

COMMODIFICATION OF NOVELS ON CYBER LITERARY PLATFORMS: A STUDY OF NOVEL WRITERS' PRAGMATISM IN THE FIZZO APPLICATION

KOMODIFIKASI NOVEL PADA PLATFORM SASTRA SIBER: STUDI PRAGMATISME PENULIS NOVEL DI APLIKASI FIZZO

Zulfa Fahmy¹⁾, Fathur Rohman²⁾, Rahayu Pristiwati³⁾

¹⁾Indonesia, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, zulfa.fahmy@walisongo.ac.id

²⁾Indonesia, Universitas Negeri Semarang, fathur@mail.unnes.ac.id

³⁾Indonesia, Universitas Negeri Semarang, pristi@mail.unnes.ac.id

Article history: Received: 20 November 2023

Revision: 18 Desember 2023

Accepted: 19 Desember 2023

Available online Desember 2023

ABSTRACT

This research aims to explain and analyze the commodification of novels on the Fizzo cyber literary platform, understand the role of pragmatism in the commodification process, and provide insight into the impact of commodification on cyber literary novels. Novels have become commodities through commodification on the Fizzo cyber-literary platform. Cyberliterary platforms offer economic benefits to novel writers. Novel writers who do not have good marketing skills think pragmatically about publishing novels on cyber-literary platforms. Therefore, it is necessary to research pragmatism in the commodification of novels on the Sibe Fizzo literary platform. The formulation of this research problem is: how are novels commodified on the Fizzo cyber literary platform? How does the author's pragmatism play a role in the commodification of the novel on cyber-literary platforms? This research uses a qualitative descriptive design with observations and interviews as the main data. The data were analyzed using hermeneutic analysis. The results of this research show that commodification on the Fizzo cyber literary platform includes offering economic benefits, characteristics of popular literary novels, genre division, and intensive promotion on the internet. Novel writers on the Fizzo cyber literary platform are oriented towards readers' tastes. This can be seen from the characteristics of novels, which have simple plots, tend to be clichés, use controversial issues, have regular publication schedules, and use language trends. This situation has implications for the quality of novels on cyber-literary platforms that are uncontrolled and subordinate to the market. However, the openness of interaction between readers and writers is a discourse that continues to develop, which is the basis for the creative process of novel writers to innovate on the Fizzo cyber literary platform.

Keywords: fizzo, commodification, cyber literature platform, novel, pragmatism

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan dan menganalisis komodifikasi novel di platform sastra siber Fizzo, memecahkan peran pragmatisme dalam proses komodifikasi, dan memberikan wawasan kepada ahli dan praktisi sastra tentang dampak komodifikasi terhadap novel sastra siber. Novel sudah menjadi barang komoditas melalui komodifikasi di platform sastra siber Fizzo. Platform sastra siber menawarkan keuntungan ekonomi kepada penulis novel. Para penulis novel yang tidak mempunyai keterampilan pemasaran yang bagus berpikir pragmatis terhadap penerbitan novel di platform sastra siber. Maka dari itu perlu diteliti tentang pragmatisme dalam komodifikasi novel di platform sastra sibe Fizzo. Rumusan masalah penelitian ini adalah bagaimana novel dikomodifikasi di platform sastra siber Fizzo? Bagaimana pragmatisme penulis berperan dalam komodifikasi novel di platform sastra siber? Penelitian ini menggunakan desain deksriptif kualitatif dengan observasi dan wawancara sebagai teknik pengumpulan data. Data dianalisis menggunakan analisis hermeneutik. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa komodifikasi pada platform sastra siber Fizzo meliputi penawaran keuntungan ekonomis, karakteristik novel sastra populer, pembagian genre, dan gencar promosi di internet. Penulis novel di platform sastra siber Fizzo berorientasi pada selera pembaca. Hal ini bisa dilihat dari karakteristik novel yang mempunyai plot sederhana, cenderung klise, penggunaan isu kontroversi, jadwal publikasi berkala, dan penggunaan tren bahasa. Keadaan ini menyajikan implikasi terhadap kualitas novel di platform sastra siber yang tanpa kontrol dan menghamba pada pasar. Namun, keterbukaan interaksi antara pembaca dan penulis menjadi wacana yang terus berkembang yang menjadi dasar proses kreatif para penulis novel untuk berinovasi di platform sastra siber Fizzo.

Kata Kunci: fizzo, komodifikasi, novel, platform sastra siber, pragmatisme

PENDAHULUAN

Seiring dengan kemajuan dalam teknologi informasi dan komunikasi, dunia sastra telah mengalami transformasi yang signifikan. Salah satu aspek penting dari perkembangan ini adalah peningkatan popularitas platform sastra siber, yaitu situs web dan aplikasi yang dirancang khusus untuk mendorong karya sastra, baik prosa, puisi, maupun drama (Nurhidayah & Setiawan, 2019). Peningkatan akses internet yang merata, peningkatan pengguna perangkat seluler, dan peningkatan interaksi online adalah faktor utama yang mendorong popularitas platform-platform ini (Mulyaningtyas & Ekafebriyanti, 2021). Akibatnya, penulis dengan berbagai latar belakang dan pengalaman sekarang memiliki peluang tak terbatas untuk mempublikasikan karya sastra mereka di seluruh dunia. Ini adalah kemajuan yang signifikan dalam dunia sastra karena sebelumnya, untuk mencapai pembaca yang luas, seringkali diperlukan kolaborasi dengan penerbit konvensional, yang dapat membatasi pasar (Mawardi, 2018).

Industri sastra digital yang berkembang pesat, terutama melalui platform seperti Fizzo, telah menarik perhatian dunia sastra. Perkembangan ini menjadi komponen yang sangat penting dalam transformasi lanskap sastra kontemporer, dengan mendorong pertumbuhan ekonomi kreatif dan memberikan penulis akses ke pasar yang lebih luas (Pramatanti, 2018). Meskipun ada keuntungan yang jelas, perubahan ini menimbulkan pertanyaan mendalam tentang komodifikasi karya sastra. Apakah platform sastra siber, yang mendorong industri sastra digital dengan fokus pada kepentingan pasar, memainkan peran signifikan dalam transformasi karya sastra menjadi komoditas yang lebih berfokus pada keuntungan finansial daripada nilai sastra secara intrinsik? Dalam konteks ini, dinamika ini dihasilkan oleh interaksi antara penulis, platform sastra, dan pembaca, dan bagaimana hal itu berdampak pada sastra kontemporer.

Platform sastra siber memperkenalkan metode baru untuk membuat, mendistribusikan, dan memonetisasi konten. Perkembangan platform sastra siber dapat mendorong ekonomi kreatif berbasis digital. Benghozi & Paris (2016) menyatakan bahwa dengan platform sastra siber, ketiadaan perantara telah memungkinkan produsen dan pencipta untuk berkomunikasi secara langsung dengan konsumen. Fenomena novel sastra siber ini telah menyebabkan munculnya model bisnis baru dalam industri budaya yang mendorong inovasi dan persaingan (Brouillette, 2014). Selain itu, Generasi Z, yang terlibat dalam media sosial dan aplikasi digital, telah dilahirkan sebagai hasil dari konvergensi teknologi digital dan informasi (Rahman, 2017). Hal ini sesuai dengan Yoesoef (2020) yang menyatakan bahwa budaya membaca novel dan perkembangan sastra di internet telah dipengaruhi oleh interaksi generasi ini di internet. Maka dari itu, sastra dalam format platform sastra siber, menunjukkan kemampuan dan inovasi generasi muda. Selain itu, platform sastra siber membantu membangun karakter sastra baru (Viires, 2005). Secara keseluruhan, sastra siber memperluas konsep sastra, menggabungkan elemen multimedia, dan memberikan pengalaman interaktif yang berkontribusi pada ekonomi kreatif (Morris & Kelly, 2014). Hal ini makin meneguhkan bahwa terjadi komodifikasi pada karya sastra, khususnya novel melalui platform sastra siber.

Fenomena komodifikasi dapat ditemukan di berbagai bagian kehidupan manusia, termasuk sastra (Herrero-Olaizola, 2021). Komodifikasi adalah istilah yang mengacu pada proses ekonomi yang mengubah sesuatu menjadi barang dagangan dengan nilai jual (Jane & Barker, 2016; Piliang, 2011). Dalam hal sastra, komodifikasi menggambarkan bagaimana karya sastra telah berubah menjadi barang yang dapat dijual dengan tujuan mendapatkan keuntungan moneter. Saat ini, sastra bukan hanya merupakan ekspresi kreatif atau cara untuk menyampaikan ide; itu juga menjadi objek yang memiliki nilai moneter yang dapat dijual (Denton & Xu, 2022). Para penulis novel kesulitan dalam memasarkan novelnya. Mereka tidak mempunyai skill pemasaran dan mengalami ketidakstabilan keuangan. (Burgess et al., 2023). Maka dari itu, platform sastra siber Fizzo hadir sebagai platform yang menyediakan strategi pemasaran bagi novel sastra siber.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana novel dikomodifikasi di platform sastra siber Fizzo? Bagaimana pragmatisme penulis berperan dalam komodifikasi novel di platform sastra siber? Secara umum, tujuan dari penelitian ini adalah untuk memberikan pemahaman yang

lebih mendalam tentang dinamika antara sastra dan ekonomi kreatif di era digital. Secara spesifik, tujuan penelitian ini adalah untuk menjelaskan dan menganalisis komodifikasi novel di platform Fizzo, memahami peran pragmatisme dalam proses komodifikasi, dan memberikan wawasan tentang dampak komodifikasi terhadap sastra siber.

Proses kreatif pembuatan novel telah sangat dipengaruhi oleh platform sastra siber. Penulis modern biasanya berfokus pada nilai moneter yang dapat mereka hasilkan dari karya mereka, mengintegrasikan dinamika kreatif ke dalam strategi praktis (Daunais & Hepburn, 2010). Penulis yang berorientasi pada keuntungan menghasilkan novel yang bagus di awal dan cenderung menurun kualitasnya pada novel-novel berikutnya. Hal ini karena penulis novel cenderung berpikir pragmatis tentang keuntungan yang diperoleh (Galenson, 2006). Hal ini yang disebut "pragmatisme penciptaan novel" sebagai hasil dari fenomena platform sastra siber. Praktik ini menunjukkan perubahan yang signifikan dalam motivasi penulis, di mana elemen komersial seperti popularitas dan peluang pendapatan seringkali menjadi komponen utama dalam proses kreatif mereka (Weedon, 2007). Penulis sangat mempertimbangkan popularitas novel yang dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti jumlah kata, ulasan, peringkat, dan rekomendasi dari pembaca (Liu et al., 2019). Hal ini dapat memiliki dampak yang menarik pada sastra modern, yang sering dipengaruhi oleh faktor ekonomi dan pasar. Rosen (2020) menyatakan bahwa di bawah kapitalisme kontemporer, produksi karya sastra pada dasarnya adalah pembentukan komoditas.

Di dunia postmodern, di mana teknologi media baru membentuk interaksi sosial, penilaian pragmatisme sangat penting (Suter & Cormier, 2013). Pragmatisme adalah filosofi yang menghargai tindakan, pemecahan masalah, dan dampak praktis pengetahuan pada lingkungan sosial (Prasad, 2021). Dalam konteks platform sastra siber, pragmatisme berpengaruh pada cara menerbitkan sebuah novel melalui kemajuan teknologi. Fizzo menjawab masalah kebutuhan membaca sebagai hiburan dengan menghadirkan novel yang sesuai dengan tren. Platform ini menyediakan fasilitas praktis untuk pembaca, penulis, dan penyedia iklan. Fizzo dan Platform sastra siber lain hadir karena penaruh pragmatisme karena merupakan kombinasi antara seni, budaya, bisnis, dan teknologi (Luey, 2015). Pragmatisme dalam industri penerbitan novel/karya sastra ini menjadi fokus bagi para peneliti yang tertarik pada isu-isu seperti komodifikasi, identitas budaya, kekayaan intelektual, dan praktik bisnis (Tóth & Tóthová, 2020).

Fizzo adalah sebuah platform sastra siber yang unik dan mengalami kemajuan pesat. Keunikan Fizzo terdapat pada keuntungan yang ditawarkan, baik sebagai penulis, maupun sebagai pembaca. Rata-rata platform sastra siber hanya menawarkan keuntungan finansial bagi para penulisnya, tetapi fizzo juga menawarkan keuntungan finansial kepada pembacanya. Jadi, fizzo pada dasarnya adalah platform sastra siber yang berorientasi pada keuntungan finansial kepada penulis dan pembacanya. Dengan keunikan ini, Fizzo mengalami perkembangan pesat. Platform sastra siber ini tercatat diunduh oleh lebih dari 10 juta di Google Play dan mendapatkan rating 3,1 di APP Store. Platform sastra siber dikelola secara profesional, sehingga perkembangannya dinilai cukup pesat (Fatimah & Istiani, 2021).

Pembaca diberikan insentif di Platform sastra siber Fizzo dalam bentuk hadiah koin sebagai imbalan atas aktivitas membaca mereka. Keuntungan yang ditawarkan makin menggiurkan khususnya kepada pengguna baru (Xie & Huang, 2021). Cara ini memberikan banyak manfaat bagi pembaca yang terlibat dalam ekosistem ini. Pertama, mereka mendapatkan hiburan dari novel yang mereka baca dan menikmati cerita-cerita yang ditawarkan oleh penulis yang berpartisipasi dalam platform tersebut (Brunt, 2005; Fourie, 2001). Selain itu, orang-orang tertarik membaca novel karena mereka memberikan pelarian, relaksasi, dan kesempatan untuk mengeksplorasi perspektif dan pengalaman yang berbeda (Marshall, 2020; Quartermaine, 1994). Selain itu, pembaca memiliki kesempatan untuk memperoleh keuntungan finansial dari membaca di Platform Sastra Siber Fizzo. Dengan demikian, pembacaan dapat menjadi bukan hanya hobi tetapi juga sumber penghasilan. Fenomena ini dapat menyebabkan pembaca menjadi lebih pragmatis, terutama dalam kasus di mana fokus pembaca adalah keuntungan finansial daripada kepuasan sastra atau hiburan semata. Hal ini menunjukkan cara pembacaan berubah di era platform sastra siber yang menarik untuk diteliti.

Komodifikasi pada sastra berkaitan dengan bagaimana sebuah karya sastra diproduksi dan dijual kepada publik. Penelitian yang dilakukan oleh Lanzendörfer (2021) menyatakan bahwa di bawah kapitalisme, semua produk sastra adalah komoditas. Maka dari itu, penting untuk melihat karya sastra dari sudut pandang bagaimana sastra diproduksi, didistribusi, dan siapa yang

mengonsumsi. Hal ini sesuai dengan penelitian Escarpit (2005) yang menyatakan bahwa sastra sebagai buku harus dipandang dalam fungsinya sebagai bahan publikasi dan penerimaannya di pasar. Maka dari itu, Burgess et al., (2023) melakukan penelitian tentang pemasaran karya sastra dan keterampilan pemasaran para penulis novel. Hasil penelitiannya menyatakan bahwa para penulis mempunyai keterampilan mumpuni dalam teknik menulis dan bersastra, tetapi mereka minim keterampilan dalam memasarkan karya mereka. Ada kesenjangan antara keterampilan menulis dengan keterampilan pemasaran para penulis. Keadaan inilah yang membuat para penerbit berinovasi dalam memfasilitasi publikasi karya sastra. Dalam penelitian yang dilakukan Birch (1987), strategi penerbit dalam menjual karya sastra mulai bervariasi, mulai dari memanfaatkan para penulis selebritis, cerita seksual, tema kontroversial, dan lain sebagainya. Penelitian Birch (1987), ini dilanjutkan dalam penelitian Gelder (2004 dan 2016) tentang industri penerbitan karya sastra yang makin modern karena perkembangan teknologi.

Berdasarkan penelitian-penelitian tersebut, ada kesenjangan antara penulis yang tidak mempunyai keterampilan pemasaran difasilitasi dengan adanya platform sastra siber. Namun, karena fitur teknologi yang senantiasa memanjakan penulis sekaligus memberikan keuntungan finansial, penulis terbuai dengan asumsi pragmatis tentang keuntungan menulis karya sastra. Pragmatisme ini didukung lingkungan kapitalisme dalam platform sastra siber. Penelitian ini berkedudukan strategis dalam mengungkap pragmatisme penulis novel di aplikasi Fizzo. Penelitian ini sekaligus meneruskan penelitian Birch (1987), Gelder (2016) dan Burgess et al., (2023) tentang industri karya sastra, khususnya di era digital.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif (Creswell & Poth, 2016). Metode ini digunakan untuk memahami dan menggambarkan secara rinci fenomena yang terkait dengan komodifikasi karya sastra di platform sastra siber Fizzo. Dalam penelitian ini, peneliti mendokumentasikan, menganalisis, dan menggambarkan berbagai aspek dari komodifikasi karya sastra dalam konteks platform sastra siber. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini mencakup wawancara, observasi, dan analisis teks. Wawancara dilakukan dengan penulis yang telah mempublikasikan karya sastra di Fizzo, serta pembaca yang aktif dalam platform ini. Observasi melibatkan pengamatan terhadap interaksi antara penulis dan pembaca di platform Fizzo. Selain itu, analisis teks digunakan untuk mengeksplorasi karya sastra yang dipublikasikan di platform ini, mengidentifikasi tanda-tanda komodifikasi dan memahami bagaimana pragmatisme muncul dalam teks tersebut. Teknik analisis data menggunakan analisis hermeneutik dengan langkah analisis menggunakan model alir dengan mencakup tiga alir terpadu, yaitu: (1) reduksi data, (2) penyajian data, dan (3) verifikasi (Miles & Huberman, 2005). Pada tahap reduksi data, peneliti merangkum, memilih hal pokok, dan memfokuskan data pada hal yang berkaitan dengan fokus penelitian. Pada tahap ini peneliti berusaha mencari pola-pola komodifikasi pada Aplikasi Fizzo. Pada tahap penyajian data, peneliti melakukan deskripsi naratif berdasarkan reduksi data. Pada tahap verifikasi, peneliti menyimpulkan pola-pola komodifikasi yang ditemukan berdasarkan bukti-bukti penelitian. Pada tahap data ini diinterpretasi secara menyeluruh berdasarkan teori dan keadaan lapangan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian ini meliputi (1) komodifikasi novel di platform sastra siber Fizzo, (2) peran pragmatisme penulis dan pembaca sastra siber di aplikasi Fizzo. Berikut dijelaskan tentang hal tersebut.

Komodifikasi Novel di Fizzo Novel

Fizzo menawarkan keuntungan berupa sejumlah uang yang bisa didapatkan jika memperoleh jumlah pembaca dan jumlah kata tertentu. Pada dasarnya keuntungan utama yang ditawarkan Fizzo adalah bagi hasil iklan dan bagi hasil adaptasi. Bagi hasil iklan adalah keuntungan yang diperoleh berdasarkan iklan yang menjadi mitra Fizzo. Keuntungan ini dihitung berdasarkan durasi waktu efektif untuk membaca dari para pembaca. Jadi, makin lama waktu yang digunakan pembaca untuk membaca, makin tinggi pula keuntungan yang akan diperoleh. Bagi hasil adaptasi adalah jika sebuah novel berhasil mencapai popularitas yang tinggi, maka Fizzo akan mengadaptasi buku tersebut ke

dalam bentuk buku cetak, film, tv series, dll. Penulis akan mendapatkan 35% dari keuntungan adaptasi tersebut.

Dengan motivasi mendapatkan keuntungan, penulis akan berlomba membuat sebuah novel dengan orientasi menjadi populer. Penulis juga akan tertarget untuk mencapai jumlah pembaca, jumlah tulisan, dan target-target lainnya sesuai dengan yang disyaratkan oleh Fizzo. Berbeda dengan penerbit konvensional yang tidak bisa mempunyai data penggunanya, Fizzo bisa menarget market pasar dengan sangat baik dengan algoritma usia, preferensi, jenis kelamin, dll. Hal ini tentu sulit dilakukan oleh penerbit-penerbit konvensional. Dengan algoritma yang dimiliki Fizzo, penulis makin mudah dalam menyesuaikan novel buatannya.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian (Vaassen, 2022) yang menyatakan kemampuan Fizzo memanfaatkan algoritma untuk menargetkan demografi tertentu seperti usia, preferensi, dan jenis kelamin memberikan peluang unik bagi penulis untuk menyesuaikan novel mereka dengan preferensi pembaca potensial. Kemampuan ini sangat menantang bagi penerbit konvensional, karena mereka tidak memiliki akses ke data pengguna dan algoritma canggih yang digunakan oleh platform seperti Fizzo. Dengan memanfaatkan algoritma Fizzo, penulis dapat mengadaptasi novel mereka secara lebih efektif agar selaras dengan preferensi audiens target mereka, sehingga meningkatkan potensi kesuksesan komersial mereka.

Penggunaan algoritma untuk penargetan pengguna dan penekanan pada popularitas dalam pembuatan konten juga sejalan dengan temuan studi tentang ketidakadilan bias popularitas dalam rekomendasi musik (Kowald et al., 2020). Studi ini menyoroti dampak bias popularitas terhadap preferensi pengguna dan kebiasaan mendengarkan, yang menunjukkan bahwa preferensi pengguna yang menyimpang dari tren arus utama sering kali diabaikan dalam sistem rekomendasi. Demikian pula, dalam konteks penulisan dan publikasi novel, fokus pada popularitas dan penargetan pengguna melalui algoritma, secara tidak sengaja berkontribusi pada bias terhadap preferensi arus utama, yang berpotensi mengabaikan segmen pemirsa khusus atau non-arus utama.

Selain itu, konsep bias popularitas algoritmik dan dampaknya terhadap kualitas konten dieksplorasi dalam penelitian yang dilakukan oleh (Ciampaglia et al., 2018). Studi ini membahas bagaimana bias popularitas dapat memengaruhi promosi konten, terlepas dari kualitasnya, khususnya di lingkungan media sosial dengan rentang perhatian yang terbatas. Wawasan ini menggarisbawahi potensi implikasi dari memprioritaskan popularitas dan penargetan pengguna melalui algoritma, karena hal ini dapat memengaruhi visibilitas dan promosi novel berdasarkan keselarasan novel tersebut dengan preferensi arus utama, bukan kualitas bawaannya. Maka dari itu, pemanfaatan algoritma untuk penargetan pengguna, seperti yang dicontohkan oleh Fizzo, menghadirkan alat yang berharga bagi penulis yang ingin menyesuaikan novel mereka dengan demografi audiens tertentu. Namun, penting untuk mempertimbangkan potensi implikasi bias popularitas dan dampaknya terhadap kualitas konten, seperti yang disoroti dalam literatur. Menyeimbangkan penggunaan algoritma untuk penargetan pengguna dengan fokus pada beragam preferensi audiens dan kualitas konten sangat penting untuk menumbuhkan lanskap sastra yang dinamis dan inklusif daripada hanya mengejar keuntungan.

Namun di sisi lain, keuntungan tersebut memotivasi penulis untuk menyajikan novel yang sesuai dengan karakteristik permintaan pasar. Karya sastra yang menghamba pada pasar merupakan ciri utama sastra populer. Maka dari itu, dominan ditemukan novel-novel yang ada di platform sastra siber Fizzo adalah sastra populer. Ciri sastra populer yang paling tampak dalam novel Fizzo adalah penggunaan bahasa yang mudah dipahami, akrab, dan klise. Pembaca tidak butuh waktu lama untuk mencerna kata demi kata, kalimat demi kalimat yang ada di dalam novel. Ciri selanjutnya adalah novel-novel Fizzo mempunyai plot yang sederhana cenderung klise. Penulis akan mengadopsi cerita-cerita populer yang ada di platform tersebut. Maka tidak heran jika ditemukan beberapa novel yang mempunyai plot yang sama, namun dengan perbedaan karakter, setting, dan sudut pandang.

Cerita-cerita sederhana ini menandakan ketidakmampuan novel dalam menyampaikan ide atau pesan yang mendalam. Hal ini karena memang penulis mendesain agar ceritanya sangat mudah dimengerti dan relevan dengan keadaan pembaca. Maka dari itu, novel-novel Fizzo menganggap bahwa pembaca adalah segalanya. Novel-novel tersebut memang diciptakan untuk pembaca. Makin banyak yang baca, makin sukses pula tujuan yang diraih oleh penulis novel Fizzo.

Para penulis novel tidak hanya menggunakan teknik bercerita semata; dalam upaya mereka untuk memberikan pengalaman yang berbeda kepada pembaca, mereka menggunakan multimedia.

Metode ini melibatkan penggunaan foto, gambar, dan musik untuk meningkatkan cerita. Dengan memasukkan elemen-elemen multimedia ini, penulis dapat menciptakan atmosfer yang lebih mendalam dalam cerita mereka. Misalnya, gambar dapat memberikan pemahaman yang lebih baik tentang karakter dan latar tempat, dan musik dapat memberikan sentuhan emosional yang lebih dalam. Ini dapat meningkatkan pengalaman membaca dengan mengubah bagaimana pembaca terlibat dalam narasi. Dengan demikian, penulis novel dapat mencapai tujuan mereka untuk memberi pembaca pengalaman yang berbeda dan lebih mendalam.

Platform sastra siber Fizzo membagi genre novelnya menjadi 60 kategori. Keputusan ini memunculkan beberapa pertimbangan yang penting dalam konteks komodifikasi karya sastra. Pertama-tama, pendekatan ini tampaknya merupakan langkah yang sangat praktis dalam upaya untuk membuat pembaca lebih mudah menemukan dan mengakses karya sastra. Fizzo membagi genre menjadi banyak kategori, memberikan pembaca pilihan yang sangat beragam dan membantu mereka menemukan karya-karya yang sesuai dengan minat mereka. Dalam kasus ini, komodifikasi terkait erat dengan upaya untuk meningkatkan nilai ekonomis karya sastra melalui peningkatan jumlah pembaca yang dapat diakses.

Namun, satu hal yang menarik tentang pendekatan ini adalah bahwa pembagian genre tidak didasarkan pada prinsip yang jelas atau tradisional. Sebaliknya, Fizzo memilih untuk membagi novel berdasarkan popularitas pencarian pembaca. Fizzo mengategorikan novel mereka dalam genre Romansa, Horor, Perjudohan, SMA, LGBTQ+, Romansa Urban, Wanita Tangguh, Fiksi Remaja, Kerajaan, Mafia, BxB, Fantasi, CEO, Musuh Jadi Cinta, Duda, Reinkarnasi, Panglima Perang, Harem, Kekuatan Super, Dunia Gaib, Petualangan, Cinta Beda Usia, Dokter, Crazy Rich, Sistem, Fiksi Urban, Romansa Kantor, Komedi, Cerita Satu Malam, GxG, Pemeran Utama Pria, Dosen, Romansa Fantasi, Balas Dendam, Bayi Rahasia, Fantasi Urban, Games, Badboy, New Adult, Kegelisahan, Action, Time Travel, Mantan, Misteri, Rumah Tangga, Kawin Kontrak, Fantasi Timur, Manja, Menantu Pria, Selingkuh, Monster, Daily Life, Vampire, Kampus, Fantasi Barat, Fanfic, Werewolf, Romansa Historis, Pewaris Rahasia, dan Work hard. Hal ini menunjukkan bagaimana kepentingan pasar dan preferensi pembaca memengaruhi proses komodifikasi. Dalam konteks ini, genre bukan lagi sekadar konvensi sastra yang membantu mengkategorikan karya, tetapi menjadi alat untuk mengarahkan pembaca ke karya-karya yang populer atau sangat dicari di zaman sekarang. Jadi, metode pembagian genre Fizzo menunjukkan bagaimana pragmatisme dalam komodifikasi dapat mengubah cara pembaca mengkategorikan dan mendapatkan sastra. Secara keseluruhan, strategi ini menunjukkan bagaimana komodifikasi karya sastra dapat memengaruhi cara kita berinteraksi dan mengonsumsi sastra di era platform sastra siber.

Komodifikasi karya sastra berdampak signifikan terhadap cara pembaca mengkategorikan dan mengonsumsi karya sastra di era digital. Metode pembagian genre Fizzo menunjukkan bagaimana pragmatisme dalam komodifikasi dapat mempengaruhi perjumpaan dan kategorisasi sastra (Lanzendörfer, 2021). Dampak komodifikasi terhadap sastra juga terlihat dalam perkembangan sastra anak, di mana genre tersendiri mulai bermunculan pada abad ke-18, yang mencerminkan pengaruh komodifikasi terhadap perpecahan dan ekspektasi dalam kanon sastra (Rahman, 2017).

Pengaruh komodifikasi terhadap karya sastra tidak terbatas pada isinya saja, melainkan meluas hingga ke pengarang dan hak-haknya. Pertarungan antara pendukung hak-hak penulis dan mereka yang menekankan kualitas karya sastra yang tidak dapat dicabut mencerminkan perjuangan melawan komodifikasi ekspresi pribadi (Norberg, 2016). Maka dari itu, komodifikasi karya sastra mempunyai pengaruh besar terhadap cara sastra dikategorikan, ditemui, dan dikonsumsi. Dampak pragmatisme dalam komodifikasi, seperti yang ditunjukkan oleh metode pembagian genre Fizzo, terlihat pada preferensi pembaca, berkembangnya sastra kanon, dan perjuangan otentisitas di era digital.

Fizzo, sebagai platform sastra siber, telah melakukan upaya promosi yang aktif di internet. Strategi pemasaran mereka berfokus pada meningkatkan jumlah pengguna aplikasi Fizzo Novel. Strategi ini menunjukkan upaya kuat untuk meningkatkan pangsa pasar dan mendapatkan lebih banyak pembaca yang aktif di platform. Internet telah berkembang menjadi alat yang sangat kuat untuk pemasaran dan promosi. Fizzo berusaha menarik perhatian calon pembaca, baik yang sudah terbiasa dengan sastra digital maupun yang baru saja mengenalnya, dengan membangun kehadiran online yang kuat. Salah satu tujuan utama strategi ini adalah meningkatkan jumlah pengguna aplikasi Fizzo Novel.

Secara keseluruhan, kampanye promosi di internet Fizzo menunjukkan bahwa komodifikasi karya sastra melibatkan elemen pemasaran yang kuat. Di era sastra siber, keberhasilan sebuah karya sastra tidak hanya bergantung pada kualitas karya sastra itu sendiri, tetapi juga pada seberapa baik platform dapat menarik dan mempertahankan audiens. Strategi ini menunjukkan betapa pentingnya promosi dan pemasaran dalam hal komodifikasi sastra digital, dan bagaimana internet telah menjadi alat penting untuk mencapai tujuan ini.

Peran Pragmatisme Penulis

Pragmatisme dalam dunia sastra dapat diilustrasikan oleh cara penulis merespons tren dan permintaan pasar yang terus berubah. Dalam upaya mereka untuk mendapatkan popularitas dan mendapatkan audiens yang lebih luas, penulis sering mengubah karya mereka untuk sesuai dengan tren dan permintaan pasar yang sedang meningkat. Dalam hal ini, jelas bahwa penulis sering kali membuat novel yang memiliki ciri-ciri yang mirip dengan cerita-cerita dalam drama Korea yang sedang populer di kalangan remaja.

Sebagai upaya untuk menarik pembaca yang terpesona oleh gaya ini, penulis menggunakan elemen-elemen dari drama Korea dalam pembuatan novel mereka. Drama Korea telah menjadi fenomena budaya yang sangat berpengaruh, terutama bagi remaja. Dalam upaya mereka untuk memenuhi permintaan pembaca dan mencapai kesuksesan komersial, penulis pragmatis mengikuti tren ini. Pada tingkat yang lebih luas, fenomena ini menunjukkan bagaimana elemen pasar dan ekonomi memengaruhi proses kreatif penulis. Pragmatisme ini menunjukkan bagaimana sastra berkembang, mendorong penulis untuk beradaptasi dengan cepat dengan permintaan pasar dan gaya. Oleh karena itu, konsep pragmatisme menjadi penting untuk memahami peran penulis dalam menghadapi perubahan dalam dunia sastra modern.

Penulis yang menulis di platform sastra siber biasanya menunjukkan pragmatisme dalam berbagai aspek karya mereka. Mereka menulis buku dengan elemen detektif, cinta segitiga, dan lainnya. Tindakan ini didasarkan pada keyakinan bahwa remaja, target utama platform sastra siber, masih menyukai novel yang mengandung elemen-elemen tersebut. Penulis juga sering menggunakan elemen visual untuk membuat cover novel yang sensual. Salah satu cara untuk menarik perhatian pembaca potensial dan mendorong mereka untuk membaca karya sastra tersebut adalah dengan menggunakan cover yang menarik secara visual.

Memasukkan tema kontroversial seperti perselingkuhan, seks, agama, dan lain-lain ke dalam cerita adalah pendekatan lain yang digunakan oleh penulis novel (Gelder, 2016; Kraxenberger et al., 2021; Weronika, 2013). Ini bertujuan untuk menarik pembaca dengan konten yang lebih provokatif dengan menciptakan ketegangan dan ketertarikan pada cerita (Kraxenberger & Lauer, 2022). Keseluruhan kerangka ini menunjukkan bagaimana pragmatisme mempengaruhi pilihan penulis tentang bagaimana mereka membuat karya sastra. Mereka membuat karya yang mengikuti permintaan pasar dan tren pembaca saat ini, seringkali dengan melihat elemen yang dapat memikat dan menghibur pembaca. Ini menunjukkan bagaimana pasar dan faktor ekonomi memengaruhi proses kreatif penulis di era platform sastra siber.

Penulis novel yang dipublikasikan di platform sastra siber menggunakan berbagai pendekatan untuk menyampaikan karya mereka. Novel mereka dibagi menjadi banyak bab dan biasanya dipublikasikan setiap minggu atau dalam jangka waktu tertentu. Ini adalah perbedaan yang mencolok dari novel konvensional, yang biasanya memiliki struktur yang lebih terbatas dengan pembagian bab antara 7 dan 10 bagian. Metode ini menunjukkan pragmatisme penulis dalam menggunakan format digital. Dengan membagi novel menjadi lebih banyak bab dan menerbitkannya secara berkala, mereka menciptakan alur cerita yang dapat mempertahankan minat pembaca dan mendorong mereka untuk kembali ke platform. Dengan pragmatisme ini, penulis dapat membangun audiens yang setia yang mengikuti karya mereka secara teratur.

Selain itu, penulis novel yang mempublikasikan di platform sastra siber Fizzo menggunakan bahasa yang sederhana, mudah dipahami, dan mudah dipahaminya. Hal ini membuat karya sastra lebih dapat diterima oleh pembaca dengan latar belakang dan tingkat literasi yang beragam. Penulis dengan sengaja menghindari bahasa yang terlalu rumit atau intelektual, sehingga banyak pembaca mungkin mengalami kesulitan. Filosofi di balik penggunaan bahasa ini adalah untuk memastikan bahwa karya sastra mereka dinikmati oleh sebanyak mungkin pembaca dan untuk menarik audiens yang lebih luas.

Pembahasan

Komodifikasi sastra siber yang terjadi di era digital memengaruhi kualitas karya sastra. Penerbitan dan akses ke literatur di dunia maya menjadi lebih mudah dengan kemajuan teknologi. Namun, keberhasilan ini juga berdampak pada kurangnya kontrol kualitas dan pilihan yang ketat yang biasanya terjadi dalam proses penerbitan sastra konvensional. Sastra siber memungkinkan penulis untuk mempublikasikan karya mereka tanpa melalui proses seleksi dan evaluasi yang ketat seperti yang dilakukan penerbitan konvensional (Yoesoef, 2020). Ini menyebabkan munculnya berbagai jenis sastra, dari yang bagus hingga yang buruk. Selain itu, karena lebih mudah diakses, banyak karya sastra dapat dipublikasikan tanpa melalui proses penyuntingan atau koreksi yang memadai (Merawati & Suwartini, 2019). Maka dari itu, biasanya novel di platform sastra siber dianggap sebagai sastra kelas kedua dan dimarjinalkan dari khasanah sastra (Gelder, 2016).

Penting untuk menyadari bahwa standar yang sama tidak selalu dapat digunakan untuk mengukur kualitas sastra siber. Secara signifikan, penilaian novel di platform sastra siber bergantung pada cara pembaca menikmatinya. Sastra siber tidak memiliki standar yang jelas, dan karya yang baik akan selalu menemukan pembaca setia mereka. Selain itu, karakteristik utama novel di platform sastra siber adalah adanya interaksi yang signifikan antara penulis dan pembaca di dunia maya. Interaksi ini memungkinkan diskusi, umpan balik, dan bahkan kerja sama antara penulis dan pembaca, yang dapat membantu pengembangan dan peningkatan kualitas novel di platform sastra siber. Penulis memiliki kesempatan untuk memperbaiki dan meningkatkan karya mereka melalui umpan balik dan masukan dari pembaca (Rahman, 2017).

Dengan kata lain, platform sastra siber Fizzo menciptakan lingkungan yang lebih terbuka, dinamis, dan responsif terhadap keinginan dan kebutuhan pembaca. Oleh karena itu, evaluasi kualitas novel di platform sastra siber harus mempertimbangkan berbagai perspektif pembaca serta proses kreatif yang terlibat dalam interaksi antara penulis dan pembaca. Dengan demikian, novel di platform sastra siber adalah ruang yang terus berkembang di mana kualitas ditentukan secara lebih demokratis dan di mana kontribusi lebih banyak orang dapat diterima (Anggraini et al., 2022).

Saat sastra siber menghadapi masalah komodifikasi, penting untuk diingat bahwa dunia sastra siber sangat interaktif dan memiliki banyak potensi. Dalam dunia novel sastra siber, sifat interaktif memungkinkan pembaca, penulis, dan platform sastra untuk berinteraksi dan bekerja sama, meskipun komodifikasi dapat menimbulkan pertanyaan tentang kualitas dan pilihan karya. Pembaca memiliki kesempatan untuk memberikan komentar langsung kepada penulis, menjadikan proses kreatif sebagai wacana yang terus berlanjut. Ini memberi penulis kesempatan untuk meningkatkan karya mereka dan mengikuti tren dan preferensi pembaca. Selain itu, berinteraksi dengan pembaca dapat membantu penulis mencoba jenis narasi baru dan menciptakan eksperimen novel yang lebih terbuka untuk pembaca. Kreativitas tidak terbatas pada genre atau konvensi, dan penulis dapat membuat karya yang berbeda dan unik (Fatimah & Istiani, 2021).

Sifat interaktif dunia platform sastra siber juga memungkinkan pembentukan karakter dalam hal komunitas sastra siber. Pembaca dan penulis memiliki kesempatan untuk berbicara, berbagi ide, dan bahkan membentuk komunitas berdasarkan minat sastra tertentu. Ini menciptakan ruang di mana karakter novel di platform siber dapat berkembang dan terus berinteraksi dalam dinamika yang berbeda. Dengan demikian, meskipun komodifikasi dapat menjadi masalah, sifat interaktif platform sastra siber memiliki potensi yang kuat untuk mendorong kreativitas, inovasi, dan pembentukan karakter di dunia sastra siber yang terus berkembang (García-Roca & De-Amo, 2019). Platform sastra siber menjadi tempat di mana eksperimen kreatif dan sastra bermutu tinggi dapat bersatu dengan diskusi antara penulis dan pembaca, menciptakan dinamika yang kaya dan mendalam.

Dengan meningkatnya aksesibilitas dan perubahan dalam pilihan karya, dapat disimpulkan bahwa komodifikasi novel di platform sastra siber yang terjadi di era digital memengaruhi kualitas karya sastra. Novel di platform sastra siber tidak selalu dapat dinilai dengan cara yang sama seperti sastra konvensional, dan cara pembaca menilainya sangat bergantung pada apa yang mereka lihat. Dunia di platform sastra siber yang interaktif memungkinkan kreativitas, inovasi, dan pembentukan karakter, meskipun komodifikasi dapat menimbulkan pertanyaan tentang kualitas dan pilihan karya. Memiliki hubungan yang kuat antara penulis dan pembaca memungkinkan pembentukan komunitas sastra siber dan peningkatan kualitas karya. Jadi, platform sastra siber Fizzo adalah tempat yang selalu

berubah di mana kualitas dinilai secara adil, dan kontribusi pembaca dapat membentuk dinamika yang kaya dan mendalam dalam sastra siber.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat disimpulkan peran pragmatisme dalam komodifikasi novel di platform sastra siber Fizzo. Komodifikasi pada platform sastra siber Fizzo meliputi penawaran keuntungan ekonomis, karakteristik novel sesuai dengan karakteristik sastra populer, pembagian genre yang berdasarkan pencarian, dan gencar promosi di media internet. Maka dari itu, penulis novel di platform sastra siber Fizzo memodifikasi novelnya sesuai dengan selera pasar. Dengan kata lain, penulis novel di platform sastra siber Fizzo menjadikan pembaca sebagai pertimbangan utama. Hal ini bisa dilihat dari karakteristik novel yang mempunyai plot sederhana, cenderung klise, penggunaan isu kontroversi, strategi jangka waktu mempublikasikan bab dalam novel, dan penggunaan bahasa yang sesuai tren. Keadaan ini menyajikan implikasi terhadap kualitas novel di platform sastra siber yang tanpa kontrol dan menghamba pada pasar. Interaksi antara pembaca dan penulis menjadi wacana yang terus berkembang yang menjadi dasar proses kreatif para penulis novel di platform sastra siber Fizzo. Hal ini memungkinkan terjadinya inovasi-inovasi dalam perkembangan sastra siber.

Penelitian ini berkontribusi terhadap kajian komodifikasi sastra pada era modern. Karya sastra tidak lagi dipasarkan dalam bentuk konvensional. Karya sastra telah diproduksi melebihi teks sebagai media utama, maka dari itu kajian pemasaran karya sastra pada media-media alternatif harus dilakukan oleh para peneliti karya sastra. Penelitian ini terbatas hanya pada Fizzo, sebagai sumber data penelitian. Keterbatasan ini sekaligus sebagai saran agar peneliti lain melakukan penelitian di platform sastra siber yang lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, P., Suyatno, S., & Tjahjono, T. (2022). *The Enormous Amount of Indonesian Cyber Literature Readers: The Form of Literacy Improvement?* <https://doi.org/10.4108/eai.8-12-2021.2322596>
- Benghozi, P.-J., & Paris, T. (2016). The cultural economy in the digital age: A revolution in intermediation? *City, Culture and Society*, 7(2), 75–80. <https://doi.org/10.1016/j.ccs.2015.12.005>
- Birch, M. J. (1987). The Popular Fiction Industry: Market, Formula, Ideology. *The Journal of Popular Culture*, 21(3), 79–102. https://doi.org/10.1111/j.0022-3840.1987.2103_79.x
- Brouillette, S. (2014). *Literature and the creative economy*. Stanford University Press.
- Brunt, R. (2005). Education for Cataloging and the Organization of Information: Pitfalls and the Pendulum. Edited by Janet Swan Hill. *Education for Cataloging and the Organization of Information: Pitfalls and the Pendulum*. Binghamton, NY: The Haworth Information Press . *Program*, 39(1), 74–76. <https://doi.org/10.1108/00330330510578831>
- Burgess, J., Williams, P., & Curran, A. (2023). ‘It’s almost a full-time job just marketing your own book’: understanding novelists marketing knowledge and practices. *Creative Industries Journal*, 0(0), 1–15. <https://doi.org/10.1080/17510694.2023.2233982>
- Ciampaglia, G. L., Nematzadeh, A., Menczer, F., & Flammini, A. (2018). How Algorithmic Popularity Bias Hinders or Promotes Quality. *Scientific Reports*. <https://doi.org/10.1038/s41598-018-34203-2>
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2016). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches*. Sage publications.
- Daunais, I., & Hepburn, A. (2010). The State of the Art: Novelists Thinking the Novel. *University of Toronto Quarterly*, 79(4), 1005–1012. <https://doi.org/10.3138/utq.79.4.1005>
- Denton, K. A., & Xu, Y. (2022). Lu Town: Theme Parks and the Commodification of Literary Culture in China. *Cultural History*, 11(2), 148–180. <https://doi.org/10.3366/cult.2022.0266>
- Escarpit, R. (2005). *Sosiologi sastra*. Yayasan Obor Indonesia.
- Fatimah, E., & Istiani, I. (2021). Cinderella Syndrome of Working Women in Cyber Literature. *E-Structural*, 3(02), 131–144. <https://doi.org/10.33633/es.v3i02.4338>
- Fourie, I. (2001). Managing Web-enabled Technologies in Organizations: A Global Perspective. *Online Information Review*, 25(4), 271–279. <https://doi.org/10.1108/oir.2001.25.4.271.3>
- Galenson, D. W. (2006). A Portrait of the Artist as a Young or Old Innovator Measuring the Careers of Modern Novelists. *Historical Methods: A Journal of Quantitative and Interdisciplinary*

- History*, 39(2), 51–72.
- García-Roca, A., & De-Amo, J. M. (2019). Jóvenes escritores en la red: un estudio exploratorio sobre perfiles de Wattpad. *Ocnos. Revista de Estudios Sobre Lectura*, 18(3), 18–28. https://doi.org/10.18239/ocnos_2019.18.3.1968
- Gelder, K. (2004). *Popular fiction: The logics and practices of a literary field*. Routledge.
- Gelder, K. (2016). *New directions in popular fiction: Genre, distribution, reproduction*. Springer.
- Herrero-Olaizola, A. (2021). Commodifying Violence in Literature and on Screen: The Colombian Condition. In *Commodifying Violence in Literature and on Screen: The Colombian Condition*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003195702>
- Jane, E. A., & Barker, C. (2016). Cultural studies: Theory and practice. *Cultural Studies*, 1–760.
- Kowald, D., Schedl, M., & Lex, E. (2020). *The Unfairness of Popularity Bias in Music Recommendation: A Reproducibility Study*. https://doi.org/10.1007/978-3-030-45442-5_5
- Kraxenberger, M., Knoop, C. A., & Menninghaus, W. (2021). Who reads contemporary erotic novels and why? *Humanities and Social Sciences Communications*, 8(1), 96. <https://doi.org/10.1057/s41599-021-00764-3>
- Kraxenberger, M., & Lauer, G. (2022). Wreading on Online Literature Platforms. *Written Communication*, 39(3), 462–496. <https://doi.org/10.1177/07410883221092730>
- Lanzendörfer, T. (2021). How to Read the ‘Literary’ in the Literary Market. *Zeitschrift Für Anglistik Und Amerikanistik*, 69(1), 9–23.
- Liu, L., Li, L., Liao, M., Yang, L., & Li, Y. (2019). What Make a Network Novel Popular? Implications for “Qidian.com.” *2019 IEEE International Conference on Big Data (Big Data)*, 5306–5312. <https://doi.org/10.1109/BigData47090.2019.9006362>
- Luey, B. (2015). Publishing as Medium. In *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences* (pp. 620–623). Elsevier. <https://doi.org/10.1016/B978-0-08-097086-8.95029-3>
- Marshall, R. (2020). Reading fiction: the benefits are numerous. *British Journal of General Practice*, 70(691), 79–79. <https://doi.org/10.3399/bjgp20X707945>
- Mawardi, A. B. (2018). Komodifikasi sastra cyber Wattpad pada penerbit indie. *Sabda: Jurnal Kajian Kebudayaan*, 13(1), 77–82.
- Merawati, F., & Suwartini, I. (2019). *The Discourse of Cyber Literature in Indonesia*. <https://doi.org/10.4108/eai.21-12-2018.2282796>
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (2005). *Qualitative data analysis (terjemahan)*. Jakarta: UI Press.
- Morris, A., & Kelly, T. (2014). The Virtues of the Virtual: Creative Writing Online. *Education (NAWE)*, 64, 53–59.
- Mulyaningtyas, R., & Ekafebriyanti, V. (2021). Pemanfaatan Noveltoon Sebagai Media Pembelajaran Prosa di SMA. *Tabasa: Jurnal Bahasa, Sastra Indonesia, Dan Pengajarannya*, 2(2), 87–106. <https://doi.org/10.22515/tabasa.v2i2.3938>
- Norberg, J. (2016). Authorship and Ownership. *German Studies Review*, 39(2), 353–363. <https://doi.org/10.1353/gsr.2016.0040>
- Nurhidayah, S., & Setiawan, R. (2019). Lanskap Siber Sastra: Postmodernisme, Sastra Populer, Dan Interaktivitas. *Poetika*, 7(2), 136. <https://doi.org/10.22146/poetika.v7i2.50779>
- Piliang, Y. A. (2011). *Dunia yang dilipat: Tamasya melampaui batas-batas kebudayaan*. Matahari.
- Pramatanti, E. D. (2018). Peran Reader dan Follower terhadap Struktur Novel: Kajian Sastra Cyber Wattpad. *Seminar Nasional Struktural 2018*, 298–310.
- Prasad, M. (2021). Pragmatism as Problem Solving. *Socius: Sociological Research for a Dynamic World*, 7, 237802312199399. <https://doi.org/10.1177/2378023121993991>
- Quartermaine, P. (1994). Margaret Atwood’s Surfacing: Strange Familiarity. In C. Nicholson (Ed.), *Margaret Atwood: Writing and Subjectivity* (pp. 119–132). Palgrave Macmillan UK. https://doi.org/10.1007/978-1-349-23282-6_6
- Rahman, F. (2017). Cyber Literature: A Reader – Writer Interactivity. *International Journal of Social Sciences & Educational Studies*, 3(4), 156–164. <https://doi.org/10.23918/ijsses.v3i4p156>
- Rosen, J. (2020). *Shakespeare Novelized: Hogarth, Symbolic Capital, and the Literary Market BT - The Novel as Network: Forms, Ideas, Commodities* (T. Lanzendörfer & C. Norrick-Rühl (eds.); pp. 271–298). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-030-53409-7_16
- Suter, G. W., & Cormier, S. M. (2013). Pragmatism: A practical philosophy for environmental scientists. *Integrated Environmental Assessment and Management*, 9(2), 181–184.

- <https://doi.org/10.1002/ieam.1382>
- Tóth, M., & Tóthová, A. (2020). Basic economic indicators of book publishing. *SHS Web of Conferences*, 83, 01067. <https://doi.org/10.1051/shsconf/20208301067>
- Vaassen, B. (2022). AI, Opacity, and Personal Autonomy. *Philosophy & Technology*. <https://doi.org/10.1007/s13347-022-00577-5>
- Viires, P. (2005). Literature in Cyberspace. *Folklore: Electronic Journal of Folklore*, 29, 153–174. <https://doi.org/10.7592/FEJF2005.29.cyberlit>
- Weedon, A. (2007). The Economic Life of the Author. *Journal of Victorian Culture*, 12(1), 97–101. <https://doi.org/10.3366/jvc.2006.12.1.97>
- Weronika, Ł. (2013). Finding God(s) in Fantasylands: Religious Ideas in Fantasy Literature. *Crossroads. A Journal of English Studies*, 1, 24–36. <https://doi.org/10.15290/cr.2013.01.02>
- Xie, D., & Huang, J. (2021). *Hold-up, Surplus Distribution, and Platform Antitrust Regulation* (Issue 2017). <https://ssrn.com/abstract=3823668>
- Yoesoef, M. (2020). Cyber Literature: Wattpad and Webnovel as Generation Z Reading in the Digital World. *Proceedings of the International University Symposium on Humanities and Arts (INUSHARTS 2019)*, 453(Inusharts 2019), 128–131. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.200729.025>