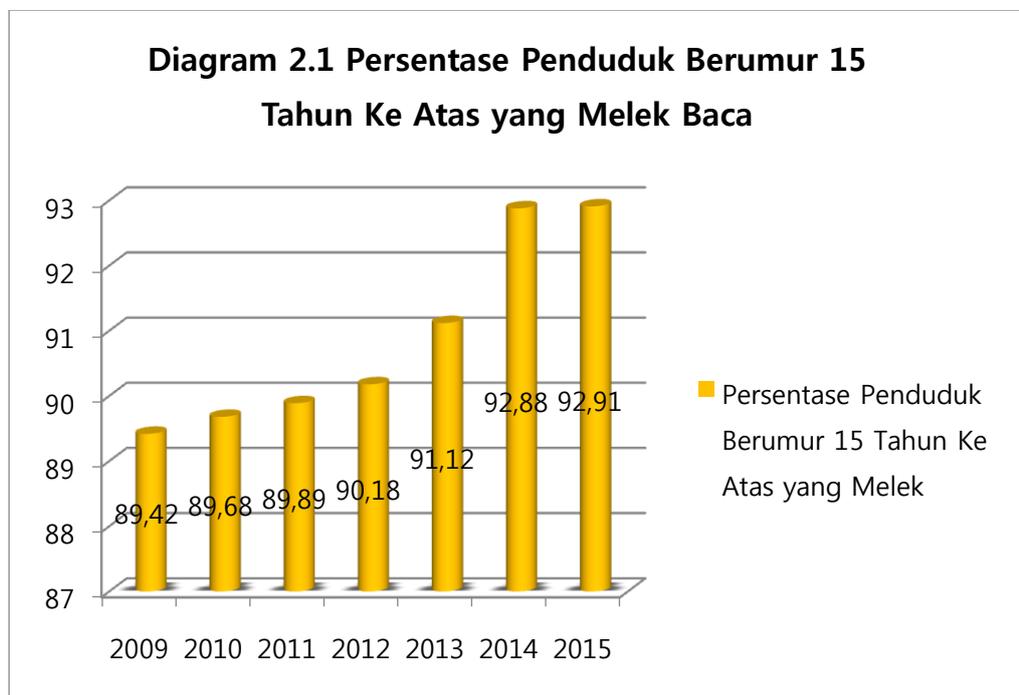
Keadaan seperti ini berdampak negatif pada masyarakat dan menjadi tonggak paling utama kemunduran dunia penerbitan beserta penjualannya.

Meski sebelumnya telah mengalami kemunduran di akhir tahun 1965, kemunduran kali ini lebih signifikan, dan jauh berbeda dengan keadaan dahulu. Dampak yang terjadi pada masyarakat tersebut adalah meningkatkan minat baca pada masyarakat menjadi semakin sulit, kaum intelektual hanya sebatas kebanggaan tanpa isi. Kondisi masyarakat yang belum sadar akan pentingnya membaca buku semakin meningkat tinggi di era serba digital ini. Memang benar adanya jika buku adalah benda kuno yang sudah ada sejak berabad-abad yang lalu.

Diperkirakan manusia mengenal huruf sudah dari zaman batu. Hal ini dibuktikan dengan peninggalan batu bertulis, tulisan dalam gulungan daun lontar dan papyrus, kepingan batu yang bertatahkan rangkaian huruf mirip gambar, seperti hieroglif dari mesir. Dengan adanya tulis-menulis dari sejak dulu seharusnya tradisi ini dapat turun temurun kepada generasinya. Tetapi yang terjadi adalah sebaliknya, masih banyak orang tidak sadar akan kekayaan berlimpah yang didapatkan, ketika buku telah digenggaman dan buku menjadi seperti makanan sehari-hari. Orang-orang saat ini lebih suka hal-hal yang berbau modern, jejak-jejak masa lalu atau jejak nenek moyang telah mereka lupakan, dan keadaan ini menjadikan minat baca atau melek huruf orang Indonesia setiap tahunnya hanya bertambah hitungan jari. Berdasarkan data yang diperoleh dari Badan Pusat Statistik, persentase penduduk berumur 15 tahun ke atas yang melek baca dari tahun ke tahun selalu meningkat, meski itu tidak seberapa.

**Tabel 2.1 Presentase Penduduk Berumur 15 Tahun ke Atas yang Melek Baca**

Laki-laki dan Perempuan						
2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
89,42	89,68	89,89	90,18	91,12	92,88	92,91



Berdasarkan tabel dan diagram di atas, setiap tahunnya meningkat cukup banyak, angka kenaikan paling tinggi terjadi di tahun 2013 menuju 2014, yaitu sebesar 1,76. Akan tetapi yang terjadi pada berikutnya begitu mengejutkan, tahun 2014 menuju 2015 hanya mengalami sedikit kenaikan yaitu sebesar 0,03. Kenaikan ini adalah angka terkecil dibandingkan dengan tahun-tahun sebelumnya. Kenaikan yang hanya sedikit dapat dikatakan

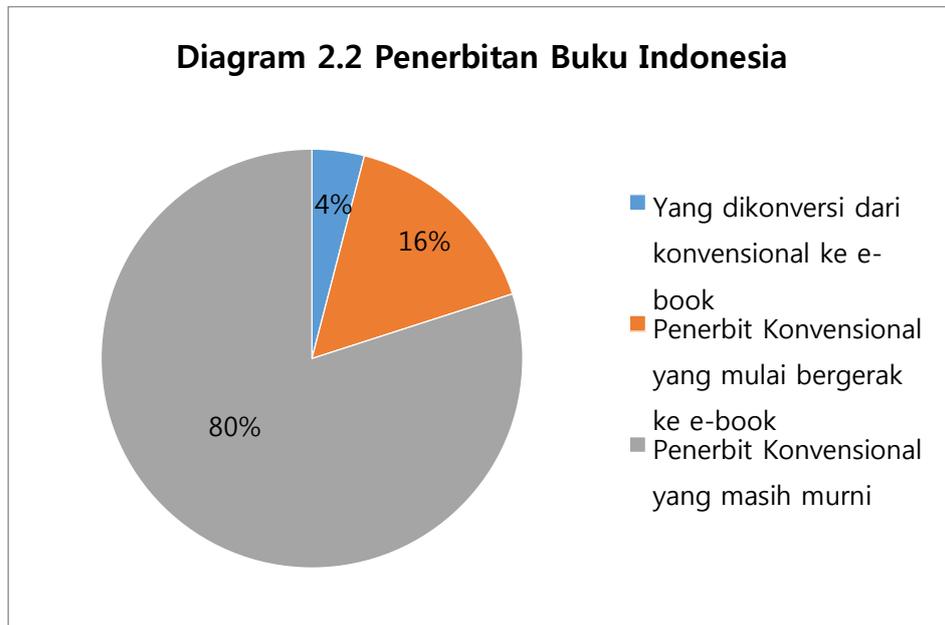
sebagai kemunduran, keadaan ini dipicu oleh teknologi baru yang saat itu sedang marak melanda penduduk Indonesia terutama kalangan anak muda berumur 13 tahun ke atas. Pertumbuhan signifikan dari penggunaan teknologi telah menciptakan prospek penjualan buku digital di Indonesia. Buku digital atau yang lebih sering dikenal sebagai *e-book* ini tersebar luas dan cepat, terutama dikalangan muda-mudi Indonesia, dikarenakan aksesnya juga jauh lebih mudah dan murah meriah jika dibandingkan dengan buku cetak atau buku konvensional.

Masyarakat terutama muda-mudinya saat ini memang sedang menggandrungi hal-hal yang berbau *online*. Mereka saat ini jauh lebih banyak memilih *e-book* dibandingkan dengan buku konvensional. Seperti ucap salah satu penulis buku *best seller* Indonesia dalam wawancaranya di Republika Online (Sabtu, 15 Agustus 2015), “bermunculannya *e-book* membuat masyarakat tampaknya telah berpindah ke lain hati. Kemungkinannya, saat ini sudah banyak para pembaca buku cetak, terutama dari kalangan muda, beralih ke buku-buku digital,” kata Afrizal Noor Huda Ismail. Padahal jika kita kaji kembali, buku elektronik hanya memiliki nilai kelebihan praktis dan murah, selebihnya ia tidak lebih baik dari buku konvensional, mulai dari pembahasan dan kelengkapan isi, atau lainnya, buku konvensional tetap jauh lebih unggul.

Prospek yang menjanjikan ini dilirik oleh beberapa penerbit besar di Indonesia. Mereka mulai menjadi penerbit ganda, memasuki dunia perbukuan digital meski telah lama bergelut diperbukuan konvensional. Dari survei yang dilakukan Asosiasi IKAPI (Ikatan Penerbit Indonesia) pada tahun 2015,

jumlah penerbit aktif yang bergerak ke arah *e-book* sangat signifikan jumlahnya, yaitu *presentase*-nya mencapai 20%. Hal ini mengindikasikan, penerbitan di Indonesia mulai memikirkan evolusi yang akan terjadi di masa mendatang dengan kemajuan dalam bidang teknologi komunikasi yang masih terus berkembang, yang mana nantinya media baca konvensional mulai mengalami pergeseran ke media digital. Beberapa penerbit besar konvensional di Indonesia yang mulai berkiprah di perbukuan digital, di antaranya Rosdakarya dengan nama digital eRosda, Gramedia menjadi Gramediana, dan Mizan menjadi Lumos.

*E-book* di Indonesia memang sedang tumbuh dan siap menggeser perbukuan konvensional, akan tetapi meskipun ia sedang merangkak, penjualannya masih kurang dari 2% pada pasar buku lokal (Andam, 2015: 22). Dari beberapa penerbit besar seperti yang disebutkan di atas, beserta penerbit kecil lainnya pun yang kelihatannya telah memikirkan prospek ke depan, ternyata dari 20% jumlah penerbitan Indonesia yang sudah bergerak ke arah *e-book* itu, belum sepenuhnya menerjuni dunia perbukuan digital. Hal ini ditunjukkan dengan *presentase* judul buku mereka yang telah dikonversi ke *e-book* masih sangat rendah, yaitu kurang dari 5% (Andam, 2015: 24).



Sedangkan diperkirakan indikator lain dari lesunya dunia percetakan buku ini karena semakin turun jumlah produksi buku. Seperti data yang telah diperoleh dari toko buku Gramedia, pada tahun 2014 mereka menerima 61.720.200 eksemplar dari penerbit lain dan terbitannya sendiri, yang siap dibagikan ke gerai atau cabang toko buku Gramedia seluruh Indonesia, dan dalam jumlah yang sebanyak itu mereka hanya menjual 25.853.472 eksemplar (Andam, 2015: 25). Sedangkan pada *website* resmi IKAPI diperoleh data sebanyak 69,766 juta eksemplar terjual di tahun 2013, dan terjadi penurunan pada tahun 2014, yaitu hanya sebanyak 62,656 juta eksemplar (<http://www.ikapi.org/statistik> diakses pada 24 Juli 2016).

Di Indonesia diperkirakan 30.000 judul buku diterbitkan setiap tahunnya, dan angka ini hanya menggambarkan judul yang terdaftar secara resmi di toko buku dan juga pengajuan ISBN di Perpustakaan, tidak termasuk buku yang

diterbitkan oleh individu (*self publisher*) atau organisasi non-penerbit seperti instansi pemerintah, organisasi non-pemerintah, komunitas independen, partai politik, dan asosiasi profesi (<http://www.ikapi.org/statistik> diakses pada 24 Juli 2016).

**Tabel 2.2 Jumlah Penjualan Buku Indonesia**

	<b>2013</b>	<b>2014</b>
Eksemplar Toko Buku	69,766 juta	62,656 juta
Nominal Toko Buku	4.000.000.000.000,00	5.000.000.000.000,00
Nominal Proyek	330.000.000.000,00	510.000.000.000,00
Nominal Buku Sekolah	3.000.000.000.000,00	3.000.000.000.000,00
<b>TOTAL</b>	<b>7.330.000.000.000,00</b>	<b>8.510.000.000.000,00</b>

Hal itu membuat penerbit mulai berhati-hati dalam menerbitkan buku. Penjualan buku yang membengkak karena kurangnya minat pembeli, ditambah pula persaingan distributor penerbit buku yang berdiri semakin banyak, meski banyak pula yang gulung tikar karena tidak kuat menghadapi terpaan pasar, tapi penerbit baru tetap bermunculan. Dalam jurnal penelitian sebelumnya yang dilakukan Stefanus Aditya pada tahun 2014 menyebutkan penerbit buku di Indonesia tahun 1990-an jumlahnya mencapai 4.632, lalu pada tahun 2012 tinggal 1.830. Sedangkan data terbaru yang didapat dari IKAPI saat ini, pada tahun 2015 per bulan Juni ada 1,328 penerbitan di

Indonesia yang resmi terdaftar, dan dapat dilihat pada tabel di bahwa setiap tahunnya penerbitan buku yang bergabung selalu meningkat.

**Tabel 2.3 Penerbit Aktif yang Tergabung di IKAPI**

No.	Wilayah	Jumlah			
		2012	2013	2014	2015
1	DKI Jakarta	450	473	497	504
2	Jawa Barat	227	249	273	278
3	Jawa Tengah	131	136	145	145
4	Yogyakarta	80	85	89	91
5	Jawa Timur	144	148	156	159
6	Sumatera Selatan	1	1	1	1
7	Kalimantan Barat	11	13	13	13
8	Sulawesi Selatan	1	1	1	1
9	Sulawesi Tengah	10	10	11	12
10	Bali	3	3	3	3
11	Banten	1	1	1	1
12	Sumatera Barat	11	11	12	12
13	Nanggroe Aceh Darussalam	3	3	3	3
14	Sumatera Utara	1	1	1	1
15	Riau	16	16	16	16
16	Jambi	4	4	4	4
17	Kalimantan Selatan	2	2	2	2
18	Kalimantan Timur	6	9	13	14
19	Kalimantan Tengah	1	1	1	1
20	Sulawesi Utara	22	22	22	22
21	NTT	10	10	10	10
22	NTB	11	14	18	18
23	Papua	8	8	8	8
24	Lampung	2	5	5	5
25	Batam	2	2	2	2
26	Gorontalo	0	0	2	2
<b>Total</b>		<b>1,158</b>	<b>1,228</b>	<b>1,309</b>	<b>1,328</b>

Sumber: IKAPI ([www.ikapi.org](http://www.ikapi.org))

Berdirinya penerbitan yang begitu banyak dan tidak seimbang dengan terjualnya buku pertahun, membuat persaingannya semakin bertambah ketat. Penerbitan buku mulai membatasi naskah-naskah siap cetak yang akan didistribusikan ke pasar. Hampir semua penerbitan buku menerapkan sistem *mainstream*, yang mana mereka hanya akan mencetak buku yang sesuai

dengan *trend*-nya saat itu. Hal ini dilakukan untuk tetap bertahan hidup di dunia ke penerbitan. Peraturan ini menjadikan wawasan yang disebarakan semakin dibatasi, dan karya orang-orang baru yang ingin menawarkan kesegarannya itu menjadi tidak ada guna. Keadaan seperti ini akan mematikan lingkup dunia sastra untuk para muda-mudi yang baru saja ingin menunjukkan keahlian menulisnya.

Namun, seiring berjalannya waktu di saat penerbitan buku mulai jatuh, penerbit alternatif muncul bersama berkembangnya teknologi, dan menjadi solusi untuk mimpi para penulis baru yang ingin menggeluti dunia kepenulisan. Kemunculannya ini seperti dampak positif dari lahirnya teknologi yang semakin pesat. Masyarakat yang begitu terikat dengan media sosial adalah dasar dari lahirnya penerbit alternatif. Teknologi yang awalnya dipandang sebagai sumber masalah dalam kemunduran buku konvensional, sekarang bagi penerbit alternatif ini teknologi bukan lah beban. Justru karena teknologi yang sedang digemari masyarakat ini menjadi pemicu utama lahirnya penerbit alternatif.

Di Yogyakarta sendiri telah banyak perbukuan digital yang telah menggeser penerbitan buku konvensional dan mengakibatkan hilangnya penerbit asli Yogyakarta, yang mana berdampak juga pada penulis pendatang baru dari daerah asli. Akan tetapi di kota ini telah lahir penerbit alternatif yaitu penerbitan indie yang cukup bagus, dan sudah tidak diragukan lagi kualitasnya. Penerbitan buku indie ini adalah Indie Book Corner yang

bertempat Jl Wahid Hasyim no 3, Gondokusuman, Catur Tunggal, Depok, Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta.

IBC sudah berdiri sejak tahun 2009. Awal mulai berdirinya IBC adalah berangkat dari ketidakpuasan Irwan Bajang sebagai pendiri yang pada tahun 2006 sedang rajin menulis puisi dan ingin menerbitkannya, akan tetapi buku puisi yang diberi judul Sketsa Senja ditolak oleh penerbitan karena alasan buku puisi tidak laku di pasar, dan akhirnya ia menerbitkan buku puisi dengan caranya sendiri, yaitu cara indie. Di mana cara itu ia melakukan berbagai proses penerbitan dengan kemampuannya sendiri dan hanya dibantu satu teman yang pintar mendesain, seperti ungkap Bajang pada saat ditemui di Dongeng Kopi, yang menjadi tempat berdiskusi dan berbagai acara IBC dengan menikmati aroma kopi.

“Waktu itu saya punya komputer dan printer, serta seorang temen yang pintar desain. Materi puisinya saya layout sendiri, saya edit dan print. Lalu saya potong dan jilid. Jadilah ia buku, buku pertama saya yang saya kerjakan dari menulis sampai jadi berbentuk semacam buku. Itulah buku saya pertama yang memperkenalkan saya pada dunia buku indie,” (Irwan Bajang, wawancara pada tanggal 31 Oktober 2016).

Setelah berhasil menerbitkan buku pertama dengan kerja kerasnya sendiri, pada tahun 2008 Bajang mulai menerbitkan buku lagi yang kali ini jenisnya adalah novel, dan berhasil diterbitkan oleh salah satu penerbit di Yogyakarta. Kemudian beranjak dari situ, rasa keingintahuan Irwan Bajang semakin tinggi dengan dunia penerbitan buku. Bajang mulai mengenal banyak hal di dalam penerbitan buku.

“Tahun 2008 saya punya naskah novel dan diterbitkan di sebuah penerbit di Jogja. Setelah itu sedikit demi sedikit saya ngintip proses penerbitan buku. Dari situ saya kenal apa itu *editing*, *proof reader*, bagaimana mengkonsep *cover*, ilustrasi dan model kerjasama dengan distributor,” (Irwan Bajang, wawancara pada tanggal 31 Oktober 2016).

Setelah mengenal dan mendalami dunia penerbitan, pada tanggal 9 bulan 9 tahun 2009 ia menciptakan weblog IBC di [www.indiebook.co.cc](http://www.indiebook.co.cc) bersama temannya yang telah lebih dulu menggeluti dunia penerbitan di sebuah penerbitan Yogyakarta. Temannya itu bernama Anindra Saraswati atau biasa disapa dengan Yayas yang kini resmi menjadi istrinya pada tahun 2014. Pada tahun 2012 *weblog* IBC telah berubah menjadi *website* resmi yang menggunakan domain, yaitu ada [bukuindie.com](http://bukuindie.com). IBC mulai membenaha, IBC didirikan bukan langsung direncanakan menjadi sebuah bisnis, tapi bertahap, dari komunitas terus ke bisnis kecil-kecilan, dari tidak serius menjadi serius, sampai akhirnya sekarang bergabung dengan Dongengkopi.

Dengan adanya perkembangan yang diperlihatkan oleh IBC, pesaing di luar menjadi semakin banyak. Akan tetapi IBC tidak memperdulikan para pesaing yang tidak menerapkan kualitasnya hanya karena mengunggulkan gratis atau biaya murah untuk mengejar banyaknya pengguna, seperti [nulisbuku.com](http://nulisbuku.com).

“IBC bisa saja seperti penerbit yang menerapkan hal itu, tapi apa itu kualitasnya bagus? Mereka yang menawarkan kemurahan, bagi kami itu bukan musuh yang stimpal bagi model bisnis penerbitan IBC, karena kami dari awal membidik penulis muda untuk mengkawal mereka dan menjadikan mereka tumbuh ke penulis yang lebih bagus, jadi kontrol kualitas benar-benar kami jaga,” (Irwan Bajang, wawancara pada tanggal 31 Oktober 2016).

Banyaknya penerbit indie di Indonesia sebagian besar hanya bertujuan untuk membidik jumlah pengguna, sedang IBC membidik kualitas yang dihasilkan oleh penulis agar mereka lebih berkembang nantinya, dan karena banyaknya penerbit indie itu bermain di lini yang jauh dari IBC, jadi ia tidak memperdulikan dunia perbisnisan mereka. Bagi IBC, pesaingnya adalah penerbitan major yang sangat ketat dalam pemilihan naskah mana yang harus keluar ke pasar, sangat mempertimbangkan hal-hal yang selalu dikhawatirkan oleh penerbit, yaitu laku atau tidaknya. Penerbit major yang dianggap IBC sebagai pesaingnya adalah Bentang, Gramedia, Republika, dan lainnya.

“Menurut saya buku-buku yang IBC jual itu setara dengan buku-buku yang dipasarkan oleh Gramedia atau Bentang. Jadi ya memang wajar aja kalau IBC menganggap mereka pesaingnya, lagian kalau mau jadiin penerbit indie lainnya seperti yang belum punya nama atau bahkan yang sudah terkenal seperti nulis buku itu mah bukan menjadi pembanding yang ada. Hanya memiliki sedikit kesamaan, bukan berarti menjadi pesaingan.” (Nanda, wawancara tanggal 28 Oktober 2016)

Begitu banyak pahit dan manis yang telah IBC alami, dari awal berdiri dengan bermodalkan nol dan hanya memanfaatkan komputer atau laptop di kos, serta menggunakan asas kepercayaan yang begitu tinggi, membuat IBC mengalami kepahitan yang sangat menyakitkan.

“IBC dibangun atas dasar pertemanan dan komunitas, kami saling percaya saja ke semua orang. Mengirim buku, mencetak banyak di awal lalu mengirim ke penulis sebelum pelunasan, banyak orang yang memanfaatkan itu untuk mengelabui. Pernah buku selesai cetak dan dikirimkan sebelum lunas, penulisnya kabur, dan tidak dibayar puluhan juta. Buku yang kata distributor layak cetak ulang tapi tidak dilakukannya kontrol yang bagus di toko buku, eh buku itu jadi return dan menumpuk, itukan akan menyusahkan bagi sebuah cikal bakal usaha,

akan mengganggu kestabilan,” jawab Bajang saat ditanya mengenai cerita pahit manis IBC dari sejak berdiri (wawancara, pada tanggal 31 Oktober 2016).

Tidak hanya itu rasa tidak sedap yang harus IBC cicipi, di awal ia meniti karirnya juga banyak komplain spesifikasi kertas, terlambat kirim, banyak mendapatkan kritik, tetapi hal itu malah yang membuat IBC menjadi tegar dan maju seperti sekarang ini. Mereka mengevaluasi diri, terus mendengarkan kata orang, dan mulai memperbaiki segalanya. Kepahitan yang menimpa dibayar sebanding dengan rasa manisnya. IBC begitu bahagia ketika melihat penulis-penulisnya yang tumbuh, mengawali debut nulisnya di IBC lalu mulai diundang di festival-festival sastra seperti Ubud Writers and Readers Festival, lalu mereka menemukan penerbit majornya, mendapat penghargaan, makin banyaknya jaringan yang terkumpul, dan hal itu membuat IBC banyak *followers*.

Semua yang IBC lalui membuatnya semakin bersemangat dan menjadikannya seperti pohon yang terus tumbuh, hingga akhirnya di awal tahun 2011 mereka memulai untuk lebih serius di bidang bisnis. Bajang mulai menggandeng teman-teman yang ahli dalam menggambar, mengedit, membaca untuk bergabung sebagai *layouter*, editor, desainer. Menurut Irwan Bajang,

“Perkembangan tidak sekencang sebuah pranata bisnis yang disusun sebagai sebuah bisnis dari awal, basic kamikan komunitas, teman-teman sendiri yang menjadi penulis, dan komunitas-komunitas,” (Irwan Bajang, wawancara pada tanggal 31 Oktober 2016).

Tentunya dalam perjalanan di awal itu, IBC sangat mengalami banyak kesulitan, dari mulai teknis hingga kesulitnya membangun sebuah kepercayaan konsumen.

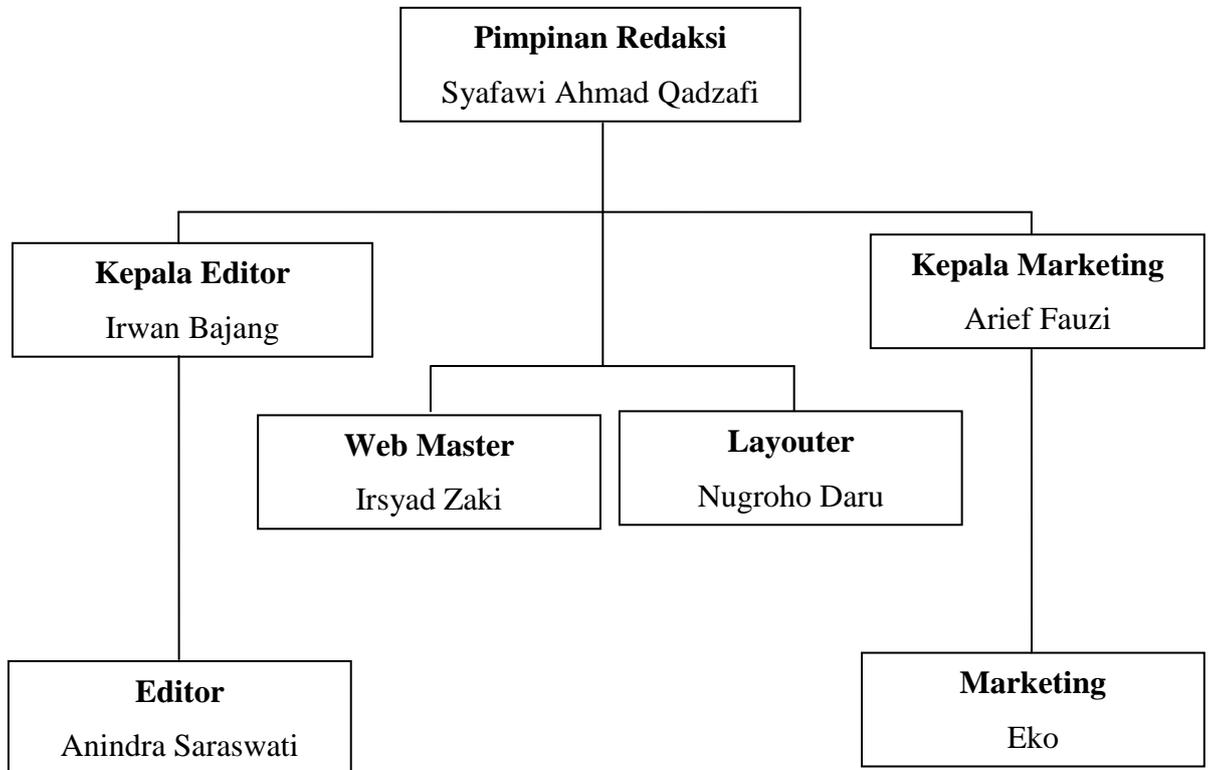
“Kesulitan yang paling berarti bagaimana meyakinkan kepada para penulis dan pembaca bahwa model yang kami tempuh model penerbitan buku secara mandiri ini adalah cara lain menerbitkan buku. Selama inikan, stigmanya mereka yang memilih menerbitkan dengan cara indie adalah yang gagal memasuki penerbitan major, atau karena punya uang saja jadi bisa mencetak buku,” (Irwan Bajang, wawancara pada tanggal 31 Oktober 2016).

Meski beberapa strategi atau cara untuk menghancurkan paradigma itu telah di susun, hal itu tidaklah mudah, IBC masih berusaha sampai sekarang, karena paradigma itu masih menjadi kendala besar. Cara-cara yang telah IBC lakukan untuk dapat terbebas dari jerat bayang paradigma menakutkan itu adalah dengan mengedukasi *public*, bahwa IBC bisa menghasilkan buku-buku bagus yang sama kualitasnya dari penerbit secara umum, memilihnya bukan karena frustrasi tapi memang jalan yang dari awal telah dipilih, bukan pengalihan tapi jalan yang berbeda dengan *goal* yang sama dengan penerbitan umum.

## **B. Struktur Organisasi**

Struktur Organisasi dalam IBC saat pertama kali berdiri hanya ada pemimpin redaksi dan editor saja. Beranjak ke tahun 2011, mereka mulai menggandeng teman-temannya untuk menjadi *layouter*, dan editor. Berikut struktur organisasi IBC pada kepemimpinan Syafawi Ahmad Qadzafi periode II Juni 2016:

**Bagan 2.1 Struktur Organisasi Indie Book Corner**



### **C. Filosofi Logo, dan Visi-Misi Indie Book Corner**

Logo IBC sendiri adalah ide dari sang pendiri yaitu Irwan Bajang, yang pada saat itu memikirkan sebuah gagasan yang cukup baik dan praktis.

“Logo itu mesti simpel, biar identitas yang dikemas juga simpel dan jika melihat, langsung ingat karena bentuknya juga seukuran stempel.” (Irwan Bajang, wawancara pada tanggal 31 Oktober 2016).

Bentuknya yang melingkar, tidak ada garis terputus mencoba menggambarkan IBC adalah kegiatan yang tidak terputus, hubungannya tidak hanya antara saat ia membutuhkan dan klien butuh saja. Saat penulis telah

menerbitkan bukunya tidak berhenti di situ saja, jaringannya berlanjut selalu, nyambung berkesinambungan dengan penulis dan teman-teman penerbit lainnya. Untuk warnanya Bajang memilih merah dengan alasan warna merah mempunyai simbol penegasan semangat, terlebih fokus sasaran pasar penerbitan dan penjualan bukunya IBC adalah ke anak muda, merah menjadi warna yang sangat tepat.



Gambar 2.1 Logo Indie Book Corner

Awal sebelum berdirinya IBC, Irwan Bajang memiliki cita-cita ingin mendirikan sebuah wadah untuk para produk indie dari mulai penulis indie, musik indie, desainer, dan lainnya. Nantinya wadah itu diharapkan bisa *display*, menjual, serta membuat acara-acara untuk mendukung produk-produk itu dan label indie tersebut. Akan tetapi yang mampu diwujudkan saat ini adalah indie dalam dunia penulis, yang akhirnya memunculkan ide

untuk dinamai Indie Book Corner. Menurut Irwan Bajang selaku pemimpin redaksi sekaligus pendiri, IBC bukanlah penerbit, tapi lebih tepatnya sebuah gerakan perbukuan atau gerakan buku indie. Perjalanannya bukan hanya sebuah kepentingan mencari profit tapi lebih dari itu. Seperti ungkap Bajang saat diwawancarai di ruang santai kantor IBC lantai dua,

“Kami mengampanyekan bagaimana buku biar mudah diproduksi, diedarkan, dibaca dan diapresiasi. Fokus kami bukan di industri perbukuan itu sendiri, tapi bagaimana menghadirkan sebuah “cara” menerbitkan alternatif, di tengah pusaran dunia perbukuan yang memang tak bisa terlepas dari “kapital”. Berbicara penerbitan konvensional atau mayor, jelas tak bisa lepas dari bagaimana menimbang untung rugi, marketable atau tidak buku yang diterbitkan. Indie Book berusaha memberi tahu, bagaimana cara menerbitkan buku. Jadi, kalau semua orang sudah tahu bagaimana cara menerbitkan buku, bisa jadi kelak IBC sudah tidak dibutuhkan lagi. Dan kami akan bahagia sebab cita-cita kami terpenuhi: semua penulis bisa menerbitkan karyanya dalam bentuk buku.” (Irwan Bajang, wawancara pada tanggal 31 Oktober 2016).

Pada saat keresahaan banyak dirasakan oleh penulis yang ingin mewujudkan impiannya tetapi tidak bisa menembuskan naskahnya ke penerbit major label, dikarenakan tidak sesuai dengan ketentuan pasar yang sangat dipertimbangkan oleh penerbitan agar tidak mengalami kerugian, IBC hadir sebagai solusinya, membuka layanan *self publish* ala buku indie. IBC adalah penerbitan buku yang tidak berpatokan pada satu *genre* saja, hampir semua *genre* ia terima dan bantu terbitkan, sekalipun itu *genre* baru yang diciptakan oleh penulis baru, serta IBC juga tidak mematok berapa banyak halaman yang pantas untuk diterbitkan.

Bahkan pada awal produksinya yang dikerjakan di kamar kos-kosan, IBC menerbitkan buku hanya mencetak sepuluh eksemplar untuk satu judul. Dapat disimpulkan bahwa visi misi mereka adalah menjadi wadah bagi mereka para penulis muda untuk belajar dari nol sampai akhirnya mereka dapat bergabung ke penerbitan major atau sampai membuat mereka menjadi penulis *best seller*, dan mengikuti ajang bergengsi kepenulisan seperti *Ubud Writers and Readers Festival*. IBC memiliki visi misi yang begitu mulia, dan tidak terduga.