



# JALAN MENJADI “ARTISAN LITERASI”

Makalah

Bambang Trimansyah

bambangtrim72@gmail.com | 081519400129

## JALAN MENJADI “ARTISAN LITERASI”

oleh Bambang Trimansyah\*

Materi ini disusun dalam rangka Seminar Nasional Pendidikan Bahasa Indonesia 2018 dengan Tema “WIRAUSAHA LITERASI: INDUSTRI KREATIF” yang diselenggarakan oleh IKIP Siliwangi, tanggal 12 Desember 2018.

Alkisah di sebuah negeri terjadilah demam literasi. Di mana-mana para ahli pendidikan dan tokoh menyebut-nyebut kata ‘literasi’. Ruang-ruang diskusi pun dipenuhi dengan topik literasi. Ada literasi dasar, literasi media, literasi visual, literasi teknologi, literasi keuangan, dan literasi sains. Pokoknya, serbaliterasi.

Apa itu literasi? Ternyata orang-orang di negeri itu pun tidak begitu paham. Ada yang menyebutnya minat membaca dan menulis. Ada yang menyebutnya semacam kemampuan atau keterampilan. Ada juga yang menyamakannya dengan makna kata ‘melek’. Literasi ringan untuk diucapkan, tetapi tidak untuk dilaksanakan.

Negeri itu adalah Indonesia yang di dalam riset CCSU (Central Connecticut State University) tahun 2016 disebut sebagai negara paling literat dengan peringkat ke-60 dari 61 negara. Artinya, Indonesia nomor dua dari urutan paling buncit. Satu tingkat di atas Botswana dan satu tingkat di bawah Thailand. Miris sekali.

Meskipun kemudian terjadi demam literasi, tidak lantas membuat kita langsung pulih. Jika mengaitkan dengan industri literasi, dalam hal ini industri kreatif penghasil konten, rendahnya literasi adalah peluang sekaligus keadaan yang memprihatinkan. Kondisi yang terjadi adalah banyak sekali orang yang ingin menulis, tetapi enggan membaca. Banyak sekali orang yang menganggap remeh bahasa Indonesia sehingga menggunakannya secara serampangan.

## MENYELAMATKAN KELITERASIAN KITA

---

Saya tidak akan membahas soal keterpurukan daya literasi kita lebih dalam karena hal itu sudah sering dibahas oleh para pakar. Saya hanya akan membahas soal peluang kewirausahaan dalam industri kreatif yang dapat mendongkrak daya literasi kita.

Menurut Bekraf, ada 16 subsektor industri kreatif yang potensial dikembangkan di Indonesia. Ke-16 subsektor itu adalah 1) aplikasi dan pengembangan permainan (gim); 2) arsitektur; 3) desain interior; 4) desain komunikasi visual; 5) desain produk; 6) fesyen; 7) film, animasi, dan video; 8) fotografi; 9) kriya; 10) kuliner; 11) musik; 12) penerbitan; 12) periklanan; 13) seni pertunjukan; 15) seni rupa; 16) televisi dan radio.

Jika diselidik lagi, paling tidak ada empat subsektor yang dekat dengan kewirausahaan literasi, yaitu film-animasi-video, penerbitan, periklanan, dan televisi-radio. Mengapa? Keempat subsektor tersebut memerlukan bahan baku berupa tulisan dalam berbagai bentuknya. Dengan demikian, industri tersebut juga memerlukan “artisan” literasi yaitu para penulis/pengarang dan editor.

Saya menggunakan istilah ‘artisan’ karena terinspirasi oleh Guy Kawasaki yang dijuluki Silicon Valley *author*—mengingat Guy adalah salah seorang wirausaha di bidang TI. Guy berhasil menjadi seorang *self-publisher* (penerbit swakelola) dengan menerbitkan bukunya sendiri, lalu menjadi buku laris. Guy Kawasaki kemudian membuat konsep APE (*author-publisher-entrepreneur*) dan membukukannya. Dari sinilah ia kemudian mengenalkan istilah *artisanal publishing* sebagai sebutan yang tepat untuk menyebut para pelaku *self-publishing*. *Artisanal* adalah kata sifat dari artisan bermakna sebuah kegiatan yang berhubungan dengan (kerajinan) tangan.

Saya mengamini soal penggunaan istilah tersebut karena pekerjaan menulis dan menerbitkan buku adalah pekerjaan seni yang juga memerlukan keterampilan tangan meskipun yang lebih dominan berperan adalah perasaan dan pikiran. Sama halnya dengan pematung, tangan menjadi alat bagi Bergeraknya perasaan dan pikiran mereka.

Kembali pada soal keliterasian kita maka sangat relevan jika mempertanyakan juga kualitas artisan-artisan kita yang siap diterjunkan untuk membuat karya-karya kreatif dan inovatif di bidang keliterasian, apakah itu berupa novel, skenario, teks iklan, buku ilmiah populer, buku nonteks (pengayaan), puisi, drama, atau skrip komedi. Benar bahwa sekarang ini semakin deras kelahiran para penulis muda, terutama dari Generasi Milenial. Benar pula bahwa semakin banyak orang yang tertarik pada dunia tulis-menulis.

Akan tetapi, jika meninjau kualitas, kita masih sering harus mengurut dada, terutama dalam penggunaan bahasa Indonesia. Di satu sisi kita menghadapi gelombang kesadaran berliterasi, tetapi di sisi lain kualitas keliterasian kita belum meningkat seperti yang diharapkan. Alhasil, kita juga mengonsumsi produk-produk berliterasi rendah.

Hal ini menjadi tantangan bagi industri kreatif semacam penerbitan, periklanan, atau juga dunia perfilman. Industri tersebut memerlukan pasokan karya-karya literasi yang bukan hanya menarik, melainkan juga mengandung makna perbaikan kualitas hidup bangsa Indonesia. Karena itu, terjun sebagai wirausahawan literasi demi untuk menyelamatkan literasi adalah penting untuk memahami dahulu modal apa yang harus dimiliki.

Sebuah karya literasi yang baik paling tidak dalam pandangan saya memiliki tiga daya. Pertama, **daya gugah** yaitu daya untuk mendorong seseorang menikmati karya hingga tuntas. Kedua, **daya ubah** yaitu daya untuk membuat orang berubah dari tidak tahu menjadi tahu; dari tahu menjadi paham; dari paham menjadi melakukan. Ketiga, **daya pikat** yaitu daya untuk membuat orang tertarik dan nyaman yang direpresentasikan pada pemilihan judul karya tulis serta desain karya tulis.

Ketiga daya tersebut akan mampu mendorong keliterasian kita, terutama jika diwujudkan dalam karya untuk anak-anak. Pembaca sasaran atau audiensi anak-anak adalah target utama untuk menyelamatkan keliterasian kita.



## MENJADI WIRAUSAHA LITERASI (LITERATOR)

---

*Writerpreneur adalah seseorang yang mampu mengubah 1 rim kertas seharga Rp30.000 menjadi kertas bertulisan seharga Rp30 juta.*

–Bambang Trim

Apa makna wirausaha literasi itu? Ini saya kira istilah yang baru dikenalkan IKIP Siliwangi. Adapun yang sering digunakan adalah istilah *writerpreneur* atau penulis pengusaha. Saya mendefinisikannya secara sederhana seperti kalimat kutipan di atas.

Apakah memang wirausaha literasi itu selalu diidentikkan dengan uang? Tentu saja jika bicara soal industri, kita tidak dapat melepaskan diri dalam soal profit atau keuntungan. Profit itulah yang membuat sebuah bisnis atau usaha berjalan secara berkelanjutan. Maka dari itu, kewirausahaan literasi juga tidak terlepas dari “harga yang harus dibayar” untuk kompetensi yang dimiliki seorang literator.

Anda mungkin baru mendengar istilah ‘literator’. Di dalam KBBI, literator diartikan sebagai ahli sastra; pengarang profesional; sastrawan. Istilah ini lebih pas untuk menyebut wirausahawan literasi alias pelakunya alias artisannya. Profesional mengandung pengertian bekerja sesuai dengan asas profesinya dan berbayar.

Jika ditanya apa kompetensi seorang literator pada masa kini, paling tidak saya dapat menguraikan beberapa di antaranya sebagai berikut:

1. menguasai tata bahasa dengan sangat baik;
2. menguasai tata tulis dengan sangat baik;
3. menguasai penerapan gaya selingkung penulisan-penerbitan;
4. memahami seluk-beluk penerbitan;
5. memahami fenomena dan tren industri;
6. menguasai teknologi informasi; dan
7. menguasai bisnis.

Saya ambil contoh soal fenomena *self-publisher* yang semakin marak di Indonesia. Dalam hal ini banyak terjadi salah kaprah memaknai penerbitan

mandiri itu. Banyak orang yang tidak dapat membedakan antara *self-publisher* (penerbit mandiri/swakelola) dan *vanity publisher* (penerbit berbayar/bersubsidi). Alih-alih menyebut dirinya *self-publisher*, seseorang malah menggunakan jasa *vanity publisher*.

Penulis yang menyerahkan naskahnya ke *vanity publisher*, lalu membayar jumlah tertentu dan menyerahkan semua urusan pemasaran kepada penerbit itu, tidaklah patut disebut menjalankan wirausaha literasi. Adapun *self-publisher* dikategorikan sebagai bisnis yang dijalankan seorang penulis: Ia menulis sendiri, menerbitkan sendiri, dan menjual sendiri bukunya.

Karena itu, sering ada pertanyaan kepada saya: Apakah *self-publisher* harus berbadan usaha atau berbadan hukum? Saya balik bertanya: Apakah Anda mau berbisnis atau sekadar buku Anda terbit? Jika Anda serius berbisnis, bangunlah sebuah badan usaha/badan hukum, apakah itu CV atau PT.

Apa yang saya sampaikan sekadar menunjuk contoh semangat berwirausaha di bidang literasi, tetapi belum tepat disebut sebagai literator. Sebenarnya ada banyak jalan untuk menjadi wirausahawan di bidang literasi karena bidang ini (tulis-menulis) merupakan “mata uang” yang laku di mana pun. Ya, keterampilan menulis dan menyunting adalah mata uang yang dapat digunakan di bidang apa pun.

Tidak ada satu bidang pun yang dapat lepas dari tulis-menulis. Karena itu, menulis dapat dikembangkan dari sektor produksi menjadi sektor jasa juga. Perhatikan tabel berikut ini.

Tabel 1. Pemosisian Literator

Literator sebagai Produsen	Literator sebagai Penyedia Jasa
Penulis mandiri	Penulis bayangan ( <i>ghost writer</i> ); penulis pendamping ( <i>co-writer</i> )
Penerbit mandiri ( <i>self-publisher</i> )	Narablog (blogger)
Penerbit umum	Jasa penerbitan ( <i>publishing service</i> )
Perajin buku ( <i>book packager</i> )	Penerbit berbayar ( <i>vanity publisher</i> )

	Publisistis ( <i>publicist</i> )
	Agen penulis/naskah ( <i>literary agent</i> )

Dari tabel terlihat bahwa posisi sebagai penyedia jasa lebih banyak dan menjanjikan daripada posisi sebagai pembuat produk. Penulis mandiri adalah tipikal penulis pada umumnya yaitu penulis yang mengirimkan naskah ke penerbit, baik buku maupun media massa, lalu menunggu kabar apakah naskahnya akan diterbitkan atau ditolak.

Penulis seperti ini tentu sulit kaya apabila ia tidak produktif, apalagi jika karyanya tidak dilirik banyak orang. Karena itu, eloklah jika penulis mandiri juga melirik potensi sebagai penulis jasa yaitu sebagai penulis bayangan atau penulis pendamping atau juga penulis yang membuat konten untuk perseorangan maupun lembaga/institusi.

Dilihat dari segi pasar, penyedia jasa penulisan-penerbitan juga memiliki potensi sangat luas dan beragam. Berikut ini di antara target pasar yang memerlukan jasa penulisan:

1. perseorangan (tokoh masyarakat, pejabat, artis, penyintas, dsb.);
2. perusahaan swasta;
3. perusahaan pemerintah (BUMD/BUMN);
4. lembaga/kementerian;
5. lembaga pendidikan negeri dan swasta;
6. lembaga swadaya masyarakat;
7. organisasi masyarakat;
8. organisasi politik; dan
9. pemerintah daerah.

## JEJAK PENGALAMAN SAYA

---

Jika tidak ingin menyebutnya sebagai takdir, kebetulan saya diterima di Prodi D-3 Editing, Unpad – sebuah pendidikan vokasi yang berada di bawah naungan Fakultas Sastra, Unpad. Di prodi itu saya benar-benar mendapatkan



ilmu terapan di bidang menulis dan menyunting atau dalam ranah *publishing science*. Lulus dari sana, saya langsung bekerja sebagai penulis jasa yaitu menerima pekerjaan menulis buku pelajaran untuk beberapa penerbit.

Setahun menjadi penulis jasa, saya lalu bekerja sebagai editor karyawan di Penerbit Remaja Rosdakarya. Meskipun sudah bekerja tetap, saya di rumah bekerja juga secara bebas (*freelance*) membuka usaha jasa penerbitan (*publishing service*). Bersama tim saya mengerjakan penulisan, penyuntingan, hingga pengatakan halaman (*layout*) dan desain kover buku.

Singkat cerita saya telah merintis usaha jasa penerbitan sejak tahun 1995 hingga sekarang ini. Ratusan judul buku sudah saya kerjakan bersama tim untuk tokoh serta lembaga/perusahaan besar di Indonesia.

Satu hal yang juga membentuk jati diri saya sebagai wirausahawan literasi adalah pengalaman memimpin beberapa penerbit hingga sampai pada level pimpinan puncak yaitu direktur. Saya pernah memimpin PT Mutiara Qolbun Saliim (MQ Corp milik Aa Gym) dalam usia 31 tahun, PT Salamadani Pustaka Semesta, dan PT Grafindo Media Pratama. Jadi, berperan awal sebagai karyawan, lalu masuk ke manajemen menengah hingga manajemen puncak memberi saya banyak pengalaman berbisnis.

Beberapa usaha yang pernah saya dirikan sebagai usaha sendiri adalah CV Bunaya Kreasi Multidimensi yang merupakan penerbit buku. Usaha ini bangkrut karena penanganan yang buruk dalam pemasaran. Lalu, saya pernah mendirikan Kaki Buku, sebuah usaha penjualan buku secara langsung (*direct selling*). Kaki Buku juga akhirnya bubar karena terlilit utang cetak. Kemudian, saya mendirikan Dixigraf sebagai usaha jasa penerbitan. Usaha ini awalnya berkembang pesat, tetapi mulai mundur ketika saya biarkan jalan sendiri karena saya mendapat amanah menjadi GM di Penerbit Tiga Serangkai.

Sampai kemudian saya mendirikan CV Trim Komunikata sebagai usaha penerbitan sekaligus jasa penerbitan. Ini saya lakukan dari rumah yang saya beli dari hasil royalti buku. Saya memulai dengan beberapa orang karyawan. Usaha ini saya rintis selepas keluar dari Tiga Serangkai pada tahun 2011.



Trim Komunikata juga tidak saya lanjutkan hingga saya mendirikan Institut Penulis Indonesia (PT Inkubator Penulis Indonesia) yang bergerak dalam bidang pelatihan, jasa penerbitan, dan konsultasi bidang penulisan-penerbitan. Saya hijrah ke Jakarta dalam soal bisnis ini dan secara pasti IPI telah mengalami kemajuan meskipun relatif usianya baru dua tahun.

Jadi, poinnya saya berproses untuk menjadi literator dan wirausahawan. Tidak ada yang instan dan itu dilakukan dengan jatuh bangun—kerugian seperti ditipu orang, buku tidak dibayar, atau pekerjaan tidak terselesaikan juga saya alami. Saya harus siap juga dengan tingkat stres yang tinggi karena berpacu dengan tenggat.

Dalam hal membangun jenama (*personal branding*), nama saya sudah terbentuk sebagai seorang praktisi di bidang penulisan-penerbitan karena saya konsisten berfokus lebih dari 20 tahun di bidang ini. Saya dikenal sebagai penulis buku, editor buku, dan termasuk pelatih para penulis. Klien yang saya tangani umumnya tergolong istimewa, seperti KPK, PT Telkom, PT Badak NGL, PT Prudential Indonesia, PT Takaful Indonesia, PT Metropolitan Land, Bank Indonesia, LSF, BPKP, BMKG, Bappenas, Pusjiantra TNI, Mabes Polri, Samsung Indonesia, IAARD Press Kementan, Puskurbuk Kemendikbud, PEDP Kemristek Dikti, dan masih sederet yang lainnya.

Hingga tahun 2016 ada satu titik unkit karier saya ketika diminta terlibat dalam penyusunan RUU tentang Sistem Perbukuan oleh Komisi X DPR-RI—saat ini sudah menjadi UU Nomor 3 Tahun 2017. Lalu, saya juga terlibat dalam penyusunan RPP tentang Pelaksanaan Sistem Perbukuan di Balitbang Kemendikbud. Saya menjadi satu-satunya anggota tim yang non-PNS, berasal dari swasta.

UU dan RPP inilah yang mendasari saya bersama tim menginisiasi terbentuknya Lembaga Sertifikasi Profesi Penulis dan Editor Profesional. Karena itu, dalam sejarah perbukuan Indonesia, saya sudah mencatatkan diri sebagai salah seorang yang memelopori awal tersusunnya SKKNI bidang penulisan-penerbitan serta pendirian LSP bidang penulisan-penerbitan.

Itulah jejak pengalaman saya merintis karier sebagai literator dan wirausahawan literasi. Saya boleh sebutkan bahwa bidang ini termasuk laut

biru di dalam bisnis karena tidak banyak yang memasukinya dan sulit pula untuk dimasuki. Jika pun ada yang membuat usaha di bidang literasi, masih banyak dalam kategori amatir dan abal-abal.

## **DI UJUNG WACANA**

---

Demikianlah yang dapat saya sampaikan perihal “Wirausaha Literasi: Industri Kreatif”. Kewirausahaan atau *entrepreneurship* itu adalah semacam ‘roh’ untuk menjalankan bisnis. *Entrepreneurship* tidak sama dengan berdagang atau pedagang. Kata itu mengandung daya, kegigihan, ketekunan, kejelian, kejujuran, dan kebersahajaan untuk merintis sesuatu yang diyakini bakal menjadi jalan kesuksesan.

Anda yang berada kini dalam lingkup pendidikan Bahasa Indonesia berpeluang menjadi artisan literasi ketika perihal bergiat literasi menjadi panggilan jiwa, bukan sekadar kebetulan atau “kecelakaan”. Menguasai bahasa Indonesia secara teoretis dan praktis itu adalah peluang kita seperti halnya saya yang sekarang mendapatkan “berkah” tersebut sebab kemahiran berbahasa Indonesia. Selamat berjuang menjadi literator dan memperjuangkan kekayaan.

Terima kasih.

## **SUMBER BACAAN**

---

- Trim, Bambang. “Profesi Tersembunyi Dunia Penulisan-Penerbitan Buku. *Manistebu.com*, 13 Agustus 2012, dilihat 10 Desember 2018.
- . 2014. *5W + 1H Writerpreneur: Cerdas dan Cergas Berbisnis Tulisan*. Bandung: Trim Komunikata.

## TENTANG PENULIS

---

**Bambang Trimansyah** atau yang lebih dikenal dengan nama pena **Bambang Trim** adalah praktisi di bidang penulisan-penerbitan dengan pengalaman lebih dari 24 tahun. Pria kelahiran Tebingtinggi Deli, 29 Juni 1972 ini adalah lulusan Prodi D-3 Editing Unpad dan S-1 Sastra Indonesia Unpad. Ia pernah memimpin beberapa penerbit mayor, yaitu Grafindo Media Pratama (Direktur), MQS Publishing (Direktur Utama), MQ Tabloid (pemred), Salamadani Pustaka Semesta (Direktur), GB Tiga Serangkai Pustaka Mandiri (*general manager*). Pengalaman sebagai akademikus diperolehnya ketika sempat menjadi dosen di almaternya, Prodi D-3 Editing Unpad, serta juga di Jurusan Penerbitan, Politeknik Negeri Jakarta dan Politeknik Negeri Media Kreatif. Ia telah menghasilkan 180+ judul buku dan ratusan artikel di berbagai media. Kini, Bambang Trim menjabat sebagai Direktur Institut Penulis Indonesia, Direktur Akademi Literasi dan Penerbitan (Alinea) Ikapi, Direktur LSP (Lembaga Sertifikasi Profesi) Penulis dan Editor Profesional Indonesia, dan Ketua Umum Perkumpulan Penulis Profesional Indonesia (Penpro).