

PROFIL PENERBIT NOVEL *CHICKLIT* DAN *TEENLIT* INDONESIA

Oleh :

Redyanto Noor

redyantonoor@gmail.com

Jurusan Sastra Indonesia Fakultas Ilmu Budaya

Universitas Diponegoro

ABSTRACT

Literary works are cultural objects of industrial products. Speaking about the production of literary works meant dealing with laws (systems, mechanisms, and strategies) imposed by the institution concerned-producing, ie the publisher. Therefore, publisher institution (chicklit novel and Teenlit) will create a typical industrial laws, which differ from the laws of other publisher institutions. Systems and mechanisms production of chicklit and Teenlit novel consist of the publisher profile, script acquisition (recruitment), script editing (editing), and script distribution (distribution). Publisher profile includes the publisher history, the publisher specifications and product diversification, as well as the publisher contact. In the modern business communication, publisher identity is as important as product identity. Consumer's trust is built through the image depiction of products and publisher, thus publisher profile becomes the main reference for consumers. Therefore, in the publisher profile description, it always emphasized its excellence experience (history) in publishing the kind of novel as mentioned before, the specifications and features of products they produce, as well as the tools and the modern systems- mechanisms production (worker qualification, printing machines, management). In relation to the publisher profile, some publishers, Elex Media Komputindo, GagasMedia, and Gramedia Pustaka Utama, have been uniquely designing and presenting (honest, intelligent, and "hanging") and convince the society of readers, especially the readers of Teenlit and chicklit novel.

Keywords : publisher, profiles, chicklit and Teenlit novel, industrial products, image.

I. PENGANTAR

Beberapa ahli sastra (Escarpit, 2005:60-61; Parera, 1988:42-43) mengatakan bahwa karya sastra adalah benda budaya dan produksi adalah elemen industri. Apabila karya sastra memasuki wilayah produksi, maka hukum-hukum yang dikenakan atas dirinya adalah hukum industri. Itulah sebabnya apabila berbicara tentang produksi karya sastra berarti berurusan dengan hukum-hukum (baca: sistem, mekanisme, dan strategi) yang diberlakukan oleh institusi pemroduksi yang bersangkutan, yaitu penerbit. Padahal

di dalam persaingan bisnis industri, setiap institusi pemroduksi selain menerapkan hukum-hukum konvensional perindustrian, juga mengembangkan hukum-hukum internal yang khas, untuk memelihara kekuatan daya saing (*competitive-power*) institusinya melawan kekuatan institusi pemroduksi lainnya. Untuk itu, sebuah institusi pemroduksi akan menciptakan hukum-hukum industri khas, yang berbeda dengan hukum-hukum institusi pemroduksi lainnya.

Penerbit modern sebagai sebuah institusi pemroduksi buku mau tidak mau harus kreatif mengembangkan hukum-

hukum industrinya agar mampu bersaing dengan penerbit-penerbit lain yang sejenis. Salah satu contoh kreativitas mengembangkan hukum industri penerbitan adalah yang dilakukan penerbit Gagas Media (hasil penelitian Muhammad Taufiqurrohman, 2010:92-100, “Produksi Budaya/Budaya Produksi *Chicklit* Indonesia di Penerbit Gagas Media”, 2010, Tesis Program Pascasarjana – Fakultas Ilmu Pengetahuan Budaya, Universitas Indonesia). Temuan penelitian tersebut (Taufiqurrohman, 2010:94) memperlihatkan fakta kongkret tentang hukum-hukum hasil kreasi (baca: rekayasa) penerbit Gagas Media, yang mampu menghasilkan produk unggulan, yang mampu bersaing dengan produk penerbit-penerbit lain. Penelitian tersebut menemukan bahwa untuk memproduksi buku (novel) yang unggul (kuat bersaing) Gagas Media menerapkan hukum (sistem, mekanisme, dan strategi) produksi budaya dan budaya produksi. Deskripsinya adalah Gagas Media mengimplementasikan produksi budaya dan budaya produksi dalam dua tahap artikulasi. Artikulasi pertama adalah mengurai hubungan yang rumit antara budaya produksi dengan momen produksi budaya, caranya dengan membangun konstruksi identitas (perempuan, muda, informal: *being smart and happy, fun*). Artikulasi kedua adalah mengurai hubungan yang rumit antara momen produksi dengan momen-momen eksternal (konsumsi, regulasi, dan representasi) caranya dengan membangun *image* (citra) konsumsi dan representasi sebagai bagian terpenting produk itu sendiri. Jadi, eksistensi penerbit Gagas Media dan hukum-hukum industri (termasuk produksi) penerbitannya tidak serta-merta ada begitu saja, tetapi sengaja dicipta melalui rekayasa yang rumit, kreatif, dan cerdas.

Bertolak dari rujukan di atas, maka pembahasan tentang sistem dan mekanisme produksi novel *chicklit* dan *teenlit* menjadi

sangat penting. Sistem dan mekanisme produksi yang dimaksud mencakup profil penerbit, pemerolehan (*rekrutment*) naskah, penyuntingan (*editing*) naskah, dan distribusi (*distribution*) naskah. Profil penerbit mencakup sejarah berdirinya penerbit, spesifikasi dan diversifikasi produk penerbit, serta kontak penerbit. Penyuntingan naskah mencakup seleksi naskah, penataan bahasa, penataan perwajahan, penyelarasan akhir. Distribusi mencakup pemasaran dan penjualan. Artikel ini khusus membahas profil pemroduksi novel *chicklit* dan *teenlit* Indonesia, sebagai tolok ukur kualifikasi penghasil novel *chicklit* dan *teenlit* yang terpercaya, yang terdiri atas tiga penerbit yaitu Elex Media Komputindo, Gagas Media, dan Gramedia Pustaka Utama. Tiga penerbit tersebut adalah penerbit yang memiliki tingkat produksi tertinggi di antara sekian banyak penerbit novel *chicklit* dan *teenlit* di Indonesia.

1.1 Profil Penerbit Novel *Chicklit* dan *Teenlit*

Dalam pembahasan profil penerbit dipaparkan sejarah singkat penerbit, spesifikasi dan diversifikasi produk penerbit, serta kontak penerbit. Sejarah singkat berdirinya penerbit dianggap penting karena di dalamnya termaktub filosofi maksud dan tujuan didirikannya penerbit yang bersangkutan. Spesifikasi dan diversifikasi produk penerbit dianggap penting karena di dalamnya terdapat informasi perubahan dan perkembangan produk serta target sasaran pengguna produk. Kontak penerbit juga dianggap penting karena segala macam informasi yang berhubungan dengan penerbit tersebut dapat diakses melalui alamat kontak, baik yang berupa alamat manual maupun alamat dalam jejaring sosial.

1.2 Penerbit PT Elex Media Komputindo

1.2.1 Sejarah Singkat Penerbit PT Elex Media Komputindo

PT Elex Media Komputindo adalah anak perusahaan dari Kelompok Kompas Gramedia (KKG), merupakan sebuah perusahaan penerbit multimedia dan sarana pendidikan yang berkantor pusat di Jakarta. Berdiri sejak 15 Januari 1985. Nama “Elex” sebenarnya kependekan dari istilah elektronika eksperimental (elex), yang awalnya adalah nama salah satu jenis majalah terbitan KKG. PT Elex Media Komputindo mulai menjalankan aktivitas bisnisnya pada tanggal 15 Januari 1985 dengan maksud awal untuk mengantisipasi perkembangan teknologi informasi, kemudian terbitlah buku-buku elektronika, komputer, dan majalah serial MIKRODATA (*Hobbies & Programmer*) dan majalah Elex (*Electronica Experiment*).

Penerbit Buku di lingkungan KKG adalah: Penerbit Gramedia Pustaka Utama, Penerbit ElexMedia Komputindo, Penerbit Gramedia Widya Sarana (Grasindo), Kepustakaan Populer Gramedia (KPG), Penerbit Kompas Media Nusantara, Penerbit Bhuana Ilmu Populer (BIP), dan Penerbit Prima Media Pustaka. Tiap-tiap penerbit mempunyai spesialisasi dalam produksinya.

1.2.2 Spesifikasi Produk Penerbit PT Elex Media Komputindo: Buku Anak & Remaja

Dunia anak adalah dunia pembelajaran dengan bidang yang sangat luas, di antaranya matematika, bahasa, kemampuan visual, seni, hubungan intrapersonal, moral, etika, pengetahuan praktis, dan banyak lagi. Memahami begitu luasnya hal-hal yang bisa dieksplorasi untuk membantu mengembangkan kemampuan anak. Elex Media mengembangkan buku-buku anak berdasarkan lima kelompok besar, yaitu

Fiksi, Sains & Referensi, Buku Kerja, Mewarnai & Aktivitas, *Board Book*, serta Novel Anak & Remaja. Targetnya adalah supaya buku-buku produk Elex Media Komputindo dapat dinikmati anak-anak, sehingga Elex Media Komputindo secara langsung atau tidak langsung ikut membantu mengembangkan kemampuan anak.

Kelompok produk fiksi ditujukan untuk anak-anak. Kelompok produk ini terdiri atas banyak seri seperti yang dapat ditemui di toko buku. Manfaat yang dapat diperoleh dari kelompok buku ini adalah melalui bahan bacaan fiksi diharapkan anak-anak dapat belajar dalam banyak hal, misalnya mengembangkan kemampuan membaca, imajinasi, pemahaman akan nilai-nilai moral, dan sebagainya. Buku fiksi bergambar yang diterbitkan Elex Media Komputindo merupakan karya lokal dan terjemahan. Dalam menerbitkan terjemahan, Elex Media Komputindo bekerjasama dengan penerbit asing, di antaranya Disney Enterprises Inc. Nagaoka, Joei Tokyo, Harper Collins, dan Carlsen Verlag.

Kelompok produk Sains & Referensi juga terdiri atas banyak seri. Pada kelompok ini terutama sangat membantu anak-anak dalam mendapatkan informasi mengenai ilmu pengetahuan praktis dan sederhana. Materi yang ditampilkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan anak-anak yang diperoleh dari sekolah. Dalam menerbitkan buku-buku sains bergambar, Elex Media Komputindo bekerjasama dengan penerbit asing, diantaranya Kaisei-sha, Child-Honsha, Andromeda, Marshall, Parramon, Mercedes Ross, Walts Publishing, dan Tic Tock Publishing.

Kelompok produk anak Buku Kerja & Aktivitas terutama ditujukan untuk anak-anak prasekolah, TK, dan SD. Elex Media Komputindo merancang produk kelompok ini untuk membantu orangtua menyediakan bahan dan sarana untuk belajar sambil

bermain. Materinya sangat beragam, mulai dari ilmu pengetahuan praktis, moral, hingga materi yang menunjang pendidikan berdasarkan kurikulum di sekolah. Anak-anak dapat mengekspresikan seluruh emosi, pengetahuan, dan pengalamannya melalui seri-seri ini. Selain produk lokal yang memunculkan tokoh si Komo, Joshua, dan Saras 008, Elex Media Komputindo juga bekerjasama dengan penerbit asing, di antaranya Disney Enterprises, Inc. Longman, Yoyo, dan SNP Education Collins.

Kelompok produk *Board Book* terutama ditujukan untuk anak-anak balita (bawah lima tahun). Berisi pengenalan konsep dasar yang dibutuhkan anak-anak pada tahap awal perkembangan pengetahuannya. Kelompok produk Novel Anak & Remaja berisi kisah petualangan, detektif, misteri, horor, dan cerita romantis yang menarik. Manfaat seri-seri akan semakin optimal jika orangtua juga terlibat aktif dalam proses pembelajaran, mendampingi ketika anak mewarnai, bercerita, atau mengerjakan permainan-permainan yang disediakan dalam buku. Dengan demikian, orangtua dapat menjadikan seri-seri ini sebagai sarana berkomunikasi dan bermain bersama anak-anak.

1.2.3 Produk PT Elex Media Komputindo

Pertumbuhan Elex Media Komputindo sebagai perusahaan penerbit diawali oleh terbitnya komik *Candy-candy*, *Kung Fu Boy*, *Dora Emon*, *Detective Conan*, dan lain-lain yang pada saat itu mengalami cetak ulang berkali-kali. Di samping komik Jepang, penerbit Elex Media Komputindo juga menerbitkan komik lokal. Arus informasi melalui internet menambah maraknya perkembangan teknologi multimedia, maka pada tahun 1990 dibentuk Divisi *Software* dan *Multimedia* yang kemudian sekarang dikenal dengan nama *Elex Digital*

(redaksi_emk@gramediapublishers.com: 12 Des 2008).

Buku-buku komik produk Penerbit Elex Media Komputindo semula adalah limpahan produk PT Gramedia Pustaka Utama yang dianggap telah terlalu banyak mengelola bermacam-macam jenis penerbitan buku dan majalah. Oleh sebab itu, agar lebih fokus pengelolaan dan pengembangannya, maka Divisi *Electronic-Experiment* (Elex) yang khusus mengelola produksi buku-buku digital didiversifikasi menjadi penerbit mandiri bernama PT Elex Media Komputindo. Sejak itu komik-komik asal Jepang, seperti Doraemon, Canon Ball, Naruto, Kapten Tzuzaba, dan lain-lain diproduksi oleh Penerbit PT Elex Media Komputindo (redaksi.emk@gramediapublishers.com: 12 Des 2008).

Pada awal-awalnya unit usaha ini mengambil spesialisasi penerbitan komik, buku-buku elektronika eksperimental (elex), dan buku-buku komputer. Pada perkembangan selanjutnya penerbit ini mengembangkan diri ke bidang-bidang yang lain. Informasi lebih rinci dan lengkap tentang produk-produk yang dihasilkan PT Elex Media Komputindo lebih jauh dapat mengunjungi situs: www.elexmedia.co.id.

1.3 Profil Penerbit Gagas Media

1.3.1 Sejarah Singkat Penerbit Gagas Media

Penerbit Gagas Media didirikan 4 Juli 2003 oleh sekelompok anak muda kreatif yang berpengalaman dan giat bekerja di bidang jurnalistik, atau aktif dalam kegiatan tulis-menulis. Mereka adalah FX Rudy Gunawan, Anthonius Riyanto, Moammar Emka, Hikmat Kurnia, dan Andi Dominicus. Obsesi pendiri Gagas Media adalah menjadikan penerbit itu sebagai sebuah “negara” penulis muda (*the state of writers, yep, that is exactly damn right, Buddies!*), dengan slogan perusahaan yang sangat familiar: *No need*

to knock the door, first. It already opened for you. Just come in!

Regenerasi penulis masa sesudahnya memperoleh semangat slogan tersebut yang diwariskan pendiri Gagas Media (FX Rudy Gunawan, Anthonius Riyanto, Moammar Emka, Hikmat Kurnia, dan Andi Dominicus) kepada motor penggerak Gagas Media berikutnya. Sebagai penerbit dengan target market remaja hingga dewasa muda, Gagas Media bersikap sangat serius mewujudkan target tersebut. Oleh sebab itu, sejak awal berdiri, Gagas Media tidak hanya mengakomodasi keinginan para pembaca mudanya, tetapi juga merangkul sebanyak mungkin talenta (pebakat) baru yang dari tahun ke tahun semakin bertambah banyak. Hasilnya, sekarang Gagas Media menjadi payung bagi ratusan penulis baru yang ingin eksis. Sebut aja Adhitya Mulya, Ninit Yunita, Raditya Dika, Yennie Hardiwidjaja, Tessa Intanya, Andi Eriawan, Christian Simamora, dan masih banyak lagi!

Tidak hanya berhenti sampai di situ. Komitmen itu diwujudkan juga melalui pelatihan menulis untuk siapa saja yang berminat. Mulai dari bengkel penulisan, *workshop* penulisan, kelas menulis kreatif, hingga pemberian beasiswa sekolah menulis kepada para penulis muda. Bagi penerbit Gagas Media, belajar akan lebih menyenangkan kalau dilakukan dengan beramai-ramai mengundang sebanyak-banyaknya peserta. Untuk kepentingan itu, slogan penerbit Gagas Media memang sangat khas: *So, just come in!*

1.3.2 Spesifikasi Produk Penerbit Gagas Media: Buku Cerdas dan Menghibur

"Fun and smart, those are so" adalah slogan identitas buku-buku produk penerbit Gagas Media. Oleh sebab itu, apabila ada yang menganggap Gagas Media identik dengan *chicklit*, memang tidak ada salahnya. Akan tetapi, jika diperhatikan sungguh-sungguh akan

ditemukan fakta bahwa penerbit Gagas Media tidak melulu menerbitkan *chicklit* dan *teenlit* seperti yang diprediksi orang. Buku terbitan Gagas Media sangat banyak dan beragam, tidak hanya jenis fiksi tetapi ada buku-buku non-fiksi, misalnya Komedi Cinta (novel-novel yang mengulas kelucuan percintaan), Kamar Cewek (novel-novel yang mengulas permasalahan remaja perempuan), *Fantasylit* (novel-novel bertema fantasi dan *sci-fi*), *Candy Romance* (novel romantis), *Girls' Guide* (buku pemandu khusus untuk remaja perempuan), *Girlosophy* (buku pengembangan diri), sastra kontemporer (karya berbobot penulis-penulis seperti Dewi Lestari, Ayu Utami, Ita Sembiring), novel terjemahan (karya para penulis terkenal seperti Melissa Bank dan Mary Carter), novel adaptasi (novelisasi film layar lebar), dan *Songlit* (novelisasi lirik lagu hits para penyanyi terkenal, seperti Letto, Ratu, Souljah, Senyawa, Project Pop, Andre Hehanussa, Ten 2 Five). Dengan mengandalkan semangat dan kreativitas anak muda, penerbit Gagas Media menawarkan membaca dan menulis sebagaigaya hidup kaum muda. Untuk memudahkan peminat dan pengguna mengakses produk-produk penerbit Gagas Media, maka pihak manajemen perusahaan menyediakan berbagai media sebagai sarana komunikasi dan interaksi.

1.4 Dewan Redaksi Penerbit Gagas Media

1.4.1 Pemimpin Redaksi

Tugas utama pemimpin redaksi adalah membuat *job-description* untuk para awak redaksi, mengatur jadwal terbit, *hunting* penulis, *hunting* buku, bikin laporan kerja, membuat *deadline*, mencari percetakan, tawar-menawar harga cetak buku, menghitung harga buku, *memimpin* rapat redaksi, *meeting* dengan *client*, menandatangani surat-surat, menghadapi komplain dari pihak yang kurang puas, termasuk dari para anggota dewan redaksi

sendiri. Secara umum pemimpin redaksi bertanggung jawab atas semua bidang pekerjaan penerbitan. Berikut ini adalah kutipan konsekuensi tugas pemimpin redaksi yang ekspresinya khas Gagas Media:

Berada di posisi ini membuat: jam tidur berkurang drastis—tapi lebih bisa menghargai waktu tidur, waktu pacaran menipis—*yep!*, kesabaran harus dipertebal—*hard job since you have to meet many people in different characters*, punya stok beraneka ragam obat sakit kepala—tentunya yang nggak bikin ngantuk, punya senyum template dan jawaban untuk semua pertanyaan, kemampuan menawar dan merayu yang tinggi supaya dapat harga murah dari percetakan, dibenci orang karena bisa menjelma jadi 'hantu' menjelang *deadline*.

II. EDITOR NASKAH

Tugas utama editor naskah, menurut anggapan Christian Simamora, adalah mengolah naskah menjadi buku yang *performance*-nya khas Gagas Media (sedap dan *yummy*) sehingga memesona dan mudah dibaca. Untuk mengolah naskah tersebut agar tampil sedap dan *yummy*. Seorang editor naskah juga dituntut mencari bahan-bahan olahan yang variatif. Juga harus dapat menemukan naskah dan penulis yang diyakini dapat membuat jenis produk penerbitannya lebih bagus. Berikut ini adalah kutipan konsekuensi tugas pemimpin redaksi yang ekspresinya khas Gagas Media:

Berada di posisi ini bikin Christian: lebih sering panik (*deadline, deadline, deadlineeee!!!*), ber-*esprit-de-corps*ria karena buku-buku yang paling diingat ya terbitan Gagas Media gitu, lebih banyak kenal sama penulis dan orang-orang PH. Terlepas dari itu semua Christian bisa belajar banyak, baik sebagai penulis maupun editor. Karena saat dia mengedit, dia juga belajar dari tulisan itu.

2.1 Editor Naskah

Alit Tisna Palupi berpendapat bahwa editor naskah adalah seorang peri naskah. Artinya, seorang editor harus dapat memberikan kebahagiaan dan kesenangan bagi para pembaca dan penulis. Ibarat peri dengan tongkat ajaibnya, sentuhan keahlian editor pada sebuah naskah adalah upaya membuat naskah tersebut layak dibaca. Seperti peri pula, ia harus bisa menjembatani pembaca untuk bisa masuk ke dunia imajinasi penulis dalam bukunya. Berikut ini adalah kutipan konsekuensi tugas pemimpin redaksi yang ekspresinya khas Gagas Media:

Berada di posisi ini bikin Alit: melupakan keinginan untuk libur dan pulang ke Bandung, tapi mengingat lagi pelajaran bahasa Indonesia terutama tentang unsur-unsur intrinsik dalam sebuah tulisan. Belajar menghadapi berbagai karakter orang, belajar ngomong di depan orang juga. Lebih sering ke toko buku buat lihat buku-buku baru dan buku laku.

2.1.1 Editor Naskah

Editor naskah, menurut Anissa Kurnia bukan sekadar memperbaiki EYD, tapi juga menyusun dan membuat kata-kata menjadi indah, baik ketika dibaca maupun ketika dilihat secara visual. Untuk mendapatkan buku yang tampilannya utuh secara keseluruhan, editor naskah juga dituntut mampu *matching*-kan isi cerita dengan tampilan buku. Berikut ini adalah kutipan konsekuensi tugas pemimpin redaksi yang ekspresinya khas Gagas Media:

Berada di posisi ini bikin Ninish: Nggak bisa nolak kalo jadi moderator pas *talkshow*, nggak punya banyak pilihan kalo lagi *deadline*—tanpa mengurangi nafsu makan tentunya. Mau nggak mau, harus mengingat lagi pelajaran bahasa Indonesia, sedikit rese kalo nemuin buku yang dia tau editannya nggak beres. O, ya, lebih cerewet kalo ngadepin *setter* dan editor *freelance*!

2.1.2 Konsultan Naskah

Profesi konsultan naskah bagi Resita Wahyu F. tidak berbeda jauh dengan dokter. Oleh sebab itu, dia melabeli dirinya sebagai dokter naskah. Seperti halnya dokter, konsultan naskah juga harus mampu mendiagnosis penyakit akut (kelemahan dan kekurangan) penulis ketika menulis. Selanjutnya memberikan advice (resep) supaya kelemahan dan kekurangan tersebut dapat diperbaiki. Berikut ini adalah kutipan konsekuensi tugas pemimpin redaksi yang ekspresinya khas Gagas Media:

Berada di posisi ini bikin Resita: harus jadi orang yang siap ditelepon penulis pukul berapa aja. Editor siaga, bo! Bisa mendeteksi penyakit penulis sejak awal. Rajin ngingetin penulis soal *deadline*—karena dia juga dikejar *deadline*, pastinya harus ekstra sabar kalo ngadepin penulis yang sangat menguras kesabaran dan ngeyelnya bikin tensi darah tinggi meningkat. Ibarat seorang dokter: Resita pun dituntut untuk terus belajar meningkatkan kemampuannya.

2.1.3 Desainer Grafis

Istilah lain dari Desainer-Grafis menurut Jeffri Fernando adalah perupa imaji. Spesifikasi pekerjaannya adalah menggabungkan berbagai macam unsur seni, mampu menerjemahkan jalan cerita yang ada di dalam naskah ke dalam konsep dan bentuk yang bisa divisualkan untuk semua orang. Pekerjaan lain yang sulit adalah menjaga standar mutu desain dan *layout* buku Gagas Media agar tetap menampilkan ciri khas penerbitnya. Termasuk konsep desain media promosi Gagas Media. Selain harus menguasai aplikasi teknologi digital dan multimedia, trampil mengoperasikan berbagai macam *soft-ware CorelDraw Program* pada komputer, juga harus siap diskusi, beradu argumen dengan penulis naskah untuk menyinkronkan konsep cover buku. Desainer-Grafis juga mempunyai tugas

strategis, yaitu menyaring dan menjaga kualitas karya desainer *freelance* Gagas Media. Berikut ini adalah kutipan konsekuensi tugas pemimpin redaksi yang ekspresinya khas Gagas Media:

Berada di posisi ini bikin Jeffri : melahap semua jenis bacaan, mengamati semua jenis desain, mulai iklan, cover buku, sampai kemasan produk apa pun. Frekuensi ke toko buku pun meningkat karena harus melihat perkembangan cover buku. Jeffri pun menjelma jadi '*font freak*'. Tiap kali melihat *font* yang ada di media apa pun, dia otomatis langsung menebak jenis *font* yang digunakan. Dan kebanyakannya sih bener. Posisi ini pun bikin jeffri harus belajar nego ke pemasaran, pemimpin redaksi, dan penulis ketika ia mempresentasikan desain-desain cover yang dibuatnya.

2.1.4 Lay-Outer Naskah

Wahyu Suwarni menyebut *Setter* dengan istilah "Pewajah Isi". Pekerjaan khususnya adalah membuat buku menjadi lebih nyaman dibaca. Kemampuan dan ketrampilan yang harus dimiliki seorang *setter* adalah menguasai berbagai macam karakter *font* dan penggunaannya. Seorang *setter* juga harus mampu menyesuaikan karakter *font* dengan isi buku sehingga pembaca mendapatkan pengalaman yang utuh dari cerita, bahkan sejak tahap *settingan* isi. Menurut Wahyu Suwarni konsekuensi tugas pemimpin redaksi yang ekspresinya khas Gagas Media adalah harus ekspresif, gemar membaca, dan mengetahui banyak persoalan di lingkungan sekitarnya.

2.1.5 Desainer Konsep

Conceptor Designer pekerjaan utamanya menurut Dwi Anisa Anindhika adalah mendesain cover yang akan dibuat, mulai dari ide awal sampai *finishing* cover. Bahkan kadang-kadang ia juga mengonsep tampilan buku mulai dari cover sampai pada isinya. Biasanya kesulitan yang

dihadapi seorang *conceptor designer* adalah membatasi ruang khayalnya sendiri atas isi cerita sehingga hasilnya tumpah-ruah di desain cover. Misalnya, desain yang seharusnya cukup dibuat tiga alternatif, malah dibuat empat sampai enam desain.

Berada di posisi ini bikin Nisa jadi: lebih sering berkhayal dan mengeluarkan imajinasi sebelum tidur. Paginya, langsung buru-buru ke kantor untuk menuangkannya di komputer tercinta. Selain itu jadi sering ke toko buku untuk melihat perkembangan desain terkini. Supaya nggak ketinggalan zaman dong! Kemudian, jadi lebih tau tentang masalah percetakan. Sesuatu yang sebenarnya harus diketahui oleh semua desainer, supaya hasil desain dan *finishing cover* sesuai dengan yang diinginkan.

2.1.6 Penyelaras Akhir Naskah

Editor penyelaras akhir ibaratnya adalah penjaga gawang proses pengolahan naskah, dari bentuk naskah awal sampai master naskah yang siap naik cetak (*printing*). Menurut Gita Romadhona pekerjaan penyelaras akhir selayaknya dilakukan oleh orang yang sudah berpengalaman di dunia edit-mengedit, sebab untuk pekerjaan ini dibutuhkan ketelitian dan kesabaran yang tinggi. Ia tidak boleh melihat ada satu titik pun kesalahan dalam editan. Apabila ia menemukan kesalahan pada buku yang dieditnya dan buku itu telah terbit, maka sekecil apa pun kesalahan itu menjadi tanggung jawabnya. Berikut ini adalah kutipan konsekuensi tugas pemimpin redaksi yang ekspresinya khas Gagag Media:

Menjalani profesi editor tampaknya membuat Gita menjadi lebih gampang waswas sekaligus mawas. Lebih bisa menghargai kesalahan edit yang ditemuinya di buku-buku editan orang lain—bo, biasanya Gita *nocompromise*, dan selalu terkesan terburu-buru karena dikejar *deadline*.

III. PENGOLAH DATA

Pekerjaan utama pengolah data adalah mengolah *Web Content*. Menurut Deta Oktaria pengolah data ibaratnya adalah kurir atau *messenger*. Misalnya, ia harus rajin ke gudang mengambil buku sendiri kalau tidak ingin *web* Gagag telat di *up-date*. Ia juga harus menampung segala bentuk masukan ide—baca kemauan—redaksi. Selain itu, seorang pengolah data juga mengurus segala macam komunikasi-interaktif melalui internet, terutama rubrik wawancara *on-line* yang ada di *web*, membuat *review* buku tepat waktu, dan sebagainya. Informasi yang *up date* dan akurat adalah jaminan mutu dan citra *web* Gagag Media. Semua itu menjadi tanggung jawab *web content girl* seperti Deta Oktaria. Berikut ini adalah kutipan konsekuensi tugas pemimpin redaksi yang ekspresinya khas Gagag Media:

Berada di posisi ini bikin Deta: menganggap mejanya itu ibarat toko buku. Semua jenis buku ada, bo! Mobilitas tinggi—soalnya dia harus bolak-balik Arteri-Montong. Lebih sabar dan harus bisa menerjemahkan mau semua orang ke dalam web.

3.1 Profil Penerbit Gramedia Pustaka Utama

3.1.1 Sejarah Singkat Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama

Uraian ringkas tentang sejarah penerbit Gramedia Pustaka Utama ini dihimpun dari beberapa sumber internet, sebagian besar dirujuk dari situs resmi Gramedia (www.gramedia.com). Penerbit Gramedia mulai menerbitkan buku sejak tahun 1974. Buku pertama yang diterbitkan adalah novel *Karmila*, karya Marga T., sedangkan untuk buku non-fiksi pertama adalah *Hanya Satu Bumi*, yang ditulis oleh Barbara Ward dan René Dubois (diterbitkan bekerjasama dengan Yayasan Obor). Penerbitan selanjutnya disusul oleh buku seri anak-anak pertama *Cerita dari Lima Benua* dan buku cerita seri-seri yang

lain. Dengan misi "Ikut mencerdaskan dan memajukan kehidupan bangsa serta masyarakat Indonesia", Gramedia Pustaka Utama berusaha keras untuk menjadi agen pembaruan bagi bangsa ini dengan memilih dan memproduksi buku-buku yang berkualitas, yang memperluas wawasan, memberikan pencerahan, dan merangsang kreativitas berpikir. Melalui pengalaman jatuh-bangun dan melihat kebutuhan pasar, Gramedia Pustaka Utama akhirnya mengkonsentrasikan diri untuk menggarap dua bidang utama, yakni fiksi dan non-fiksi. Bidang fiksi dibagi menjadi fiksi anak-anak dan pra-remaja, remaja, dewasa. Bidang non-fiksi dibagi menjadi humaniora, pengembangan diri, bahasa dan sastra Indonesia, bahasa Inggris/*ELT*, kamus dan referensi, sains dan teknologi, kesehatan, kewanitaan (masakan, busana), dan sebagainya.

Karena misi dan visi itu pula, Gramedia Pustaka Utama berusaha memilih penulis-penulis yang berkualitas. Di deretan fiksi dikenal nama-nama yang memiliki reputasi internasional seperti: John Grisham (penulis *legal thriller*), Sidney Sheldon, Agatha Christie, Danielle Steel, Sir Arthur Conan Doyle, dan lain-lain; dan lima penulis wanita paling top di Indonesia: Marga T., Mira W, Maria A. Sardjono, V. Lestari, dan S. Mara Gd. Di deretan non-fiksi untuk penulis lokal ada Hermawan Kartajaya, Kwik Kian Gie, Rhenald Kasali, Husein Umar, Vincent Gaspers, Andreas Harefa, Anand Krishna, Hembing W., Nila Chandra, Marry Winata, Rudy Choirudin, dan lain-lain; dan untuk penulis asing (terjemahan) ada: Jack Canfield & Mark Victor Hansen (*Seri Chicken Soup for the Soul*), John Gray, Daniel Goleman, John P. Kotter, Joe Girard, Andrew Weil, dan lain-lain.

Untuk mengetahui jenis produk dan mendapatkan jenis-jenis buku yang diminati, dan untuk memberikan pelayanan maksimal kepada para peminat dan pengguna produk-produk yang

dihasilkannya, penerbit Gramedia Pustaka Utama menyediakan berbagai media sebagai sarana komunikasi dan interaksi. Salah satunya adalah *web* perusahaan, cara pencarian buku berdasarkan kata kunci atau nama pengarang, kemudian diketikkan pada kolom yang terletak di sudut kanan atas tiap halaman *web*.

2.3.2 Spesifikasi Produk Gramedia Pustaka Utama: Buku Umum, Buku Fiksi dan Buku Non-fiksi

Penerbit Gramedia Pustaka Utama adalah penerbit buku-buku umum, yakni buku-buku yang dimaksudkan untuk konsumsi umum. Disebut konsumsi umum karena buku-buku tersebut merupakan referensi atau bahan bacaan umum, mulai dari anak-anak, remaja, hingga dewasa, mencakup buku-buku fiksi dan nonfiksi. Itulah domain bisnis perusahaan Penerbit Elex Media Komputindo, tetapi terdapat fakta bahwa banyak di antara buku terbitan Gramedia Pustaka Utama juga terdapat buku teks. Oleh karena itu, Gramedia Pustaka Utama juga memiliki *Desk* buku teks, yang secara khusus bertanggung jawab atas buku-buku teks perguruan tinggi yang diterbitkan. Untuk buku teks bagi siswa Sekolah Dasar (SD) hingga Sekolah Menengah Atas (SMA) secara khusus diterbitkan oleh anak perusahaan Gramedia yang lain, yaitu Penerbit PT Grasindo (nonfiksi@gramedia.com: 23 Nov 2008).

Buku-buku umum yang diterbitkan Gramedia Pustaka Utama adalah buku-buku yang mengandung nilai-nilai yang sejalan dengan *mission statement* perusahaan, yaitu "Bersama komponen bangsa yang lain, ikut serta menciptakan Indonesia Baru dengan nilai-nilai humanisme transendental." Oleh karena itu, buku yang diterbitkan Gramedia Pustaka Utama adalah yang membawa misi mengembangkan nilai-nilai kemanusiaan yang beriman kepada Sang Pencipta dan Pemelihara, yaitu Tuhan Semesta Alam. Hal itu berarti

bahwa Gramedia Pustaka Utamamenerbitkan buku yang mendorong munculnya semangat pluralis, demokratis, inklusif, cerdas, berwawasan luas, profesional, berbudaya, humanis, dan religius. Sebaliknya, Gramedia Pustaka Utamamengindari penerbitan naskah yang mendorong semangat fanatik sempit, picik, anti-pembelajaran, dan pelecehan kemanusiaan (www.gramedia.com: 23 Nov 2008).

Buku-buku fiksi yang diterbitkan Gramedia Pustaka Utama pada mulanya dikhususkan pada buku-buku novel karya pengarang-pengarang senior yang telah memiliki nama di kancah penulisan novel di Indonesia dan kumpulan cerita pendek hasil seleksi tim editor Gramedia Pustaka Utama. Pengarang-pengarang senior tersebut misalnya Ahmad Tohari, YB Mangunwijaya, Umar Kayam, Nh. Dini, Budi Darma, dan lain-lain. Adapun kumpulan cerpen berasal dari *Kompas Minggu*, yang dimuat selama satu tahun biasanya diberi label "Cerpen Pilihan Kompas". Selain itu, sejak tahun 1970 Gramedia Pustaka Utama memelopori penerbitan buku-buku kategori novel populer, terutama karya novelis-novelis perempuan yang awalnya diorbitkan oleh harian *Kompas*, melalui cerita bersambung. Novelis-novelis perempuan tersebut antara lain Marga T, Mira W, V. Lestari, novelis cerita detektif S. Mara Gd, dan lain-lain (fiksi@gramedia.com: 23 Nov 2008).

Sejak tahun 2003 Gramedia Pustaka Utama melakukan diversifikasi produk dengan menerbitkan buku-buku fiksi "tren" baru yang disebut *teenlit*. Bahkan pada tahun 2004 Gramedia Pustaka Utama mencanangkan tema *teenlit* mengikuti kesuksesannya mengusung tema *chicklit* di tahun 2003, yang bercerita tentang kehidupan wanita kosmopolitan. Semula ide *chicklit* muncul karena keinginan menerbitkan buku dengan tema seperti di dunia mode ("Menulis: Hobi yang Pantas Dilirik": wawancara Nina

Setyawati dan Eka Alam Sari: <http://www.kompas.com/submitted> by [team e-penulis](mailto:team_e-penulis) on Rabu 26 Sep 2007).

Menurut Listiana, editor senior Gramedia Pustaka Utama (penerjemah novel *Harry Potter*) karena penerbit mempunyai banyak cerita wanita kosmopolitan, maka disepakati tema *ChikLit*. Istilah *ChikLit* berasal dari luar setelah suksesnya novel *Bridget Jones Diary* di Amerika. Itulah sebabnya, tema tersebut disertai slogan dan *tag line* yang khas agar terkesan tampil beda, yakni "*Being Single and Happy*". Kesuksesan tersebut menggoda Gramedia Pustaka Utama untuk menerbitkan tema lain yang dianggap tidak kalah menarik, maka tahun 2004 dideklarasikan tema *TeenLit*. Novel pertama *TeenLit* terbit Februari 2004, tetapi *launching* resmi baru dilakukan April 2004. pada saat itu Gramedia Pustaka Utama sudah mempunyai dua pengarang lokal yang masih remaja, yaitu Dyan Nuranindya dan Maria Ardelia, novelnya adalah *Dealova* dan *Me versus High Heels! (Aku versus Sepatu Hak Tinggi!)* (<http://www.kompas.com/submitted> by [team e-penulis](mailto:team_e-penulis) on Wednesday, 26 Sep 2007).

Di luar itu, Gramedia Pustaka Utama secara rutin tetap menerbitkan buku-buku fiksi terjemahan jenis novel karya novelis-novelis terkenal dari luar, antara lain Sidney Sheldon, Danielle Steelle, Sandra Brown, Jacky Collins, Agatha Christy, J.K. Rowling, dan lain-lain. Mulai tahun 2004 Gramedia Pustaka Utama juga mencoba menerbitkan ulang novel-novel populer yang sukses di tahun 1970-1980an, karya-karya Marga T, Mira W, Hilman (Lupus) Hariwijaya, dan lain-lain (fiksi@gramedia.com: unduhan 9.35 a.m. Nov 12 08). Untuk memudahkan peminat dan pengguna mengakses produk-produk penerbit Elex Media Komputindo, maka pihak manajemen perusahaan menyediakan berbagai media sebagai sarana komunikasi dan interaksi.

IV. PENUTUP

Dalam komunikasi bisnis modern identitas pemroduksi sama pentingnya dengan identitas produk yang dihasilkannya. Kepercayaan konsumen dibangun melalui penggambaran citra (*image*) produk dan pemroduksi yang tinggi. Jika citra (*image*) produk dibangun melalui spesifikasi identitas yang rinci, akurat, istimewa, dan orisinal, maka citra (*image*) pemroduksi dibangun melalui spesifikasi profil yang lengkap, jelas, dan alat produksi yang terpercaya. Jika pemroduksi novel *chicklit* dan *teenlit* adalah penerbit, maka profil penerbit menjadi rujukan utama bagi konsumen untuk membeli novel jenis itu. Oleh sebab

itu, dalam deskripsi profil penerbit selalu ditekankan keunggulan pengalaman (sejarah) menerbitkan novel jenis itu, spesifikasi dan keistimewaan produk yang dihasilkannya, serta alat dan sistem-mekanisme produksi modern menyangkut kualifikasi pekerja, mesin cetak, manajemen informasi, produksi, dan distribusi. Dalam kaitannya dengan novel *chicklit* dan *teenlit*, penerbit Elex Media Komputindo, Gagas Media, dan Gramedia Pustaka Utama telah merancang dan menyajikannya secara khas (jujur, cerdas, dan “gaul”) dan meyakinkan masyarakat pembaca, khususnya pembaca novel *chicklit* dan *teenlit*.

DAFTAR PUSTAKA

- Bennet, Tony. 1990. *Popular Fiction: Technology, Ideology, Production, Reading*. London: Routledge.
- Bungin, Burhan. 2001. *Imaji Media Massa: Konstruksi dan Makna Realitas Sosial, Iklan Televisi dalam Masyarakat*. Yogyakarta: Jendela.
- Cahyono, Rachmat H. 2005. “Booming Buku Novel”. dalam *Republika*, 16 Januari 2005.
- Chaney, David. 2004. *Lifestyle: Sebuah Pengantar Komprehensif* (diindonesiakan Nuraeni). Yogyakarta: Jalasutra.
- Damhuri, Elba. 2005. “Selisik: Teenlit” dalam *Republika*, Minggu 17 April 2005.
- Damono, Sapardi Djoko. 2009. *Kebudayaan Populer (di Sekitar) Kita*. Jakarta: Editum.
- Escarpit, Robert. 2005. *Sosiologi Sastra* (diindonesiakan Ida Sundari Hussein). Depok: Lembaga Penelitian dan Pengembangan, FPIB – Universitas Indonesia.
- Ibrahim, Idi Subandi (ed.). 2003. *Lifestyle Ecstasy: Kebudayaan Pop dalam Masyarakat Komoditas Indonesia*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Mg07. 2005. “Novel Ringan versus Novel Berat *Gue Banget*” *Republika*, Minggu 16 Januari 2005 (<http://www.republika.co.id/detail.asp? katakunci=chicklit&id= 199331>).
- Noor, Redyanto. 2001. “Kondisi Produksi dan Distribusi Novel Hiburan Indonesia 1980-1990” makalah Seminar Nasional PIBSI Jateng – DIY XXI, FPBS- IKIP Negeri Semarang, 17-18 Oktober 2001.
- Parera, Frans M. 1988. “Perkembangan Industri Novel Populer Indonesia” dalam *Prisma* No. 8, Tahun 1988, halaman 40-51.
- Strinati, Dominic. 2009. *Popular Culture: Pengantar Menuju Teori Budaya Populer* (diindonesiakan Abdul Muchid). Jogjakarta: Ar-Ruzz Media.
- Taufiqurrohman, Muhammad. 2010. “Produksi Budaya/Budaya Produksi *Chicklit* Indonesia di Penerbit Gagas Media” Tesis Magister Program Studi Kajian Budaya, Fakultas Ilmu Pengetahuan Budaya, Universitas Indonesia, Depok.