
Strategi Diversifikasi Produk Buku Fiksi Sebagai Pengembangan Karya Tugas Akhir Penerbitan

Refi Yuliana^{1*}, Suratni², Prily Fitria Aziz³

^{1*,2,3}Program Studi Penerbitan, Jurusan Penerbitan, Politeknik Negeri Media Kreatif, Jakarta, Indonesia
Email: ^{1*}refi.yuliana@polimedia.ac.id, ²ratni@polimedia.ac.id, ³prilyfa@polimedia.ac.id

Abstract

This research departs from the lack of development in the work of the Final Project students of the Publishing Study Program, especially in books with the fiction genre. This limitation causes the work produced in terms of content and medium is still monotonous and has not developed in the desired direction. This research uses the concept of product development strategy which is commonly used in business and industry, especially the publishing industry. This study uses a qualitative descriptive method to analyze, describe, and explain the diversification that may be used for students of Publishing. The object of the research is the student's final thesis product Publishing from 2015 to 2020. This research also aims to find a new formulation for writing a publishing final project product, especially in the fiction category. The results of this study show that in the 2015 to 2020 period, there are only 4 types of fiction that keep repeating itself, and there is only 1 work in the form of a flashlight book as part of manual product development. This research resulted in a further mapping of the stages of diversification that students could choose and their product forms.

Keywords: *Diversification, Product Development, Publishing, Fiction Books*

Abstrak

Penelitian ini berangkat minimnya pengembangan dalam karya Tugas Akhir mahasiswa Program Studi Penerbitan, khususnya pada buku dengan genre Fiksi. Keterbatasan ini menyebabkan karya yang dihasilkan dari segi konten maupun mediumnya masih monoton dan belum berkembang sesuai arah yang diinginkan. Penelitian ini menggunakan konsep strategi pengembangan produk yang lazim digunakan dalam dunia bisnis dan industri, khususnya industri Penerbitan. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif Kualitatif untuk menganalisa, menjabarkan, dan menjelaskan diversifikasi yang mungkin dipergunakan bagi mahasiswa Penerbitan. Objek penelitian adalah Produk tugas akhir mahasiswa Penerbitan dari tahun 2015 hingga 2020. Penelitian ini juga bertujuan untuk menemukan formulasi baru penulisan produk tugas akhir penerbitan khususnya dalam kategori fiksi. Hasil penelitian ini menunjukkan dalam rentang waktu 2015 hingga 2020 hanya terdapat 4 jenis karya fiksi yang terus berulang-ulang, dan hanya ada 1 karya dalam bentuk *flashlight book* sebagai bagian dari pengembangan produk manual. Penelitian ini menghasilkan pemetaan lebih lanjut tahapan diversifikasi yang dapat dipilih oleh mahasiswa beserta bentuk produknya.

Kata kunci : Diversifikasi, Pengembangan Produk, Penerbitan, Buku fiksi

PENDAHULUAN

Tantangan dunia perbukuan masa depan terbilang cukup berat, terutama dengan adanya digitalisasi diberbagai aspek kehidupan. Masyarakat cenderung membutuhkan kebaruan dan inovasi di semua bidang, termasuk mengalihkan kebiasaan membaca buku ke bentuk lain yang lebih variatif. Hal ini membuat produsen buku harus berfikir keras dan menelaah kembali efektifitas produk-produk yang dihasilkan.

Hal ini juga berlaku bagi Prodi Penerbitan yang mencetak tenaga trampil dan siap pakai di industri perbukuan. Manajemen harus berfikir kreatif untuk bisa menjawab tantangan tersebut melalui karya-karya yang dihasilkan mahasiswa Saat ini produsen buku dituntut untuk bisa mempertahankan loyalitas pembaca melalui karya yang disajikan. Loyalitas ini menysasar pada generasi milenial yang perlahan mulai meninggalkan *platform* lama dan beralih ke media baru yang pilihannya lebih beragam dan tidak mengenal batas ruang dan waktu.

Sebagai pendidikan tinggi vokasi, khususnya dalam bidang penerbitan buku, mahasiswa diharapkan mampu menciptakan sebuah produk dalam disiplin ilmu mereka, yaitu buku dalam berbagai genre. Produk tersebut mengambil bentuk dan proses sesuai dengan apa yang dilakukan dalam dunia industri sesungguhnya. Hal ini sejalan dengan keterampilan dan kompetensi yang diharapkan dapat *link and match* dengan dunia industri. Selayaknya produsen dalam industri perbukuan, maka mahasiswa juga harus menempatkan diri sebagai produsen karya, pencipta, inovator dan pelaksana dalam proses produksi buku, dari hulu hingga hilir. Untuk itu, mahasiswa penerbitan juga harus mampu menciptakan serta menerapkan beragam inovasi dan pengembangan, agar tidak tertinggal dari perubahan dan pembenahan indutri perbukuan abad di 21.

Jenis-jenis karya buku bervariasi dari tahun ke tahun. Sebagian besar karya tugas akhir mengangkat kearifan lokal di beberapa wilayah di Indonesia. Tahun 2015, ada tujuh karya buku yang mengangkat kearifan lokal beberapa wilayah di Indonesia, mencakup buku nonfiksi berjudul *Biografi Bapak, Depok dalam Infografis, Food Hunter: Green Tea Holic, Profil 20 Wirausaha Jabodetabek, Profil Talk about Jehan*, dan buku anak berjudul *Kisah Doli dan Kawan-Kawan di Kepulauan Derawan dan Mari Menenal Jakarta* (Suratni, 2019).

Diversifikasi merupakan salah satu upaya dalam memperkaya variasi produk mahasiswa di Polimedia. Strategi diversifikasi memiliki banyak bentuk, salah satunya adalah penambahan medium lain kedalam buku, antara lain dengan penggabungan realitas tambahan ke dalam buku cetak. Strategi ini cukup banyak dilakukan oleh penerbit buku, terutama untuk buku kategori anak. Tujuannya adalah mengkolaborasikan kebiasaan anak yang selalu bermain gadget agar tetap terbiasa membaca buku. Beberapa buku dengan kategori non fiksi juga telah menerapkan diversifikasi. Contohnya adalah pembuatan QR Code buku yang bisa terhubung ke audio visual yang telah diunggah ke platform media baru. Seperti buku wisata yang kemudian memperjelas tampilannya dengan menampilkan audio video melalui kanal Youtube. Hal-hal seperti ini perlu dilakukan mengingat terjadi perubahan yang cukup besar dalam cara masyarakat mengkonsumsi isi media.

Untuk itu, penelitian kali ini mencoba mengawali era intervensi teknologi dalam karya mahasiswa Program Studi Penerbitan kedepan. Bila sebelumnya karya mahasiswa dapat dinikmati dalam bentuk buku cetak saja, kedepan hal ini akan lebih berkembang, beragam, interaktif dan menjangkau banyak sasaran. Terutama generasi masa depan yang memiliki keterkaitan yang cukup erat dengan teknologi internet.

TINJAUAN PUSTAKA

Diversifikasi Produk

Menurut Tjiptono (2007), strategi diversifikasi produk adalah suatu upaya mencari dan mengembangkan produk atau pasar yang baru, atau keduanya, dalam rangka mengejar pertumbuhan, peningkatan penjualan, profitabilitas dan fleksibilitas. Hal ini berkaitan erat dengan bagaimana kemungkinan penjualan produk saat dilepas ke pasaran. Wahyudi (2006) menambahkan bahwa diversifikasi produk merupakan kegiatan pertumbuhan produk yang dilakukan untuk melakukan hasil penjualan melalui daur produk. Konsep ini dapat diartikan bahwa produk apapun yang dihasilkan sebuah industri dapat didaur menjadi bentuk baru untuk meningkatkan nilai jual dan keterserapan pasar.

Strategi Pengembangan produk

Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2007:4) menyatakan bahwa produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk memuaskan keinginan atau kebutuhan konsumen. Menurut Buchari Alma (2007: 139) produk ialah seperangkat atribut baik berwujud maupun tidak berwujud, termasuk didalamnya masalah warna, harga, nama baik pabrik, nama baik toko yang menjual (pengecer) dan pelayanan pabrik serta pelanggan pengecer, yang diterima oleh pembeli guna memuaskan keinginannya.

Menurut Undang-undang Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 2002, pengembangan adalah kegiatan ilmu pengetahuan dan teknologi yang bertujuan memanfaatkan kaidah dan teori ilmu pengetahuan yang telah terbukti kebenarannya untuk meningkatkan fungsi, manfaat dan aplikasi ilmu pengetahuan dan teknologi yang telah ada, atau menghasilkan teknologi baru.

Pengembangan produk harus dibuat agar dapat mempertahankan dan meningkatkan Daya saing. Pengembangan produk merupakan salah satu langkah perusahaan agar dapat tetap bertahan dan mengembangkan produk untuk dapat meningkatkan daya saing perusahaan.

Produk Penerbitan

Penerbitan berasal dari kata “*publish*” yang mulai dicatat pada awal 1570 dengan pemahaman “*the issuing of a written or printed work*” atau informasi yang ditulis atau pekerjaan yang dicetak. Secara harfiah penerbitan dapat diartikan sebagai sebuah industry yang menghasilkan produk cetak yang dapat disebarluaskan kepada khalayak. Sedangkan *European Commission and Skillset Assesment UK* dalam (Rambatan, 2015) mengembangkan definisi penerbitan sebagai proses produksi dan penyebaran informasi, yaitu membuat informasi tersedia untuk publik. Informasi tersebut dapat berupa karya-karya seperti buku, majalah, koran, dan rekaman suara dalam bentuk cetak maupun elektronik. Fokusnya adalah menciptakan konten bagi konsumen. Sedangkan percetakan adalah proses untuk mereproduksi teks dan gambar, termasuk kegiatan pendukung yang terkait, seperti penjilidan buku, jasa pembuatan piringan, dan pencitraan data. Fokusnya adalah mereproduksi konten dalam bentuk media.

Kategori Buku

Secara umum, Buku dapat dikategorikan menjadi 2 bentuk, yakni buku Fiksi dan Non Fiksi. Buku fiksi merupakan buku yang berlandaskan pada imajinasi penulis dan bukan aktifitas atau kejadian yang sesungguhnya. Sedangkan buku Non Fiksi merupakan bentuk karya yang dilandaskan pada kejadian dan aktifitas sesungguhnya dengan melibatkan proses berfikir, analisis dan keakuratan data dan fakta.

Pengembangan Buku Interaktif berbasis manual

Pengembangan buku interaktif berbasis manual berarti jenis pengembangan buku tanpa menggunakan teknologi digital. Pengembangan produk jenis ini mengandalkan kreatifitas dan kemampuan mendesain buku secara manual. Beberapa bentuk buku interaktif berbasis manual antara lain; *Pop up book*, *Flip book*, *Flap book* (buku jendela), *Touch book*, Buku senter dan *Interactive Games book*

Pengembangan Teknologi Buku berbasis digital

Alih wahana

Alih wahana adalah perubahan dari satu jenis kesenian ke jenis kesenian lain (Damono, 2009). Dalam proses alih wahana dijelaskan bahwa setiap hasil alih wahana merupakan sebuah karya baru karena adanya pengalihan dari satu karya menjadi karya yang lain. Alih wahana adalah “sebuah kemungkinan”; ia bertransformasi terhadap dirinya sendiri. Ia menyelami berbagai perihal yang baru. Berbagai bentuk alih wahana dalam teknologi buku antara lain; *Audio Book*, *Audio Visual Book* dan *Electronic book (e-book)*.

Teknologi Augmented Reality

Augmented Reality (AR) adalah suatu lingkungan yang memasukkan objek virtual 3D ke dalam lingkungan nyata. AR mengizinkan penggunaanya untuk berinteraksi secara realtime (Gorbala dan Hariadi, 2010). *Augmented reality* memungkinkan perspektif diperkaya dengan menampilkan obyek virtual pada dunia nyata dengan cara mengajak penonton bahwa obyek virtual adalah bagian dari lingkungan nyata. *Augmented reality* merupakan *crossover* antara dunia nyata dan virtual (Milgram, 1994). Menjadikan komponen ini sebagai salah satu bentuk alih wahana atau suplemen dalam dunia perbukuan, dapat menjadi strategi untuk diversifikasi produk penerbitan kedepan.

QR Code

Quick Response Code atau yang biasa disebut dengan QR Code merupakan barcode dua dimensi yang memungkinkan isinya untuk dapat diterjemahkan dengan kecepatan tinggi (Rouillard, 2008). Keunggulan dari QR Code adalah mampu menyimpan informasi yang lebih banyak dibandingkan dengan barcod. QR Code telah banyak diimplementasikan dalam bentuk aplikasi QR Code Reader dan QR Code Generator, sehingga seseorang akan sangat mudah untuk membuat informasi dan mendapatkan informasi hanya dengan melakukan proses *scanning* dan pemindaian data melalui media dari kamera handphone. (Anastasia, 2010).

METODE

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian ini berlokasi di Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta Selatan tepatnya di Program Studi Penerbitan. Objek pada penelitian ini adalah karya tugas akhir mahasiswa berbentuk buku dari genre fiksi yang dimiliki mulai tahun 2015 hingga tahun 2020. Obejek ini akan dikaji secara mendalam untuk melihat penerapan diversifikasi produk pada karya tugas akhir mahasiswa. Hal ini akan berkembang pada medel kemungkinan lain dalam penerapat diversifikasi produk kedepannya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Analisis

Sebaran Karya Tugas Akhir Mahasiswa Program Studi Penerbitan Tahun 2015-2020

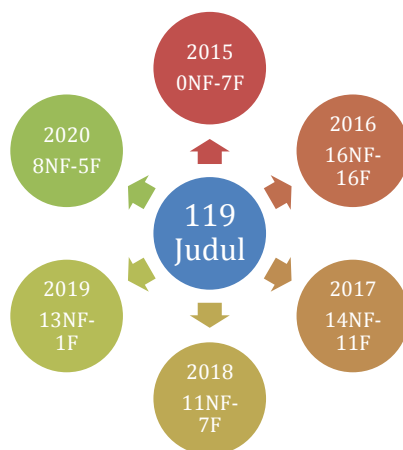
Mahasiswa tingkat akhir di Program Studi Penerbitan diwajibkan menyelesaikan pembuatan produk penerbitan berupa buku. Mahasiswa diberi kebebasan memilih tim kerja untuk menyelesaikan penulisan karya produk akhir, yang sesuai dengan minat masing-masing. Pembuatan karya tugas akhir, berupa buku harus mengikuti aturan dan memenuhi salah satu standar kompetensi yang ditentukan dalam SKKNI Penerbitan. Setiap mahasiswa dapat memilih kompetensi penulis, editor maupun desain. Sesuai kompetensi yang dipilih, mahasiswa wajib menyelesaikan tugas masing-masing sesuai dengan aturan dan standard yang ditentukan.

Dalam kurun waktu 6 tahun terdapat total 119 karya tugas akhir yang telah diselesaikan mahasiswa. Karya ini terbagi menjadi 2 kelompok, yaitu fiksi dan non fiksi. Karya fiksi merupakan karya imajiner, buatan, rekaan yang tidak memiliki korelasi dengan dunia nyata. Hal ini mencakup cerita anak, cerita pendek, novel hingga puisi/prosa. Sedangkan karya non fiksi adalah buku yang berisikan informasi yang sebenarnya, dapat dipertanggungjawabkan, berisikan data dan fakta, walaupun tidak semua proses pengumpulan datanya melalui proses jurnalistik.

Tren penulisan mahasiswa penerbitan mengarah kepada produk-produk bergenre non fiksi. Sebanyak 73 judul dari total 119 karya merupakan produk non fiksi dari beragam kategori. Sedangkan sisanya sebanyak 46 judul merupakan produk fiksi dari beragam genre penulisan. Hal ini terjadi karena mahasiswa masih diberi kebebasan dalam menentukan produk tanpa ada *roadmap* apa yang menentukan arah produk kedepannya, sehingga sering ditemukan satu genre didominasi oleh banyak judul.

Sebaran Karya TA Kategori Fiksi Tahun 2015-2020

Fokus penelitian diversifikasi ini adalah pada produk fiksi. Terdapat fluktuasi sebaran karya TA setiap tahun terhadap produk-produk bergenre fiksi. Hal tersebut dapat dilihat dalam peta sebaran karya mahasiswa pertahun berikut ini :



Gambar 1. Sebaran karya TA Prodi Penerbitan kategori Fiksi 2015-2020

Sebaran diatas menunjukkan jumlah karya berdasarkan genre yang dipilih mahasiswa pertahun. Masing-masing tahun memiliki tren penulisan tersendiri. Pemilihan produk masih didominasi oleh pemilihan karya non fiksi. Pemilihan genre fiksi lebih diminati karena sumber data yang sudah jelas, terarah dan valid dalam penulisan. Hal ini berbeda

dengan karya fiksi yang membutuhkan totalitas dalam hal penulisannya. Selain harus memenuhi kaidah penulisan kreatif, unsur penunjang cerita, kekuatan karakter tokoh hingga menentukan klimaks dan penyelesaian masalah, mahasiswa juga harus maksimal dalam mengimajinasikan jalan cerita agar produk yang dibuat menarik untuk diikuti dan produknya memiliki nilai jual.

Dalam kategori fiksi, buku dengan genre fiksi anak masih sangat minim, sebab menyusun fiksi anak lebih membutuhkan usaha terutama dalam menulis naskah cerita yang gampang dipahami oleh anak-anak, sesuai genre usia. Berdasarkan sebaran diatas sebaran diversifikasi berdasarkan genre naskah produk masih belum ideal. Produk masih didominasi oleh karya non fiksi. Karya non fiksi tersebut juga berasal dari berbagai macam genre, mulai dari non fiksi anak atau buku informasi anak, buku biografi, buku-buku informasi umum, mulai dari wisata, kesehatan, kumpulan feature, hingga buku yang berlatar belakang adat, budaya dan kebiasaan masyarakat di Indonesia. Sebaran ini kedepannya juga dapat ditentukan dengan pola penyebaran yang ditentukan kebijakannya setiap tahun.

Klasifikasi jenis karya mahasiswa kategori fiksi Tahun 2015-2020

Kategori fiksi anak

Buku fiksi anak merupakan salah satu sub genre dalam penulisan fiksi. Sub genre ini mengkategorikan pembaca pada usia anak, yaitu antara 4 hingga 12 tahun. Jenis buku ini biasanya didominasi oleh gambar-gambar dan lebih bersifat imajinatif. Buku fiksi anak tetap mengedepankan unsur pendidikan, yang dikemas dalam sebuah cerita imajinasi. Imajinasi dalam konteks ini adalah tokoh-tokoh rekaan seperti hewan yang dapat berbicara, tokoh khayalan yang tidak ada di dunia nyata, ataupun benda mati yang dapat bersuara. Salah satu contoh fiksi anak adalah fabel dan buku dongeng.

Tabel 1. Judul buku kategori fiksi anak tahun 2015-2020

No	Judul	Genre	Tahun
1	Kisah Doli dan Kawan-Kawan di Kepulauan Derawan	Fiksi Anak	2015
2	Kumpulan Cerita Anak "Main Yuk"	Fiksi Anak	2016
3	Kumpulan Cerpen Anak "Ayah Berhati Emas"	Fiksi Anak	2016
4	Aku Disiplin	Fiksi Anak	2016
5	Pelangi di Air Terjun Bidadari	Fiksi Anak	2016
6	Legenda Aceh Selatan "Naga dan Tuan Tapa"	Fiksi Anak	2016
7	Nalih dan Teman-Teman	Fiksi Anak	2016
8	Batu Belah	Fiksi Anak	2016
9	Yuk Berkehidupan Baik Bersama Hafizah	Fiksi Anak	2018
10	<i>I AM Paw</i>	Fiksi Anak	2018
11	Peri Pengantar Tidur	Fiksi Anak	2020

Salah satu produk TA yang sudah menerapkan pengayaan dalam karya fiksi anak adalah buku dengan konsep flashlight book atau buku senter. Buku yang berjudul "Peri pengantar tidur" ini mengambil genre buku dongeng peri yang bisa dinikmati anak mulai dari usia 4 tahun. Pada intinya buku ini merupakan buku interaktif yang melibatkan aktifitas, baik individu ataupun kelompok dalam proses membaca buku.



Gambar 2. Buku “Peri Pengantar Tidur”

Buku dongeng anak “Peri Pengantar Tidur” merupakan konsep buku interaktif yang melibatkan aktifitas anak secara aktif pada saat membacanya. Konsep buku ini adalah buku senter (*flashlight book*) dimana saat membaca buku anak juga dihadapkan dengan gambar imajinasi yang menceritakan jalan cerita di setiap halamannya.

Cara penggunaan buku ini adalah dengan menghidupkan senter, baik senter yang biasa digunakan di rumah maupun lampu flashlight dari handphone. Cahaya ini kemudian diarahkan ke bidang datar untuk kemudian bisa dinikmati sebagai proyeksi gambar secara langsung. Konsep buku ini merupakan salah satu bentuk diversifikasi yang dapat dikembangkan lebih lanjut dalam produk tugas akhir mahasiswa.

Pengembangan buku anak dengan konsep *flashlight* merupakan pengembangan dengan basis manual, artinya penulis harus membuat rancangan ilustrasi secara manual untuk kemudian di produksi secara manual. Lembaran buku diganti dengan lembaran plastic mika bening yang di print ilustrasi sesuai jalan cerita. Keunggulan buku ini adalah semua anak dapat menggunakannya secara mandiri, sebab dioperasikan secara manual. Sedangkan kekurangannya adalah focus dan warna yang tidak bisa terproyeksikan pada saat cahaya menembus ilustrasi yang dibuat.

Kategori Kumpulan Cerpen

Antologi atau kumpulan cerpen merupakan karya fiksi yang berisikan kumpulan cerita pendek dari lebih satu penulis. Biasanya tema dari kumpulan cerita pendek ini sudah ditentukan dan memiliki benang merah. Buku jenis ini biasanya bisa berupa kumpulan cerita dari sekelompok orang ataupun cerpen-cerpen yang pernah dibuat di media massa, yang kemudian dibukukan dan dipublikasikan kembali melalui buku. Sebagian besar produk yang berisikan cerita fiksi lebih banyak berupa buku novel, mulai dari novel remaja hingga novel umum. Berikut beberapa judul antologi Cerpen dalam rentang 2015 hingga 2020:

Tabel 2. Kategori buku kumpulan cerpen tahun 2015 hingga 2020

No	Judul	Genre	Tahun
1	Antologi Cerpen "Aku Serupa Kupu-Kupu"	Fiksi/antologi	2015
2	Kumpulan Cerpen "Amertasmara"	Fiksi/antologi	2015
3	Kumpulan Cerpen Misteri (<i>Scary of life</i>)	Fiksi/antologi	2018
4	Buku Kumpulan Fanfiction "SEASON"	Fiksi/antologi	2015
5	Catastrophe	Fiksi/antologi	2017

Membuat diferensiasi dalam kategori buku ini dapat dilakukan dalam konteks cerita dan ilustrasi. Buku kumpulan cerpen sebaiknya memiliki keunggulan dalam segi

konten/cerita. Namun tidak menutup kemungkinan bila penulis buku sejenis ini menerapkan teknologi digital dalam produksinya.

Misalnya, dengan membuat *QR Code* yang terhubung ke kanal-kanal digital yang kontennya juga sudah dikreasikan seperti ke akun youtube tertentu untuk menambahkan dimensi audio-visual, atau ke podcast untuk menambahkan dimensi audio. Hal ini bisa dilakukan dengan kerjasama dengan pemilik akun digital tertentu, ataupun membuat sendiri akun yang dibutuhkan.

Kategori Puisi, Sajak, Prosa

Buku puisi, sajak dan prosa adalah salah satu bentuk karya fiksi yang banyak beredar di pasaran. Kategori buku ini memang bukan menjadi kategori buku yang memiliki banyak peminat, karena sangat spesifik dalam target pasar. Buku kategori ini juga sangat terbuka untuk ditingkatkan dengan menambahkan teknologi-teknologi digital. Berikut beberapa judul buku puisi, sajak dan prosa dari tahun 2015 hingga 2020:

Tabel 3. Kategori buku puisi, sajak dan prosa tahun 2015 hingga 2020

No	Judul	Genre	Tahun
1	Cinta Dalam Pragma	Fiksi/puisi	2020
2	Relung Jiwa	Fiksi/puisi	2020
3	Romantisme Bersahaja	Fiksi/prosa	2020
4	Perspektif Foto & Puisi	Fiksi/puisi	2017
5	Monolog Kopi	Fiksi/prosa	2016

Peningkatan nilai dari buku-buku puisi dapat dilakukan dari segi konten dan medium. Dari segi konten buku-buku puisi yang di produksi harus mampu memberikan daya Tarik, baik dari keunikan Bahasa maupun dari keunikan desain dan ilustrasi.



Gambar 3. Buku Puisi, Sajak dan Prosa “Romantisme Bersahaja”

Salah satu contoh adalah buku sajak “Romantisme Bersahaja” yang menjadi salah satu produk mahasiswa tahun 2020. Buku ini menerapkana konsep desain yang sangat menarik dengan komposisi warna yang nyaman untuk dinikmati. Selain itu ilustrsi yang ditampilkan juga sesuai dengan target sasaran produk yaitu kalangan remaja. Peningkatan nilai melalui teknologi sebagai bentuk diversifikasi produk juga dapat diterapkan untuk menambah nilai jual buku jenis ini, misalnya dengan menambahkan motion graphic dengan bantuan QR Code, ataupun peningkatan secara manual dengan membuat *flip or flap book* yang disesuaikan dengan target sasaran pembaca, sehingga membaca buku sajak menjadi lebih interaktif dan berbeda.

Kategori Novel

Novel adalah salah satu jenis buku yang paling banyak dibuat sebagai bentuk produk tugas akhir mahasiswa Penerbitan. Jenis buku fiksi ini sangat populer di kalangan mahasiswa penerbitan, sebab murni imajinasi penulis. Berikut beberapa judul novel produk mahasiswa penerbitan mulai dari tahun 2015 hingga 2020 :

Tabel 4. Kategori buku novel tahun 2015 hingga 2020

No	Judul	Genre	Tahun
1	Tempat Aku Pulang	Fiksi/novel	2015
2	Secret Love	Fiksi/novel	2015
3	Coretan Seorang Mangaka	Fiksi/novel	2016
4	Banyu Di Atas Bukit	Fiksi/novel	2016
5	Nirwana	Fiksi/novel	2016
6	Secangkir Cerita	Fiksi/novel	2016
7	Internal	Fiksi/novel	2016
8	Rani	Fiksi/novel	2016
9	Alea	Fiksi/novel	2016
10	A Journalism Journey	Fiksi/novel	2016
11	Gara-Gara Magang!	Fiksi/novel	2017
12	Tidak Ada Putus	Fiksi/novel	2017
13	<i>Scheduler</i>	Fiksi/novel	2017
14	Lupin "Saya ada Jika Kamu Percaya"	Fiksi/novel	2017
15	Julia	Fiksi/novel	2017
16	Nisaka Anasera dan Kotak Angesti	Fiksi/novel	2017
17	Genetika	Fiksi/novel	2017
18	<i>Fog At The Crossroad</i>	Fiksi/novel	2017
19	Si Mini Kuper	Fiksi/novel	2017
20	<i>Seven Days for Keshia</i>	Fiksi/novel	2018
21	Si Bulat	Fiksi/novel	2018
22	Mengejar Cinta Nona	Fiksi/novel	2018
23	Hijrah "Menjadi Baik itu Baik"	Fiksi/novel	2018
24	Rain (A)	Fiksi/novel	2019
25	Di Belakang Wajah	Fiksi/novel	2020

Dari 25 judul buku dengan kategori novel diatas 20 judul mengambil bentuk novel remaja, 4 judul novel umum dan 1 judul memiliki subgenre adventure. Hal ini menunjukkan bahwa minat mahasiswa untuk mengambil tema lain diluar tema remaja masih sedikit. Padahal, apabila dilakukan eksplorasi lebih lanjut, sangat banyak genre yang bisa dituliskan dengan menarik dan berbeda dari apa yang sudah ada sebelumnya. Seperti buku fiksi lainnya, buku dengan kategori ini juga dapat diberikan nilai tambah baik secara manual maupun digital. Penamabahan unsur digital sebagai suplemen buku sangat memungkinkan dilakukan, dnegan kolaborasi mahasiswa penerbitan dengan jurusan lain. Diversifikasi buku novel juga bisa dilakukan dengan peningkatan konten penulisan, baik dari segi pemilihan tema, tokoh, konflik hingga gaya bercerita.



Gambar 4. Buku Novel “ Si Mini Kuper” dan Buku Novel “ Rain (A)”

Salah satu yang menerapkan keunikan konsep sebagai strategi diversifikasi adalah Novel “Si Mini Kuper”. Gaya bercerita maupun penokohan menggunakan metode yang tidak sama seperti novel kebanyakan, yaitu dengan model Nomik (Novel-Komik). Penggunaan ilustrasi yang sederhana serta cara penyajian ilustrasi yang menggantikan tulisan, juga bisa menjadi salah satu alternative dalam membuat karya produk tugas akhir dari kategori novel kedepan.

Salah satu karya yang sudah menerapkan diversifikasi dengan basis digital adalah novel Rain(A). Novel ini menggunakan *QR Code* sebagai pemintas untuk mengarahkan pembaca novel kepada layanan audio yang berisikan soundtract atau lagu pengiring yang sesuai dengan tema novel. Pemberian nilai tambah ini sangat diperlukan untuk memberikan kebaruan pada sebuah karya khususnya novel.

Pembahasan

Startegi Diversifikasi Produk Fiksi Penerbitan

Strategi merupakan langkah dan cara yang dilakukan untuk mencapai tujuan. Strategi dalam penelitian ini berfokus pada bagaimana cara agar produk mahasiswa Program Studi Penerbitan bisa memiliki diversifikasi khususnya pada karya fiksi. Terdapat beberapa cara yang dapat dilakukan dalam merumuskan strategi diversifikasi produk, antara lain :

Menambah lini produk baru dan memperlebar bauran produk. Penambahan lini produk baru dan memperlebar bauran produk berarti membuat subgenre dalam penulisan fiksi yang lebih beragam. Hal ini diperlukan agar produk yang dihasilkan bisa menjangkau banyak segmen pasar. Hal lain yang bisa dilakukan antara lain mengembangkan sub genre dalam penulisan novel, dengan menggabungkan beberapa genre yang ada. Selain itu juga memperlebar sasaran dari novel-novel yang dihasilkan dan tidak terpaku pada satu kelompok usia saja.

Memperpanjang lini produk menjadi lini baru yang lebih lengkap. Memperpanjang lini produk dapat dilakukan dengan memberikan *additional value* kepada karya mahasiswa. Penambahan ini bisa dilakukan terhadap medium karya, baik secara manual ataupun digital. Hal ini masuk dalam konsep alihwahana ataupun book supplement agar karya yang dibuat mahasiswa bisa memiliki nilai lebih.

Menambah atau mengurangi konsistensi produk agar fokus pada pengembangan satu produk tertentu. Menerapkan fokus produksi produk kepada satu aktifitas tertentu juga bisa menjadi salah satu strategi dalam diversifikasi produk tugas akhir mahasiswa. Misalnya dengan memfokuskan satu angkatan tertentu untuk memproduksi buku-buku bergenre fiksi anak dengan teknologi augmented reality. Artinya pengembangan yang

dilakukan dengan berfokus di satu angkatan pada penerapan satu jenis teknologi tertentu.

Aktivitas pengembangan produk baru yang bisa menciptakan daya Tarik juga dapat dilakukan dengan cara (1) Membuat produk yang benar-benar baru dan belum ada di pasar. Hal Ini berarti produk benar-benar belum ada, belum diproduksi dan belum dimiliki oleh siapapun. (2) Menciptakan lini produk baru. Yaitu menemukan keunikan produk baik dengan membuat produk baru maupun memodifikasi ulang produk tersebut. (3) Penyempurnaan produk yang sudah ada. Yaitu memperbaiki produk dengan inovasi yang baru (4) *Repositioning*. Yaitu pengembangan teknis yang memungkinkan suatu produk dipasarkan lebih luas.

Strategi Diversifikasi berbasis manual

Manual Book Supplement

Manual book supplement merupakan pengayaan buku dengan teknik manual. Penulis harus memiliki pengetahuan dasar untuk memproduksi buku dengan metode ini. Bagi mahasiswa program studi penerbitan yang ingin menerapkan diversifikasi ini dapat melakukan kolaborasi dengan pihak yang memahami teknik produksi jenis buku dibawah ini atau mempelajarinya lebih lanjut.

Flip book

Buku *flip book* merupakan salah satu bentuk buku interaktif dengan memberikan nilai tambah berupa ilustrasi yang dapat disatukan sehingga menjadi seperti motion graphic. *Motion* (gerakan) yang muncul didesain secara manual melalui ilustrasi gambar, mulai dari yang sederhana hingga kompleks. Metode ini dapat menjadi *additional value* untuk buku-buku fiksi, terutama buku puisi, novel atau cerpen yang memiliki jumlah halaman yang cukup banyak untuk dibuat *flip book*. Namun buku untuk kategori anak juga dapat menerapkan konsep *flip book* dalam desain dan ilustrasinya.

Flap book

Flap book atau dikenal juga dengan buku jendela. Buku ini biasa digunakan untuk buku anak, dengan menampilkan additional sheet dalam masing-masing halaman. Penambahan tersebut bisa berupa satu halaman, separo atau hanya satu kelompok tulisan saja, dengan teknik membuka seperti sebuah jendela. Buku fiksi anak akan menjadi lebih interaktif dengan menerapkan teknik *flap book* agar lebih variatif.

Pop up

Pop Up book sudah lebih dahulu populer pada buku anak. Teknik ini dapat digunakan bagi pembuatan tugas akhir kategori fiksi khususnya pada buku anak untuk menciptakan efek imajinatif yang lebih dalam.

Touch book

Touch book atau buku sentuh dapat menjadi salah satu alternative bagi pengembangan karya tugas akhir mahasiswa program studi penerbitan. *Touch book* dapat digunakan untuk buku fiksi anak dengan memberikan sensasi pada indra peraba anak. Buku jenis ini biasanya dikhususkan pada seri balita untuk memunculkan stimulasi pada indra peraba. Pengembangan lebih lanjut dapat melibatkan panca indra anak, mulai dari penciuman, penglihatan dan sebagainya.

Flashlight book

Flashlight Book juga menjadi alternative diversifikasi produk fiksi mahasiswa penerbitan. Buku jenis ini memanfaatkan perbedaan warna dengan tone gelap dan

terang yang membuat pembaca seolah-olah membaca dengan menggunakan senter untuk melihat huruf dan angka yang ada di dalam buku.

Interactive Games book

Interactive game book merupakan bentuk pengembangan buku yang berpadu dengan instruksi-instruksi permainan. Buku ini selain menyajikan alur dan jalan cerita, juga memberikan instruksi atau petunjuk untuk menyelesaikan suatu permasalahan. Bentuk ini bisa diaplikasikan pada buku-buku fiksi anak, ataupun jenis buku fiksi lainnya.

Strategi diversifikasi berbasis digital

Arah pengembangan produk Penerbitan kedepan adalah digitalisasi buku yang selama ini diproduksi dan dikonsumsi secara manual, menjadi buku yang bertransformasi menjadi digital. Digitalisasi di semua aspek kehidupan membuat produk penerbitan juga harus mengikuti perubahan tersebut dengan menyesuaikan produk-produk yang ada ke bentuk digital.

Pada dasarnya buku manual dapat dialih-digital-kan menjadi bentuk buku yang sama sekali baru atau dengan menambah, mengubah dan meningkatkan sebagian konten buku menjadi digital. Perubahan total bentuk buku menjadi medium baru dikenal dengan istilah alihwahana, sedangkan perubahan sebagian isi atau konten buku (atau peningkatan sebagian isi menjadi konten digital) kita sebut sebagai *digital book supplement*.

Alihwahana

Alih wahana adalah perubahan dari satu jenis kesenian ke jenis kesenian lain (Damono, 2009). Dalam proses alih wahana dijelaskan bahwa setiap hasil alih wahana merupakan sebuah karya baru karena adanya pengalihan dari satu karya menjadi karya yang lain. Pengalihan bentuk karya sastra menjadi karya seni lain ini adalah perubahan bentuk (media) yang digunakan, misalnya dari novel menjadi film, Novel menjadi Film animasi, Puisi menjadi pertunjukan teater, buku menjadi film animasi, ataupun menjadi *audio visual book*.

Electronic book (e-book)

E-book sebagaimana didefinisikan oleh Oxford Kamus bahasa Inggris, adalah “versi elektronik dari buku cetak yang dapat dibaca pada komputer pribadi atau perangkat genggam yang dirancang khusus.”. *E-book* didedikasikan bagi mereka para pembaca media elektronik atau perangkat *e-book* baik melalui komputer atau bisa juga melalui ponsel yang dapat digunakan untuk membaca buku elektronik ini. *E-book* merupakan bentuk alih wahana buku menjadi bentuk baru, yaitu bentuk digital, dalam arti penulis tidak lagi mendapatkan karyanya dalam bentuk buku atau lembar kertas. Hal ini bisa dilakukan terutama untuk buku novel yang biasanya dibaca secara *mobile* oleh pembaca.

Audio Book

Dalam konsep alihwahana, *Audio book* memiliki metode alih medium yang sama seperti *e-book*. *Audio book* mengubah komponen tulisan menjadi suara yang dapat didengarkan layaknya radio. Komponen ini biasanya dapat didownload melalui aplikasi tertentu yang berfungsi sebagai penerbit buku-buku audio.

Audio Visual Book

Audio visual book, memiliki konten yang lebih kompleks. Jenis buku ini menggantikan eksistensi buku manual menjadi buku yang dapat dilihat/dibaca langsung (seperti e-book) namun juga memiliki komponen audio yang dapat di dengar.

Digital supplement Book

Berbeda dari konsep alihwahana yang merubah total bentuk medium buku ke medium baru, *digital supplement book* tidak merubah bentuk dasar sebuah buku. *Digital supplement book* hanya mengambil beberapa bagian dari buku untuk dijadikan bentuk lain dengan bantuan teknologi. Beberapa diantaranya adalah penggunaan *augmented reality* dalam karya buku ataupun menambah unsur audio ataupun visual sebagai pendamping buku dengan bantuak QR Code sebagai pemintas.

Augmented reality

Augmented Reality merupakan upaya penggabungan dunia nyata ke dunia virtual melalui komputer sehingga batas antara keduanya sangat tipis. *Augmented Reality* (AR) adalah variasi dari *Virtual Enviroment* (VE) atau yang lebih dikenal dengan *Virtual Reality* (VR). Sedangkan *virtual reality* memiliki arti sebuah situasi dimana pengguna secara keseluruhan berada di dalam lingkungan maya. Ketika berada di lingkungan itu pengguna sendiri tidak dapat melihat dunia nyata disekitarnya. Berbeda dengan AR yang masih dapat melihat dunia nyata dan objek maya hanya ditampilkan ke lingkungan nyata (Azuma, 1997). Implementasi AR dalam buku Fiksi dapat dilakukan pada semua genre fiksi. Mahasiswa dapat berkolaborasi ataupun memperdalam pengetahuan tentang penggunaan dan pembuatan teknologi AR.

QR Code Audio

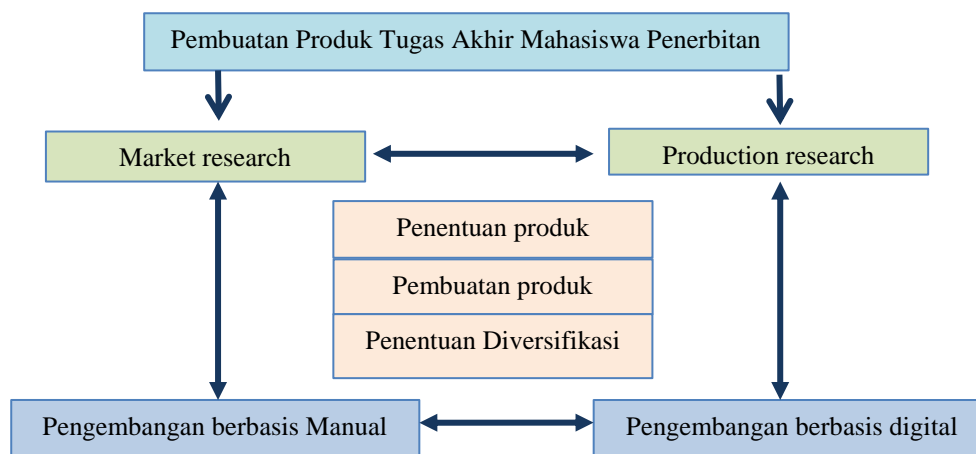
QR Code telah banyak diimplementasikan dalam bentuk aplikasi *QR Code Reader* dan *QR Code Generator*, sehingga seseorang akan sangat mudah untuk membuat informasi dan mendapatkan informasi hanya dengan melakukan proses *scanning* dan pemindaian data melalui media dari kamera handphone. Kode ini juga berfungsi sebagai pintasan untuk mengalihkan pembaca ke media tambahan audio seperti podcast dan sebagainya.

QR Code Audio Visual

QR Code juga dapat menjadi suplemen buku yang berfungsi sebagai nilai tambah, dengan menambahkan unsur audio visual penunjang, dengan mengalihkan pembaca pada kanal-kanal penyedia layanan audio visual, seperti youtube.

Mekanisme penentuan diversifikasi produk

Menentukan strategi pengembangan produk tugas akhir Fiksi di Program Studi Penerbitan tentunya tidak terlepas dari kemampuan mahasiswa dalam melihat ceruk pasar yang dibahas diawal. Untuk itu penelitian pasar dan penelitian produksi mutlak dilakukan sebelum menentukan produk beserta model diversifikasinya. Hal ini bermanfaat untuk mengetahui kompetitor dan kebutuhan pasar, serta mengetahui kemampuan dalam produksi produk yang diinginkan.



Gambar 5. Mekanisme penentuan diversifikasi produk

Model diatas menggambarkan bahwa untuk melakukan diversifikasi sebuah produk, khususnya produk penerbitan berupa buku, harus melewati tahapan tahapan. Pertama, mahasiswa harus melakukan riset pasar untuk mengetahui berbagai macam hal yang terjadi di pasar buku sejenis yang akan di produksi. Hal ini berguna agar penulis dan tim produksi paham bahwa karya fiksi seperti apa yang akan laku di pasarkan, dibutuhkan pasar dan memiliki peluang yang besar.

Riset ini juga ditujukan agar mahasiswa memahami kelemahan dan kelebihan sebuah produk dari lini tertentu. Misalnya, apakah sebuah buku anak selalu menarik untuk dikembangkan menjadi buku pop up atau tidak. Apakah sebuah novel akan selalu menarik bila dibuat hitam putih atau banyak warna. Riset ini juga berfungsi untuk mengetahui seluk beluk competitor dan karya mereka.

Selanjutnya, setelah pemahaman tentang pasar, tim produksi produk tugas akhir juga harus mengetahui kemampuan memproduksi produk tersebut melalui riset produksi. Riset produksi ditujukan agar konsep yang dimiliki dapat dilaksanakan sesuai dengan sumber daya dan sumber tenaga yang ada. Setelah melalui dua tahapan riset ini tim baru bisa menentukan strategi yang tepat untuk mengembangkan karya mereka. Apakah akan melakukan pengembangan dengan basis manual, atau akan melakukan pengembangan lanjutan dengan basis digital.

Pengembangan manual dari produk buku tetap dibutuhkan. Hal ini mengingat buku fisik masih menjadi sensasi tersendiri bagi pembaca. Pembaca, baik dari kalangan anak ataupun dewasa masih membutuhkan cetak fisik. Untuk itu riset diawal juga dapat memetakan hal tersebut, sesuai dengan target usia masing-masing.

PENUTUP

Diversifikasi produk fiksi mahasiswa Penerbitan dalam rentang waktu 2015 hingga 2020 masih belum bervariasi. Hanya ada 4 jenis karya fiksi dan 1 bentuk diversifikasi pada buku fiksi anak. Padahal pengembangan produk fiksi memiliki celah yang luas yang dapat diisi oleh mahasiswa penerbitan.

Menjawab pertanyaan tentang bagaimana strategi untuk mendiversifikasi produk fiksi mahasiswa penerbitan, maka penelitian ini berkesimpulan terdapat beberapa hal yang harus dilaksanakan dalam penerapan model diversifikasi yang telah dibahas dalam penelitian ini. Pertama pentingnya pengaturan jenis karya fiksi dan pembatasan jenis karya tertentu agar terjadinya sebaran dan diversifikasi. Kedua, sebelum produk

ditentukan, mahasiswa wajib melakukan riset pasar dan riset produksi untuk mengukur kemampuan dalam melakukan difersifikasi. Ketiga, mahasiswa dapat memilih berbagai bentuk diversifikasi yang sesuai dengan kemampuan masing-masing, baik pengembangan karya berbasis manual ataupun digital.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada Pusat Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (P3M) Politeknik Negeri Media Kreatif terhadap pendanaan penelitian dengan skema Industri kreatif Unggulan Program Studi Tahun 2019.

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, S. (2013) *Strategic Management*. Raja Grafindo Persada. Jakarta
- Azuma, Ronald T. (1997) *A Survey of Augmented Reality*. Hughes Research Laboratories. Malibu.
- Buchari, Alma. (2008) *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Bulan, T.,P.,L. (2017) *Pengaruh Diversifikasi Produk dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen*. Jurnal manajemen dan keuangan, vol. 6, no.1, pp.679. ISSN 2252-844
- Damono, S.D. (2009) *Pegangan Penelitian Sastra Bandingan*. Pusat Bahasa. Jakarta.
- Damono, S.D. (2012) *Alih Wahana*. Editum . Jakarta
- Fatmawati, S. (2019) *Publishing Industry Sebagai Pendukung Ekonomi Kreatif (Ekraf) Bagi Pustakawan Di Era Digital*. BIBLIOTIKA : Jurnal Kajian Perpustakaan dan Informasi Vol. 3 No.1
- Gorbala B.T. dan Hariadi M., (2010) “*Aplikasi Augmented Reality untuk Katalog Penjualan Rumah*”, Teknik Elektro. ITS Surabaya.
- Herliani, L. (2015) *Analisis Pemanfaatan Situs Jejaring Sosial Facebook sebagai Media Promosi Anggota BUSAM (Bubuhan Samarinda)*, eJournal Ilmu Komunikasi, vol. 3, No. 4, 2015, hlm. 218
- Kotler, P., Kevi,L.K. (2007). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12, Jilid 1. Jakarta: PT.Indeks.
- McQuail, D. (1994) *Teori Komunikasi Massa suatu pengantar*. Erlangga. Jakarta
- Milgram, K. (1994) *Taxonomy of Mixed Reality Visual Display*. IEICE Transaction on Information and Systems. Hughes Research Laboratories. Malibu.
- Nurgiyantoro, B. 2010. *Penilaian Pembelajaran Bahasa*. BPFE. Yogyakarta
- Rambatan, G.,B. (2015) *Rencana Pengembangan Penerbitan Nasional 2015-2019*. (<http://indonesiakreatif.bekraf.go.id/ikpro/wp-content/uploads/2015/07/Rencana-Pengembangan-Penerbitan-Nasional.pdf>). Pada Tanggal 12 Mei 2019. (e-book)
- Sedarmayanti. (2014) *Manajemen Strategi*. Refika Aditama : Bandung
- Sugito. (2008) *Pemasaran Jasa*. Rineka Cipta. Jakarta
- Sulaksana, U. (2007). *Intergrated Marketing Communciations: Teks dan Kasus*. Pustaka Pelajar. Yogyakarta

Suratni. (2019). *Upaya Program Studi Penerbitan dalam mengangkat kearifan local di Indonesia melalui buku*. Jurnal MetaCommunication. Vol 4 No.1. pp 27-34.

Tjiptono, F. (2007) *Pemasaran Jasa*. Bayu Media. Malang

Undang-undang Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 2002 Tentang Sistem Nasional, Penelitian, Pengembangan dan Penerapan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi.

Wahyudi, A. (2006) *Strategi Diversifikasi Produk*. Mandar Maju. Bandung.