

¹Sastra Indonesia Pasca Orde Baru: Perkembangan Industri Kreatif Sastra pada Era Digital

Muhammad Ardi Kurniawan, M.A. dan Fitri Merawati, M.A.

Universitas Ahmad Dahlan

ardi.kurniawan@pbsi.uad.ac.id

fitri.merawati@pbsi.uad.ac.id

Abstrak

Sastra Indonesia Pasca Orde Baru belum banyak dibahas dalam konteks sejarah sastra. Padahal, terdapat beragam perkembangan pada masa tersebut. Oleh sebab itu, perlu dilakukan pemetaan dan perekaman mengenai beragam perkembangan yang terjadi. Salah satu hal yang cukup banyak berpengaruh dalam perkembangan sastra Indonesia pasca Orde Baru adalah teknologi digital. Adapun pengaruh tersebut dapat dikelompokkan dalam tiga kategori, yakni produksi, distribusi, dan konsumsi. Pengaruh ini dapat dilihat melalui perkembangan industri kreatif di ranah sastra.

Pengantar

Periodisasi adalah salah satu topik bahasan dalam sejarah sastra Indonesia. Dengan adanya periodisasi, perkembangan sastra Indonesia pada suatu masa dapat mudah diperiksa, dilacak, dan diketahui. Adapun perkembangan yang dimaksud adalah perkembangan bentuk dan isi teks sastra. Selain itu, perkembangan wacana yang dominan pada sastra Indonesia pada suatu masa juga dapat diperiksa dengan adanya periodisasi.

Terdapat beragam varian periodisasi sastra Indonesia yang sudah disusun. Ragam variasi ini terjadi karena tidak ada kesamaan istilah yang dipakai, tidak ada keseragaman definisi istilah, tidak ada kesamaan untuk melabeli suatu periode, dan tidak ada kesamaan sistem yang dipakai untuk menyusun periodisasi (Sarwadi, 2004). Adapun ragam periodisasi tersebut adalah periodisasi versi H.B. Jassin, Bujung Saleh, Nugroho Notosusanto, Rachmat Djoko Pradopo, Ajip Rosidi, Sarwadi, dan Yudiono K.S.. Meski terdapat berbagai versi, pada dasarnya semua versi tersebut tidak jauh berbeda satu sama lainnya.

Salah satu persoalan mutakhir mengenai periodisasi sastra Indonesia adalah masih minimnya pembahasan tentang sastra Indonesia pasca Orde Baru. Padahal, beragam perkembangan terjadi di sastra Indonesia pada masa tersebut. Oleh sebab itu, pembahasan mengenai sastra Indonesia pasca Orde Baru dianggap perlu. Tujuannya antara lain untuk

¹ Makalah disajikan dalam seminar nasional HISKI Komisariat USD "Membongkar Sastra, Menggugat Rezim Kepastian" 28 Oktober 2017.

mengarsip, merekam, dan memetakan perubahan dan perkembangan yang terjadi di sastra Indonesia. Selain itu, terdapat alasan-alasan lain yang menunjukkan perlunya sastra Indonesia pasca Orde Baru diperbincangkan. Berikut alasan-alasan tersebut.

Pertama, terdapat perkembangan di berbagai bidang pasca Orde Baru berakhir. Perubahan tersebut ada di bidang ekonomi, politik, sosial, budaya, pendidikan, dan teknologi. Perubahan ini tidak jarang saling berkaitan antara satu bidang dengan bidang lainnya. Perubahan di bidang politik dan ekonomi misalnya, memungkinkan semua orang yang memiliki modal ekonomi untuk terjun ke bidang politik. Selain itu, perubahan di bidang pendidikan dan teknologi juga memungkinkan hadirnya beragam teknologi untuk membantu proses pembelajaran. Perubahan-perubahan tersebut tentu perlu juga diperiksa pengaruhnya terhadap sastra Indonesia.

Kedua, Orde Baru dianggap berpengaruh besar terhadap kesenian Indonesia secara umum. Oleh sebab itu, berakhirnya periode kekuasaan tersebut tentu juga membawa perubahan di bidang seni. Beragam perubahan pasca Orde Baru tersebut misalnya pernah ditulis dalam buku *Seni Pertunjukan Indonesia Pasca Orde Baru*. Buku ini mendorong perlunya pencatatan lebih spesifik mengenai sastra Indonesia pada periode yang sama.

Ketiga, terdapat perkembangan di wilayah sastra Indonesia sendiri. Perkembangan tersebut menuntut adanya pengarsipan dan pencatatan dalam sejarah sastra Indonesia. Dengan demikian, dapat terus menerus dilacak dan diperiksa perkembangan sastra Indonesia pada suatu periode.

Untuk membatasi persoalan, makalah ini akan fokus membicarakan perkembangan sastra Indonesia dalam relasinya dengan teknologi digital. Dengan kata lain, akan dibicarakan pengaruh teknologi digital terhadap perkembangan sastra Indonesia. Secara khusus, area yang dipilih untuk dibicarakan adalah industri kreatif sastra. Dengan demikian, aspek produksi, distribusi, dan konsumsi akan menjadi subtopik dalam makalah ini.

Adapun pertimbangan pemilihan topik tersebut adalah kenyataan bahwa perkembangan teknologi digital saat ini sangat pesat dan berpengaruh di berbagai bidang. Di bidang ekonomi, teknologi digital mengubah cara transaksi, cara berjualan, dan perilaku konsumen. Di bidang politik, teknologi digital membantu para politisi memoles citranya lewat media sosial. Begitu pula di bidang sastra, teknologi digital cukup banyak mengubah aspek produksi, distribusi, dan konsumsi dalam industri kreatif sastra. Seperti ditekankan Henderson (1999) yang menyatakan bahwa teknologi digital berefek kepada industri penerbitan.

Alasan lain yang menjadi pertimbangan adalah mulai adanya perhatian negara terhadap industri kreatif. Hal ini bisa dilihat dari pembentukan Badan Ekonomi Kreatif (BEKRAF) pada 2015. Lembaga ini bertugas untuk mengembangkan ekonomi kreatif di Indonesia. Salah satu subsektornya adalah penerbitan. Dalam konteks membantu memetakan industri penerbitan pada era digital, diperlukan pemetaan aspek produksi, distribusi, dan konsumsi di bidang penerbitan sastra.

Teknologi Digital di Indonesia Pasca Orde Baru

Terdapat beragam perkembangan yang terjadi di Indonesia pasca Orde Baru. Salah satu yang cukup pesat adalah perkembangan teknologi digital. Adapun yang dimaksud teknologi digital meliputi internet, situsweb, aplikasi, media sosial, blog, perangkat komputer, telepon genggam, *notebook*, dan tablet. Perkembangan ini memicu dan berefek kepada bidang-bidang lainnya, termasuk sastra. Berikut akan disampaikan sejumlah perkembangan teknologi digital di Indonesia pasca Orde Baru.

Akses internet yang mudah dan meluas adalah salah satu hal yang paling berkembang di ranah teknologi digital. Pada masa Orde Baru, teknologi ini masih sangat baru dan hanya bisa diakses secara terbatas. Hal yang demikian berbeda pasca Orde Baru. Publik dapat dengan mudah mengakses internet. Hal ini didukung dengan makin banyaknya perusahaan telekomunikasi yang menyediakan jasa internet berbayar. Perusahaan tersebut antara lain Telkom, XL, Smartfren, Indosat, Telkomsel, dan Huawei.

Selain itu, akses internet dimudahkan dengan beragamnya perangkat yang dapat dipakai untuk mengakses internet. Mulai dari komputer, *notebook*, *smartphone*, dan tablet. Perangkat-perangkat ini terus mengalami perkembangan dari tahun ke tahun. Salah satu yang cukup berefek adalah perangkat-perangkat tersebut kian *mobile*. Dengan demikian, akses internet dapat dilakukan di beragam tempat.

Hal lain yang juga cukup berubah adalah terbukanya akses informasi. Beberapa lembaga publik mulai menerbitkan situsweb agar informasi transparan dan mudah diakses publik. Selain itu, pemerintah juga relatif tidak membatasi berbagai informasi yang ada di beragam situsweb. Hal yang demikian sebenarnya kecenderungan yang terjadi di berbagai belahan dunia.

Perkembangan lain yang cukup drastis adalah makin beragamnya situsweb berupa media sosial. Adapun media sosial yang dimaksud adalah *facebook*, *twitter*, *whatsapp*, dan *goodreads*. Hal ini pada nantinya akan berdampak pada banyak aspek industri kreatif di

Indonesia. Sebagai gambaran, media sosial misalnya dapat dipakai oleh penggunanya untuk mempublikasikan produk-produk kreatif kepada publik dengan mudah dan murah.

Selain situsweb media sosial, terdapat pula beragam layanan blog yang gratis. Blog tersebut antara lain *wordpress*, *blogspot*, dan *tumblr*. Layanan blog sebenarnya adalah situsweb yang bisa dipakai penggunanya untuk mempublikasikan dan menyimpan teks, foto, gambar, atau video. Dalam konteks industri kreatif, pemakaian blog dapat dipakai untuk menampilkan portofolio karya-karya kreatif.

Hal lain yang nanti memicu industri kreatif adalah beragamnya situsweb yang mengkhususkan diri sebagai platform menulis para calon penulis. Adapun contohnya adalah *storial.co*, *steller.co*, dan *wattpad*. Situs-situs semacam ini memberikan layanan kepada penggunanya untuk dapat mempublikasikan, menilai, dan mengomentari tulisan *user* atau pengguna lainnya di situsweb tersebut.

Perkembangan lainnya adalah makin banyaknya situs *e-commerce*. Adapun yang dimaksud *e-commerce* adalah situs jual beli di ranah digital. Dalam konteks industri kreatif sastra, salah satu contoh situsweb *e-commerce* yang populer adalah *amazon*. Situsweb ini menjual dan mengirim berbagai buku ke pelanggannya di seluruh dunia. Di Indonesia, hal ini mulai dilakukan beberapa penerbit dan toko buku.

Apabila perkembangan teknologi digital yang telah disebutkan diringkas, maka dapat dirumuskan dua hal. Pertama, akses internet yang kian mudah membuat publik kerap berinteraksi melalui internet. Interaksi ini dilengkapi dengan kian *mobile*-nya perangkat-perangkat untuk mengakses internet. Kedua, kemudahan itu membuat pengguna internet di Indonesia melonjak. Hal ini menunjukkan adanya peluang pasar. Tidak terkecuali pasar industri kreatif di bidang sastra.

Produksi, Distribusi, dan Konsumsi

Seperti telah disebutkan sebelumnya, terdapat tiga hal yang akan dibahas secara spesifik terkait perkembangan industri kreatif sastra pada era digital. Ketiga hal tersebut adalah produksi, distribusi, dan konsumsi. Pembatasan terhadap tiga hal ini dilakukan agar pembahasan dapat lebih fokus. Selain itu, ketiga hal tersebut pula yang dapat dipetakan dengan mudah untuk melihat arah perkembangan sastra pada era digital selanjutnya. Adapun pembahasan tiga hal tersebut meliputi catatan perkembangan yang terjadi dan kemungkinan-kemungkinan yang terjadi pada masa mendatang di industri kreatif sastra.

Produksi

Terdapat dua kategori yang akan dibicarakan dalam aspek produksi di industri kreatif sastra era digital. Adapun dua kategori tersebut adalah produksi buku dan produksi teks sastra. Produksi buku yang dimaksud terkait dengan penerbitan. Produksi teks sastra terkait dengan berbagai perangkat digital yang dapat membantu memproduksi teks sastra.

Teknologi digital memberi kemungkinan penerbit menerbitkan buku dalam dua versi, yakni cetak dan digital (Hviid, Jacques, & Sanchez, 2017). Versi digital ini kerap disebut *e-book*. Kehadiran *e-book* sendiri dapat memangkas biaya kertas dan cetak (Kukalis, 2009). Untuk perangkat membacanya, *e-book* dapat diakses dengan berbagai aplikasi yang ada di telepon genggam versi *smartphone*.

Teknologi lain yang memangkas biaya penerbitan adalah *print on demand*. Teknologi ini membuat proses mencetak buku menjadi fleksibel (Joseph & Jha, 2015). Tidak ada jumlah minimal yang perlu dicetak. Satu buku saja cukup. Teknologi ini membuat penerbit dapat mencetak buku sesuai pesanan konsumen. Barang yang menumpuk di gudang dapat berkurang. Kerugian relatif bisa ditekan.

Selain dua hal tersebut, kehadiran media sosial dan situsweb *e-commerce* sangat membantu penerbit dalam merancang produksi buku. Melalui media sosial, penerbit dapat melacak buku-buku dengan genre atau tema apa yang sedang dicari konsumen. Media sosial seperti *goodreads* misalnya, dapat dipakai untuk melihat respon konsumen terhadap suatu buku. Adapun respon tersebut berupa komentar, kritik, dan penilaian. Buku yang dianggap kurang menguntungkan bisa dikurangi produksinya. Demikian pula sebaliknya.

Media sosial lain seperti *faacebook* juga bisa dipakai penerbit untuk mempromosikan buku kepada pembaca melalui sistem *pre-order*. Dengan demikian, jumlah buku yang akan dicetak dapat dipastikan. Hal ini dapat mengurangi angka kerugian.

Selain media sosial, penerbit juga bisa membuat situsweb *e-commerce*. Situs semacam ini bisa dipakai untuk menjual langsung buku kepada konsumen melalui jalur digital. Konsumen tinggal memilih buku yang akan dibeli via situsweb. Data hasil penjualan di situsweb bisa dipakai penerbit untuk menerka selera pembaca terhadap buku yang diterbitkannya.

Beragam perkembangan yang telah disebut sebelumnya memunculkan adanya berbagai penerbit kecil dan independen. Penerbit-penerbit semacam ini biasanya menawarkan kepada calon penulis untuk mengontrol penuh tulisan yang akan diterbitkan. Penerbit hanya membantu menyuntng naskah, merancang desain buku, dan memasarkannya. Dengan demikian, penulis memiliki kontrol penuh terhadap buku yang akan diterbitkan.

Selain mempengaruhi industri penerbitan, teknologi digital juga membuat produksi teks sastra berubah. Semua orang dapat mengklaim diri sebagai penulis dengan memproduksi tulisan dan dipublikasikan via internet. Hal ini tentu berbeda dengan era media cetak. Tidak semua orang punya kesempatan untuk menerbitkan tulisan dengan label sastra. Meski tentu saja ada semacam perdebatan terhadap situasi semacam ini. Teknologi digital dianggap tidak punya kontrol terhadap kualitas teks sastra yang beredar di ranah digital.

Keleluasaan orang untuk menulis atau memproduksi tulisan di ranah digital ditunjang beberapa hal. Mulai dari akses internet yang luas sampai jumlah pengguna telepon genggam yang semakin meningkat. Selain itu, kehadiran media sosial dan blog membuat publik dapat leluasa mempublikasikan tulisan. Selain tentunya, jangkauan pembaca dapat lebih luas dan tulisan bisa diakses kapan saja dan di mana saja.

Dibandingkan dengan media cetak, teknologi digital menawarkan beberapa kelebihan. Mulai dari bentuk tulisan yang relatif bebas, dapat diakses berulang kali, dapat disunting dan dihapus kapan saja, dan tentu saja dapat dialihkan dalam versi cetak jika dibutuhkan.

Distribusi

Tidak berbeda dengan aspek produksi, dalam aspek distribusi akan dibahas pula distribusi buku dan distribusi teks sastra pada era digital. Secara ringkas, teknologi digital memangkas jarak, biaya, dan waktu dari produsen ke konsumen buku atau teks sastra. Sebagai ilustrasi, seorang konsumen saat ini dapat memesan langsung untuk membeli buku melalui media sosial atau situsweb *e-commerce*. Pemesanan ini bisa langsung kepada penerbit atau bahkan penulisnya sendiri. Pada hari itu pula, buku yang dipesan bisa dikirimkan beserta estimasi biaya kirim dan lama perjalanan.

Ilustrasi mengenai pemesanan buku tersebut menunjukkan bahwa proses distribusi buku dari produsen ke konsumen berlangsung sangat cepat, mudah, dan relatif murah. Hal tersebut bahkan bisa terjadi bila antara produsen dan konsumen berada di kota yang berbeda. Dalam konteks industri buku dunia, situsweb *Amazon* pada waktu tertentu dapat mengirim buku ke pemesannya di berbagai negara secara gratis.

Satu hal yang harus dicatat, teknologi digital semacam itu tidak menghilangkan kehadiran toko buku dalam bentuk fisik. Setidaknya di Indonesia, teknologi digital semacam itu masih dipakai sebagai opsi alternatif bagi para pembeli yang berada di luar kota tempat toko buku tersebut berada. Dengan kata lain, penerbit dan toko buku memakai teknologi digital untuk memudahkan proses penjualan dan distribusi buku ke luar kota. Teknologi

semacam ini membantu mengukur sejauh mana jangkauan distribusi buku, buku mana yang laku atau tidak, atau barangkali ada buku yang laku pada lokasi tertentu.

Secara umum, dapat dikatakan kehadiran situsweb, blog, *e-commerce*, dan media sosial yang membuat pola distribusi buku menjadi berubah secara drastis. Setidaknya dalam lima tahun terakhir sejak makalah ini ditulis. Melalui teknologi-teknologi tersebut penulis atau penerbit dapat menjual bukunya secara langsung. Buku yang dijual pun tidak terbatas pada buku yang baru terbit saja. Hal ini berhubungan pula dengan sistem *print on demand* yang telah disebut di aspek produksi. Teknologi tersebut yang membuat produksi buku tidak harus dalam jumlah tertentu. Teknologi *print on demand* memungkinkan cetak satu buku saja. Dengan demikian, hal ini dapat membuat penerbit menawarkan buku-bukunya yang sudah tidak ada di toko buku fisik untuk dijual kembali melalui situsweb. Meski hanya satu pemesanan saja tidak masalah. Demikian pula dengan penulis. Mereka dapat mendistribusikan langsung bukunya kepada pembaca tanpa harus melewati toko buku. Selain itu, penulis juga dapat mengontrol jumlah buku yang dicetak sesuai pemesanan.

Hal ini berbeda dengan toko buku dalam bentuk fisik yang memiliki keterbatasan ruang penjualan, pemajangan, dan gudang. Buku-buku lawas yang sudah tidak laku akan dikembalikan ke penerbit. Pada akhirnya, buku semacam ini hanya menumpuk di gudang penerbit. Melalui teknologi digital, buku yang menumpuk tersebut berpeluang untuk dijual kembali kepada konsumen.

Aspek distribusi lain yang akan dibicarakan adalah distribusi teks sastra. Sebelum era digital, teks sastra diterbitkan dalam bentuk buku atau tulisan di media cetak. Problem dari distribusi semacam ini adalah masa edar dan pembaca yang terbatas. Teknologi digital menghapus hal semacam itu. Melalui beragam teknologi digital, masa edar sebuah teks sastra tidak terbatas, bisa diakses publik lebih luas, dan memungkinkan semua orang mengklaim telah menulis teks sastra.

Contoh paling mudah tentu saja adalah media sosial. Melalui akun pribadi, penulis dapat mempublikasikan teks sastra berupa sajak, cerita pendek, atau potongan novel. Hal ini berbeda dengan model publikasi di media cetak. Penulis harus menunggu giliran kapan ceritanya pendeknya terbit di koran. Bisa pula tidak pernah terbit sama sekali. Dengan media sosial, penulis dapat mempublikasikan kapan saja, setiap minggu bahkan, dan tentu dengan bentuk yang lebih bebas. Dengan kata lain, penulis dapat mendistribusikan teks sastra tanpa terikat aturan-aturan di media cetak.

Selain itu, dengan media sosial, penulis dapat berinteraksi langsung dengan pembaca teks sastranya. Interaksi yang dimaksud adalah komentar, kritik, atau saran. Lebih lanjut lagi, terkait industri buku, penulis dapat menjual langsung bukunya melalui akun media sosialnya. Satu hal lagi yang perlu diberi perhatian dari aspek distribusi teks sastra adalah kehadiran situsweb seperti *steller.co*, *storial.co*, dan *wattpad*. Situsweb semacam itu menawarkan kepada penggunanya untuk memproduksi tulisan dengan beragam bentuk, mempublikasikannya, dan dibaca pengguna lain yang memiliki minat serupa. Situsweb semacam ini menjadi tempat distribusi berbagai teks sastra untuk penulis-penulis pemula.

Konsumsi

Pembahasan mengenai konsumsi terkait industri kreatif sastra dibagi tiga kategori. Adapun ketiga hal tersebut meliputi pembelian, pembacaan, dan apresiasi. Pada aspek pembelian, teknologi digital memungkinkan konsumen membeli buku tanpa bertatap muka atau berkunjung ke toko buku secara fisik. Hal ini dimungkinkan karena penjualan dapat dilakukan melalui media sosial dan situsweb *e-commerce*. Konsumen dapat memilih dan membayar buku yang diinginkannya hanya lewat perangkat gawai saja.

Cara orang mencari buku pun berubah. Dengan adanya mesin pencari seperti *google*, konsumen dapat mencari informasi mengenai sebuah buku terlebih dulu sebelum membelinya. Informasi ini termasuk *review* dari orang yang sudah membaca buku atau ulasan-ulasan serta komentar terhadap buku tersebut. Media sosial seperti *goodreads* juga bisa dipakai untuk melihat rating atau skor penilaian sebuah buku dari para pembacanya. Selain hal tersebut, *google* dan *goodreads* juga bisa dipakai untuk membantu konsumen mencari buku-buku yang sesuai dengan selera dan minatnya.

Untuk aspek pembacaan, teknologi digital mengubah cara buku dikonsumsi (Joseph & Jha, 2015). Buku tidak hanya bisa dibaca lewat bentuk fisik atau versi cetaknya saja. Dengan perangkat *smartphone*, *notebook*, atau komputer; buku dapat dibaca (Warren, 2010). Dalam hal ini tentu dalam bentuk *e-book*.

Hal ketiga yang cukup banyak berubah karena dampak teknologi digital adalah cara mengapresiasi buku. Apabila dulu kegiatan apresiasi hanya berupa diskusi, pembacaan buku, atau penulisan resensi buku; maka semua kegiatan tersebut sekarang dapat direkam dan disiarkan melalui perangkat digital. Dengan kata lain, apresiasi tidak selalu berbentuk teks saja. Melainkan bisa foto, audio, atau video.

Telah disebutkan sebelumnya bahwa produksi dan distribusi teks sastra pada era digital banyak dilakukan melalui situsweb, blog, atau media sosial. Hal ini mengubah pula

cara publik mengonsumsi teks sastra. Publik tidak lagi selalu mencari teks sastra dalam bentuk buku. Beragam situsweb, blog, dan media sosial menyediakan berbagai tulisan yang bisa diklaim sebagai teks sastra. Dengan kata lain, publik punya peluang menentukan selera bacaannya secara relatif lebih mandiri.

Tidak jauh berbeda dengan konsumsi buku. Dengan teknologi digital, berbagai teks sastra dikonsumsi pembaca cukup lewat perangkat gawai seperti *notebook*, *tablet*, komputer, atau *smartphone*. Layar telepon genggam yang semakin lebar dan tajam membuat pembacaan di perangkat tersebut relatif lebih lama. Demikian pula dengan format tulisan. Tulisan-tulisan panjang yang dahulu dianggap sulit dibaca di perangkat digital sekarang telah dimungkinkan.

Perangkat digital juga memungkinkan alternatif lain dalam kegiatan membaca teks sastra. Pembaca bisa mendengar sebuah teks sastra dibacakan dalam format audio. Inovasi semacam ini sudah dilakukan majalah *The New Yorker*. Dalam situswebnya, majalah yang berbasis di Amerika ini memuat berbagai cerita pendek. Tidak hanya bisa dibaca, teks-teks cerita pendek tersebut juga disediakan dalam bentuk audio. Dengan kata lain, pembaca bisa memilih akan membaca atau mendengarkan cerita pendek tersebut.

Simpulan

Dari pembahasan sebelumnya, dapat dirumuskan tiga simpulan. Pertama, teknologi digital berdampak luas terhadap industri kreatif berbasis sastra. Kedua, dampak tersebut meliputi aspek produksi, distribusi, dan konsumsi. Ketiga, industri kreatif sastra masih akan berjalan di ranah cetak dan digital. Demikianlah simpulan pembahasan makalah ini, semoga dapat memetakan arah industri kreatif sastra di masa depan.

Daftar Pustaka

- Henderson, K. (1999). *Electronic Commerce in the On-Line and Electronic Publishing Industry: A Business Model for Web Publishing*. Makalah disajikan dalam Seminar Redefining the Information Chain: New Ways and Voices, di University of Karlskrona, Swedia.
- Hviid, M., Jacques, S., & Sanchez, S.I. (2017). From Publishers to Self-Publishing: The Disruptive Effects of Digitalisation on the Book Industry. *CREATE Working Paper Series*. Maret 2017.
- Joseph, R.J. & Jha, S.K. (2015). Digitization, Internet Publishing and the Revival of Scholarly Monographs: an Empirical Study in India. *First Monday*, Volume 20, Nomor 1 – 5.

Kukalis, S. (2009). Survey of Recent developments in strategic management: Implications for practitioners. *International Journal of Management*, volume 26, number 1, pp. 99–106.

Sarwadi. (2004). *Sejarah Sastra Indonesia Modern*. Yogyakarta: Gama Media.

Warren, J.W. (2010). The Progression of Digital Publishing: Innovation and the E-volution of E-books. *The international Journal of the Book*. Volume 7 No 4.