UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Strategi Bertahan Toko Buku Independen pada Era Digital (Studi Kasus Toko Buku Independen di Yogyakarta)
Risky Juma'tul Ikhsan, Prof. Dr. Partini, SU.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

INTISARI

Penelitian ini berusaha menganalisis strategi bertahan toko buku independen di Yogyakarta dalam menghadapi disrupsi digital, serta membaca praktik ruang ketiga (*third place*) sebagai bagian dari transformasi penjualan buku. Disrupsi digital telah mengubah pola distribusi, konsumsi, dan akses terhadap buku melalui hadirnya *marketplace*, media sosial, dan penjualan daring. Dalam situasi tersebut, toko buku independen tidak hanya berhadapan dengan tekanan platform digital dan toko buku besar, tetapi juga dengan perubahan perilaku pembaca. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi, kemudian dianalisis secara tematik. Kerangka teori yang digunakan dalam penelitian ini meliputi teori praktik untuk membaca strategi melalui habitus, arena, dan modal; konsep disrupsi digital untuk memahami perubahan industri buku (Bourdieu, 1977), teori industri budaya untuk melihat buku dan ruang toko sebagai produk simbolik (Hesmondhalgh, 2019). serta konsep *third place* untuk menganalisis fungsi sosial ruang toko buku (Oldenburg, 1989). Hasil penelitian menunjukkan bahwa toko buku independen di Yogyakarta tidak merespons disrupsi digital melalui strategi yang tunggal. Strategi yang ditemukan meliputi kurasi sebagai bentuk diferensiasi, hibriditas kanal daring dan luring, penguatan komunitas dan jejaring, pemanfaatan ruang fisik sebagai pengalaman kultural, serta penegasan nilai pengelola sebagai dasar pembentukan identitas toko. Setiap toko memperlihatkan kecenderungan strategi yang berbeda, mulai dari resistif-*offline*, kuratorial-ideologis, berbasis nilai, hybrid-kultural, hybrid-komunitarian, pragmatik-institusional, hingga digital-intensif. Temuan ini memperlihatkan bahwa toko buku independen tidak sepenuhnya menolak digitalisasi, melainkan menegosiasikan posisinya di antara logika pasar, komunitas, dan nilai kultural. Penelitian ini menegaskan bahwa keberlangsungan toko buku independen tidak hanya ditentukan oleh kemampuan menjual buku, tetapi juga oleh kemampuan menghadirkan makna, suasana, relasi sosial, dan pengalaman literasi bagi pembaca. Ruang toko buku tidak lagi sekadar menjadi tempat transaksi, tetapi juga ruang singgah, ruang diskusi, ruang arsip, dan ruang perjumpaan komunitas. Namun, praktik ruang ketiga tersebut juga menyimpan paradoks karena alternatifitas, nilai, komunitas, dan pengalaman ruang pada akhirnya turut dikemas sebagai daya tarik ekonomi untuk mempertahankan keberlanjutan toko.

Kata Kunci: Toko buku independen, Disrupsi digital, Strategi bertahan, Ruang ketiga, Komunitas, Yogyakarta.

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Strategi Bertahan Toko Buku Independen pada Era Digital (Studi Kasus Toko Buku Independen di Yogyakarta)
Risky Juma'tul Ikhsan, Prof. Dr. Partini, SU.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

ABSTRACT

This research aims to analyze the survival strategies of independent bookstores in Yogyakarta in responding to digital disruption, as well as to examine the practice of the third place as part of the transformation of book sales. Digital disruption has altered patterns of book distribution, consumption, and access through the emergence of marketplaces, social media, and online sales. In this context, independent bookstores are confronted not only with the pressures of digital platforms and major bookstore chains, but also with changing reader behavior. This study employs a qualitative approach using a case study method. Data were collected through interviews, observation, and documentation, and were then analyzed thematically. The theoretical framework employed in this study includes the theory of practice to examine strategy through habitus, field, and capital (Bourdieu, 1977); the concept of digital disruption to understand transformations in the book industry; the theory of cultural industries to interpret books and bookstore spaces as symbolic products (Hesmondhalgh, 2019); and the concept of the third place to analyze the social function of bookstore spaces (Oldenburg, 1989). The findings indicate that independent bookstores in Yogyakarta do not respond to digital disruption through a single strategy. The strategies identified include curation as a form of differentiation, the hybridity of online and offline channels, the strengthening of communities and networks, the utilization of physical space as a cultural experience, and the affirmation of managers' values as the basis for constructing bookstore identity. Each bookstore demonstrates a different strategic tendency, ranging from offline-resistive, curatorial-ideological, value-based, cultural-hybrid, communitarian-hybrid, pragmatic-institutional, to digital-intensive. These findings show that independent bookstores do not entirely reject digitalization; rather, they negotiate their position among market logic, community relations, and cultural values. This study emphasizes that the sustainability of independent bookstores is not determined solely by their ability to sell books, but also by their capacity to produce meaning, atmosphere, social relations, and literacy experiences for readers. Bookstore spaces no longer function merely as sites of transaction, but also as spaces for pause, discussion, archiving, and communal encounter. However, the practice of the third place also contains a paradox, as alternativeness, values, community, and spatial experience are ultimately packaged as economic attractions to sustain the continuity of independent bookstores.

Keywords: Independent bookstores, Digital disruption, Survival strategy, Third place, Community, Yogyakarta