

PENELITIAN KONSEP BUKU AKTIVITAS UNTUK PASANGAN

Lydia Susanto

Shienny Megawati Sutanto

Visual Communication Design

Fakultas Industri Kreatif Universitas Ciputra

UC Town, Citra Land, Surabaya

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan dalam rangka mengembangkan buku aktivitas khusus untuk pasangan remaja agar memiliki gaya pacaran yang sehat. Sebagai tahap awal dalam mengembangkan buku, penulis melakukan penelitian untuk mengetahui daya tarik produk terhadap target market. Metode penelitian yang digunakan adalah gabungan antara primer dan sekunder, dimana penelitian dilakukan dengan cara kuantitatif, kualitatif dan studi literatur. Melalui penelitian ini. diharapkan buku aktivitas khusus untuk pasangan memiliki tanggapan yang bagus untuk kedepannya sehingga nilai dari buku dapat tersalurkan dengan baik.

Kata kunci: Buku untuk Pasangan, Buku Aktivitas, Cinta, Hubungan, Ide Kado.

ABSTRACT

This research was conducted in order to develop an activity book for teenage couples to have a healthy dating style. As an initial step in developing the book, the authors conducted a study to determine the attractiveness of the product to the target market. The method used is a combination of primary and secondary, where the research was done by quantitative, qualitative and literature studies. Through this research, it is expected that activity book for couples will have great feedback for the future so that the value of the book can be channeled properly.

Keywords: Book for Couples, Activity Books, Love, Relationship, Gift Ideas.

PENDAHULUAN

Jaman sekarang banyak remaja yang sudah menjalin hubungan asmara. Baik anak SMP, SMA hingga kuliah sudah memiliki kekasih. Namun tidak sedikit dari mereka memiliki gaya pacaran yang salah. Baik karena karakter, *background* keluarga yang buruk atau situasi dan kondisi pergaulan. Sebagai contoh adalah kasus awkarin yang menjadi viral dipertengahan tahun 2016 ini. Seperti yang dikutip di majalah *Hai* edisi ke 32, Karin Novilda dengan nama instagram @awkarin dikenal sebagai seorang selebgram yang kontroversi akibat gaya pacaran yang dilakukannya. Gaya pacaran yang ia sebar luaskan di media sosial adalah gaya pacaran yang cenderung kebarat-baratan. Mulai dari foto ciuman hingga gaya-gaya yang kurang sopan ia sebar luaskan melalui akun instagramnya. Namun yang terjadi adalah banyak remaja sebayanya menganggap awkarin sebagai *“relationship goals”*. Hal ini yang meresahkan sebagian besar masyarakat karena perbuatannya dianggap merusak moral bangsa. Melalui kasus awkarin dapat dilihat bahwa gaya pacaran remaja masa kini semakin bebas dan cenderung kearah yang negatif.

“Pacaran adalah persiapan menuju perkawinan. Berpacaran bukanlah masa untuk bersenang-senang sesuka hati yang tanpa batas, melainkan masa penyesuaian dan persiapan untuk menuju perkawinan. Hal penting terkait dengan pacaran adalah mengenal cinta atau kasih dan mengenal lawan jenis” (Sudhi Dharma, 2006). Banyak dari remaja tidak mengerti apa sebenarnya tujuan dari berpacaran. Oleh sebab itulah banyak remaja berjalan ke arah yang salah.

Dari hasil penelitian, diketahui bahwa banyak dari pasangan remaja mengalami kejemuhan dalam berpacaran. Tidak ada hal baru dan aktivitas yang dilakukan merupakan rutinitas memicu banyak dari pasangan berakhir atau berjalan ke arah yang salah. Oleh sebab itu, dibutuhkan suatu solusi guna mencegah kejemuhan dalam berpacaran, sehingga hubungan yang dibangun tidak sampai ke arah yang salah. Salah satu solusinya yaitu dengan adanya buku aktivitas khusus untuk pasangan. Buku ini dapat memberikan inspirasi dan ide-ide segar mengenai kegiatan pacaran yang positif. Buku ini juga mencakup *quotes* dan berbagai *tips and trick* yang dapat membantu setiap pasangan untuk memiliki pola pikir dan hubungan pacaran yang sehat. Disajikan secara menarik, buku ini menampilkan berbagai desain grafis dan dicetak *full color* sesuai dengan selera anak muda masa kini. Selain dapat digunakan sebagai buku aktivitas, buku ini juga berfungsi sebagai buku pribadi pasangan. Dengan adanya buku ini setiap pasangan remaja diharapkan bisa memiliki gaya pacaran yang sehat dan berkualitas. Untuk memenuhi konsep tersebut, diperlukan sebuah penelitian dengan tujuan untuk mengetahui selera pasar dan apakah konsep buku tersebut dapat diterima oleh masyarakat. Dengan mengetahui kedua hal tersebut, produk dapat dievaluasi secara lebih lagi agar sesuai dengan keinginan pasar. Setelah itu diperlukan penelitian mengenai produksi dan penjualan agar produk dapat dipasarkan secara benar dan luas.

METODE PENELITIAN

Untuk membuat sebuah produk yang bisa sesuai dengan keinginan pasar, dibutuhkan beberapa penelitian dan tes pasar. Metode penelitian yang digunakan penulis adalah penelitian primer dan sekunder. Penelitian primer adalah penelitian yang didasari oleh studi literature, sedangkan penelitian

sekunder adalah penelitian yang berdasarkan survey dan wawancara. Untuk melengkapi data untuk survey dan wawancara diperlukan narasumber yang tepat.

Beberapa narasumber yang menjadi target survey adalah 200 orang remaja dengan *range* usia 14 hingga 22 tahun dan pihak percetakan. Sedangkan studi literatur dilakukan dengan menggunakan beberapa buku yang membahas seputar hubungan dan pacaran. Buku yang menjadi kompetitor langsung maupun tidak langsung juga menjadi salah satu metode penelitian.

PEMBAHASAN

Survey problematika atau latar belakang permasalahan

Dari 100 responden yang meliputi 44 pria dan 56 wanita dengan *range* usia antara 16 – 20 tahun didapatkan sebuah hasil 42% sedang *in a relationship* dan 58% tidak. Dari 42 responden yang sedang *in a relationship*, 41,3% berpacaran kurang dari 1 tahun, 30,4% berpacaran 1-2 tahun, dan 28,3% berpacaran lebih dari 2 tahun. Dari 42 responden yang sedang *in a relationship*, sebanyak 64% mengalami kejemuhan dalam berpacaran. Berdasarkan hasil survey, beberapa hal yang melatar belakangi kejemuhan dalam pacaran adalah :

- Tidak ada hal baru
- Sering bertengkar
- *Long Distance Relationship*
- Terlalu terikat
- Tidak ada variasi dalam hubungan / monoton
- Kurangnya komitmen
- Sudah lama menjalani hubungan

Dari 42 responden yang sedang *in a relationship*, sebanyak 75% tertarik apabila ada buku aktivitas yang dikhurasukan untuk para *couple*. Sedangkan 25% tidak tertarik.

Tips dan *Ideas* merupakan konten buku yang paling diharapkan oleh responden. Diikuti oleh Q&A seputar pasangan, *quotes*, dan permainan. Cover buku yang menarik bagi responden adalah cover yang unik yaitu cover yang disertai dengan *emboss*, *hot print*, atau *spot UV* diikuti oleh cover yang *simple*, serta cover yang bergambar dan *colorful*. Harga rata-rata yang diharapkan untuk buku *couple* tersebut adalah Rp.120.000,-

Setelah melakukan analisa dari berbagai survey, baik yang dilakukan secara kuantitatif maupun kualitatif didapatkan hasil bahwa target pasar yang sesuai dengan produk adalah anak SMA dan mahasiswa/i semester awal yang memiliki *range* usia antara 16 hingga 20 tahun. Target pasar yang diutamakan adalah perempuan karena berdasarkan hasil survey perempuan lebih tertarik untuk menggunakan produk. Berdasarkan hasil survey yang pertama didapatkan hasil bahwa sebagian besar dari remaja dengan *range* usia 16 – 20 tahun sudah memiliki pacar. Namun yang terjadi sebagian dari mereka mengalami kejemuhan dalam menjalin hubungan baik karena tidak ada hal baru, gaya pacaran yang terikat, sering bertengkar dan lain sebagainya. “Sebuah studi di Boston yang melibatkan 300 pasangan meneliti penyebab mengapa remaja mengakhiri hubungan dengan

pasangannya dan mereka mendapatkan hasil bahwa banyak remaja mengakhiri hubungan disebabkan oleh perbedaan" (Dr Less & Leslie Parrot, 2011).

Maka dari itu diciptakannya sebuah solusi berupa buku aktivitas khusus untuk pasangan agar masing – masing dari mereka dapat saling mengenal dengan cara yang benar. Dari survey yang pertama sebanyak 75% dari 100 responden memberikan respon yang positif terhadap konsep pembuatan buku. Mereka menyukai buku yang banyak membahas mengenai tips dan ide seputar pacaran. Mereka juga menyukai kuis tanya jawab, *quotes* serta games yang bisa dilakukan berdua dengan pasangan. Maka dari itu, pembuatan konten buku akan lebih banyak mengulas tips, ide, kuis, *quotes* dan *games* yang disesuaikan dengan keinginan pasar.

Survey kompetitor buku

Berikut merupakan beberapa kompetitor buku, baik *direct* ataupun *indirect*.



Gambar 1.1 Kumpulan buku karya Keri Smith
Sumber : Google Image

Wreck This Journal dan kumpulan buku karya Keri Smith lainnya.

Buku ini merupakan buku yang menawarkan aktivitas anti *mainstream*. Aktivitas yang ditawarkan merupakan aktivitas untuk mengisi waktu luang serta mengasah kreativitas. Buku ini membahas mengenai topik yang berbeda, namun buku ini bisa menjadi kompetitor *indirect* dari buku *couple* karena sama – sama menawarkan kegiatan.



Gambar 1.2 Buku #88 Love Life

Sumber : Google Image

#88 Love Life dan #88 Love Life 2

Buku yang terbit di tahun 2015 ini berhasil menjadi salah satu buku *best seller* di Indonesia dan Malaysia. Buku ini berisi kumpulan *quotes* yang disertai dengan ilustrasi yang *colorful*. Buku ini bisa menjadi kompetitor *indirect* dari buku *couple* mengingat buku ini memiliki pangsa pasar yang luas.



Gambar 1.3 Buku #88 Love Life

Sumber : Google Image

I love You Book

Buku ini merupakan kompetitor *direct* dari buku *couple*. Namun buku ini belum ada di Indonesia dan hanya bisa dibeli melalui *ebay* atau *amazon*.



Gambar 1.4 Buku *Game of Love*
Sumber : Google Image

Game of Love

Buku ini juga merupakan kompetitor langsung dari buku *couple*. Buku ini adalah buku aktivitas untuk pasangan dengan isi yang *colorful*. Namun buku ini hanya dipasarkan melalui akun instagram. Selain itu buku ini belum memiliki ISBN dan dijual dengan harga yang cukup mahal.

Berdasarkan hasil survey mengenai kompetitor buku didapatkan hasil bahwa buku aktivitas untuk pasangan belum didapatkan di toko buku ternama di Indonesia. Kompetitor langsung dari *couple book* adalah buku *I love you* dan *Game of Love*. Buku *I love you* belum dijual di toko buku Indonesia dan hanya bisa didapatkan melalui website seperti *ebay* dan *amazon*. Ditinjau dari segi desain, buku *I love you* memiliki grafis yang kurang menarik dan hanya dicetak menggunakan tinta hitam putih. Berbeda dengan buku *Game of Love*, buku ini memiliki grafis yang cukup menarik dan dicetak menggunakan tinta warna. Namun buku *Game of Love* belum memiliki ISBN dan tidak dipasarkan di toko buku, melainkan hanya melalui media sosial yaitu instagram. Selain itu buku ini hanya berisi 20 halaman dan dijual dengan harga Rp.75.000,-. Harga tersebut terbilang cukup mahal untuk 1 set yang berisi 2 buku *Game of Love* berukuran A6. Selain kedua buku tersebut, terdapat kompetitor tidak langsung dari *couple book* yaitu *Wreck This Journal* dan *#88 Love Life*. Buku *Wreck This Journal* karangan Keri Smith menawarkan aktivitas anti-*mainstream* untuk mengisi waktu luang. Buku yang bertemakan *doodle art* ini memiliki gaya tulisan yang orisinal. Namun buku ini hanya dicetak dengan tinta hitam putih. Bahan kertas yang digunakan juga dinilai kurang cocok untuk digunakan sebagai buku aktivitas karena tipis dan mudah robek. Berbeda dengan *#88 Love Life*, buku ini memiliki kekuatan di bagian grafisnya. Buku ini dikemas secara menarik dan *full color* dengan tambahan hot print pada covernya. Selain itu buku ini juga memberikan bonus berupa stiker di bagian akhir buku. Namun, buku *#88 Love Life* tidak memberikan interaksi kepada pembacanya. Buku ini hanya menyajikan sekumpulan *quotes* yang disesuaikan dengan anak muda masa kini.

Tes Market

Dari 100 responden yang meliputi 40 pria dan 60 wanita dengan *range* usia antara 14 – 22 tahun didapatkan sebuah hasil 95% menyukai konsep dan desain dari *Couple Book*. 61% dari 100 responden berusia 20 – 22 tahun. 30% berusia 17 – 19 tahun, 6% berusia lebih dari 22 tahun dan 3% berusia 14 – 16 tahun. Dari 100 responden sebanyak 85% tertarik untuk membeli produk dan 15% tidak 15 responden yang tidak menyukai buku meliputi 7 pria dan 8 wanita. 9 orang dari *range* usia 20

– 22 tahun dan masing – masing 2 orang dari *range* usia 14 – 16 tahun, 17 – 19 tahun, dan lebih dari 22 tahun. Alasan responden tidak tertarik untuk membeli buku adalah :

- Tidak suka dengan konsep buku untuk pasangan
- *Long Distance Relationship*
- Terlalu *girly* dan *cute*
- Malas mengisi
- Tidak suka mengoleksi buku
- Lebih suka membuat buku untuk pasangan sendiri

Dari 100 responden, 59% memiliki budget Rp.50.000 – Rp.100.000 untuk membeli produk. 37% memiliki budget Rp.100.000 – Rp.150.000 dan 4% memiliki budget Rp.150.000 – Rp.200.000.

Saran untuk konten buku yang ingin ditambahkan dari responden adalah :

- *Boardgame*
- *Dating diary*
- *Blank page* untuk menempel tiket nonton atau konser yang pernah diikuti
- *Relationship goal*
- *Anniversary plan*
- *Most memorable moment or things*
- Notes
- Nostalgia
- Test dan tips bahasa kasih serta MBTI / DISC
- Puisi dan cerpen
- *Dating low budget*
- *Preparation before dating*
- Topik pembicaraan
- Pesan dari calon mertua atau calon ipar
- Kalender untuk membuat rencana
- Lembar kejujuran
- Instruksi pemakaian

Saran dan kritik yang didapatkan dari responden untuk pengembangan buku ini adalah:

- Konten dibedakan sesuai dengan *gender*
- Diberi *accessories*, *pop up*, atau stiker
- *Packaging* buku dibuat yang bagus
- Di-*bundle* dengan kaos couple atau patch couple yang sedang *trend*
- Dipasarkan di toko buku impor atau di *gift shop*
- Perbaiki cover buku agar terlihat lebih menarik, cover bisa ditambahkan nama
- Menggunakan bahasa Indonesia

- Menekan harga buku / harga buku yang *affordable*
- Penggunaan *font* yang lebih *general*
- Menambah pensil atau bolpoin
- Menyediakan berbagai macam pilihan buku dengan isi yang berbeda (tematik)
- Memperhatikan bahan kertas dan kualitas cetak

Berdasarkan hasil survey pasar oleh 100 audiens dengan *range* usia 14 hingga 22 tahun didapatkan hasil bahwa 95% dari audiens menyukai konsep dan desain couple book. Mereka berpendapat bahwa konsep yang dibawakan dari couple book ini bagus, menarik, dan belum didapatkan dipasaran. Dari 100 responden, sebanyak 85% tertarik untuk membeli produk. Sedangkan 15% sisanya kurang tertarik untuk membeli produk. 15 responden yang kurang tertarik dengan *couple book* terdiri dari 7 pria dan 8 wanita. Apabila ditinjau lebih lanjut maka didapatkan hasil bahwa wanita lebih tertarik dengan *couple book* dibandingkan dengan pria. Desain dari couple book yang terlalu girly, rasa malas untuk mengisi dan tidak suka mengoleksi buku mendasari pertimbangan mereka untuk membeli produk. Untuk itu diperlukan perbaikan minor pada bagian desain untuk *couple book* agar buku terlihat lebih *general*. Ada beberapa saran dan masukan dari responden yang dapat digunakan untuk pengembangan konten buku. Menambahkan *blank page* adalah salah satu masukan terbanyak dari responden. *Blank page* di sini berfungsi sebagai lembar untuk menempelkan foto, tiket, dan lain sebagainya. Selain itu *anniversary plan* juga menjadi salah satu masukan yang banyak ditulis responden.

Beberapa kritik dan saran yang banyak ditulis oleh audiens mengenai pengembangan produk adalah cover. Cover buku dinilai kurang menarik dibandingkan dengan isi produk yang meriah. Maka dari itu, diperlukan alternatif yang lebih banyak untuk membuat desain cover yang menarik. Selain cover buku, responden juga banyak mengulas mengenai kemasan. Kemasan dinilai penting karena produk dapat digunakan sebagai hadiah untuk pasangan. Maka dari itu kemasan juga harus diperhatikan sebagai salah satu unsur yang menjadi daya tarik pasar. Harga juga menjadi salah satu saran yang banyak ditulis oleh responden. Mereka menginginkan harga yang *affordable*, mengingat target market adalah orang yang belum memiliki penghasilan tetap. Beberapa responden juga memberikan saran untuk pemasaran yakni dengan memasukkan buku ke toko buku impor dan *gift shop*.

Survey produksi (percetakan)

Setelah melakukan beberapa survey dengan percetakan untuk produksi buku, didapatkan satu percetakan yang paling sesuai dengan budget yaitu Ramayana *Printing*. Percetakan ini menawarkan harga paling murah dibandingkan dengan percetakan yang lain. Selain itu percetakan ini juga berada di lokasi yang sama dengan penulis, maka dari itu hasil cetak bisa lebih mudah untuk dikontrol dan ongkos kirim bisa diminimalisir. Untuk percetakan yang lain, mereka menawarkan harga yang jauh lebih mahal daripada Ramayana *Printing*. Ada satu percetakan yaitu *Print on Demand* dimana percetakan ini menawarkan harga yang tidak jauh berbeda dengan Ramayana *Printing*. Namun, POD

berlokasi di Jakarta sehingga apabila penulis memakai jasa POD maka penulis harus meninjau ulang harga buku karena pengiriman buku dikenakan biaya yang cukup mahal.

Survey promosi (akun sosial media)

Setelah meninjau ulang, mencetak buku tanpa melewati penerbit lebih efektif daripada menggunakan penerbit. Didukung dengan lokasi percetakan yang dekat, pengecekan dapat dilakukan secara efektif. Wadah untuk promosi dan menjual buku adalah hal yang dibutuhkan setelah menyelesaikan konsep dan isi buku. Maka dari itu setelah melakukan survey promosi, didapatkan hasil bahwa media promosi yang paling tepat digunakan adalah Instagram. Karena dilihat dari demografis akun Dagelan dan Rahasia Gadis, hampir seluruh remaja di Indonesia menggunakan instagram. Untuk itu diperlukan cara untuk membangun popularitas akun di instagram agar lebih dikenal masyarakat. *Original posting*, konsisten, spesialisasi, orang terkenal, mengikuti *event* nasional dan internasional adalah beberapa faktor yang dapat dilakukan untuk membangun popularitas di instagram. (Rakhmat Makmur, 2016). Salah satu yang dapat dilakukan adalah *endorsement* dan *paid promote* kepada orang terkenal. Akun instagram yang menjadi target penulis adalah Rahasia Gadis. Rahasia Gadis merupakan komunitas perempuan di instagram yang terbesar di Indonesia. Akun tersebut memiliki 1.6 juta *followers* yang tersebar di seluruh Indonesia terutama pulau Jawa. Sistem yang digunakan adalah sistem *paid promote* dimana *customer* mengirimkan foto dan *caption* kemudian akan dipromosikan melalui akun instagram pada jam tertentu. Selain itu promosi dilakukan dengan cara *endorsement* ke *public figure* atau artis yang memiliki pasangan dan aktif di media sosial.

PENUTUP

Setelah melakukan berbagai survey dan analisa didapatkan sebuah hasil bahwa bisnis couple book dapat menjadi solusi bagi pasangan yang mengalami kejemuhan. Dengan adanya buku aktivitas ini, pasangan mendapatkan ide untuk melakukan aktivitas baru. Sebagian besar dari responden menyukai konsep yang dan tertarik untuk membeli buku tersebut, terutama perempuan. Beberapa perbaikan desain minor dapat dilakukan guna membuat produk lebih sesuai dengan selera pasar. Penambahan konten dan beberapa alternatif desain untuk *cover* buku juga dapat dilakukan untuk mengembangkan produk. Selain itu, kemasan juga merupakan hal yang dapat dipertimbangkan guna memenuhi selera pasar. Untuk proses produksi akan dilakukan kerja sama dengan percetakan di Surabaya yaitu Ramayana Printing karena di samping percetakan ini memiliki kualitas cetak yang baik, harga yang ditawarkan juga sesuai dengan *budget*. Sedangkan untuk media promosi akan menggunakan instagram yang dilakukan dengan cara *paid promote* dan *free endorsement* terlebih dahulu untuk menekan biaya *cost*. Foto produk dan simulasi produk juga akan dijalankan guna menambah *value* produk sehingga penjualan dapat berjalan dengan baik dan lancar.

DAFTAR PUSTAKA

Dharma, S.M., 2006, *Menuju Perkawinan: Before You Say I do*. Diaspora Sejahtera, Malang.

Satrio, Dani, 8 Agustus 2016, "Karin "Awkarin" Novilda Dipuja, Disebeli. Itulah Awkarin". *Majalah Hai Edisi 32*. Kompas Gramedia, Jakarta.

Makmur, Rakhmat, 2016, *Bisnis Online*. Informatika, Bandung.

Parrot, Less. Parrot, Leslie, 2012, *Hubungan Autentik (Real Relationships): From Bad to Better and Good to Great*. PT Indeks, Jakarta Barat.