

### 3. KONSEP DESAIN

#### 3.1 Konsep Kreatif Perancangan Buku

##### 3.1.1 Khalayak Sasaran

Khalayak sasaran yang dituju dari perancangan buku “*Nggalino Tana Kaili*” sebagai media promosi peninggalan sejarah dan budaya di Tanah Kaili adalah sebagai berikut:

a. Geografis

Secara geografis, khalayak sasaran utama dari buku “*Nggalino Tana Kaili*” ini adalah masyarakat Indonesia pada umumnya, yang khususnya berdomisili di kota-kota besar yang tersebar di seluruh Indonesia. Khalayak sasaran selanjutnya adalah masyarakat mancanegara pada umumnya, dan wisatawan mancanegara yang sedang berada di Indonesia pada khususnya.

b. Demografis

Khalayak sasaran dari buku “*Nggalino Tana Kaili*” ini secara demografis dapat dijabarkan sebagai berikut:

Usia : 20 tahun ke atas

Jenis Kelamin : pria dan wanita

Pendidikan : Sekolah Menengah Umum, D3, S1, S2, S3

Tingkat ekonomi : menengah ke atas

Profesi : tidak spesifik, namun lebih diutamakan profesi yang berkaitan dengan bidang sejarah, budaya dan pariwisata.

Khalayak sasaran dari buku peninggalan “*Nggalino Tana Kaili*” ini adalah pria dan wanita dengan usia minimal 20 tahun ke atas, dengan alasan karena di usia tersebut seseorang mulai mendapatkan pemahaman tentang pelajaran sejarah dan budaya yang diterima di bangku pendidikan. Dari segi pemikiran, pada batas usia tersebut sudah dapat dianggap matang, mulai mampu berpikir mandiri dan mengambil keputusan sendiri. Untuk profesi, buku ini ditujukan untuk siapa saja tanpa spesifikasi secara khusus, karena pada dasarnya buku

ini dibuat agar dapat dinikmati oleh semua profesi. Namun buku ini lebih diutamakan untuk masyarakat yang berkecimpung di bidang sejarah, budaya dan pariwisata. Buku ini dikhususkan untuk strata ekonomi sosial menengah ke atas, dengan alasan bahwa buku ini bukan merupakan buku wajib yang harus dimiliki oleh semua orang dari semua kelas ekonomi, namun lebih kepada masyarakat yang benar-benar memiliki ketertarikan akan peninggalan sejarah dan budaya.

c. Psikografis

Ditinjau dari psikografis, khalayak sasaran dari buku ini adalah masyarakat yang memiliki rasa ingin tahu yang tinggi, santai, mudah bergaul dengan siapa saja, menghargai orang lain, menyukai tantangan, dan menyadari akan pentingnya melestarikan peninggalan sejarah dan budaya yang ada. Bila dilihat dari gaya hidupnya, adalah masyarakat dari kalangan berkecukupan yang memiliki cukup waktu untuk bersantai dan menikmati hidup.

d. *Behavior*

Ditinjau dari aspek *behavior*, perancangan buku ini ditujukan kepada pria dan wanita baik individu maupun yang telah berkeluarga, yang memiliki satu kesamaan yaitu tertarik dengan pembahasan mengenai peninggalan sejarah dan budaya di Tanah Kaili. Selain itu, buku ini juga ditujukan kepada seseorang atau sebuah komunitas yang memiliki kegemaran *travelling*, berpetualang, atau berpergian ke tempat-tempat yang memiliki nilai sejarah dan budaya pada suatu daerah. Buku ini juga tepat ditujukan kepada masyarakat yang memiliki kegemaran mengamati dan mendokumentasikan fenomena sosial dan budaya tertentu yang menunjukkan ciri khas daerah tertentu.

### 3.1.2 Tujuan Kreatif

Perancangan buku peninggalan sejarah dan budaya di Tanah Kaili adalah untuk menjembatani keterbatasan informasi yang dimiliki tentang peninggalan sejarah dan budaya di Tanah Kaili. Buku ini dibuat dengan tujuan untuk memperkenalkan peninggalan sejarah dan budaya di Tanah Kaili, yang di

dalamnya menampilkan keunikan dan ciri khas dari kehidupan masyarakat asli Tanah Kaili. Keunikan yang ada di Tanah Kaili dapat dilihat pada kehidupan Suku Bangsa Kaili yang merupakan masyarakat asli Tanah Kaili. Suku Bangsa Kaili terbagi dari beberapa kelompok sub etnik yang menggunakan dialek masing-masing sebagai bahasa pengantar. Dibalik perbedaan dialek yang digunakan, kelompok-kelompok sub etnik yang ada menyatakan diri sebagai satu suku bangsa yaitu Suku Bangsa Kaili. Sedangkan ciri khas di Tanah Kaili dapat dilihat pada kebudayaan masyarakat suku bangsa Kaili. Kebudayaan suku bangsa Kaili terbagi menjadi dua yaitu kebudayaan asli dan kebudayaan adopsi.

Keunikan dan ciri khas inilah yang merupakan daya tarik dari peninggalan sejarah dan budaya di Tanah Kaili. Peninggalan sejarah dan budaya di Tanah Kaili akan dijelaskan secara komunikatif dalam bentuk pesan verbal, serta didukung dengan pesan visual melalui tampilan gambar ilustrasi dan fotografi yang menggambarkan keunikan dan kekhasan yang ada di Tanah Kaili.

Secara keseluruhan, perancangan buku ini bertujuan untuk memperkenalkan sebuah bentuk peninggalan sejarah dan budaya yang lain dari yang umum dikenal oleh masyarakat mancanegara, serta untuk memperkenalkan, mengingatkan kembali dan mengajarkan masyarakat Indonesia untuk terus melestarikan peninggalan sejarah dan budaya yang ada di Tanah Kaili

### **3.1.3 Strategi Kreatif**

Menurut pengamatan penulis, belum ada buku yang mengangkat tentang peninggalan sejarah dan budaya di Tanah Kaili. Kalaupun ada, buku tersebut merupakan karya tulis ilmiah yang hanya berupa pesan verbal yang menjelaskan tentang perjalanan sejarah yang ada di Tanah Kaili, tanpa dilengkapi dengan pesan visual.

Buku ini dibuat sebagai media untuk mempromosikan peninggalan sejarah dan budaya yang ada di Tanah Kaili. Dipilih medium buku dengan pertimbangan bahwa pada umumnya media tertulis berupa buku dapat menyajikan informasi secara detail dengan didukung oleh penggabungan elemen pesan verbal dan pesan visual. Hal ini ditujukan untuk menghindari kebosanan dalam mengakses

informasi. Buku juga memudahkan penggunaanya untuk mengakses informasi secara berulang-ulang, dan dapat dibaca setiap saat ketika diperlukan.

Melalui buku ini, pembaca akan diajak masuk untuk mengenal Tanah Kaili lebih dalam dengan menyajikan informasi yang komunikatif dalam bentuk pesan verbal mengenai peninggalan sejarah dan budaya yang ada di Tanah Kaili, serta didukung dengan pesan visual melalui gambar ilustrasi dan fotografi yang menggambarkan keunikan dan kekhasan dari kehidupan masyarakat asli Tanah Kaili dan hal-hal menarik lainnya yang belum pernah ditemui sebelumnya.

Melalui buku ini, pembaca akan memiliki gambaran yang jelas mengenai peninggalan sejarah dan budaya di Tanah Kaili, yang dapat dijadikan sebagai obyek wisata yang menarik. Dengan demikian, diharapkan pembaca akan tertarik untuk mengunjungi Tanah Kaili dan mengenal peninggalan sejarah dan budaya yang ada.

Buku ini menggunakan dua bahasa sebagai bahasa tulis, yaitu Bahasa Indonesia dan Bahasa Inggris dengan pertimbangan bahwa buku ini ditujukan untuk masyarakat domestik dan manca negara. Untuk pesan verbal pada bagian ucapan terima kasih, kata pengantar, daftar isi, pendahuluan, penutup, tentang penulis serta penulisan sub-sub judul digunakan bahasa Inggris dengan pertimbangan bahwa Bahasa Inggris merupakan bahasa internasional.

Strategi kreatif yang digunakan dalam perancangan buku peninggalan sejarah dan budaya di Tanah Kaili menggunakan strategi kreatif yang meliputi :

- Menggunakan data visual berupa gambar ilustrasi dan fotografi dengan komposisi 50:50 antara pesan verbal (editorial) dan pesan visual (gambar ilustrasi dan fotografi). Diharapkan gambar ilustrasi dan foto dapat menjadi nilai tambah untuk menghindari kebosanan dalam membaca.
- Penulisan pesan verbal (editorial) dilakukan dengan lugas dan jelas sehingga lebih mudah dimengerti oleh pembaca.

## **3.2 Konsep Rancangan Buku**

### **3.2.1 Judul Rancangan Buku**

#### **3.2.1.1 Judul Utama Rancangan Buku**

Judul utama buku ini menggunakan bahasa Kaili yaitu “*Nggalino Tana Kaili*.” Penulisan judul pada halaman sampul depan buku dilengkapi dengan arti dari “*Nggalino Tana Kaili*” dalam bahasa Indonesia yaitu “Rahasia Tanah Kaili” serta dalam bahasa Inggris yaitu “*The Secret of Kaili Land*.” Konsep awal pemilihan judul ini didasarkan pada kenyataan bahwa Tanah Kaili memiliki kekayaan berupa peninggalan sejarah dan budaya yang masih tersembunyi dan belum banyak diketahui oleh masyarakat awam. Berdasarkan *point of interest*, pemilihan judul ini bertujuan untuk menimbulkan rasa penasaran khalayak sasaran akan maksud dari judul buku tersebut, sehingga khalayak sasaran akan tertarik untuk mengetahui lebih dalam tentang rahasia Tanah Kaili yang akan dibahas dalam buku ini.

#### **3.2.1.2 Sub Judul Rancangan Buku**

Buku ini terbagi ke dalam lima sub judul, yang ditulis dalam bahasa Inggris, yaitu:

- *The Legend of Sawerigading*
- *The Nature*
- *Kaili Tribe*
- *The Life*
- *The Inheritances*

### **3.2.2 Tema Rancangan**

Tema rancangan buku ini adalah pengenalan peninggalan sejarah dan budaya di Tanah Kaili yang dapat dijadikan sebagai salah satu obyek wisata budaya yang menarik.

### **3.2.3 Maksud dan Tujuan**

Maksud dari perancangan buku ini adalah untuk memperkenalkan peninggalan sejarah dan budaya yang ada di Tanah Kaili ke tingkat nasional maupun internasional sebagai salah satu obyek wisata budaya yang menarik. Sedangkan tujuan dari perancangan buku ini adalah agar wisatawan domestik maupun mancanegara dapat mengetahui dan tertarik untuk mengenal Tanah Kaili beserta peninggalan sejarah dan budaya yang ada. Dengan demikian, peninggalan sejarah dan budaya di Tanah Kaili dapat terus terjaga kelestariannya dan menjadi obyek wisata budaya yang menarik.

### **3.2.4 Bentuk Penyajian dan Variasi Tampilan**

Bentuk penyajian adalah berupa buku yang berisi pesan verbal mengenai peninggalan sejarah dan budaya di Tanah Kaili yang disajikan dalam dua bahasa, yaitu bahasa Indonesia dan bahasa Inggris. Serta didukung dengan pesan visual berupa tampilan gambar ilustrasi dan fotografi yang menggambarkan keunikan dan kekhasan yang ada di Tanah Kaili. Variasi tampilan adalah berupa layout teks, gambar ilustrasi dan fotografi.

### **3.2.5 Jenis/Varian Buku**

Buku "*Nggalino Tana Kaili*" dibuat dalam dua edisi, yaitu edisi biasa dan edisi kolektor. Untuk edisi kolektor, buku dikemas dengan menggunakan *packaging* serta dilengkapi dengan *merchandise* berupa koleksi *postcard*, koleksi pembatas buku, pembatas buku khusus dan *CD photo collection*.

### **3.2.6 Ukuran dan Jumlah Halaman**

Perancangan buku peninggalan sejarah dan budaya di Tanah Kaili ini memiliki spesifikasi ukuran sebagai berikut :

Dimensi tertutup : 21,5 cm x 27 cm

Dimensi terbuka : 43 x 27 cm

Pemilihan ukuran tersebut didasarkan pada pertimbangan untuk kemudahan penyimpanan dan kemudahan mobilitas buku ini. Dari segi teknis,

penggunaan ukuran vertikal bertujuan untuk menggunakan bidang semaksimal mungkin untuk foto yang akan menjadi ilustrasi utama. Adapun buku ini terdiri dari 132 halaman isi.

### **3.2.7 Gaya Desain**

Rancangan buku ini menggunakan gaya desain *simplicity*. Gaya desain *simplicity* merupakan gaya desain yang ‘berlawanan’ dengan gaya dekonstruksi. Ciri dari gaya desain *simplicity* adalah meminimalisasikan penggunaan elemen-elemen desain, sehingga pembaca lebih terfokus pada informasi yang diberikan melalui teks dan foto. Gaya desain *simplicity* menampilkan kesan bersih, elegan dan formal. Pemilihan gaya desain ini ditujukan untuk memaksimalkan gambar ilustrasi dan fotografi yang digunakan sebagai *point of interest* dan menyeimbangkan kepadatan informasi (pesan verbal) untuk mencegah kebosanan.

### **3.2.8 Jenis Layout**

*Layout* buku tersusun atas komposisi antara teks utama dan tampilan gambar berupa ilustrasi dan foto pendukung, serta dilengkapi dengan teks pendukung yang memuat keterangan gambar. Peletakannya dibantu dengan penggunaan *grid*, yang terbagi atas tiga kolom.

### **3.2.9 Tipografi**

Judul Buku “*Nggalino Tana Kaili*” dan sub judul dalam buku menggunakan huruf Brushstroke, yang merupakan tipe tulisan tangan yang ditulis secara tegas. Huruf Brushstroke memberikan kesan luwes dan akrab, menunjukkan kehidupan masyarakat Tanah Kaili yang terbuka. Sedangkan untuk teks utama dan teks pendukung menggunakan huruf Corbel, yang merupakan tipe serif. Huruf Corbel memberikan kesan modern, menunjukkan Tanah Kaili sekarang yang berada di jaman modern dan peninggalan sejarah dan budayanya yang masih eksis.

### **3.2.10 Warna**

Pemilihan warna dalam buku ini didominasi dalam warna putih. Hal ini untuk memberikan nuansa eksklusif serta memberikan warna *background* yang netral untuk gambar yang ditampilkan. Pada beberapa bagian digunakan penambahan bidang-bidang berwarna sebagai variasi desain. Warna-warna yang digunakan adalah warna hitam, warna coklat, gading atau krem yang memberikan kesan natural dan tradisional, serta warna biru laut yang memberikan kesan natural dan alami.

### **3.2.11 Teknik Ilustrasi**

Penggambaran ilustrasi sebagai gambar pendukung pada sub judul “*The Legend of Sawerigading*,” menggunakan teknik gambar manual dengan goresan pensil. Ilustrasi dibuat secara realistis dengan tujuan untuk mendukung pesan verbal mengenai legenda Sawerigading.

### **3.2.12 Teknik Fotografi**

Pengambilan foto menggunakan Nikon D50 dengan lensa Nikor 18-55mm 1:3.5-5.6 G ED untuk lensa normal, dan Nikor 1.5-15mm 1:4-5.6 G untuk lensa tele. Selain itu, didukung juga dengan penggunaan filter UV Vitacon 52mm yang cocok digunakan untuk pemotretan pada tempat yang mendapatkan sinar UV berlebih seperti di pantai atau di puncak gunung.

Pengambilan foto yang dilakukan adalah bersifat dokumentatif, dengan hasil foto yang jelas dan terang dan tampak seperti apa adanya. Selain itu, digunakan beberapa teknik pengambilan, seperti teknik pengambilan foto dalam bentuk *long shoot*, *medium shoot* dan *close up*, serta teknik pengambilan foto dengan menggunakan sudut pandang normal, *high angle* dan *low angle*.

### **3.2.13 Teknik Cetak**

Perancangan buku peninggalan sejarah dan budaya di Tanah Kaili “*Nggalino Tana Kaili*” ini menggunakan teknik cetak *offset*, *double side*.

### **3.2.14 Kemasan akhir Buku**

Sampul buku menggunakan kertas *Matte Paper* 200 gsm, dengan *finishing* laminasi *doff*. Sedangkan halaman isi buku menggunakan kertas *Matte Paper* 200 gsm. Halaman isi buku menggunakan *finishing* jilid *hard cover* dengan teknik lem dan jahit. Tujuannya adalah untuk memberikan kesan kokoh dan agar lebih tahan lama. Untuk edisi biasa, buku dikemas dengan sampul plastik vakum. Sedangkan untuk edisi koleksi, buku dikemas dengan *packaging* berupa kotak yang dapat memuat dan melindungi buku beserta *merchandise* yang ada.

### **3.2.15 Penerbit**

Penerbit dari buku ini adalah *R&W Publishing*, yang selalu bersemangat dalam mempromosikan seni dan sejarah Indonesia ke dunia Internasional. Dalam hal ini buku-buku yang diterbitkan meliputi seni, fotografi, desain, arsitektur, budaya, musik dan fashion. Buku-buku terbitan R&W dapat ditemui, baik di toko buku lokal maupun toko buku asing, diantaranya TGA, Aksara, QB, Periplus dan Kinokuniya.

### 3.2.16 Biaya Produksi

a. Biaya produksi buku “*Nggalino Tana Kaili*”

Tabel 3.1 Biaya produksi buku “*Nggalino Tana Kaili*”

|                           |  |                    |
|---------------------------|--|--------------------|
| Jumlah Cetak              | 3000 eksemplar   |                    |
| Dimensi Terbuka           | 21,5 cm x 27 cm  |                    |
| Dimensi Tertutup          | 43 cm x 27 cm  |                    |
| Bahan                     | <i>Matte Paper</i> 200 gsm   |                    |
| Teknik Cetak              | <i>Offset</i>  |                    |
| <i>Finishing Cover</i>    | Laminasi <i>doff</i>   |                    |
| Teknik Jilid              | Hard cover + jilid lem + jahit   |                    |
| <b>Biaya</b>              |  |                    |
| Kertas                    | <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Matte Paper</i> 200 gsm ukuran plano</li> <li>• 1 buku = 18 plano + ¼ plano<br/>(1 rim = 500 lembar)</li> <li>• 3000 buku = 54.750 plano<br/>= 109 rim + 250 plano<br/>(1 rim = Rp 1.000.000)</li> </ul> | 109.500.000        |
| Klise separasi warna CMYK | 43 x 27 x 146 cutter x Rp 50   | 8.475.300          |
| Plat cetak                | 146 cutter x 4 x Rp 50.000   | 29.200.000         |
| Biaya cetak               | 146 cutter x Rp 500.000  | 73.000.000         |
| Jilid                     | 3.000 x Rp 7.500   | 22.500.000         |
| <b>Total</b>              |  | <b>242.675.300</b> |

Sumber : Indographic

Nama Perusahaan : Indographic

Alamat : Jl. Kalijudan 125, Surabaya

Telepon : 0816514611

b. Biaya produksi poster promosi

Tabel 3.2 Biaya produksi poster promosi

|                           |  |                  |
|---------------------------|--|------------------|
| Jumlah Cetak              | 1000 eksemplar   |                  |
| Ukuran                    | 40 cm x 60 cm  |                  |
| Bahan                     | <i>Art Paper 260 gsm</i>   |                  |
| Teknik Cetak              | <i>Offset</i>  |                  |
| Finishing Cover           | Laminasi <i>doff</i>   |                  |
| Biaya                     |  |                  |
| Kertas                    | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Art Paper 260 gsm ukuran plano</li> <li>• 1000 poster = 500 plano = 1 rim<br/>(1 rim = Rp 1.500.000)</li> </ul> | 1.500.000        |
| Klise separasi warna CMYK | 40 x 60 x 1 cutter x Rp 50   | 120.000          |
| Plat cetak                | 1 cutter x 4 x Rp 50.000   | 200.000          |
| Biaya cetak               | 1 cutter x Rp 500.000  | 500.000          |
| Laminasi <i>doff</i>      | 1.000 x 40 x 60 x 0,3  | 720.000          |
| <b>Total</b>              |  | <b>3.040.000</b> |

Sumber : Indographic

c. Biaya produksi *roll banner* promosi

Tabel 3.3 Biaya produksi *roll banner* promosi

|              |   |                   |
|--------------|---|-------------------|
| Jumlah Cetak | 100 buah  |                   |
| Ukuran       | 80 cm x 200 cm  |                   |
| Bahan        | <i>Sintetic</i>   |                   |
| Teknik Cetak | <i>Digital Printing</i>   |                   |
| Biaya        |   |                   |
| Biaya cetak  | Paket <i>roll banner</i> (cetak dan alat)<br>@ Rp 250.000<br>100 x Rp 250.000 | 25.000.000        |
| <b>Total</b> |   | <b>25.000.000</b> |

Sumber : *ZOE Graphic and Photo Printing*

Nama Perusahaan : *ZOE Graphic and Photo Printing*  
 Alamat : Jl. Polisi Istimewa 1 blok I, Surabaya 60265  
 Jl. Indragiri 12-18, Ruko Landmark Blok A-15  
 Telepon : 031-5650514 (Polisi Istimewa)  
 031-5688026 (Indragiri)  
 Fax : 031-5650512

d. Biaya produksi brosur promosi

Tabel 3.4 Biaya produksi brosur promosi

|                           |   |                  |
|---------------------------|---|------------------|
| Jumlah Cetak              | 5000 eksemplar  |                  |
| Dimensi Tertutup          | 12 cm x 12 cm   |                  |
| Dimensi Terbuka           | 12 cm x 36 cm   |                  |
| Bahan                     | <i>Art Paper</i> 210 gsm  |                  |
| Teknik Cetak              | <i>Offset</i>   |                  |
| <b>Biaya</b>              |   |                  |
| Kertas                    | <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Art Paper</i> 210 gsm ukuran plano</li> <li>• 5000 brosur = 278 plano<br/>(1 rim = Rp 1.000.000)</li> </ul> | 556.000          |
| Klise separasi warna CMYK | 12 x 36 x 2 cutter x Rp 50  | 43.200           |
| Plat cetak                | 2 cutter x 4 x Rp 50.000  | 400.000          |
| Biaya cetak               | 2 cutter x Rp 500.000   | 1.000.000        |
| <b>Total</b>              |   | <b>1.999.200</b> |

Sumber : Indographic

e. Biaya produksi *postcard*

Tabel 3.5 Biaya produksi *postcard*

|                           |  |                  |
|---------------------------|--|------------------|
| Jumlah Cetak              | 5000 eksemplar   |                  |
| Ukuran                    | 10 cm x 15 cm  |                  |
| Bahan                     | <i>Art Paper</i> 260 gsm   |                  |
| Teknik Cetak              | <i>Offset</i>  |                  |
| <b>Biaya</b>              |  |                  |
| Kertas                    | <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Art Paper</i> 260 gsm ukuran plano</li> <li>• 5000 <i>postcard</i> = 125 plano<br/>(1 rim = Rp 1.500.000)</li> </ul> | 375.000          |
| Klise separasi warna CMYK | 60 x 100 x 2 cutter x Rp 50  | 600.000          |
| Plat cetak                | 2 cutter x 4 x Rp 50.000   | 400.000          |
| Biaya cetak               | 2 cutter x Rp 500.000  | 1.000.000        |
| <b>Total</b>              |  | <b>2.375.000</b> |

Sumber : Indographic

f. Biaya produksi pembatas buku

Tabel 3.6 Biaya produksi pembatas buku

|                           |   |                  |
|---------------------------|---|------------------|
| Jumlah Cetak              | 4000 eksemplar  |                  |
| Ukuran                    | 5 cm x 12,5 cm  |                  |
| Bahan                     | <i>Art Paper</i> 260 gsm  |                  |
| Teknik Cetak              | <i>Offset</i>   |                  |
| <b>Biaya</b>              |   |                  |
| Kertas                    | <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Art Paper</i> 260 gsm ukuran plano</li> <li>• 4000 pembatas buku = 42 plano<br/>(1 rim = Rp 1.500.000)</li> </ul> | 126.000          |
| Klise separasi warna CMYK | 60 x 100 x 2 cutter x Rp 50   | 600.000          |
| Plat cetak                | 2 cutter x 4 x Rp 50.000  | 400.000          |
| Biaya cetak               | 2 cutter x Rp 500.000   | 1.000.000        |
| <b>Total</b>              |   | <b>2.126.000</b> |

Sumber : Indographic

- g. Biaya produksi pembatas buku khusus

Tabel 3.7 Biaya produksi pembatas buku khusus

|              |   |                |
|--------------|---|----------------|
| Jumlah       | 500 buah  |                |
| Ukuran       | 5 cm x 12,5 cm                                  |                |
| Bahan        | Kayu hitam                                      |                |
| Teknik Cetak | Grafir  |                |
| <b>Biaya</b> |   |                |
| Biaya 1 buah | Kayu hitam + grafir<br>@ Rp 750<br>500 x Rp 750 | 375.000        |
| <b>Total</b> |   | <b>375.000</b> |

Sumber : Ibrahim

- h. Biaya produksi CD *photo collection*

Tabel 3.8 Biaya produksi CD *photo collection*

|              |  |                  |
|--------------|--|------------------|
| Jumlah       | 500 buah   |                  |
| Ukuran       | CD   |                  |
| <b>Biaya</b> |  |                  |
| Biaya 1 buah | CD + cetak label CD<br>@ Rp 2.000<br>500Rp 2.000 | 1.000.000        |
| <b>Total</b> |  | <b>1.000.000</b> |

Sumber : Citra *Digital Offset*

Nama Perusahaan : Citra *Digital Offset*  
 Alamat : Jl. Klampis Jaya 15D-F, Surabaya  
 Telepon : 031-5999049

i. Biaya produksi *packaging*

Tabel 3.9 Biaya produksi *packaging*

|              |   |                   |
|--------------|---|-------------------|
| Jumlah       | 500 buah  |                   |
| Biaya        |   |                   |
| Biaya 1 buah | Bahan + pembuatan<br>@ Rp 75.000<br>500 x Rp 75.000 | 37.500.000        |
| <b>Total</b> |   | <b>37.500.000</b> |

Sumber: ZOE

Total Biaya Produksi

Tabel 3.10 Biaya Produksi

| Keterangan                           | Biaya              |
|--------------------------------------|--------------------|
| Biaya produksi buku                  | 242.675.300        |
| Biaya produksi poster promosi        | 3.040.000          |
| Biaya produksi <i>roll banner</i>    | 25.000.000         |
| Biaya produksi brosur promosi        | 1.999.200          |
| Biaya produksi postcard              | 2.375.000          |
| Biaya produksi pembatas buku         | 2.126.000          |
| Biaya produksi pembatas buku khusus  | 375.000            |
| Biaya produksi <i>CD merchandise</i> | 1.000.000          |
| Biaya produksi <i>packaging</i>      | 37.000.000         |
| <b>Grand Total</b>                   | <b>315.590.500</b> |

### 3.2.16.1 Harga Jual Buku Edisi Biasa

|                                    |   |           |                   |
|------------------------------------|---|-----------|-------------------|
| Biaya produksi buku 3000 eksemplar | = | Rp        | 242.675.300       |
| Total biaya promosi                |   |           |                   |
| Biaya produksi poster promosi      | = | Rp        | 3.040.000         |
| Biaya produksi <i>roll banner</i>  | = | Rp        | 25.000.000        |
| Biaya produksi brosur promosi      | = | Rp        | 1.999.200         |
| Biaya produksi <i>postcard</i>     | = | <u>Rp</u> | <u>1.187.500+</u> |
| Grand Total                        | = | Rp        | 273.902.000       |
| Biaya produksi per buku            | = | Rp        | 91.300            |

#### Harga jual buku edisi biasa

|                                       |   |           |             |
|---------------------------------------|---|-----------|-------------|
| Biaya produksi per buku               | = | Rp        | 91.300      |
| Pembatas buku                         | = | <u>Rp</u> | <u>532+</u> |
| Total biaya produksi buku edisi biasa | = | Rp        | 91.832      |

Harga jual buku edisi biasa dihitung dari total biaya produksi buku edisi biasa dikali empat. Dari perhitungan tersebut, maka diperkirakan harga jual buku edisi biasa adalah:  $\text{Rp } 91.832 \times 4 = \text{Rp } 365.528$

### 3.2.16.1 Harga Jual Buku Edisi Koleksi

|   |   |           |                |
|---|---|-----------|----------------|
| Biaya produksi per buku                 | = | Rp        | 91.300         |
| Pembatas buku (3 x Rp 532)              | = | Rp        | 1.596          |
| Pembatas buku khusus                    | = | Rp        | 750            |
| <i>Postcard</i> (6 x 475)               | = | Rp        | 2.375          |
| <i>CD photo collection</i>              | = | Rp        | 2.000          |
| <i>Packaging</i>                        | = | <u>Rp</u> | <u>75.000+</u> |
| Total biaya produksi buku edisi koleksi | = | Rp        | 173.021        |

Harga jual buku edisi koleksi dihitung dari total biaya produksi buku edisi koleksi dikali empat. Dari perhitungan tersebut, maka diperkirakan harga jual buku edisi koleksi adalah:  $\text{Rp } 173.021 \times 4 = \text{Rp } 692.084$

### 3.3 Konsep Marketing

#### 3.3.1 Product

Buku ini dikemas dengan tampilan yang minimalis dan elegan dengan tetap memperhatikan segi fungsional dan estetika untuk menarik perhatian *target audience*. Dengan menggunakan dua bahasa, diharapkan buku ini dapat menjangkau masyarakat Indonesia dan mancanegara secara sekaligus. Pemakaian *layout* minimalis yang elegan dan ditunjang oleh penggunaan gambar berupa ilustrasi dan fotografi dalam buku ini diharapkan dapat memanjakan mata khalayak sasaran. Buku “*Nggalino Tana Kaili*” memiliki kompetitor sebagai berikut:

##### 3.1.1.1 Studi Kompetitor Buku “Kota Gede: *Life Between Walls*”

###### a. Profile Wilayah

Kota Gede terletak sekitar 10 kilometer di sebelah tenggara jantung kota Yogyakarta. Kota Gede merupakan sebuah kota kecil yang dikenal sebagai kota tua peninggalan Kerajaan Mataram Kuno.

###### b. Peninggalan Sejarah dan Budaya

- Mesjid Kota Gede
- Pasar Gede atau *sargedede*
- Makam pendiri Kerajaan Mataram Kuno
- Rumah Kalang
- Kerajinan tradisional perak
- Makanan tradisional sate karang
- Makanan tradisional *kipo*

###### c. Potensi Wilayah

Kota Gede memiliki potensi untuk dapat dikembangkan, diantaranya Kota Gede menyimpan sekitar 170 bangunan kuno yang dibuat mulai tahun 1700-1930. Bangunan seperti makam, masjid, serta kerajinan tradisional peraknya menjadi daya tarik utama dari Kota Gede. Jika dipromosikan dengan strategi dan target yang tepat, Kota Gede akan menjadi sebuah obyek wisata budaya

yang dikemas dalam bentuk penjelajahan kota kuno yang terdiri atas peninggalan sejarah dan budaya.

- d. Data Komunikasi Visual yang ada
- Buku “Kota Gede: *Life Between Walls*”, diterbitkan oleh PT.Gramedia  
Pustaka utama
  - Video dokumentasi “*Video Report on Kota Gede*”
  - *Website*

### 3.1.1.2 Studi Kompetitor Buku “Pong Tiku, Pahlawan Tana Toraja”

a. *Profile* Wilayah

Tanah Toraja adalah sebuah kabupaten di wilayah pemerintahan Provinsi Sulawesi Selatan. Tanah Toraja terkenal dengan kekayaan budaya Suku Toraja yang masih mempertahankan gaya hidup yang khas.

b. Peninggalan Sejarah dan Budaya

- Arsitektur tradisional *Tongkonan*
- Arsitektur tradisional *Alang Sura*
- Upacara tradisipnal *Rambu Solo*
- Upacara tradisional *Rambu Tuka*
- Kuburan bayi atau *Kambira*
- Kuburan kayu atau *Patane*
- Kuburan batu atau liang pahat
- Museum dan *home stay Tongkonen Puang Sangalla*
- Kerajinan tradisional kain tenun khas Toraja

c. Potensi Wilayah

Tanah Toraja memiliki potensi untuk dikembangkan sebagai tempat wisata. Salah satu kelebihanannya adalah keindahan alamnya yang disebut-sebut sebagai “Tanah Kerajaan Surga”. Tanah Toraja juga terkenal akan peninggalan sejarah dan budaya dengan balutan mistis yang sangat kental, serta kehidupan adat masyarakat yang memelihara kebudayaan turun-temurun yang penuh keluhuran dan mistik.

d. Data Visual yang ada

- *Website*
- Brosur
- Buku “Pong Tiku, Pahlawan Tana Toraja”

### **3.3.2 Place**

Buku ini akan didistribusikan di kota-kota besar di Indonesia maupun mancanegara melalui toko-toko buku besar, baik lokal maupun asing seperti TGA, Gramedia, Periplus, dan Kinokuniya. Buku ini juga tersedia di *lounge* atau kafe yang terdapat di bandara udara dan hotel, serta berbagai pusat informasi pariwisata dan kebudayaan yang tersebar di seluruh Indonesia.

### **3.3.3 Price**

Harga dari buku “*Nggalino Tana Kaili*” ini disesuaikan dengan khalayak sasaran yang dituju.

### **3.3.4 Promotion**

Promosi buku diarahkan pada aksi pembelian buku, yang disesuaikan dengan khalayak sasaran. Dalam hal ini digunakan media promosi *below the line* yang merupakan media promosi yang langsung menuju kepada para konsumen. Media promosi yang dipilih antara lain adalah *roll banner*, poster, brosur, *merchandise* berupa *postcard* dan pembatas buku, serta *point of purchase* berupa display.

*Roll banner* yang dibuat akan diletakkan di toko-toko buku yang menjual buku “*Nggalino Tana Kaili*”. Poster dan brosur juga akan diletakkan dan dibagikan di toko-toko buku serta tempat-tempat potensial lainnya seperti *lobby* hotel dan *lounge* di bandara. *Merchandise* berupa kartu pos akan dibagikan saat peluncuran buku, serta pembatas buku akan diselipkan pada setiap buku yang dijual. Media *point of purchase* sendiri muncul karena adanya kesadaran bahwa pada hakikatnya, di rak-rak penjualan, masing-masing produk harus berjuang

sendiri untuk merebut dan meyakinkan konsumen untuk membeli dirinya. *Point of purchase* pada umumnya terlihat dari *display* yang menarik.