

PERANCANGAN BUKU DONGENG “PARAMYTHI OF LILY AND GIANT SNAKE” BESERTA MEDIA PROMOSINYA

Tony Surya

Shienny Megawati Sutanto

Visual Communication Design

Fakultas Industri Kreatif Universitas Ciputra

UC Town, Citra Land, Surabaya

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui mengenai buku dongeng anak yang dapat menarik minat konsumen dan baik untuk anak usia 4-7 tahun sehingga dapat diterapkan pada buku dongeng “Paramythi of Lily and Giant Snake” sebagai media dalam melestarikan cerita rakyat Indonesia. Jenis penelitian yang dilakukan masuk dalam kategori penelitian kuantitatif dan kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan studi literatur.

Cerita rakyat merupakan suatu kisah yang diangkat dari pemikiran fiktif dan kisah nyata, menjadi suatu alur perjalanan hidup dengan pesan moral yang mengandung makna hidup dan cara berinteraksi dengan makhluk lainnya. Suatu jenis cerita tradisional yang mencoba untuk menjelaskan atau memahami dunia dan warisan local suatu daerah. Cerita rakyat merupakan sebagian kekayaan budaya dan sejarah yang dimiliki Bangsa Indonesia.

Hasil penelitian menunjukkan mengenai dongeng cerita rakyat mulai dilupakan dan dianggap kuno di jaman serba modern ini. Pada dasarnya, cerita rakyat Indonesia penuh dengan unsur yang mendidik karena mengandung ajaran budi pekerti atau pendidikan moral dan hiburan. Berdasarkan data hasil survei mengatakan bahwa masyarakat Indonesia masih menganggap penting buku dongeng, dan menyukai dongeng fantasi dengan karakter lucu berlatar modern. Sebagian besar mereka lebih menyukai cerita dongeng Internasional dibandingkan dengan cerita rakyat lokal. Hal yang menurut mereka penting dalam sebuah buku dongeng adalah dari segi cerita, kemudian gambar dan warna, kemudian cover buku. Buku dongeng interaktif sebagai pilihan yang mereka inginkan daripada buku dongeng pada umumnya. Alasan mereka menyukai dongeng Internasional karena dari segi ilustrasi yang menarik dan dari segi cerita memiliki pesan moral yang bagus dan mudah dipahami.

Kata kunci: ilustrasi, dongeng, cerita rakyat, desain komunikasi visual.

ABSTRACT

The reason for this research is to know about fairy tale book which can take interest for consument and good for children about 4-7 years old, so it can be applied to Indonesian folklore

"Paramythi of Lily and giant snake" as a media to conserve Indonesian folklore. Quantity and quality research such as observation, study literature and interview.

Folk lore is a story formed between a fictional thinking and reality, to become a story line which contain the meaning of life and to interact with others. A traditional story who try to explain about the world and the legacy in local country. Folklore is a partial of culturistic and history which belongs to Indonesia.

The result form the research shows that fairy tale / folklore story has started to be forgotten and considered old in this modern era. Basically, Indonesia folklore is teaching about character building or moral education and as entertainment. From the survey result, Indonesian still assume that fairy tale book is important and they like rather a fantasy tale with a cute character design in modern backgorund. Most of them like the international fairy tale rather than the local. Things that they think important in fairy tale book is the story line, then design and colour, and the last is book cover. Interactive fairy tale book is chosen as the solution the consument wanted than the common one. The reason they like international fairy tale is because the illustration design are intersting and the story line consist of great morale and easy to understand.

Keywords: illustration, fairytale, folklore, visual communication design.

PENDAHULUAN

Cerita rakyat menjadi bagian dari kekayaan budaya dan sejarah yang dimiliki setiap bangsa. Dahulu, cerita rakyat diwariskan secara turun-menurun dari satu generasi ke generasi secara lisan. cerita rakyat biasanya mengandung ajaran budi pekerti atau pendidikan moral dan hiburan bagi masyarakat. Akan tetapi di zaman yang serba modern ini, cerita rakyat sudah mulai dilupakan. Padahal, cerita rakyat memberikan banyak pembelajaran bagi anak-anak tentang kebudayaan, sejarah, dan pendidikan budi pekerti yang baik.

Dunia anak adalah dunia imajinasi, anak mempunyai dunianya sendiri, maka sebagai orang tua harus bisa mengarahkannya kearah yang positif dan tetap terkontrol. Dengan dongeng anak-anak dan bantuan orang tua maka inilah cara terbaik untuk mengarahkan mereka kearah yang baik. Faktanya, otak sudah siap belajar sejak anak baru lahir. Koneksi didalam otak akan semakin kuat dengan banyaknya pengalaman sang anak, termasuk dengan membaca.

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat mengetahui buku dongeng yang baik untuk anak, serta mengetahui tipe konsumen yang dimiliki oleh buku dongeng "Paramythi of Lily and Giant Snake".

Berdasarkan latar belakang yang ada, maka rumusan masalah yang didapat adalah bagaimana cara merancang sebuah buku dongeng sebagai sarana pengenalan cerita rakyat untuk anak usia 4-7 tahun.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian dilakukan dengan dua cara pengumpulan data yaitu data primer dan data sekunder.

Data Primer

Metode pengumpulan data kuantitatif dilakukan dengan menggunakan survei mengenai minat konsumen terhadap buku dongeng serta deskripsi buku yang konsumen inginkan atau minati. Metode pengumpulan data kualitatif dilakukan dengan menggunakan metode observasi terhadap buku dongeng yang berada dibidang yang sama, metode wawancara kepada peminat buku dongeng (extreme user), serta wawancara kepada narasumber yang berhubungan dan bergerak dibidang ilustrasi buku anak (expert user).

Data Sekunder

Metode pengumpulan data sekunder dilakukan dengan pengumpulan data menggunakan studi literatur seperti sumber perpustakaan, jurnal yang berjudul: Penelitian

Periklanan Teori & praktik, *Manga Secret*, Mutiara yang Hilang: Pengantar Studi Sastra Lisan, Manajemen Pemasaran, Pengantar Desain Komunikasi Visual, Manfaat Dongeng Sebelum Tidur Untuk Perkembangan Otak Balita, Perkembangan Masa Hidup, Ayo Bikin Iklan: Memahami Teori & Praktek Iklan Media Lini Bawah.

HASIL PENELITIAN

Hasil Analisa Konsumen

Dalam proses perancangan buku dongeng “Paramythi of Lily and Giant Snake”, tentu peran *stakeholders* sangat berperan penting. Menurut Rhenald Kasali, *stakeholders* adalah setiap kelompok yang berada di dalam maupun di luar perusahaan yang mempunyai peran dalam menentukan perusahaan. (Kasali,2009:63). *Stakeholders* yang dimiliki oleh buku dongeng “Paramythi of Lily and Giant Snake” adalah ilustrator, mitra bisnis dari percetakan buku, partner kerja yang ahli dalam bidang *pop-up*, dan ekspedisi pengantar barang. Sedangkan konsumen dari Paramythi of Lily and Giant Snake ini adalah orang tua golongan menengah keatas yang memiliki anak usia 4-7 tahun.

Anak usia 4-7 tahun ditarget sebagai pengguna utama karena pada usia 4-7 tahun terdapat tahap praoprasji, yaitu tahap dimana anak-anak mulai melukiskan dunia dengan kata-kata dan gambar, melampaui hubungan sederhana antara informasi sensoris dan tindakan fisik, hal ini menjadi dasar dalam penentuan konsep interaktif dalam buku dongeng Paramythi of Lily and Giant Snake. (Santrock,2011:28).

Karakteristik konsumen yang disasar menurut teori VALS adalah tipe konsumen pemikir (*thinkers*) dan pencari pengalaman (*experiencers*). VALS sendiri adalah segmentasi pengukuran yang umum digunakan untuk penelitian tentang gaya hidup dalam menentukan segmentasi pasar (Davis, 2013:656).

Berdasarkan dimensi VALS motivasi utama, produk buku dongeng “Paramythi of Lily and Giant Snake” memiliki konsumen dengan tipe:

- **Motivasi ideal (*ideal motivation*)**

Konsumen memilih berdasarkan pengetahuan, keyakinan, dan prinsip yang dianutnya, bukan atas perasaan atau keinginan untuk diakui secara sosial. Konsumen yang termasuk kedalam motivasi ini merupakan konsumen yang membeli secara fungsi dan keandalan. Yang termasuk dalam kategori ini adalah orang tua yang memiliki anak usia 4-7 tahun, yang memiliki sumber daya menengah keatas yang masuk dalam golongan pemikir (*thinkers*). Mereka adalah individu yang matang, puas, nyaman, dan

merefleksikan kehidupan, yang menghargai keteraturan, pengetahuan, dan tanggung jawab. Mereka cenderung berpendidikan tinggi dan secara aktif mencari informasi dalam proses pengambilan keputusan. Meskipun penghasilan mereka memungkinkan diri mereka mempunyai banyak pilihan, pemikir adalah konsumen konservatif dan praktis, terkait produk yang mereka beli, mereka mencari daya tahan, fungsionalitas, dan nilai.

- **Motivasi ekspresi diri (*self-expression motivation*)**

Kelompok ini merupakan kelompok konsumen yang berorientasi pada tindakan (*action-oriented*). Konsumen ini berjuang untuk mengekspresikan individualitas mereka melalui pilihan-pilihan mereka. Konsumen-konsumen ini membeli pengalaman. Mereka juga menginginkan aktivitas sosial atau fisik, menyukai keberagaman dan pengambilan resiko. Yang termasuk dalam kategori ini adalah remaja-dewasa pecinta buku dongeng, kolektor buku, dan masyarakat yang ingin mengenal cerita rakyat Indonesia dengan sumber daya menengah keatas yang termasuk kedalam golongan pencari pengalaman (*Experiencers*). Golongan ini termotivasi ekspresi diri. Sebagai konsumen yang antusias dan impulsif, pencari pengalaman secara cepat menjadi antusias tentang kemungkinan baru, namun juga sama cepatnya kehilangan antusias. Mereka berusaha mendapatkan keragaman dan kegembiraan, menikmati hal-hal baru, tidak umum, dan beresiko. Pencari pengalaman merupakan konsumen yang keranjingan, dan menggunakan sebagian besar penghasilannya pada busana, hiburan, dan aktivitas. Aktivitas membeli mereka mencerminkan bahwa mereka menitikberatkan terlihat baik dan mempunyai barang “keren”.

Hasil Analisa Brand

Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa *extreme user*, data yang didapat mengatakan bahwa buku dongeng Paramythi of Lily and Giant Snake adalah suatu produk baru yang memiliki konsep unik yang jarang ditemui di dunia perbukuan Indonesia. Kompetitor yang sejenis dengan buku dongeng Paramythi ini adalah buku *import* yang menggunakan media *pop-up* karya Robert Sabuda atau Matthew Reinhart. Konsumen yang cocok untuk buku dongeng Paramythi ini adalah orang tua kalangan menengah keatas yang memiliki kebiasaan membacakan buku dongeng sebelum tidur untuk anaknya, dan juga para kolektor buku yang suka dengan buku-buku yang memiliki konsep unik.

“Paramythi of Lily and Giant Snake” adalah buku dongeng yang memberikan cerita dan pesan moral yang baik untuk anak, yang diadaptasi dari cerita rakyat untuk mempertahankan dan menjaga kelestarian cerita rakyat Indonesia dengan membuat suatu

konsep buku interaktif yang terdiri dari *pop-up*, *3D-windows*, dan media interaktif lainnya yang ditujukan untuk anak usia 4-7 tahun. Dengan bantuan orang tua, buku dongeng Paramythi ini dapat membentuk karakter dan pribadi anak ke arah yang lebih baik.

SOLUSI KOMUNIKASI VISUAL

Solusi Komunikasi visual untuk menjawab permasalahan mengenai cara merancang sebuah buku dongeng sebagai sarana pengenalan cerita rakyat untuk anak usia 4-7 tahun yaitu dengan merancang sebuah buku dongeng yang mengadaptasi cerita rakyat dengan konsep interaktif yang terdapat media *pop-up*, *3D-windows*, dan interaktif lainnya kemudian diterapkan kedalam buku dengan ukuran standart pada buku interaktif lainnya yaitu 26x26 cm yang berisi 21 halaman, *hardcover*, dan memiliki kotak packaging sebagai pelindung buku yang memiliki bagian-bagian media interaktif, dan ditujukan untuk anak usia 4-7 tahun. Serta membuat *Companion book* sebagai pelengkap dan pendukung dari buku dongeng interaktif agar pengguna lebih memahami tentang budaya dan latar belakang dari isi cerita. *Companion book* memuat tentang cerita yang sama namun dengan ulasan-ulasan lebih detail, diterapkan kedalam buku berukuran A5, yang berisi 60 halaman dan semi hardcover.

Pemilihan gaya desain untuk buku dongeng “Paramythi of Lily and Giand Snake” ini dipengaruhi oleh beberapa macam gaya ilustrasi animasi Barat, namun gaya desain yang paling dominan adalah gaya desain Disney, salah satu karakter Disney yang menjadi inspirasi adalah Princess Sofia. Berdasarkan hasil wawancara terhadap *Extreme User*, Princess Sofia adalah film animasi yang digemari anak-anak pada masa kini. Proporsi tubuh Princess Sofia menjadi inspirasi dalam pembuatan proporsi tubuh pada karakter “Paramythi of Lily and Giant Snake” ini, yang menggunakan proporsi *Child Body*, proporsi bentuk tubuhnya seperti proporsi tubuh anak-anak yang merupakan sebagai daya tariknya, tetapi biasanya *Child Body* ini digunakan sebagai versi *cartoon* dari karakter yang lebih tua atau dewasa. Juga bentuk tubuhnya tetap simpel, jika sebaliknya ia akan terlihat aneh, seperti karakter dewasa yang mengecil. (Hernandez, 2005:37)

Begitu juga dengan gaya ilustrasi dari Steph Lew. Gaya ilustrasi dari Steph Lew menjadi inspirasi pada gaya ilustrasi “Paramythi of Lily and Giant Snake” yang dapat menggabungkan antara gaya ilustrasi Disney dengan gaya ilustrasinya sendiri. Gaya desain yang menginspirasi selanjutnya adalah gaya desain Pascal. Berdasarkan hasil wawancara terhadap salah satu *Expert User* mengatakan bahwa setiap ilustrasi yang dihasilkan oleh Pascal selalu memiliki ciri khas yaitu memiliki warna yang sesuai dan mendukung mood yang ingin disampaikan. Dalam hal pemilihan warna, gaya desain Pascal menginspirasi buku dongeng “Paramythi of Lily and Giant Snake” yang ingin dapat menyampaikan mood dengan pemilihan warna yang tepat dan mendukung suasana.

Dalam buku “Pengantar Desain Komunikasi Visual” oleh Adi Kusrianto, tipografi didefinisikan sebagai suatu proses seni untuk menyusun bahan publikasi menggunakan huruf cetak. Menurut Lazlo Moholy dalam Adi Kusrianto, tipografi adalah alat komunikasi. Oleh karena itu, tipografi harus bisa berkomunikasi dalam bentuknya yang paling kuat, jelas (*clarity*), dan terbaca (*legibility*).

Berdasarkan konsep dari buku dongeng “Paramythi of Lily and Giant Snake” ini, penggunaan tipografi dalam judul buku menggunakan dua jenis *typeface*, untuk judul utama yaitu “Paramythi” menggunakan *typeface* Decorative fontfinal. *Typeface* ini termasuk kedalam font serif yang memiliki kesan yang elegan dan moderen, sesuai dengan konsep buku yang ingin menampilkan kesan modern.

Sedangkan untuk judul cerita yaitu “Lily and Giant Snake” menggunakan *typeface* dekoratif yaitu Delinquente alt I Demo. Memilih *typeface* ini karena memiliki bentuk menyerupai ranting berduri yang dapat menggambarkan kesan alam yang dimana latar tempat dari isi cerita lebih banyak berlatar hutan.

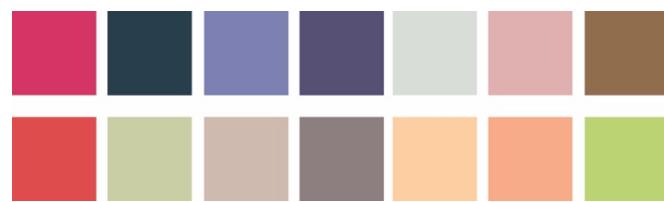
Penggunaan tipografi untuk teks isi cerita pada buku dongeng Paramythi ini menggunakan *typeface* Stanberry Regular. *Typeface* ini termasuk kedalam sanserif memiliki kesan santai dan menyenangkan, mudah dibaca sehingga tidak menyulitkan pembaca dalam mengenali huruf, mengingat pengguna utama dari buku dongeng ini adalah anak-anak.

Pemilihan warna sangat penting dalam perancangan buku dongeng Paramythi ini. “Selain bentuk, warna juga harus mampu menyebarkan pesan yang diinginkan secara tepat dan benar kepada audiens-nya” (Athur Sinai, 2011).

Berdasarkan hasil riset dan observasi yang dilakukan, buku dongeng “Paramythi of Lily and Giant Snake” memilih warna yang dapat mendukung dari ilustrasi dan isi cerita, yaitu menggunakan warna-warna cerah untuk kostum yang digunakan para tokoh yang ada, dan juga warna-warna alam sebagai latar tempat yang hampir semua berlatar di hutan.



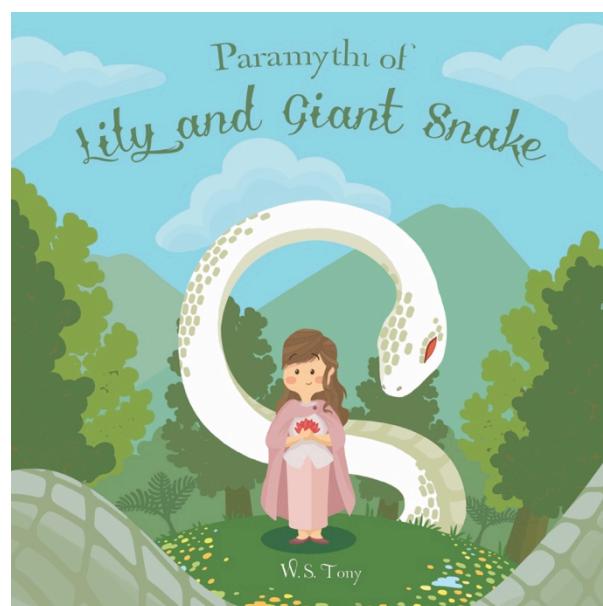
Gambar 1 *Color palette* nuansa alam



Gambar 2 Color palette kostum karakter (warna cerah)

Berikut adalah produk dan pemilihan media promosi dari buku dongeng “Paramythi of Lily and Giant Snake”:

Cover



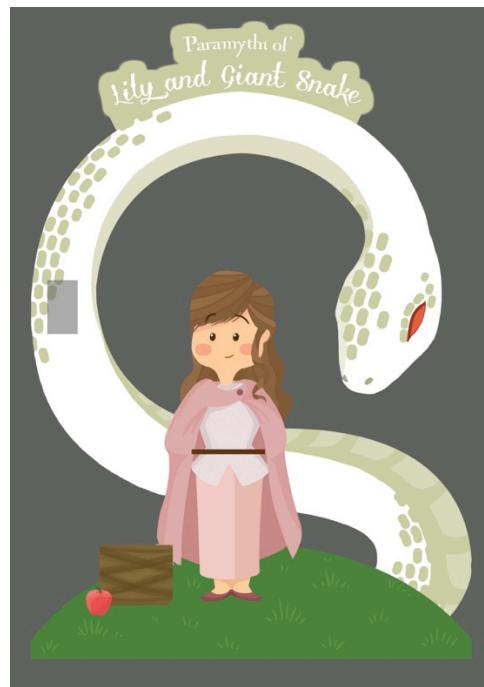
Gambar 3 cover buku dongeng Paramythi

Poster



Gambar 4 desain poster

POP



Gambar 5 POP

Brosur



Gambar 7 brosur

Merchandise



Gambar 8 desain boneka bantal



Gambar 9 desain gantungan kunci



Gambar 10 Hasil akhir *tote bag*

Companion book



Gambar 11 Hasil akhir *companion book*

PENUTUP

Kesimpulan

Merancang sebuah buku dongeng interaktif “Paramythi of Lily and Giant Snake” yang terdapat media *pop-up*, *3D-windows*, dan interaktif lainnya dengan mengadaptasi cerita rakyat Indonesia, kemudian diterapkan kedalam buku dengan ukuran standart yaitu 26x26 cm yang berisi 21 halaman, *hardcover*, dan ditujukan untuk pengguna utama yaitu anak usia 4-7 tahun. Serta membuat *Companion book* sebagai pelengkap dan pendukung dari buku dongeng interaktif agar pengguna lebih memahami tentang budaya dan latar belakang dari isi cerita.

Saran

Saran kepada para pembaca yang bergerak atau tertarik dibidang yang sama yaitu agar ikut melestarikan cerita rakyat Indonesia kepada generasi muda dengan media buku dongeng yang lebih kreatif dan menarik untuk target market.

Tetap mempertahankan buku sebagai media, karena dengan membaca buku dapat mengasah berbagai kemampuan perkembangan anak, seperti mengasah perkembangan otak, bahasa, dan juga dapat menambah kedekatan hubungan antara orang tua dan anak pada saat proses mendongeng. Buku bukanlah media yang kuno pada era digital ini, semua tergantung kepada kreativitas dan desain yang diaplikasikannya.

DAFTAR PUSTAKA

Davis, Joel J. (2013). *Penelitian Periklanan Teori & Praktik Edisi Kedua*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Hernandez, Lea. (2005). *Manga Secrets*. Singapore: Page One Publishing Private Limited.

Kusrianto, Adi. (2009). *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: ANDI Publiser.

Santrock, John W. (2011). *Life-Span Development: Perkembangan Masa Hidup Edisi ketigabelas Jilid 1*. New York: McGraw-Hill

Sinai, Arthur. (2011). *Peranan Warna Dalam Sebuah Desain*.
<http://heliumworks.blogspot.com/2011/03/pentingnya-warna-dalam-sebuah-desain.html> . 26 Mei 2016.