

3. KONSEP PERANCANGAN

3.1. Konsep Kreatif & *Brand Differentiator*

Perancangan *bookbinding* untuk buku novel domain publik merupakan salah satu cara dalam menjawab permasalahan yang sudah dibahas pada bab 1. Berdasarkan observasi data, didapati hasil bahwa walaupun buku novel domain publik banyak tersedia dalam bentuk *e-books* & *paperback*, fenomena ini bertolak belakang dengan kenyataan yang ada di kehidupan sehari-hari. Seperti yang sudah dijelaskan dalam LEAP RI 1, penulis melakukan survei mengenai minat buku fisik *hardcover* dan memperoleh hasil bahwa memang sebagian besar, pecinta buku lebih menyukai buku *hardcover* daripada *e-books* atau *paperback*. Dengan demikian, perancangan strategi *marketing communication hand-bound* buku novel domain publik ini dilakukan dengan pendekatan yang bersahabat dengan para pecinta buku sehingga mereka merasa lebih terhubung (*relate*). Strategi *marketing communication* yang disusun menjadi usaha untuk membangun suatu interaksi/ *engagement* dengan *target audience* sekaligus untuk meningkatkan *brand & product awareness*.

Dalam merancang konsep kreatif ini, tentunya penting bagi *brand* untuk memiliki *differentiator* sehingga berbeda dengan kompetitor lainnya. Dalam LEAP RI 1, ditemukan bahwa *differentiator* yang dimiliki oleh *brand 7 Broomsticks Bindery* adalah suatu *bookbinding studio* yang selalu merancang buku dengan membawa konsep interaktif. Konsep interaktif ini disesuaikan dengan jalan cerita dari buku novel yang dirancang. Contohnya saja dalam perancangan sebelumnya pada *fanfiction* berjudul *Manacled*, *brand* menggunakan konsep interaktif *pop-up* pada salah satu elemen dalam cerita. Sedangkan dalam perancangan buku novel pada tugas akhir ini, *brand* menggunakan konsep interaktif *invisible ink* pada tulisan RACHE yang merupakan *major plot point* dalam cerita.

3.1.1. Tujuan Kreatif

Tujuan kreatif dalam perancangan ini adalah untuk meningkatkan *brand & product awareness* dari *brand 7 Broomsticks Bindery*. Merujuk pada hal ini, termasuk untuk mempengaruhi *consumer behavior* dari *target audience* yang nantinya akan berdampak pada penjualan *hand-bound* buku novel domain publik. Tak hanya itu, agar *brand*

memiliki keunikan tersendiri di antara kompetitor yang ada, baik kompetitor langsung maupun tidak langsung dan dari segi produk maupun segi strategi *marketing communication*-nya.

3.1.2. Strategi Kreatif

3.1.2.1. What to Say

Strategi *what to say* sebagai tema utama yang akan digunakan berasal dari *brand essence* milik 7 Broomsticks Bindery sendiri. Berdasarkan riset yang sudah dilakukan pada LEAP RI 1, *brand essence* yang dimiliki adalah “*Evoking The World of Imagination Through Reading Experience*” yang berarti membangkitkan kenangan, memori, dan perasaan konsumen ketika membaca buku, yang menjadi pintu gerbang menuju dunia imajinasi. Merujuk akan hal ini, *brand* 7 Broomsticks Bindery akan menggunakan strategi *feature oriented advertising* yang memperlihatkan keunggulan produk kepada *target audience* dan juga *competitive-positioning oriented advertising* sehingga dalam strategi *marketing communication* yang dirancang, terbentuk suatu jalan cerita (*storytelling*) yang menarik perhatian *target audience*. Dengan demikian, dalam benak *target audience* akan muncul keinginan untuk membeli *hand-bound public domain book*.

3.1.2.2. How to Say

Strategi penyampaian *how to say* akan merujuk pada 3 hal yaitu pesan “*Evoking The World of Imagination Through Reading Experience*”, *consumer behavior*, dan penggunaan *invisible ink* sebagai konsep fitur utama dalam perancangan *bookbinding*. *Consumer behavior* yang sudah diteliti pada LEAP RI 1 digunakan sebagai pondasi bagi *brand* untuk merancang strategi *marketing communication* yang baik dan jelas. Salah satu *consumer behavior* yang diperoleh adalah behavioristis *impulsive buying* yang dapat terjadi karena ada perasaan FOMO (*Fear of Missing Out*). Dari hasil riset, didapati bahwa perasaan *impulsive buying* ini muncul saat adanya rasa ingin memiliki di benak *target audience* saat mereka melihat desain dan konsep baik dari sampul buku maupun *typeset* (isi novel) hingga promosi-promosi yang diberikan oleh *brand*.

Beberapa *keyword* yang terdapat dalam pesan ini adalah *imagination*, *experience*, dan *curiosity*. Dengan demikian, situasi yang ingin diciptakan oleh *brand* adalah situasi dimana produk dapat memunculkan sifat imersif dalam benak *target audience* agar mereka merasa terhanyut ke dalam cerita. Tidak hanya dari *cover* buku, namun juga dari isi cerita novel yang dibuat imersif. Konten yang akan digunakan untuk memasarkan *hand-bound public domain book* yang dirancang akan memperlihatkan keunggulan-keunggulan yang ada pada buku.

3.1.2.3. Pengarahan Pesan Verbal dan Penulisan Naskah (*Copywriting*)

Dalam penyampaianannya, terdapat 3 *tone & manner* yang akan digunakan untuk memilih kata-kata dalam *copywriting* yang dibuat yaitu *friendly*, *polite*, dan *sophisticated*. *Tone & manner* ini dipilih berdasarkan konsep bahasa *posh* (*posh language*) yang merupakan gaya bahasa yang umum dipakai pada *Victorian Era*, dan terinspirasi dari latar waktu yang terdapat dalam novel. Karena *target audience* dalam perancangan ini adalah pasar internasional, maka bahasa yang digunakan adalah bahasa Inggris.

3.1.2.4. Pengarahan Pesan Visual (*Art Directing*)

Gaya desain yang dipakai disesuaikan dengan tema besar dari perancangan *bookbinding* yang sudah dilakukan pada LEAP RI 1 yaitu bergaya *Victorian*, *vintage* (*dark academia*), dan *classic*. Dilatarbelakangi oleh hal ini, maka *color palette* yang digunakan juga merupakan warna-warna yang diasosiasikan dengan ketiga gaya tersebut dan tergolong ke dalam *warm tone* seperti contoh gambar di berikut ini.



Gambar 3.1. Contoh *Color Palette* Yang Digunakan

Sumber: Ink Drop Designs Co [@InkdropDesignsCo]. (2024, March 21).

Color palette Ink Drop Designs Co [Photograph] *Etsy*.

<https://www.etsy.com/listing/1395937406/dark-academia-procreate-color-palette>

Sementara itu, *typeface* yang akan digunakan berupa kombinasi antara serif, *handwritten*, dan dekoratif (*blackletter/gothic*). Semua *typeface* ini merupakan jenis *typeface* yang digunakan pada perancangan *bookbinding* yang sudah dilakukan pada LEAP RI 1. Dengan demikian, dalam perancangan *feeds*, hal ini harus tetap sama agar keseluruhan segi visual terlihat setara dan memiliki *unity* yang baik.

3.2. Program Kreatif

3.2.1. *Big Idea*

Perancangan strategi *marketing communication* ini bertujuan untuk memperkuat *brand & product awareness* sekaligus agar pesan yang dikomunikasikan kepada *target audience* terbentuk dengan jelas. Berdasarkan hasil riset mengenai *brand essence* yang sudah dilakukan pada LEAP RI 1, *brand* ingin menyampaikan pesan bahwa 7 Broomsticks Bindery adalah *bookbinding house* yang menghasilkan *hand-bound* buku novel yang membangkitkan rasa imajinasi *target audience* saat buku tersebut dibaca. Maka dari itu, strategi *marketing communication* yang dirancang dalam penelitian ini akan mengangkat *big idea* dengan tema “*Not Everything Is as It Seems*”.

3.2.2. Strategi Media

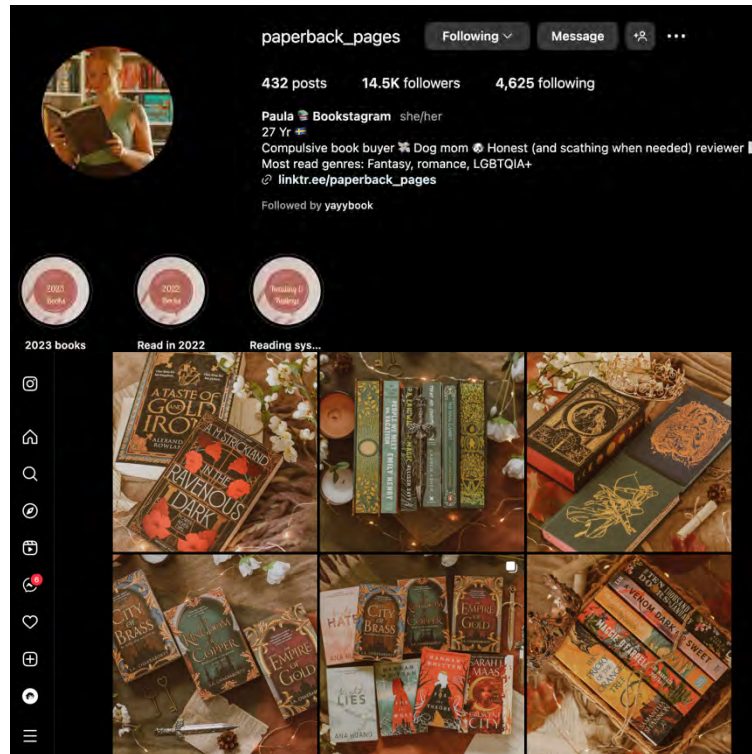
Strategi media yang akan digunakan dalam hal ini merujuk pada kesimpulan hasil analisis *path to purchase* & AISAS yang sudah dilakukan pada bab sebelumnya. Strategi

marketing communication yang dirancang akan berfokus pada beberapa jenis strategi *digital marketing* seperti *social media marketing*, *content marketing*, dan *interactive marketing*. Berikut ini adalah beberapa media yang digunakan yaitu:

- Instagram

Instagram merupakan sosial media utama yang digunakan sebagai basis tempat operasi *brand 7 Broomsticks Bindery* dijalankan termasuk basis diadakannya transaksi jual beli dengan *target audience*. Mengacu pada observasi data yang dilakukan pada LEAP RI 1, Instagram merupakan media dengan frekuensi pemakaian *target audience* yang tinggi. Fokus utamanya yang berupa pengunggahan foto, *story*, dan *reels video* menjadikan Instagram sebagai sosial media yang cocok bagi mereka yang memiliki *bookstagram account* ataupun bagi mereka yang suka melihat-lihat konten yang diunggah oleh *bookstagrammer*.

Sebagai konteks, *bookstagram* merupakan istilah bagi akun Instagram yang mendedikasikan akunnya untuk membahas buku. Merupakan gabungan dua kata yaitu dari kata *book* dan Instagram. Sedangkan *bookstagrammer* merupakan istilah sebutan bagi mereka yang memegang akun *bookstagram* (*bookstagram handler*). Konten-konten yang terdapat pada suatu *bookstagram* bervariasi, bisa mulai dari pengunggahan foto yang menampilkan *cover* buku, *reels video*, hingga *book haul*. *Bookstagram* inilah yang biasanya memicu munculnya sikap *impulsive buying* pada *target audience*. Hal ini dilatarbelakangi oleh adanya konten foto, *story*, atau *reels video* yang dirasa cantik dan estetik oleh *target audience*. Situasi ini terbukti benar karena berdasarkan riset pada LEAP RI 1, selain sikap *impulsive buying*, hasil lain dari *consumer behavior* berupa *target audience* memposisikan buku sebagai barang koleksi, baik barang koleksi pribadi maupun untuk orang lain. Berikut ini adalah contoh tampilan dari *bookstagram*.



Gambar 3.2. Tampilan *Bookstagram* *paperback_pages*

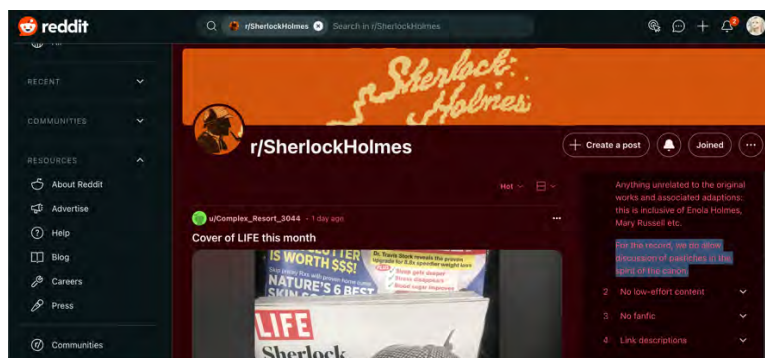
Sumber: Paperback Pages [@paperback_pages]. (2024, March 25). Tampilan Instagram Paperback Pages [Photograph] *Instagram*.
https://www.instagram.com/paperback_pages

Dengan demikian, kemampuan Instagram dalam menarik perhatian *target audience* berdampak besar dan merupakan suatu langkah yang baik dalam membentuk *Attention & Interest* terlebih dahulu. *Post*, *story*, dan *reels video* yang sekiranya mengambil perhatian *target audience* kemudian dapat di *share* dengan menggunakan fitur *repost* ataupun *send to DM*. Tambahan fitur seperti Instagram *Sponsored Ads* juga dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan *followers* dan membangun *brand & product awareness* yang baik. Melalui Instagram, *brand* akan mengunggah berbagai macam konten mulai dari *post*, *story*, dan *reels video* yang menampilkan fitur atau keunggulan yang terdapat pada *hand-bound public domain book* yang sudah dirancang sehingga nantinya akun Instagram *brand* terlihat seperti akun *bookstagram*.

- Reddit

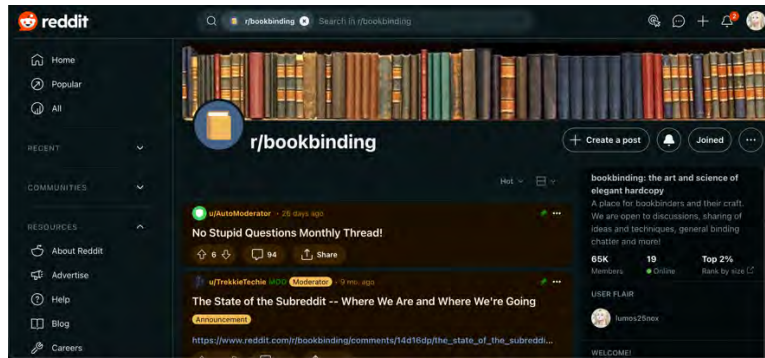
Reddit merupakan suatu *website* yang biasanya digunakan sebagai tempat berkumpulnya komunitas. Biasanya, pengguna sosial media yang tergolong dalam jenis *conversationalist* akan menggunakan media sosial ini atau yang serupa untuk berinteraksi dan berpartisipasi secara langsung dalam diskusi. Para *conversationalist* ini berdiskusi tentang berbagai topik dalam bentuk *posting* yang disebut post atau *thread*. Dalam Reddit, *user* dapat membuat konten, memberikan suara atas konten yang ada, dan berinteraksi dengan pengguna lain melalui komentar. Walaupun Reddit dan Twitter merupakan sosial media tempat berkumpulnya *conversationalist*, Reddit memiliki fitur yang berbeda dengan Twitter yaitu *subreddit*. *Subreddit* merupakan *sub-forum* dimana *user* dapat berfokus ke dalam topik-topik tertentu, seperti teknologi, seni, olahraga, dan banyak lagi.

Dengan menggunakan Reddit, *brand* dapat secara langsung membangun *brand & product awareness* yang lebih berkonsentrasi pada komunitas, dalam hal ini, menjadikan para penggemar Sherlock Holmes sebagai *target audience*. Fitur *subreddit* mempermudah *brand* untuk mencari tempat di mana para penggemar Sherlock Holmes berkumpul. Tak hanya itu, karena buku *Sherlock Holmes In A Study In Scarlet* ini merupakan buku domain publik pertama yang di *hand-bound* oleh *brand* selepas *fanfiction*, *brand* tentunya juga dapat membagikan pengalaman ini dalam *subreddit Bookbinding*. Berikut merupakan tampilan dari kedua *subreddit* yang dimaksud.



Gambar 3.3. Tampilan *Subreddit r/Sherlock Holmes*

Sumber: Dokumentasi Pribadi



Gambar 3.4. Tampilan Subreddit *r/bookbinding*

Sumber: Dokumentasi Pribadi

- TikTok

Dalam perancangan strategi *marketing communication* yang dilakukan oleh *brand*, TikTok memiliki peran sebagai sosial media untuk menyebarkan konten-konten visual yang dibuat sehingga nantinya akan tercipta *product* dan *brand awareness*. Keunggulan TikTok yaitu sebagai *platform* sosial media dengan kontennya yang mudah viral menjadi salah satu *platform* yang cocok bagi *brand*. Dengan adanya dukungan dari pengunggahan konten pada *platform* ini, *brand* menjangkau *target audience* yang lebih luas lagi.

3.2.3. Content Pillar & Schedule Media

Content Pillar dimanfaatkan untuk mengoptimalkan konten yang dirancang oleh suatu *brand* dengan fokus pada topik utama yang relevan dengan *target audience* dan tujuan bisnis. Dalam penggunaannya, *content pillar* membantu menyebarkan informasi mengenai suatu hal dalam media sosial. Berikut merupakan perincian *content pillar* yang akan dilakukan oleh *brand* 7 Broomsticks Bindery.

3.2.3.1. Information

Konten pilar ini akan membahas mengenai keunggulan yang terdapat pada *hand-bound book Sherlock Holmes In A Study In Scarlet* misalnya seperti penunjukkan (*showcase*) beberapa fitur seperti *invisible ink*, *easter egg* yang terdapat pada *cover* dan *typeset*, serta ilustrasi yang ada pada buku ini. *Post* yang diunggah dapat berupa *foto* maupun *reels video*.

3.2.3.2. *Collaboration*

Konten pilar ini akan membahas mengenai kolaborasi yang dilakukan dengan *illustrator* yang bekerja sama dengan *brand* dalam merancang *hand-bound public domain book* berjudul *Sherlock Holmes In A Study In Scarlet*. Konten yang terdapat pada pilar ini bisa berupa *post* foto yang menampilkan berbagai ilustrasi yang sudah digambar. Selain itu konten juga dapat berupa *reels video* yang menampilkan proses *brainstorming* pembuatan ilustrasi. Ada pula konten *photo post* tentang kolaborasi yang dilakukan pada *merchandise* seperti *tote bag*.

3.2.3.3. *Education*

Konten pilar ini akan membahas mengenai cara pembuatan *invisible ink* pada *typeset* buku *Sherlock Holmes In A Study In Scarlet* oleh 7 Broomsticks Bindery. Hal ini dilakukan agar *target audience* mengetahui bahwa fitur tersebut merupakan hasil lukisan sendiri. Tak hanya itu saja, konten juga dapat berupa penunjukkan proses *brainstorming* penggambaran ilustrasi dari karakter-karakter yang ada pada buku novel.

3.2.3.4. *Entertainment*

Konten pilar ini akan membahas mengenai aktivitas hiburan yang dapat menarik perhatian *target audience*. Dalam pilar ini, *brand* akan membuat beberapa konten yang bersahabat dengan *target audience* yang merupakan bagian dari komunitas pecinta buku. Salah satunya adalah dengan mengadakan *giveaway* di Instagram. *Giveaway* ini memiliki beberapa peraturan yang wajib diikuti seperti:

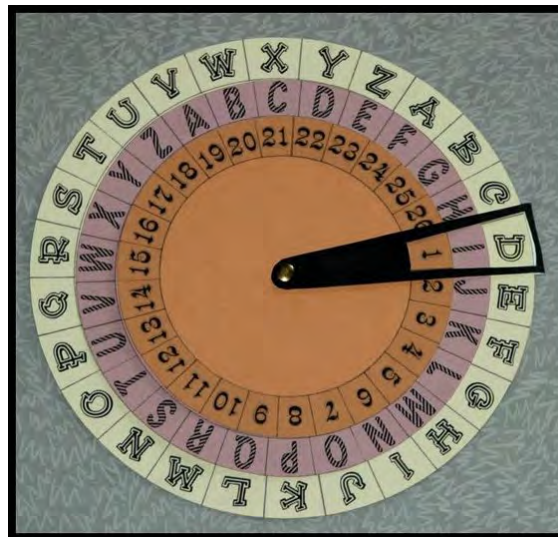
- Peserta harus memiliki akun Instagram dan hanya dapat masuk sekali (siapa pun berhak untuk mengikuti)
- Peserta wajib untuk melakukan follow dan memberikan *like* pada *post giveaway* yang diunggah
- Peserta harus mengikuti *mini-game* dengan mengamati *link* yang diletakkan di Instagram Story dan bio *brand* setelah postingan *giveaway* dipublikasikan
- *Giveaway* hanya dilakukan selama 3 hari

- Setelah menyelesaikan mini-game, komentar “DONE” pada postingan *giveaway* dan tag 3 teman lainnya

Kelima hal ini wajib diberlakukan pada peserta agar algoritma pada Instagram meningkat.

Minigame untuk keperluan *giveaway challenge* ini berkonsepkan *Decipher The Message* sehingga membuat siapapun yang mengikutinya seakan-akan melakukan *role-playing* selayaknya detektif nyata yang sedang berusaha memecahkan suatu kode. Media yang akan digunakan dalam *mini-game* ini adalah *Caesar Cipher Wheel* yang akan dirancang dalam bentuk digital pada suatu *link* tersendiri.

Di dalam *link* ini, akan terdapat beberapa *clue* dan instruksi agar peserta dapat memecahkan *hidden message (cipher text)* yang ada. Pemenang *giveaway* akan diseleksi berdasarkan mereka yang mengirimkan jawaban yang benar kepada *brand* melalui *link* Google Form yang ada pada halaman *mini-game*. Jika ada beberapa orang yang berhasil menemukan jawabannya, maka *brand* akan memanfaatkan *wheel of names* untuk menentukan 1 pemenang yang sebenarnya. Berikut ini merupakan tampilan referensi bentuk *Caesar Cipher Wheel*.

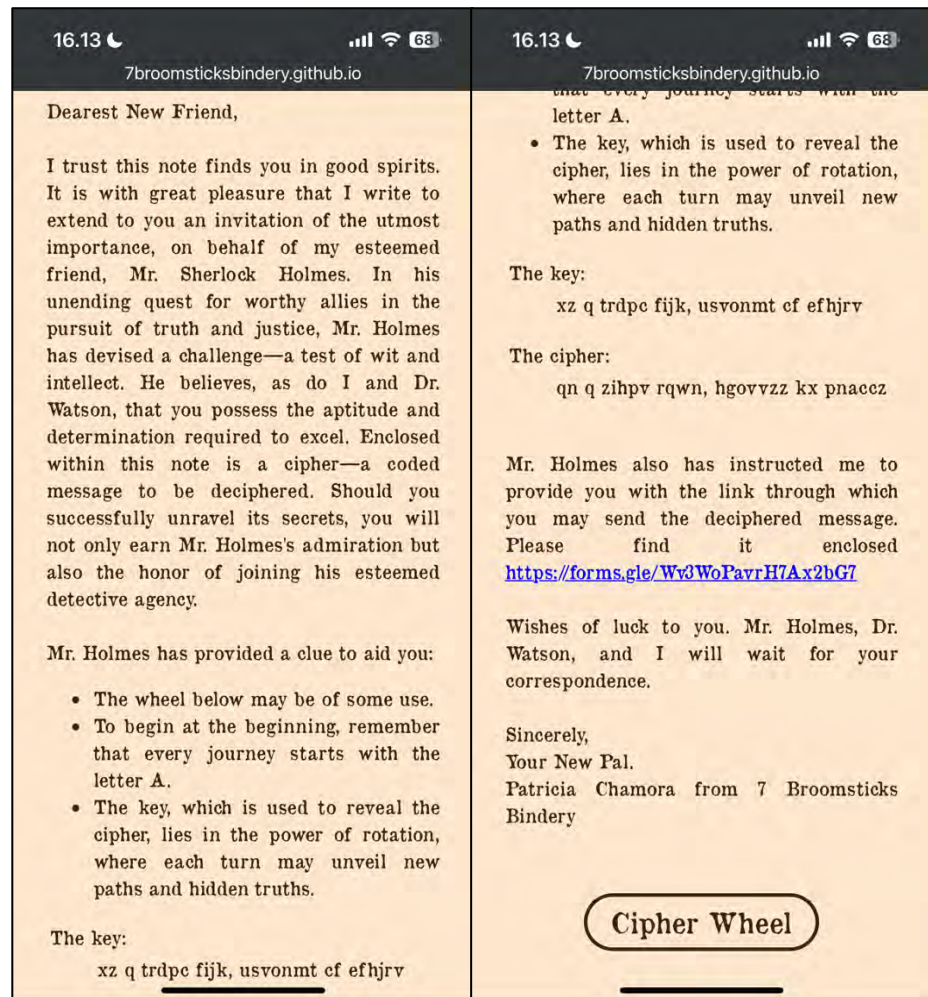


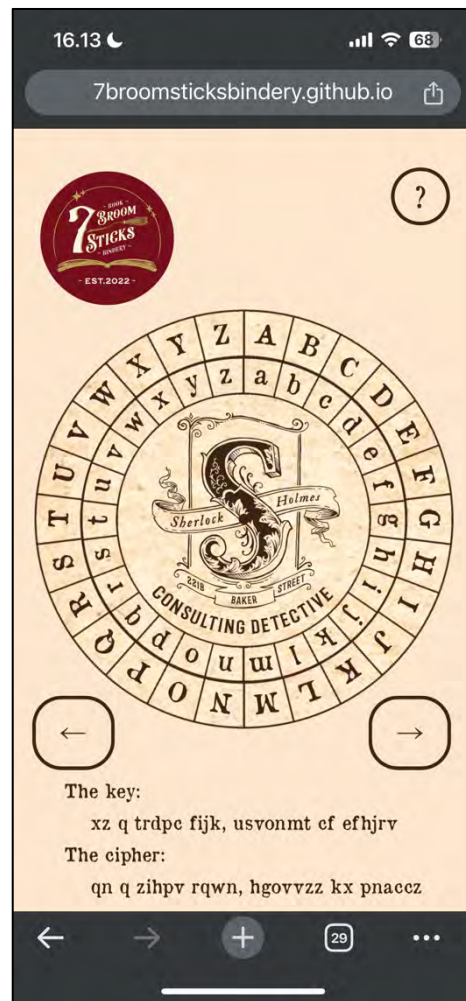
Gambar 3.5. Referensi Tampilan *Caesar Cipher Wheel*

Sumber: Adonziala, S. (2017, October 18). *Caesar cipher wheel*. *Pinterest*.

<https://www.pinterest.com/pin/793407659325786146/>

Berikut merupakan tampilan dari *website mini-game* yang dapat diakses dengan *link* <https://7broomsticksbindery.github.io/decipherthemessage>





Gambar 3.6. Tampilan Website Mini-game Decipher The Message

Sumber: Dokumentasi Pribadi

Sedangkan berikut merupakan tampilan dari Google Form yang digunakan untuk pendataan.

16.26 docs.google.com

Welcome, Apprentice!
- Crack the Code and Join the Detective Agency -

Did You Decipher The Message Yet?

patriciachamora@gmail.com [Switch account](#)

* Indicates required question

Email *

Your email

A BIT OF NOTICE

Greetings, Apprentices!

The Game Is Afoot!

Dr. Watson and I require a keen mind to join our esteemed detective agency. To prove your determination, you must first decipher the code I have given.

Those who successfully unravel the message will have their Instagram accounts entered into a wheel of names to ensure fairness, with the assistance of Ms. Chamora from 7 Broomsticks Bindery. She will contact the individual chosen by Dr. Watson and myself via Instagram Direct Message.

Best of luck to all. Dr. Watson and I eagerly await your correspondence.

Sincerely,
Sherlock Holmes

Instagram Account Name *

Your answer

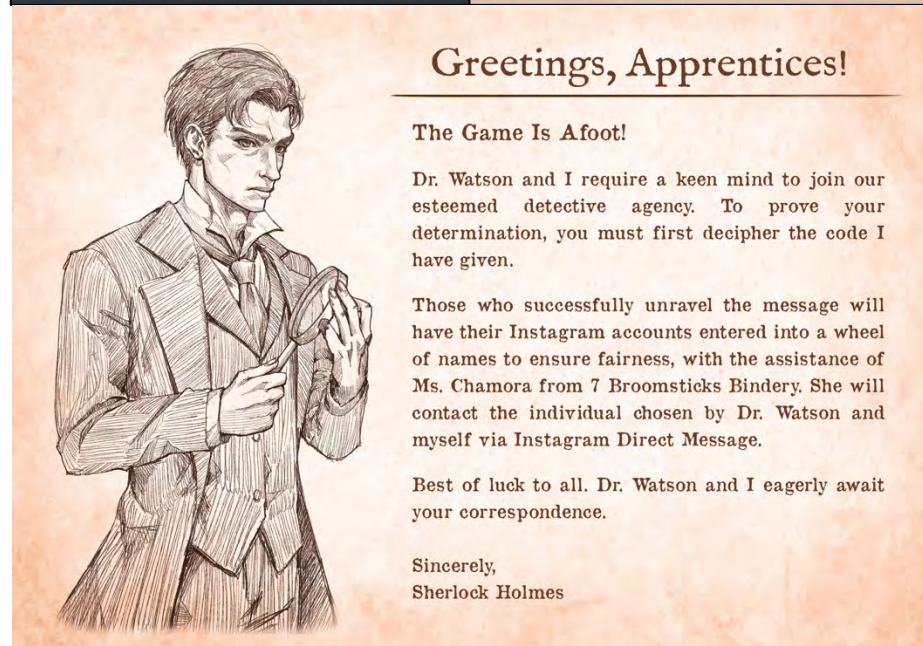
Submit The Deciphered Message Here! *

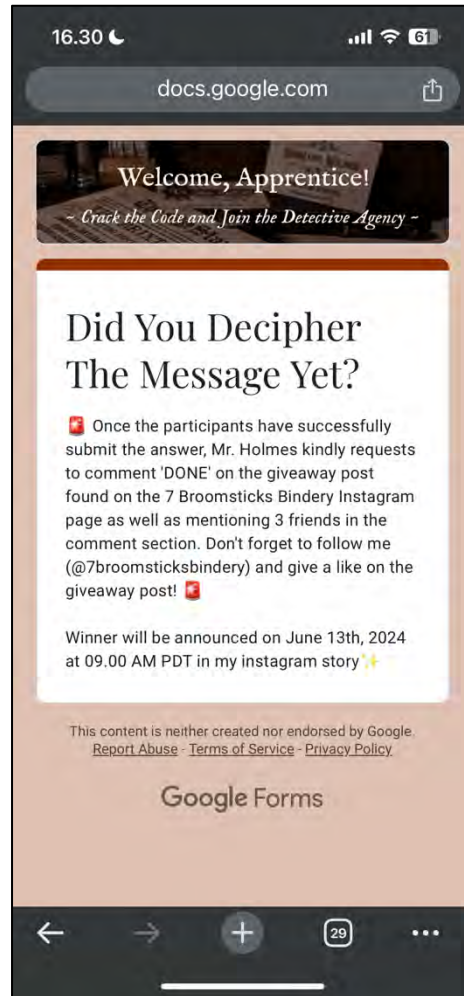
Your answer

A copy of your responses will be emailed to the address you provided.

Submit Clear form

Never submit passwords through Google Forms.





Gambar 3.7. Tampilan Google Form Pendataan

Sumber: Dokumentasi Pribadi

Media aplikasi Google Form ini digunakan sebagai media pendataan karena dilatarbelakangi oleh aksesnya yang gratis dan kemudahan *user experience* bagi *target audience*. Untuk saat ini, *brand* tidak merancang *website* sendiri. Hal ini diakibatkan karena untuk merancang suatu *website* yang dapat menerima data dan melakukan proses ke *database*, dibutuhkan sewa *web hosting (server)* dengan tarif bulanan. Berikut merupakan contoh yang menampilkan biaya rincian langganan untuk merancang *website* sendiri.

	Cosmo
	IDR 160.000 /bln
Kapasitas	5000 MB
Bandwidth Quota	25 GB
Dedicated IP	1 Dedicated IP
Email	Server Mail (POP3/IMAP)
Promo Domain *	UNTUK ORDER 1 TAHUN DI
Sub Domain	Unlimited
Park Domain	Unlimited
Add-on Domain	10
Add-on SSL	Yes
Database	10 MySQL
Harga/Bulan	IDR 160.000
Harga/Tahun	IDR 1.300.000
Min Kontrak	1 Bulan

Gambar 3.8. Contoh Biaya Langganan Untuk Perancangan *Website*

Sumber: Hosting, S. (n.d.). Stylehosting – Packages. *Stylehosting.co.id*.

<https://www.stylehosting.co.id/packages.php>

Perancangan *minigame* ini dilakukan dengan tujuan agar meningkatkan *engagement* dengan *target audience* sekaligus sebagai cara *brand* untuk memasarkan buku dengan unik. Latar belakang dirancangnya *minigame* ini adalah karena adanya hasil penelitian LEAP RI 1 mengenai *consumer behavior* dari *target audience*. Secara psikografis, mereka cenderung untuk menyukai *prop-replica*. Sebagai konteks, *prop replica* merupakan *replica* atau tiruan dari benda-benda yang digunakan oleh suatu karakter dalam karya visual (film, buku novel, pertunjukan teater, dll).

Peserta yang memenangkan *giveaway* ini akan mendapatkan beberapa barang yaitu:

- 1 *hand-bound public domain book of Sherlock Holmes In A Study In Scarlet*.
- 1 *collector's edition merchandise* berupa kalung kunci apartemen 221B.

- 1 amplop set memorabilia Sherlock Holmes (*Sherlock Holmes' Calling Card, Dr. John Watson's Calling Card, 221B apartment floorplan in A6 paper size*) yang dapat dijadikan sebagai *bookmark* atau *keepsakes*
- 1 *cipher wheel minigame* dalam bentuk fisik dengan petunjuk cara bermainnya sebagai *souvenir*
- 1 *confidential/mysterious item*

Saat *giveaway* diumumkan pada Instagram, *confidential item* ini bersifat rahasia untuk menimbulkan perasaan *thrill & excitement* pada *target audience* sehingga mereka merasa semakin terdorong untuk ikut berpartisipasi. *Confidential/mysterious item* yang dimaksud berupa *deerstalker hat* yang dipakai oleh Sherlock Holmes dalam ilustrasi pertama karya Sidney Paget yang diterbitkan dalam *Strand Magazine* pada bulan Desember tahun 1892.



Gambar 3.9. Ilustrasi John Watson (Kiri) dan Sherlock Holmes (Kanan) Karya Sidney Paget Pada *Strand Magazine*

Sumber: Leith, S. (2018, February 22). Sherlock Holmes: dispelling the myths. *The Guardian*. <https://www.theguardian.com/books/2014/oct/11/sherlock-holmes-exhibition-museum-london-dispelling-myths>

Di dalam cerita asli *A Study In Scarlet*, sebenarnya Sir Arthur Conan Doyle—sang penulis—tidak pernah menuliskan bahwa Sherlock Holmes menggunakan *deerstalker hat*. Namun, setelah melihat penggambaran ilustrasi yang dibuat oleh Sidney Paget, beliau menyukainya (Legge, 2024). Di

kala itu, *deerstalker hat* ini diasosiasikan dengan *outdoor activity* sehingga berdasarkan interpretasi Paget, *deerstalker hat* merupakan atribut pakaian yang cocok dengan Sherlock Holmes karena ia sering beraktivitas di luar rumah (Legge, 2024). Berikut merupakan referensi tampilan dari *deerstalker hat* yang tampak pada ilustrasi Sidney Paget.



Gambar 3.10. Tampilan Referensi *Deerstalker Hat*

Sumber: *Houndstooth Sherlock Holmes hat wholesale pack*. (n.d.). Jaxon & James. <https://www.jaxonandjames.com/products/houndstooth-sherlock-holmes-hat-wholesale-pack>

Bagi *brand*, dengan memberikan *deerstalker hat*, akan menimbulkan rasa sentimental kepada pemenang. Walaupun *deerstalker hat* tidak dituliskan secara langsung oleh Sir Arthur Conan Doyle dalam cerita *A Study In Scarlet*, tetapi dengan melakukan hal ini, *brand* secara tidak langsung memberikan penghormatan (*paying homage*) kepada Sidney Paget, seniman pertama yang menggambarkan tokoh Sherlock Holmes dan Dr. John Watson.

Dalam perancangan strategi *marketing communication* ini, *brand* melakukan penyusunan *content pillar* yang dirinci dalam gambar tabel berikut ini:

Tabel 3.1.

Perincian Content Pillar & Schedule Media

Pillar	Topic	Description	Additional Info	Form	Single/Carousel Post	Estimation of Posting Date
Information	Typeset Reveal	Sebagai post pembuka yang menunjukkan tampilan typeset	Pengambilan foto typeset buku yang sudah dicetak namun belum dilipat	Photo Post (Photography)	Single	31-May-24
	Dedication Post 1 (For Author)	Sebagai post ke-2 yang menunjukkan post dedikasi kepada penulis cerita (Sir Arthur Conan Doyle)	Graphic tulisan diletakkan pada foto dari set up desk dengan properti-properti vintage (foto diberi opacity agar graphic tulisan terlihat dengan jelas). Tulisan berupa "Dedicated to Sir Arthur Conan Doyle, creator of World Infamous Detective Duo"	Photo post (Graphic + Photography)	Single	31-May-24
Information/Collaboration	Illustration Reveal	Sebagai post ke-3 yang menunjukkan beberapa ilustrasi dalam buku	Pengambilan foto ilustrasi pada typeset buku yang sudah dicetak namun belum dilipat. Tulis 7 Broomsticks Bindery x @shoucchi96 (sebagai ilustrator) di caption	Photo Post (Photography)	Single	01-Jun-24
	Dust Jacket & Book Reveal	Sebagai post ke-4 yang menunjukkan tampilan dust jacket dan typeset buku	Pengambilan video showcase buku yang menunjukkan dust jacket terlebih dahulu kemudian menunjukkan typeset buku (buku sudah berupa hand-bound book). Tulis 7 Broomsticks Bindery x @shoucchi96 (sebagai ilustrator) di caption	Reels Video	Single	03-Jun-24
Information	Book Title Reveal	Sebagai post ke-5 yang menunjukkan judul buku yang di hand-bound	Graphic tulisan diletakkan pada foto dari set up desk dengan properti-properti vintage (foto diberi opacity agar graphic tulisan terlihat dengan jelas). Quotes berupa "Sherlock Holmes A Study in Scarlet"	Photo Post (Graphic + Photography)	Single	05-Jun-24
Information/Collaboration	Book Cover & Book Reveal	Sebagai post ke-6 yang menunjukkan tampilan book cover dan typeset buku	Carousel 1 berupa pengambilan foto yang menunjukkan book cover terlebih dahulu kemudian menunjukkan ilustrasi koran <i>The Standard</i> , typeset catatan Dr. John Watson, typeset surat Gregson. Tulis 7 Broomsticks Bindery x @shoucchi96 (sebagai ilustrator) di caption	Photo Post (Photography)	Carousel (4)	05-Jun-24
Information/Collaboration	Quotes 1	Sebagai post ke-7 yang menampilkan quotes dari Dr. John Watson	Carousel 1 berupa graphic tulisan yang diletakkan pada foto dari set up desk dengan properti-properti vintage (foto diberi opacity agar graphic tulisan terlihat dengan jelas). Quotes berupa "No man burdens his mind with small matters unless he has some very good reason for doing so." Carousel 2 menunjukkan ilustrasi John Watson memasukkan peluru ke dalam revolver. Tulis 7 Broomsticks Bindery x @shoucchi96 (sebagai ilustrator) di caption	Photo Post (Graphic + Photography)	Carousel (2)	06-Jun-24

Information	Invisible Ink Feature	Sebagai post ke-8 yang menunjukkan fitur Invisible Ink bertuliskan RACHE	Pengambilan video showcase buku yang menampilkan fitur invisible ink bertuliskan RACHE pada typeset. Alur dimulai dengan aktivitas membuka buku, lalu penunjukkan 1 paragraf di halaman sebelum invisible ink, penunjukkan invisible ink, dan aktivitas menutup buku. Menggunakan sound musik Luminary by Joel Sunny	Reels Video	Single	06-Jun-24
Information/Collaboration	Quotes 2	Sebagai post ke-9 yang menunjukkan quotes dari Sherlock Holmes	Carousel 1 berupa graphic tulisan yang diletakkan pada foto dari set up desk dengan properti-properti vintage (foto diberi opacity agar graphic tulisan terlihat dengan jelas). Quotes berupa "I consider that a man's brain originally is like a little empty attic, and you have to stock it with such furniture as you choose". Carousel 2 menunjukkan ilustrasi kepala Sherlock Holmes dengan gambar gudang di kepalanya. Tulis 7 Broomsticks Bindery x @shoucchi96 (sebagai ilustrator) di caption	Photo Post (Graphic + Photography)	Carousel (2)	08-Jun-24
Information	Quotes 3 & key reveal (merchandise)	Sebagai post ke-10 yang menunjukkan limited collector's edition merchandise	Pengambilan beberapa foto yang menunjukkan merchandise kalung kunci 221B dan Sherlock Holmes memorabilia. Carousel 1 berupa foto kalung yang diletakkan di atas typeset, Carousel 2 berupa foto dari beberapa memorabilia Sherlock Holmes yang dapat digunakan sebagai pembatas buku ataupun keepsakes	Photo Post (Graphic + Photography)	Carousel (2)	09-Jun-24
Entertainment	Giveaway	Sebagai post ke-11 tentang GIVEAWAY	Carousel 1 berupa graphic tulisan GIVEAWAY yang diletakkan pada bagian atas foto dari barang-barang hadiah giveaway. Rules dituliskan pada caption & link diletakkan pada bio Instagram	Photo Post (Graphic + Photography)	Carousel (3)	09-Jun-24
Information	Totebag reveal (merchandise)	Sebagai post ke-12 yang menunjukkan merchandise totebag	Pengambilan beberapa foto yang menunjukkan merchandise totebag. Carousel 1 berupa foto yang menunjukkan bagian depan dan belakang totebag. Carousel 2 berupa foto bagian samping totebag (totebag dibelakangi). Carousel 3 berupa foto saat totebag dipakai	Photo Post (Photography)	Carousel (3)	11-Jun-24

3.2.4 Biaya Media Promosi

Tabel 3.2

Biaya Media Promosi

No	Keterangan	Total
1	Pembuatan <i>Cipher Wheel</i> (Digital)	Rp 1.000.000
2	Instagram Ads (6 Days)	Rp 489.246
3	<i>Deerstalker Hat</i>	Rp 240.000
4	<i>Freebies</i>	Rp 30.000
TOTAL		Rp 1.759.246

3.2.5 Perancangan Penjualan

3.2.5.1 Sistem Penjualan

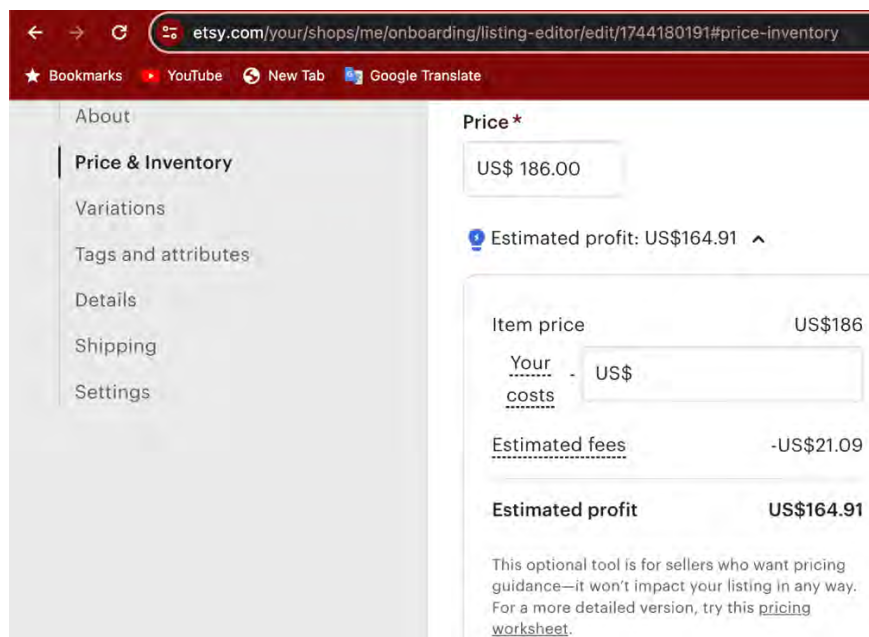
Dalam penjualan *hand-bound* buku novel domain publik *Sherlock Holmes In A Study In Scarlet*, akan digunakan sistem *commission*. Cara kerja dari *commission* yang dimaksud serupa dengan cara kerja dari *commission* kepada seorang ilustrator pada umumnya. Dalam hal ini, buku akan dibuat setelah konsumen melakukan pemesanan dan pembayaran hingga lunas. Sistem *commission* ini tepat dilakukan bagi *brand* 7 Broomsticks Bindery karena dilatarbelakangi oleh adanya proses pembuatan buku yang memakan waktu yang lumayan lama kecuali sebelumnya *stock* buku sudah tersedia.

Perlu diketahui karena target pasar dari *brand* merupakan pasar internasional, segala bentuk transaksi dilakukan dengan menggunakan Paypal.

3.2.5.2 Rencana Pemasaran

Basis utama *platform* media yang akan digunakan untuk berjualan *hand-bound* buku novel domain publik *Sherlock Holmes In A Study In Scarlet* adalah melalui *direct message* pada Instagram. Hal ini dilatarbelakangi oleh banyaknya anggota komunitas pecinta/kolektor buku yang menggunakan Instagram sebagai sosial media utama mereka. Dalam pemilihan *platform* untuk berjualan, *brand* tidak menggunakan *e-commerce* internasional seperti Etsy karena harga buku yang tertera sudah tinggi. Sedangkan, jika penjualan dilakukan pada *e-commerce* yang sudah disebutkan, *brand* harus menaikkan harga buku lagi. Misalnya saja, jika *brand* memutuskan untuk berjualan di Etsy, *brand* harus menaikkan harga

buku dari \$165 menjadi \$185 karena Etsy mengambil keuntungan sebanyak 11.3% dari harga yang tertera pada etalase. Hal ini dapat dilihat dari gambar dibawah ini



Gambar 3.11. Tampilan *Estimated Fees* dari Etsy

Sumber: Dokumentasi Pribadi

Walaupun *platform* penjualannya masih dilakukan secara konvensional, konsumen tidak perlu khawatir karena transaksi yang terjadi akan menggunakan Paypal sebagai bank digital. Di dalam Paypal, terdapat fitur *Goods and Services* (GNS) yang dapat membuat konsumen melacak posisi kiriman barang dengan jelas. Dengan demikian, masih memberikan proteksi keamanan bagi konsumen.

3.3. Rencana Keuangan

Tabel 3.3

Rincian Kebutuhan Investasi Awal & Modal Kerja

Nama Barang	Unit yang Diperlukan	Harga/ Unit (Rp)	Total (Rp)
Printer	1	700.000	700.000
Software Adobe Creative Cloud	1	2.160.000	2.160.000
TOTAL			2.860.000

Tabel 3.4

Rincian Total Biaya Produksi *Hand-bound Book* Per 1 Buku

Komponen Barang	Kebutuhan Bahan	Harga/Unit (Rp)	Total (Rp)
Cetak <i>traditional foil stamping (gold doff)</i> 1 titik & plat untuk <i>DUST JACKET</i> di Matte Art Paper 150 gsm (area cetak max. 46 cm), <i>print</i> warna 1 sisi, laminasi doff 2 sisi	1 lembar	130.500	130.500
Cetak <i>traditional foil stamping (gold doff)</i> 1 titik & plat untuk <i>BOOK COVER</i> di Geltex 175 gsm, A3	1 lembar	122.500	122.500
<i>Print typeset</i> 1 volume Sherlock Holmes, <i>black & white</i> 2 sisi, A4	88 lembar	44.000	44.000
<i>Print endpaper</i> di Eggshell 148 gsm, warna 2 sisi, A3+	2 lembar	29.250	58.500
<i>Graphic Board</i> No.45, 64 x 76 cm, 1.90 mm (FSC RECYCLED 100%), <i>Smurfit</i> , dipotong jadi 20.7 x 14 cm	2 lembar	2.208	4.416
Pita	2 buah	150	300
<i>Bookpaper</i>	44 lembar	90	3.960
Lem putih	1 buah	500	500
Lem kertas (<i>glue stick</i>)	1 buah	500	500
<i>Corrugated E-flute Box</i> (25 x 25 x 5 cm)	1 buah	1.750	1.750
Benang	120 cm	500 (untuk 120 cm)	500
Kain kasa	1 lembar	100	100

<i>Endband (Head & Tail)</i>	2 buah	50	100
<i>Wax seal</i>	1 buah	1.000	1.000
<i>Amplop & sticker packaging</i>	1 buah	20.000	20.000
<i>Tas goodie bag packaging</i>	1 buah	50.000	50.000
<i>Pouch serut kalung (6 x 6 cm)</i>	1 buah	1.900	1.900
<i>Pouch serut senter UV blacklight (5 x 12 cm)</i>	1 buah	2.100	2.100
<i>Bubble wrap</i>	1 buah	5.000	5.000
<i>Isolasi besar</i>	1 buah	1.000	1.000
<i>Tali rami</i>	1 buah	1.000	1.000
<i>Merchandise 221B Baker Street key necklace</i>	1 buah	25.000	25.000
<i>Merchandise bookmark set</i>	1 set	25.000	25.000
<i>Invisible ink</i>	1 buah	500	500
<i>Senter UV blacklight</i>	1 buah	20.000	20.000
<i>Kertas 1 rim (untuk print form booking kantor pos)</i>	1 rim	30.000	30.000
TOTAL			550.126

Tabel 3.5

Rencana Penjualan Per 1 Bulan

Keterangan Produk	Jumlah	Harga Jual/Set (US\$165 dikurskan Rp 16.300*)	Penerimaan Penjualan (Rp)
1 volume buku novel Sherlock Holmes	10 buku	2.689.500	26.895.000
TOTAL			26.895.000

*Kurs Jual BCA *E-rate* per tanggal 10 Juni 2024

Tabel 3.6

Upah Bekerja *Binder* Per 1 Bulan

Upah Bekerja <i>Binder</i> Per Buku (Rp)	Jumlah	Upah Bekerja <i>Binder</i> Per Bulan (Rp)
800.000	10 buku	8.000.000
TOTAL		8.000.000

3.3.1. Perhitungan Laba Usaha Kotor Per 1 Bulan (Sebelum Pembagian Royalti *Illustrator*)

Laba Usaha Kotor = Penerimaan Penjualan Per 1 Bulan – Upah Bekerja – (Total Biaya Produksi x 10 buku)

Laba Usaha Kotor = Rp 26.895.000 – Rp 8.000.000 – Rp 5.501.260

Laba Usaha Kotor = Rp 13.393.740

3.3.2. Pembagian Royalti *Illustrator* Per 1 Buku

Pembagian Royalti *Illustrator* = (Harga Jual – Total Biaya Produksi) x 20%

Pembagian Royalti *Illustrator* = (Rp 2.689.500 – Rp 550.126) x 20%

Pembagian Royalti *Illustrator* = Rp 427.874,8 -> Pembulatan menjadi Rp 428.000

3.3.3. Perhitungan Laba Usaha Bersih Per 1 Bulan (Sesudah Pembagian Royalti *Illustrator*)

Laba Usaha Bersih = Laba Usaha Kotor – (Pembagian Royalti *Illustrator* x 10 buku)

Laba Usaha Bersih = Rp 13.393.730 – (Rp 428.000 x 10 buku)

Laba Usaha Bersih = Rp 13.393.730 – Rp 4.280.000

Laba Usaha Bersih = Rp 9.113.730

3.3.4. *Return of Investment (ROI)*

$$[\text{Laba Usaha} : \text{Biaya Investasi}] \times 100$$

$$[\text{Laba Usaha} : (\text{Investasi Awal} + \text{Total Biaya Produksi})] \times 100$$

$$= [9.113.730 : (2.860.000 + 550.126)] \times 100$$

$$= [9.113.730 : 3.410.126] \times 100$$

$$= 2,672 \times 100$$

$$= 267,2\% \rightarrow \text{persentase efisiensi atau tingkat pengembalian dari suatu investasi}$$

3.3.5. *Pay Back Period (PBP) Dalam Bulan*

$$[(\text{Investasi Awal} + \text{Total Biaya Produksi}) : \text{Laba Usaha}] \times 12 \text{ bulan}$$

$$= [(2.860.000 + 550.126) : 9.113.730] \times 12 \text{ bulan}$$

$$= [3.410.126 : 9.113.730] \times 12 \text{ bulan}$$

$$= 0,374 \times 12 \text{ bulan}$$

$$= 4,448 \text{ bulan} \rightarrow 0,448 \times 30 \text{ hari} = 14,64 \text{ hari} \rightarrow 14 \text{ hari}$$

$$= 4 \text{ bulan } 14 \text{ hari}$$