

## **MENCERMATI DAN MEMAKNAI ADAGIUM: BUKU SEBAGAI MAHKOTA MEDIA CETAK**

R. Masri Sareb Putra  
Dosen FIKOM Universitas INDONUSA Esa Unggul, Jakarta  
masri.sareb@plasa.com

### **ABSTRAK**

Buku adalah mahkota media cetak. Di dalam buku dipusatkan dan dikumpulkan hasil pemikiran dan pengalaman manusia. Buku ialah alat komunikasi berjangka waktu panjang dan sarana paling berpengaruh dalam perkembangan kebudayaan dan peradaban umat manusia

**Kata Kunci:** Buku, Mahkota Media Cetak, Jendela Informasi Dunia

### **Pendahuluan**

Adagium, “Buku adalah mahkota media cetak”, bukanlah berasal dari penulis. Bukan karena penulis pengajar mata kuliah “produksi media cetak”, di mana bahasan mengenai buku banyak ditekan, judul tulisan ini dibuat. Namun, faktalah yang mendasarinya.

Klaim bahwa buku adalah mahkota media cetak terpatrit dalam *Ensiklopedi Indonesia*. “Buku ialah alat komunikasi berjangka waktu panjang dan mungkin sarana komunikasi yang paling berpengaruh pada perkembangan kebudayaan dan peradaban umat manusia. Di dalam buku, dipusatkan dan dikumpulkan hasil pemikiran dan pengalaman manusia daripada sarana komunikasi lainnya. Sebagai alat pendidikan, buku berpengaruh pada anak didik daripada sarana-sarana lainnya (*Ensiklopedi Indonesia*, hal. 538-539).”

Tulisan ini berupaya menyelami dan memaknai ungkapan dan klaim sebagaimana yang tertulis dalam *Ensiklopedi Indonesia*.

### **Ruang lingkup**

Kalau kita membuka arsip akta pendirian penerbit-penerbit di Indonesia, rata-rata penerbit mencantumkan visi sebagai lembaga yang “turut serta mencerdaskan kehidupan bangsa”. Tidak salah visi itu, sebab dengan ambil bagian dalam pengadaan dan distribusi buku, maka penerbit dengan sendirinya turut andil dalam mendidik dan mencerdaskan bangsa.

Dalam arti yang luas, sebenarnya buku mencakup semua tulisan dan gambar yang ditulis dan dilukis atas segala macam materi, seperti: papyrus, lontar, perkamen, dan kertas dengan berbagai macam bentuknya. Ada yang berbentuk gulungan, dilubangi, diikat, atau dijilid. Karena fungsi dan peranannya yang sangat sentral dalam mengkomunikasikan, mendokumentasikan, serta menyebarkan hasil pemikiran (dan budaya) manusia, maka buku disebut sebagai inti dan pilar media cetak. Tidak ada media cetak lain, selain buku, yang begitu lama dan tinggi kandungan nilai hasil olah pikir dan olah budaya manusia di dalamnya. Itulah sebabnya,

di dalam membuat karya tulis (makalah, skripsi, tesis, disertasi atau menulis buku), referensi dari buku menjadi sangat tinggi nilai ilmiahnya dibandingkan sumber dari media cetak lainnya.

Kalau tidak ada buku, kita tak pernah tahu wajah kita. Kita pun tak pernah tahu, seperti apakah peradaban kita. Dan kita juga tidak pernah jadi manusia bijaksana, jika tidak ada benda yang disebut buku.

Buku tempat kita menyimpan sejarah (arsip). Buku adalah media kita berkaca dan berefleksi (cermin). Buku adalah sumber ilmu pengetahuan yang tak pernah kering untuk ditimba, sepanjang masa (guru).

Buku adalah guru yang sejati – bagi yang mau berguru padanya. Sementara bagi yang tidak sudi berguru, buku tetaplah sebuah benda mati. Barang yang tidak bisa ditanyai dan diajak omong. Sesuatu yang bisu. Yang tak punya makna, kalau tidak coba dimaknai oleh manusia.

Buku adalah juga jendela dunia. Dengan membuka jendela, kita dimungkinkan menatap ke alam luas. Dengan membaca buku, pikiran kita terbuka. Sudut pandang kita terarah ke alam dunia nan luas.

### **Pentahapan Peradaban Tulis-Cetak**

Sudah pasti bahwa Kitab Suci agama-agama besar di dunia merupakan kitab pertama dalam sejarah umat manusia. Karena proses terjadi atau turunnya Kitab Suci merupakan wilayah teologi, dan masuk ke dalam ranah iman yang tak terbantahkan, maka tidak masuk dalam pembahasan tulisan ini. Yang ditekankan ialah asal muasal dan tahap-tahap perkembangan buku

dalam sejarah yang benar-benar dialami oleh umat manusia.

Terdapat berbagai pentahapan dalam peradaban tulis-cetak umat manusia. *The Oxford Companion to the English Language* (Tom McArthur, 1992) membagi pentahapan peradaban tulis-cetak umat manusia ke dalam empat tahap yang disebutnya sebagai “*Communicative Shift*”.

Yang menandai pemeriodean (*shift*) itu ialah adanya perubahan yang radikal dalam teknologi dan praktik komunikasi, seperti perkembangan mesin cetak dengan huruf-huruf yang sangat mobile seperti terjadi pada tahun 1456, saat ditemukannya mesin cetak pertama oleh Johannes Gutenberg. Adapun empat pentahapan itu sbb:

- **Tahap pertama.** Tidak banyak yang diketahui mengenai kapan dan bagaimana manusia untuk pertama kalinya berkomunikasi. Akan tetapi, riset umumnya mengakui bahwa komunikasi sudah mulai sejak *homo sapiens* hidup pada 50.000 tahun yang lalu.
- **Tahap kedua.** Kreasi dari penulisan umat manusia sudah dimulai, seiring dengan perkembangan budaya manusia yang sudah mulai berkembang. Pada saat ini manusia sudah mengenal api, memelihara hewan, dan sudah mulai menggali sumur. Di Mesir, India, dan Cina pada sekitar 3-4 ribu tahun yang silam tulis-cetak sudah mulai dikenal. Di Babilonia, epos karya Homerus sudah mulai disalin ke dalam tulisan. Antara 3.000-3.500 tahun yang lalu, alfabet sudah mulai dikenal.
- **Tahap ketiga.** Percetakan yang sederhana dan sudah cukup memadai berkembang dan mempengaruhi dunia Barat pada

umumnya. Saat inilah Johannes Gutenberg menemukan alat cetak pertama. Dunia percetakan dan penulisan memulai debutnya pada saat ini. Saat ini pula zaman keemasan (*renaissance*) dimulai. Banyak karya cetak diterbitkan dan disebarluaskan. Sekadar menyebut contoh karya cetak besar yang dicetak dan diterbitkan pada masa ini ialah *Divina Commedia* karya Dante, *Lusiads* (Camoens), dan *Paradise Lost* (Milton). Di Amerika Serikat setelah itu berkembang tipografi (ilmu percetakan). Pada tahun 1869, Christopher Latham mematenkan mesin cetak temuannya.

- **Tahap keempat.** Revolusi dunia percetakan terjadi seiring dengan ditemukannya apa yang disebut dengan revolusi di bidang *auditory* (telepon, telekomunikasi, radio, dan *audio-recording*), *visual* (fotografi, sinematografi, televisi, fotokopi, *video-recording*, dan komputer tradisional), dan *hybrid* yang meliputi sinematografi dengan suara, tv dengan suara, video kaset, komputer, teknologi laser). Memasuki abad ke-19, perkembangan di bidang teknologi komunikasi itu massif dan luar biasa cepatnya. Seluruh jagad, bahasa, teritori, dan sistem kepercayaan dirasuki media komunikasi lebih intens dibandingkan sebelumnya. Terjadilah revolusi di bidang media dan letupan informasi yang sangat dahsyat (*information explosion*), sehingga mendorong terjadinya perbedaan yang tegas antara media, multimedia, dan hypermedia. Di bidang percetakan, bahasa Inggris menjadi sangat dominan pemakaiannya. Itulah sebabnya,

kini produksi media cetak dunia didominasi bahasa Inggris.

Dilihat dari kronologisnya, (dunia dan nusantara), peradaban (cara berkomunikasi) manusia mengalami perkembangan dari waktu ke waktu seiring dengan perkembangan alam pemikiran dan juga intuisi manusia di dalam mereaksi alam dan lingkungan hidupnya.

- **Zaman Purba**

Pada tahap yang paling awal, beribu-ribu tahun sebelum Masehi di Yunani, manusia menggunakan nyala api obor sebagai alat untuk berkomunikasi. Sementara itu, orang Indian menggunakan asap.

Kedua cara berkomunikasi ini menggunakan mata (*visual*). Kemudian, orang mulai menambahkan lagi unsur bunyi untuk berkomunikasi dengan menabuh gendang atau gong, sehingga efeknya dapat kedengaran sampai jauh.

Di desa-desa di Indonesia, bahkan di beberapa tempat di Jakarta, saat ini masih dapat dijumpai di setiap pos ronda tersedia tabuh sebagai isyarat untuk mengkomunikasikan sesuatu biasanya jika terjadi peristiwa yang genting. Proses dan cara berkomunikasi seperti itu menunjukkan bahwa manusia sudah menggunakan otaknya untuk mengatasi hambatan-hambatan komunikasi. Tepat apa yang dikatakan filsuf Rene Descartes bahwa manusia baru genap menjadi manusia, karena ia berpikir "*Cogito ergo sum*" (Harry M. Bracken dalam *Descartes*, Oneworld, 2002).

Jadi, yang membedakan antara binatang dan manusia ialah aspek berpikir. Itulah sebabnya, banyak cerdik cendekia yang mengatakan, "Manusia adalah binatang yang berakal budi" (*animal rationale*). Karena itu,

manusia baru genap menjadi manusia, jika ia berpikir. Orang yang tidak berpikir, bukanlah manusia. Ia sudah kehilangan hakikinya. Kehilangan esensinya.

Meskipun masih dalam bentuknya yang sangat sederhana, manusia purba sebenarnya sudah berpikir. Dan buah pikiran itu diungkapkan melalui kata. Ada kata yang diungkapkan secara lisan (verbal) dan ada yang melalui tulisan. Buah pikiran yang diungkapkan melalui kata-kata yang tertulis terpancar lewat huruf-huruf.

Jadi, sejak zaman dahulu kala sebenarnya manusia sudah mengenal huruf-huruf. Jika mengenal huruf, berarti manusia sudah berbudaya. Di gua-gua misalnya, manusia sudah menulis, meskipun dalam bentuk sederhana berupa pahatan-pahatan di dinding-dinding. Sejak zaman purba, manusia sudah mengenal cetak-mencetak.

Pasti ada maksud manusia purba menulis, atau memahat sesuatu di dinding-dinding gua. Hasil produksi (tulisan yang dipahat) itu tentu mengandung makna. Ada makna, ada simbol di sana. Ada sesuatu yang hendak disampaikan dan dikomunikasikan.

Di sini tepat apa yang dikatakan para pakar bahwa bahasa (lisan maupun tulisan) “Merupakan alat komunikasi khas manusia, yang oleh Bolinger disebut *specific species*. Artinya, hanya manusialah yang mempunyai bahasa (lisan maupun tulisan) sebagai alat komunikasi. Namun, bahasa bukanlah satu-satunya alat bagi manusia untuk berkomunikasi. Manusia bisa berkomunikasi dengan cara lain di luar bahasa.” (Prof. Sumarsono, *Buku Ajar Filsafat Bahasa*, Grasindo, 2004: 164.)

## **Bagaimana Buku Mengubah Hidup?**

Ada kata-kata bijak yang sangat dalam maknanya. Kebijakan-sanaan yang sulit dicari duanya karena sungguh benar. Penggagasnya adalah Harvey Mackay. Katanya, “*Our lives change in two ways: through the people we meet and the book we read.*”

Hal itu dikatakan Makay dalam bukunya *Swim with Sharks without Getting Eaten Alive*. Buku yang, dari judulnya saja, sudah sangat menarik. Bukankah memang hidup kita diubah oleh dua hal saja?

Pertama, dari pertemuan-pertemuan dengan orang lain. Pertemuan ini bisa formal (proses belajar-mengajar), bisa juga informal (di sembarang tempat dan kesempatan). Siapa saja yang kita temui, ialah guru. Bertemu orang baik dan cerdas, kita potensial menjadi orang baik dan cerdas. Sebaliknya, bertemu dengan orang jahat dan dungu, kita pun potensial seperti mereka juga.

Kedua, hidup kita diubah melalui buku yang kita baca. Dengan kata lain, buku punya daya (*power*) yang luar biasa. Sama seperti manusia, jika kita membaca buku yang bermutu, maka kita potensial menjadi pandai. Jika kita membaca buku yang baik, kita berpotensi menjadi orang lain. Akan terjadi sebaliknya, jika kita membaca buku yang tidak bermutu dan tidak baik.

Ada sebuah buku yang secara khusus berkisah tentang bagaimana buku memengaruhi orang. Judulnya *Read and Grow Rich*. Dikisahkan Hedges, yang juga penulis buku *Who Stole the American Dream?*, bagaimana buku memengaruhi kehidupan dan pribadi orang.

Dibeberkan dalam *Read & Grow Rich* bagaimana peran buku di dalam memengaruhi hidup seseorang. Dengan membaca, seseorang terbuka wawasan, mata, dan pikirannya. Dari membaca, seseorang mendapat ide-ide baru yang, jika dilaksanakan, akan mendatangkan keuntungan.

Sejauh mana buku mempengaruhi kehidupan, tentu setiap orang punya pengalaman sendiri-sendiri. Ada orang yang sekali baca, langsung buku memengaruhinya. (Saya jadi ingat seorang teman, hobiis adenyum atau kamboja jepang. Suatu saat, saya pinjamkan buku *how to* membudidayakan adenyum, sampai bagaimana memasarkannya. Buku itu memengaruhi hidupnya. Kini, berpapasan di mana pun dengannya, selalu pokok pembicaraannya tentang adenyum!).

Itu hanya salah satu contoh, bagaimana buku memengaruhi *mind set* dan perilaku seseorang. Tentu, masih banyak contoh lain lagi. Namun, ada pula orang yang telah melahap sekian banyak buku, perilakunya tetap sama seperti kemarin. Buku bisa jadi guru. Namun, bisa juga menjadi tidak apa-apa. Sebagaimana guru-manusia, guru-buku pun tak akan memberi makna apa-apa, kalau tak hendak dimaknai.

### **Buku di Indonesia**

Buku yang kita konsumsi, merupakan produk media cetak yang prosesnya sangat panjang. Mulai dari ide kosong hingga buku sampai ke tangan konsumen (pembeli/pembaca), merupakan sebuah mata rantai yang panjang.

Terlepas dari besar kecilnya penerbit, buku sebagai produk media cetak, mengenal pakem-pakem yang disepakati secara universal. Pakem-pakem itu menyangkut format

(ukuran), hingga ke pembagian halaman demi halamannya hampir seragam.

#### • **Format buku**

1. Komik 11 x 17 cm
2. Novel pop 11 x 18 cm
3. Novel sastra (serius) 13 x 20 cm
4. Buku biasa 14 x 21 cm, 15 x 23 cm
5. Buku teks (SMP-PT) 17,5 x 25 cm
6. Buku SD 21 x 28cm
7. Buku khusus 24 x 32 cm

#### • **Anatomi buku**

Sebuah buku, ibarat anatomi, mengenal bermacam-macam bagian. Umumnya, buku dibagi ke dalam empat bagian besar, yakni; (1) *Cover*, (2) *Preliminaries*, (3) *Text Matter*, dan (4) *Postliminaries*.

##### 1. *Cover*:

- *Front cover* (cover depan)  
Bagian ini berisi judul, nama penulis, ilustrasi, logo penerbit, dan nama penerbit.
- Masih dalam cover, ada juga punggung buku yang biasanya ditulis judul buku, nama penulis, dan penerbit. Tulisan dalam punggung ini berfungsi memudahkan orang mengidentifikasi, jika buku disimpan berdiri dan ditaruh sejajar dengan buku lain dalam rak, atau di perpustakaan.
- *Back cover* atau bagian belakang cover buku, atau sampul belakang, yang biasanya berisi sinopsis (ringkasan isi buku, disertai dengan nilai jual buku atau *selling point*), atau bisa juga berisi komentar-komentar para pakar mengenai buku tersebut. Ada pula kebiasaan, di *back cover*, dimuat foto penulis dan biodata singkat. Nomor ISBN (*International series Book Number*), juga dimuat di sini. Sekali lagi, logo penerbit dicantumkan dalam

sampul belakang (untuk buku sampul lembut/biasa/atau *soft cover*). Adapun untuk buku sampul keras (*hard cover*), buku dipakaikan jaket untuk menutupi sampul keras yang mudah dicopot - pasang yang disebut dengan *jacket*, disertai lidah (*flap*). Di dalam *flap* depan, biasanya ditulis sinopsis dan *selling point* buku, sedangkan pada *flap* belakang merupakan sambungannya dan biografi singkat penulis.

## 2. *Preliminaries*

*Preliminaries* berisi:

- Halaman Prancis (bastard title, Franse title, separuh judul)
- Judul lengkap, judul utama
- Halaman *copy right/* undang-undang (pasal 72 Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2002 tentang Hak Cipta)
- Halaman persembahan/ dedikasi (misal: “untuk seseorang yang kukasihi”)
- Daftar isi
- Daftar tabel (kalau ada)
- Daftar gambar (kalau ada)
- Daftar singkatan (kalau ada)
- Kata pengantar, (*foreword*)
- Prakata, sekapur sirih (*Preface*)

(Biasanya, bagian ini menggunakan angka romawi, karena itu sering pula disebut “halaman romawi”).

## 3. *Text Matter*

- Prolog (kalau ada)
- Pendahuluan (*Introduction*)
- Judul bab
- Penomoran bab, subbab, sub subbab (bisa dengan sistem desimal, angka arab, angka romawi)
- Alinea teks
- Penomoran teks (paginasi)
- Judul pelari (*running head*)

- Catatan kaki (*foonnnotes*)
  - Ilustrasi
  - Gambar
  - *Caption*
- ## 4. *Postliminaries*
- Daftar pustaka/ bibliografi
  - Daftar istilah (glosarium)
  - Catatan akhir (*endnotes*)
  - Indeks
  - Epilog (kalau ada)

Di dalam penerbitan buku, terutama penerbit yang dikelola secara profesional, bukan perusahaan keluarga, manajemen (organisasi) penerbit sama dengan organisasi bisnis biasa: organisasi dibuat/ disusun untuk mencapai tujuan perusahaan.

Buku sebagai “barang cetakan”, sesungguhnya pengadaan dan multiplikasinya berada di tangan Bagian Redaksi/ produksi.

Berikut ini tahap-tahap, atau proses memproduksi buku –dalam arti memmultiplikasikan buku dari orisinal ke dalam jumlah yang diinginkan.

1. Pengadaan naskah (dipesan/ diterjemahkan/ ditulis sendiri).
2. Buku disiapkan editingnya (diedit/copy edit),. Setelah itu, naskah diseting/*layout/* diperiksa (*proof read*), dibuat film (atau tanpa film dengan data digital yang sudah di-*post script* yang sesuai dengan teknik di percetakan), dikirim ke percetakan, dicetak.
3. Buku yang sudah dicetak, dijilid, dipotong dengan mesin, dipak dalam jumlah tertentu.
4. Buku siap dikirim ke gudang penerbit.
5. Buku yang masuk gudang penerbit, didistribusikan.
6. Buku yang terdistribusi mencapai sasarannya (dibeli/ dikonsumsi) masyarakat.

Meski diakui perannya sebagai media cetak paling berpengaruh dan dapat mencerdaskan kehidupan bangsa, buku di Indonesia belumlah merasakan sendi-sendi kehidupan. Hal ini bisa dimengerti karena terdapat saling kait antara kebutuhan faal dengan tingkat konsumsi buku. Semakin suatu bangsa maju dan berkembang, semakin tingkat konsumsi akan buku pun meningkat. Saat ini, rata-rata sebuah buku (buku umum) cetakan pertama (*first run*) 3.000 eksemplar. Sementara untuk buku pelajaran sangat bervariasi, antara 3.000-50.000. Namun, dibandingkan populasi penduduk, produksi buku di Indonesia masih sangat kurang! Bahkan terendah di antara sesama Negara Asean.

### **Kesimpulan**

Buku disebut sebagai “mahkota” media cetak bukan saja karena perannya yang paling unggul di antara media cetak lain. Akan tetapi, buku juga diakui sebagai media paling berpengaruh dalam proses belajar-mengajar. Sementara dilihat dari rentang waktu (*frame time*), media cetak, buku berumur sangat panjang. Dengan melihat kenyataan itu, kita lalu sepakat dengan ungkapan yang mengatakan, “*Verba volant scriptura manent*” apa yang kita ucapkan pasti berlalu, namun apa yang ditulis abadi selamanya!”

Karena itu, jika Anda ingin dikenang selamanya, jangan hanya bicara. Menulislah, termasuk menulis buku, sekarang juga!

### **Daftar Pustaka**

Barker, Alan, “*Improve Your Communication Skills*”, Kogan Page, London, 2000.

Capaldi, Nicholas, “*The Art of Deception: An Introduction to Critical Thinking*”, Prometheus, New York, 1987.

Corbeil, Claude Jean dan Archambault, Ariane, “Kamus Visual” PT Elex media Komputindo, Jakarta, 1995.

Coughlan, Anne T., “*Marketing Channels Pearson*” Prentice Hall, New Jersey, 2000.

Hahn, E. Fred dan Mangun, G. Kenneth, “*Doit Yourself Advertising & Promotion*”, John Wiley & Sons, New York, 1997.

Holtz, Herman, “*How to Start and Run a Writing & Editing Business*”, (terj.), Penerbit PT Grasindo, Jakarta, 2000.

Kimman, Eduard J.J.M, “*Indonesian Publishing: demand, resources, history, market patterns management*”, Baarn, Hollandia, 1981.

Kremer, John, “*1001 Ways to Market Your Books*”, Open Horizons, Michigan, 1993.

Pakar, Dadi, “*Bagaimana & Mengapa Penerbitan Buku: Pengantar Ihwal Penerbitan*”, Ikapi DKI Jakarta, Jakarta, 2002.

Putra, Masri Sareb R, “*Menulis: Meningkatkan dan Menjual Kecerdasan Verbal-Linguistik Anda*”, Dioma, Malang, 2002.

-----, "Produksi Media Cetak", Diktat Fikom Universitas Indonusa Esa Unggul, Jakarta, 2004.

Scheder, Georg, "Perihal Cetak Mencetak", Kanisius, Yogyakarta, 1985.

Subagya, P.D. dan Putra, Masri Sareb, "Promosi dan Pemasaran Buku di Indonesia", Ikapi DKI Jakarta, Jakarta, 2002.

Suleiman, Amir Hamzah, "Media Audio-Visual: untuk pengajaran, penerangan, dan penyuluhan", PT Gramedia, Jakarta, 1985.

Sudiana, Dendi, "Komunikasi Periklanan Cetak", Remadja Karya, Bandung, 1986.

Surmanek, Jim, "Media Planning (Perencanaan Media)", PT Elex Media Komputindo, Jakarta, 1991.

Sutherland, Max dan Sylvester, K. Alice, "*Advertising and the Mind of the Consumer*", (terj.), Penerbit PPM, Jakarta, 2004.

Trim, Bambang, "Memahami Copyediting: Pengantar dan Aplikasi Praktis Editing Naskah untuk Penerbitan Buku", Ikapi DKI Jakarta, Jakarta, 2002.