

BAB II

DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN

A. PT Berdikari Cahaya Asia

PT Baca Aja Dulu Berdikari Cahaya Asia adalah sebuah toko buku *online* yang menawarkan buku-buku dari penerbit alternatif. Menurut pemilik Berdikari Book, nama "Berdikari" merupakan singkatan dari "berdiri di kaki sendiri", yang menjadi prinsip utama perusahaan ini. Awalnya, Berdikari Book hanya berfokus pada penjualan buku secara *online*. Namun seiring berjalannya waktu, perusahaan ini juga mulai menyediakan toko buku fisik yang berlokasi di Yogyakarta, tepatnya di Jalan Elang Jawa No. 29, Sleman, yang dikenal dengan nama Rumah Berdikari. Buku-buku yang dijual Berdikari berasal dari penerbit alternatif seperti Narasi, Diva Press, Jalan Baru, dan lainnya. Jenis buku yang dijual oleh Dana (pemilik) umumnya adalah buku-buku yang sering dikaitkan dengan 'aliran kiri', seperti filsafat, sosial, dan hukum. Selain toko buku *offline*, Rumah Berdikari juga memiliki perpustakaan kecil untuk membaca di tempat serta kedai kopi sederhana untuk menemani pembaca.

Adapun visi dari PT Baca Aja Dulu Berdikari Cahaya Asia adalah untuk menjadi toko buku berbasis *online* nomor 1 di Indonesia. Sejalan dengan visi perusahaan, PT Baca Aja Dulu Berdikari Cahaya Asia memiliki dua misi yakni:

1. Membangun infrastruktur belanja *online* di Indonesia.
2. Memberikan kemudahan belanja bacaan bagi para pembacanya.

Nilai yang diangkat oleh Berdikari Book tercermin melalui layanan yang mereka tawarkan, di mana perusahaan ini menekankan orisinalitas dalam koleksi buku mereka yang langsung didistribusikan dari penerbit. Berdikari menerapkan konsep *dropshipper* untuk memastikan buku-buku yang dijual adalah asli. Hal ini dilakukan karena Dana, pemilik Berdikari, memahami kebutuhan masyarakat akan beragam jenis buku. Oleh karena itu, Berdikari menawarkan garansi pengembalian jika pelanggan merasa tidak puas dengan buku yang dibeli. PT Baca Aja Dulu Berdikari Cahaya Asia berfokus pada penjualan buku secara online untuk memenuhi kebutuhan masyarakat di berbagai daerah. Berdikari berusaha membangun loyalitas pelanggan dengan memberikan poin Berdikari untuk setiap pembelian dan menawarkan program gratis ongkir ke seluruh wilayah Indonesia, yang bertujuan meningkatkan kepercayaan pembeli.

Seiring waktu, Berdikari Book tidak lagi hanya menjual buku-buku 'beraliran kiri', tetapi juga memperluas koleksinya dengan buku-buku yang dibutuhkan masyarakat, seperti buku perkuliahan. Berdikari tidak membedakan penerbit yang ingin menjual bukunya melalui Berdikari Book, karena mereka menganggap semua buku memiliki nilai pengetahuan. Awalnya, Berdikari fokus pada buku dari penerbit alternatif karena banyak penerbit alternatif kesulitan masuk ke toko buku besar seperti Gramedia akibat sensor dan kebijakan tertentu, namun sekarang Berdikari Book terbuka untuk semua jenis penerbit. Maka dari itu, salah satu *campaign* yang diangkat oleh Berdikari Book adalah #BacaAjaDulu dan menggunakan tagar #PastiAda untuk menunjukkan diri bahwa di Berdikari Book kebutuhan buku pelanggan dapat ditemukan.

B. Dana Gumilar

Dana Gumilar adalah *owner* Berdikari Book yang merintis bersama dengan kekasihnya pada tahun 2014. Dana merupakan seorang perantau dari pulau Kalimantan ke Yogyakarta untuk menimba ilmu di STIPRAM Yogyakarta, salah satu sekolah tinggi pariwisata di Yogyakarta. Dana Gumilar adalah seorang pecinta buku, terutama buku-buku sosial, filsafat, marxisme, dan buku beraliran kiri lainnya. Ketika merantau, Dana Gumilar memiliki keinginan untuk mendapatkan uang melalui hobinya yakni membaca. Maka dari itu, Dana Gumilar memiliki ide untuk membuka jasa titip buku kepada teman-temannya yang berada di Kalimantan. Sesuai dengan buku yang beliau suka yakni buku aliran kiri. Dana mempromosikan buku jasa titipnya melalui media sosial Facebook pada tahun 2013. Melihat usaha kecilnya berjalan baik dan diterima dengan baik oleh pembelinya, Dana Gumilar berniat untuk memperbesar usahanya dengan membuka usaha toko buku bersama kekasihnya pada masa itu yang diambil dari nama “Berdiri di Kasur Sendiri” atau disingkat Berdikari.

C. Akun Instagram @berdikaribook

Instagram adalah salah satu media sosial yang digunakan oleh Berdikari Book untuk media promosi. Akun Instagram @berdikaribook mulai aktif digunakan sebagai media promosi sejak tahun 2015 dan dikelola sendiri oleh *owner* Berdikari Book, Dana Gumilar. Pada akun Instagram @berdikaribook, disajikan berbagai konten berupa poster infografis, video, gambar, dan sebagainya.

Gambar 2.1
Profil Akun Instagram @berdikaribook



berdikaribook Following Message +3 ...

23,473 posts 358K followers 6,585 following

BERDIKARI BOOK

@berdikaribook

Bookstore

Selama Berdikari ada, selama itu pustaka bisa dibentuk kembali. Kalau perlu & memang perlu, diskon dan free ongkir setiap hari. #BacaAjaDulu #PastiAda

www.berdikaribook.red

Followed by dontrustsleepybarista, ohmyjov, + 3 more

Sumber: Instagram @berdikaribook, diakses pada 31 Mei 2024

Akun Instagram @berdikaribook telah memiliki sekitar 358.000 pengikut (per tanggal 31 Mei 2024). Pada akun tersebut, disajikan berbagai jenis konten yang membedah dan mempromosikan buku yang dijual di Berdikari Book. Kemasan konten yang disajikan oleh akun @berdikaribook cukup unik karena tidak semata-mata bertujuan untuk menjual, namun juga mengedukasi pengikutnya berkaitan dengan isi buku yang sedang dipromosikan, seperti pada gambar berikut.

Gambar 2.2

Konten Promosi Buku pada Akun Instagram @berdikaribook



berdikaribook Secukupnya~

#Berdikareels #BacaAjaDulu #Qotd
#ArmanDhani

1d

Sumber: Instagram @berdikaribook, diakses pada 31 Mei 2024

Gambar 3 di atas menunjukkan contoh salah satu konten yang diunggah oleh akun Instagram @berdikaribook untuk mempromosikan buku yang dijual. Pada halaman pertama konten tersebut menggunakan frasa kalimat yang menarik perhatian pengikutnya untuk beralih ke halaman selanjutnya yang merupakan promosi buku dengan harga spesial yang sedang dijual oleh Berdikari Book. *Caption* yang digunakan oleh Berdikari Book pada salah satu konten tersebut juga menggunakan tagar #BacaAjaDulu sebagai bagian dari *campaign* yang digaungkan ke masyarakat. *Campaign* tersebut adalah salah satu contoh strategi yang dilakukan oleh Berdikari Book untuk memposisikan diri diantara pesaing toko buku lain melalui media sosial Instagram.

