

## Gelombang *Vanity Publisher* dalam Industri Penerbitan

Riki Setia Budi

Perpustakaan Nasional RI

[riki.setiabudi93@gmail.com](mailto:riki.setiabudi93@gmail.com)

Industri penerbitan di Indonesia mengalami evolusi seiring dengan perkembangan teknologi dan pandemi Covid-19. Selama ini, industri penerbitan memiliki reputasi sebagai industri yang konservatif dan stabil (Klimczak, 2020, hal. 16739). Hal ini tidak terlepas dari prosedur penerbitan buku yang cukup ketat dan tidak banyak berubah sepanjang sejarah. Prosedur penerbitan buku melibatkan banyak kegiatan, mulai dari penulisan buku hingga distribusinya. Namun dengan kemunculan internet, dan media sosial, terjadi perubahan proses diseminasi informasi yang memicu perkembangan industri penerbitan. Terlebih, dampak dari merebaknya pandemi Covid-19 semakin jauh mendorong perkembangan tersebut dari segi ekonomi.

Evolusi yang terjadi akibat fenomena tersebut adalah maraknya skema penerbitan baru, penerbitan berbayar, yang dijalankan oleh *vanity publisher*. *Vanity publisher*, atau penerbit berbayar, adalah penerbit yang menawarkan jasa penerbitan buku dengan membebaskan biaya kepada penulis, seringkali mencakup seluruh biaya proses penerbitan. Melalui skema ini, penulis dapat memastikan karya mereka diterbitkan tanpa harus melalui proses seleksi yang ada pada rangkaian prosedur penerbitan konvensional.

Lalu apa saja dampak dari skema penerbitan berbayar ini? Beberapa aspek yang telah, dan akan, mengalami perubahan, yaitu:

1. Terjaminnya keuntungan yang didapat oleh *vanity publisher*. Orientasi pasar penerbit konvensional adalah pembaca buku, sehingga laba yang didapatkan oleh penerbit konvensional bersumber dari jumlah

penjualan buku itu sendiri. Penulis tidak perlu mengeluarkan biaya sepeserpun, bahkan akan mendapatkan royalti dari hasil penjualan buku sebesar persentase yang disepakati pada saat penandatanganan kontrak. Berbeda dari itu, pasar *vanity publisher* adalah para penulis buku. *Vanity publisher* telah mendapatkan profit sedini proses akuisisi naskah. Keuntungan yang mereka dapatkan adalah dari biaya yang disetorkan oleh penulis. Bahkan apabila buku yang mereka terbitkan tidak terjual satupun, mereka masih akan tetap mendapatkan keuntungan dari proses penerbitan tersebut.

2. Penurunan kualitas terbitan di Indonesia. Penerbitan naskah dari penulis yang membayar praktis menghilangkan fungsi seleksi dari proses penerbitan. Pada skema penerbitan konvensional, naskah yang masuk akan melalui seleksi ketat, dan hanya naskah terpilih yang akan diterbitkan. Salah satu poin yang menjadi pertimbangan penerbit konvensional dalam memilah naskah adalah *selling point* dari naskah itu sendiri, yang dapat menjadi salah satu indikator kualitas. Praktik penerbitan berbayar tidak perlu mempertimbangkan poin tersebut, karena tujuan utama dari usaha mereka bukanlah menerbitkan buku yang akan banyak terjual, melainkan menawarkan jasa penerbitan kepada penulis. Hilangnya fungsi seleksi ini akan menurunkan kualitas konten terbitan mereka secara signifikan.

Penurunan kualitas terbitan ini juga akan dirasakan dari segi *layout* dan kondisi fisik

buku. Mengingat orientasi utama *vanity publisher* adalah mengambil sebanyak mungkin naskah dari penulis yang membayar untuk diterbitkan, mereka tidak akan memiliki waktu dan tenaga untuk memastikan kualitas pengeditan naskah dan pencetakan buku. Inilah mengapa banyak dari terbitan *vanity publisher* yang memiliki kualitas dibawah rata-rata: penjilidan yang mudah lepas, kesalahan ejaan di banyak tempat, format yang berantakan, hingga tinta yang mudah luntur dan kertas yang mudah sobek.

3. Perubahan pola pikir penulis yang menjadikan aktivitas penerbitan buku bukan untuk mencari nafkah, melainkan hanya sebagai *prestige* atau kebanggaan. Profesi penulis memiliki persepsi yang bagus di mata masyarakat, yang seringkali diasosiasikan sebagai seseorang yang cerdas, rajin, dan berpengetahuan luas. Tidak sedikit orang yang ingin mendapat predikat sebagai seorang penulis. *Vanity publisher* memfasilitasi harapan tersebut dengan cara yang mudah. Praktik penerbitan berbayar yang mereka lakukan seolah 'menjual' label penulis buku kepada mereka yang sanggup membayarnya. Hal ini berpotensi merendahkan derajat para penulis yang berjuang keras mencari nafkah melalui industri ini. Mereka harus berjibaku menghasilkan karya yang bisa laku di pasaran, sementara orang lain hanya perlu membayar untuk dapat menyebut diri mereka sebagai penulis buku.
4. Akses pembaca terhadap terbitan buku *vanity publisher*. Tingginya jumlah buku yang diterbitkan oleh *vanity publisher* tidak sebanding dengan jumlah penjualan buku dalam rentang waktu yang sama. Sebagai perbandingan, berdasarkan data Perpustakaan Nasional RI, pada tahun 2020 terdapat 134.447 judul buku yang diterbitkan di Indonesia dengan memiliki ISBN (International Standard Book Number) atau Angka Standar Buku Internasional. Sementara itu di tahun yang sama, survei yang dilakukan

oleh IKAPI menemukan bahwa sebanyak 58,2 persen penerbit mengeluhkan penjualan buku yang turun lebih dari 50 persen. Anomali ini memunculkan sebuah pertanyaan, apakah buku yang diterbitkan oleh *vanity publisher* tersedia di pasaran? Jika melihat pada praktik penerbitan yang mereka lakukan, bukan tidak mungkin buku yang mereka terbitkan tidak dipromosikan dan didistribusikan sama sekali.

*Vanity publisher* ini telah menjadi fenomena tidak hanya di Indonesia, namun juga di seluruh dunia. Menjamurnya jenis penerbitan ini dapat dilihat dari banyaknya poster dan *flyer* yang mempromosikan kemudahan penerbitan buku di berbagai media sosial. Namun, meskipun skema penerbitan berbayar ini perlahan mulai menjadi norma baru dalam industri penerbitan, bukan berarti skema ini diterima oleh semua insan literasi. Banyak dari kalangan penerbit, penulis profesional, hingga pustakawan yang menyuarakan tentangan terhadap praktik yang dijalankan oleh *vanity publisher*. Penentangan tersebut didasari oleh stigma bahwa skema yang dijalankan merupakan penipuan, kritik akan produksi terbitan berkualitas rendah, dan kegagalan dalam menjalankan fungsi sebagai penjaga gerbang literasi (Laquintano, 2013).

Stigma tersebut lebih jauh tergambar dalam permasalahan yang dihadapi oleh Perpustakaan Nasional RI terkait pelayanan ISBN. Sejak digulirkannya layanan ISBN *online* pada tahun 2018, jumlah permohonan ISBN meningkat sangat pesat setiap tahunnya. Peningkatan jumlah buku ber-ISBN yang terbit di Indonesia ini mendapatkan perhatian dari International ISBN Agency yang menduga adanya ketidakwajaran penggunaan ISBN di Indonesia. Mereka menemukan bahwa sebagian dari ISBN yang diterbitkan diberikan untuk buku-buku yang sebetulnya tidak layak terbit, dan untuk buku-buku yang tidak dapat dibuktikan terbit secara komersil. Ini kemudian menciptakan statistik yang menyesatkan, bahwa jumlah terbitan di Indonesia pada beberapa tahun terakhir mengalami pertumbuhan yang positif, padahal

sebagian dari terbitan tersebut tidak dapat diakses oleh masyarakat umum. Terbitan yang berasal dari *vanity publisher* cenderung hanya dibeli oleh penulis buku itu sendiri, tanpa adanya usaha distribusi dan promosi dari penerbit maupun penulis untuk membuka keran akses terhadap buku bagi masyarakat luas. Disamping itu, kualitas buku yang dipertanyakan akibat dari ketiadaan proses seleksi dari sisi penerbit membuat pustakawan enggan untuk memasukkan terbitan dari *vanity publisher* ke dalam pengadaan koleksi untuk perpustakaan mereka.

Namun, terlepas dari skema penerbitan yang terkesan *predatorial*, masih ada *vanity publisher* yang menjalankan fungsi penerbitan secara penuh layaknya penerbit konvensional. *Vanity publisher* ini, meskipun menarik biaya dari penulis, masih melakukan proses seleksi naskah, pengeditan, *layouting*, hingga promosi dan distribusi secara maksimal. Tapi melihat tren yang berkembang saat ini, mereka akan ikut menanggung stigma negatif yang dibangun gelombang *vanity publisher* yang hanya menjadikan penulis sebagai pasar utama. Menyikapi perkembangan ini, Perpustakaan Nasional RI telah memberikan pintu distribusi secara daring melalui kewajiban penerbit memiliki *website* yang memuat katalog terbitan mereka, yang tertuang dalam Peraturan Perpustakaan Nasional Nomor 5 Tahun 2022 tentang Layanan Angka Standar Buku Internasional (*International Standard Book Number*). Ini akan membuka rantai pasokan buku terbitan *vanity publisher* kepada masyarakat luas. Persoalan apakah masyarakat akan membeli buku tersebut merupakan bahasan yang berbeda. *Vanity publisher* harus memastikan kualitas terbitan apabila mereka benar-benar ingin berkontribusi secara aktif dalam peningkatan literasi masyarakat.

Bagi penulis buku sendiri, dan mereka yang bercita-cita menjadi penulis buku, keberadaan *vanity publisher* merupakan sesuatu yang patut diwaspadai. *Vanity publisher* dapat menciptakan persepsi palsu dalam kaitannya dengan gengsi

sebagai seorang penulis buku. Dan untuk mereka yang menjadikan aktivitas kepenulisan sebagai sumber pencaharian, fenomena ini dapat berakibat buruk terhadap mereka. Suplai buku berkualitas rendah yang memenuhi pasar dapat menaikkan titik jenuh para pembaca terhadap sumber literasi yang tersedia. Ini akan berdampak pula bagi penulis buku yang menggunakan jasa penerbit konvensional, karena minat pembaca terhadap literatur tulis akan berkurang. Pada akhirnya, apa yang digembar-gemborkan sebagai produk dari peningkatan literasi dapat berpotensi menurunkan tingkat literasi itu sendiri.

Evolusi industri penerbitan yang diramaikan oleh *vanity publisher* ini masih berjalan. Diperlukan kajian-kajian lebih mendalam tentang kondisi industri ini, dan dampak yang akan dibawa oleh *vanity publisher* dalam perkembangan industri di masa depan. Perpustakaan Nasional RI telah mengambil langkah dengan penetapan Peraturan Perpustakaan Nasional Nomor 5 Tahun 2022. Peraturan tersebut mewajibkan penerbit untuk memiliki *website* sebagai jalur distribusi terbitan mereka dan penekanan bahwa setiap buku yang diterbitkan merupakan tanggung jawab dari penerbit, dalam rangka ‘memaksa’ penerbit untuk melakukan fungsi seleksi, meski minimal. Regulasi tersebut dimaksudkan untuk menjaga fungsi ISBN sebagai salah satu alat distribusi buku dan, dalam cakupan yang lebih luas, menjaga agar buku yang masuk ke dalam rantai pasokan memenuhi batas kualitas kelayakan.

### Daftar Pustaka

- Castillo, M. (2011, Maret). Vanity Press and Other Scams That Make You Feel Cool. *American Journal of Neuroradiology*, 32 (3), 423-424. <https://doi.org/10.3174/ajnr.A2196>
- Ikatan Penerbit Indonesia. (2020, Mei 18). *Hari Buku Nasional 2020 dalam Situasi Pandemi Covid-19*. Diakses pada September 3, 2022, dari <https://www.ikapi.org/2020/05/18/hari->

- buku-nasional-2020-dalam-situasi-pandemi-covid-19/
- Indonesia. Perpustakaan Nasional Republik Indonesia. (2022). *Peraturan Perpustakaan Nasional Nomor 5 Tahun 2022 tentang Layanan Angka Standar Buku Internasional (International Standard Book Number)*. <https://jdih.perpusnas.go.id/detail/404>
- Klimczak, Mikołaj. (2020, Januari). The Evolution of the Publishing Industry – the Impact of Vanity Publishing [Paper presentation]. *Education Excellence and Innovation Management: A 2025 Vision to Sustain Economic Development during Global Challenges*. 35th International Business Information Management Association Conference (IBIMA), Sevilla, Spain (hal. 16739-16748). International Business Information Management Association Conference (IBIMA).
- Laquintano, Timothy. (2013). The Legacy of the Vanity Press and Digital Transitions. *Journal of Electronic Publishing*, 16(1). <https://doi.org/10.3998/3336451.0016.104>
- Nugraha, Arys Hilman. (2022, Juli 14). *ISBN Bukan untuk Gengsi*. Diakses pada September 3, 2022, dari <https://www.ikapi.org/2022/07/14/isbn-bukan-untuk-gengsi/>
- Perpustakaan Nasional RI. (2022). *Statistik ISBN per Tahun*. Diakses pada Agustus 30, 2022, dari <https://isbn.perpusnas.go.id/Home/Statistik#isbnPertahun>
- Trim, Bambang. (2013, Januari 14). *Penerbitan Berbayar (Vanity Publisher)*. Diakses pada September 1, 2022, dari <https://manistebu.com/2013/01/penerbitan-berbayar-vanity-publisher/>