

3. KONSEP DESAIN

3.1. Konsep Kreatif Perancangan Buku

3.1.1. Khalayak Sasaran

Target market adalah para wisatawan baik domestik maupun mancanegara yang sedang mencari informasi mengenai alternatif daerah tujuan wisata. Sedangkan *target audience* adalah para pengunjung toko buku atau para pengunjung pada acara promosi daerah Tuban.

Secara geografis, buku ini ditujukan kepada masyarakat Indonesia yang tinggal di daerah perkotaan. Secara psikografis, buku ditujukan untuk mereka yang tertarik atau sedang mencari alternatif daerah tujuan wisata, yang masih alami dan unik untuk dikunjungi. *Target audience* termasuk mereka yang suka *travelling* dan juga mereka yang suka iseng-iseng melihat buku-buku yang menarik dan kemudian membelinya.

Secara demografis, buku ini ditujukan untuk pria dan wanita, baik yang *single* maupun bagi yang sudah berkeluarga, usia 15 tahun ke atas. Buku ini ditujukan kalangan ekonomi menengah ke atas.

Dari segi *behavioural*, target adalah mereka yang ingin mencari ketenangan dalam berlibur, menyukai keadaan yang alami, gemar mengunjungi daerah-daerah yang baru.

3.1.2. Tujuan Kreatif

Buku ini hendak menekankan keunikan dan kekayaan Alam yang dimiliki oleh Tuban, yaitu Kawasan Pantai, Goa Akbar, Pemandian Bektiharjo, serta Klenteng, Makam Sunan Bonang, dan Masjid Agung yang memiliki Arsitektur unik dan menarik untuk dikunjungi. Melalui buku ini, konsumen diharapkan dapat mengenal Tuban lebih dekat serta mengetahui potensi objek wisata yang ada di daerah Tuban.

Buku ini juga bertujuan memberikan informasi sekaligus menghibur. Tampilan visual dibuat menarik agar calon konsumen, terutama mereka yang pada awalnya tidak mengetahui keadaan Kota Tuban, tidak suka *travelling*, atau sedang tidak mencari buku mengenai daerah wisata, tidak merasa malas untuk membaca buku tersebut, bahkan menjadi tertarik untuk berkunjung. Informasi objek wisata akan disampaikan melalui foto yang mendukung dengan disertai penjelasan.

3.1.3. Strategi Kreatif

Untuk merealisasikan konsep dan tujuan kreatif, serta dikarenakan belum pernah ada buku yang membahas secara khusus mengenai daerah Tuban. Yang ada adalah buku mengenai Jawa Timur secara keseluruhan, namun foto yang ditampilkan kurang menarik dan juga lemah dalam hal penataan *layout*, sehingga kurang menarik dan kurang efektif sebagai media promosi. Sebagai media promosi sebuah daerah tujuan wisata yang kurang dikenal, maka buku ini haruslah memuat informasi yang terperinci mengenai objek wisata di daerah tersebut agar orang yang tertarik untuk mengunjunginya tidak bingung, karena informasi yang ia dapatkan lengkap. Namun, informasi terperinci saja tidak cukup, dibutuhkan visualisasi yang menarik dengan tulisan yang tak terlalu banyak dan bahasa yang lebih ringan.

Isi buku akan ditekankan pada keunikan dan objek-objek wisata Kota Tuban yang menarik dan ramai dikunjungi oleh wisatawan. Meskipun demikian buku ini tidak akan menjelaskan keadaan di Tuban secara keseluruhan, karena titik berat buku adalah untuk mempromosikan daerah Tuban untuk daerah tujuan wisata budaya. Tampilan buku akan dibuat minimalis dengan dominasi foto untuk menarik perhatian pembaca. Penyampaian informasi dalam buku menggunakan kalimat-kalimat pendek yang sederhana agar pembaca tidak cepat merasa bosan.

3.2.Konsep Rancangan Buku

3.2.1. Judul Rancang Buku

3.2.1.1. Judul Utama Rancangan Buku

Judul dari buku ini adalah “Tuban; Kota Pantai Utara”. Dinamakan demikian karena Tuban merupakan Kota yang berada tepat di wilayah dan jalur Pantai Utara. Banyak para pengemudi kendaraan bermotor yang melewati Tuban, tapi tidak singgah di Kota Tuban. Padahal Kota Tuban juga tak kalah menariknya dibandingkan Kota-kota lainnya. Objek-objek wisata kota Tuban juga masih belum terekspos. Judul buku dibuat dalam bahasa Indonesia karena buku ini dibuat dalam satu bahasa yakni bahasa Indonesia, selain itu memiliki *target audience* masyarakat Indonesia.

3.2.1.2. Sub-sub Judul Rancangan Buku

- Halaman Judul
- Prakata
- Tentang Tuban
- Sejarah Tuban
- Garis besar Tuban
- Wisata Pantai Boom
- Klenteng Kwan Sing Bio
- Makam Sunan Bonang
- Masjid Agung
- Gua Akbar
- Pemandian Bektiharjo
- Ronggolawe
- Makanan Khas :
 - Siwalan
 - Legen
 - Nasi Nos
- Kebudayaan :
 - Nikah Massal
 - Batik Gedog
- Ucapan Terima Kasih.

3.2.2. Tema Rancangan

Tema dari desain buku ini adalah pengenalan Kota Tuban sebagai daerah tujuan wisata budaya. Dengan mengutamakan penyajian informasi daerah-daerah objek wisata dalam bentuk foto dan penjelasan singkat.

3.2.3. Maksud dan Tujuan

Maksud dari perancangan buku ini adalah untuk mengenalkan kota Tuban, bahwa Kota Tuban merupakan kota yang dapat dijadikan sebagai tujuan wisata budaya. Tujuannya adalah agar wisatawan, keberadaan Tuban dan objek-objek wisata yang ditawarkan, sehingga tertarik untuk mengunjunginya. Juga bagi yang bukan wisatawan, diharapkan menjadi tertarik untuk berkunjung ke Tuban atau setidaknya menjadi ingin mengetahui lebih tentang Kota Tuban.

3.2.4. Bentuk Penyajian dan Variasi Tampilan

Buku disajikan dalam bahasa Indonesia. Buku lebih banyak berisi foto daerah-daerah objek wisata di Tuban serta keindahannya.

Variasi tampilan berada pada komposisi *layout* meliputi pengaturan foto dan teks. Dimana foto mengalami *cropping* dan *editing*.

3.2.5. Jumlah Tipe

Dalam buku ini juga akan menggunakan media pendukung, seperti: brosur, poster, *banner*, dan pembatas buku. Brosur yang berisi penjelasan singkat mengenai latar belakang dan isi buku bertujuan untuk menarik minat masyarakat terhadap buku tentang Tuban tersebut. Poster dan *banner* berisi pesan visual dan verbal juga bertujuan untuk mempromosikan isi dari buku. Sedangkan pembatas buku merupakan benda pakai di mana terdapat visual yang menarik dengan pesan verbal yang berhubungan dengan Kota Tuban untuk menambah pengetahuan masyarakat mengenai Kota Tuban.

3.2.6. Ukuran dan Jumlah Halaman

Buku didesain berukuran 21 x 22 cm. Didesain kecil agar mudah dibawa. Jumlah halaman 72 halaman.

3.2.7. Gaya Desain

Gaya desain yang digunakan adalah minimalis (*simplicity*) dan tidak menggunakan ornamen karena ingin lebih menonjolkan pada foto.

3.2.8. Jenis *Layout*

Layout yang digunakan adalah kombinasi antara satu halaman dengan gambar dan teks sedangkan halaman yang lain gambar saja, dua halaman dengan gambar dan teks dan dua halaman dengan gambar penuh. Menggunakan *layout* seperti ini karena ingin memberikan bidang lebih kepada penempatan foto.

3.2.9. Tipografi

Tipografi terdiri atas tipografi judul dan *bodytext*. Tipografi judul “Tuban” menggunakan jenis huruf *Tempus Sans Itc* yang berkesan pribadi dan akrab. Ingin memberikan kesan bahwa Tuban adalah tempat untuk melewati liburan pribadi. Ingin lebih mengenalkan Tuban kepada masyarakat, khususnya wisatawan.

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

A b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 ! @ # \$ % ^ & * () _ + = : ; ' " < > , . ? \ / |

Untuk sub-judul “Kota Pantai Utara” menggunakan tipe *Informal Roman*, untuk mengesankan bahwa Tuban merupakan kota yang menarik, unik untuk dikunjungi.

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X

Y Z

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x

y z

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 ! @ # \$ % ^ & * () - + = :

; ` " < > , . ? /

Tipografi pada *text* menggunakan jenis huruf *berlin sans*, yang berkesan simple dan unik, sesuai dengan *image* simple dan modern yang ingin ditampilkan dari Buku “Tuban;Kota Pantai Utara”, yaitu

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 ! @ # \$ % ^ & * () - + = : ; ' " < > , . ? /

3.2.10. Teknik Cetak

Teknik yang digunakan untuk mencetak buku adalah teknik *offset*, dengan menggunakan 4 plat CMYK.

3.2.11. Kemasan Akhir Buku

Buku ini akan dikemas dengan menggunakan kotak pembungkus, agar terkesan menarik dan eksklusif.

3.2.12. Penerbit

Nama Perusahaan : PT. Wastu Lanas Grafika
 Alamat : Jl. Gayungsari Timur III Blok MGI No. 22
 Surabaya 60234
 Telp./Fax. 031-8291398
 Email: jeha107@indo.net.id
 Akte Pendirian : Notaris Ny. Nursetiani Budi, S.H
 Nomor 2 Tanggal 6 Agustus 2004
 Surat Ijin Usaha Perusahaan : Nomor 503/1468/436.4.12/2005
 Keanggotaan Persatuan
 Perusahaan Grafika Indonesia
 KTA PPGI Jatim : 202010520340
 KADIN : 20500-000033
 Nomor Pokok Wajib Pajak : Nomor 02.377.494.6-609-000
 Domisili : Nomor: 470/28/436.7.24.3/2004
 Tanda Daftar Perusahaan : Nomor: 13.01.1.22.16206

Tanda Daftar Industri : Nomor: 536/113/436.4.12/2004

Sponsor dan penerbit buku ini adalah PT. Wastu Lanas Grafika yang merupakan sebuah perusahaan Percetakan dan Perdagangan yang didirikan di Surabaya pada tahun 2004 dengan tujuan menyediakan layanan jasa:

1. Bidang Percetakan

- a. Memperdayakan hasil-hasil dari penerbitan
- b. Penjilidan, Kartonage, dan Pengepakan
- c. Pencetakan buku-buku
- d. Desain dan Cetak Grafis
- e. Offset
- f. Pencetakan Majalah-majalah dan Tabloid (Media Massa)
- g. Sablon
- h. Pencetakan Dokumen

2. Bidang Perdagangan

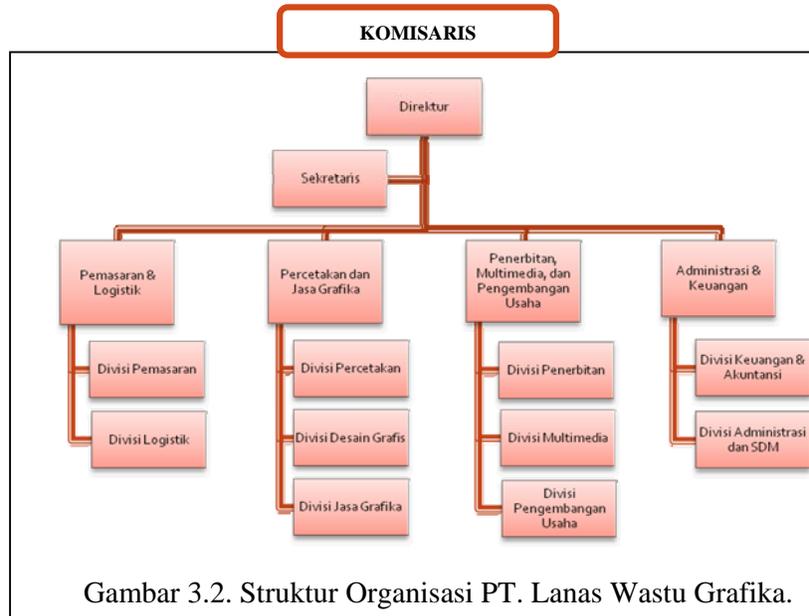
- a. Menjalankan usaha-usaha di bidang perdagangan
- b. *Grossier, supplier, leveransier, dan commission house*
- c. *Eksport dan Import*
- d. *Eksport Import* dan Perdagangan Bahan Bangunan dan Material
- f. *Eksport Import* dan Perdagangan Buku dan *Textbook*.
- g. Perdagangan Besar Lokal.

3. Bidang Lain

PT. Wastu Lanas Grafika di samping bergerak dalam bidang tersebut di atas, juga aktif mengelola Perpustakaan Medayu Agung, alamat Medayu Selatan IV No. 42-44 Perum. MDR (Medayu Dian Regency) Medokan Ayu Rungkut Surabaya 60295, Telp./Fax. 031-8703505, email: medayuagung@gmail.com



Gambar 3.1. Logo PT. Lanas Wastu Grafika.



3.3. Konsep Marketing

Bauran pemasaran (*marketing mix*) adalah seperangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk terus-menerus mencapai tujuan pemasarannya di pasar sasaran. Seperangkat alat pemasaran itu dikenal dengan empat P dalam pemasaran: produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*) dan promosi (*promotion*). Dari masing-masing variabel dalam bauran pemasaran ini diuraikan lagi bagian per bagiannya untuk dapat membentuk sistem pemasaran yang baik bagi pasar sasaran. Empat P adalah gambaran tentang pandangan penjual mengenai alat-alat pemasaran yang digunakan untuk mempengaruhi pembeli. Sedangkan dari sudut pandang pembeli, keempat alat pemasaran itu harus dirancang sedemikian rupa untuk dapat memberikan manfaat bagi pembeli (Kotler 1:18).

3.3.1. *Product*

Produk berupa buku yang didominasi oleh foto-foto keindahan objek-objek wisata di Kota Tuban . Pengambilan foto sesuai dengan *image* yang ingin ditampilkan oleh Kota Tuban sebagai keunikannya. Foto disertai dengan penjelasan singkat yang tampil dalam bahasa Indonesia. Penjelasan dibuat singkat agar para pembaca tidak cepat merasa bosan. Penataan *layout* secara minimalis agar karena ingin memfokuskan perhatian pada foto-foto.

Ukuran buku adalah 21 x 22 cm, terkesan praktis, mudah dibawa-bawa dan memang sengaja berbeda dengan buku-buku lain yang membahas daerah pariwisata, yang pada umumnya berukuran besar. Juga ingin mengesankan ini adalah bacaan yang ringan, informatif sekaligus menghibur. Buku ini akan dikemas dengan menggunakan kotak pembungkus, agar terkesan menarik dan eksklusif.

3.3.2. Place

Buku tersebut akan dipasarkan terutama di Surabaya terlebih dahulu. Hal ini berkaitan dengan isi buku yang cenderung berisi penjelasan mengenai Kota Tuban yang terletak di Jawa Timur. Karena Surabaya merupakan ibukota Jawa Timur, sekaligus kota terbesar di Jawa Timur, maka tempat pemasaran dianggap cukup tepat. Jika ternyata buku ini mendapat perhatian dari masyarakat, tidak menutup kemungkinan bahwa buku akan dipasarkan di kota-kota besar di Jawa, dan seluruh pelosok Indonesia.

Sedangkan strategi pemasaran buku dapat berjalan seiring dengan strategi promosi dan pemasaran Kota Tuban. Dimana ketika dilakukan promosi dan pemasaran buku menjadi pendukung dari kegiatan tersebut. Dan secara tidak langsung menjadi ajang pemasaran dan promosi buku. Selain itu, pemasaran buku juga dilakukan melalui toko-toko buku terkemuka.

Untuk pemasaran dalam negeri jangka panjang, wilayah distribusi utama adalah di kota-kota besar seperti di Jakarta, Bandung, Surabaya, dimana di kota-kota tersebut sangat potensial bagi wisatawan lokal yang ingin menghabiskan liburan yang tenang di tempat yang masih alami.

3.3.3. Price

Ukuran	: 22 cm x 21 cm
Posisi	: Vertikal
Warna	: <i>Full color</i>
Bahan	: <i>Garda Path 135 gr</i>
Jumlah cetak	: 1000 eksemplar
Teknik	: Cetak <i>offset</i>

Perincian biaya produksi :

1000 eksemplar buku = 3500 plano (1 rim = 500 plano)
 7 rim = Rp. 14.000.000,-
 Film isi (CMYK) = 78 halaman (39 plat)
 1 plat = Rp. 15.000,- ; 1 film = Rp. 26.460,-
 4 plat x 39 = Rp. 2.340.000,- ; 1 film x 78 = Rp. 2.063.880,-
 Ongkos cetak = Rp. 150.000 x 39 halaman = Rp. 5.850.000,-
 Cover = 550 plano
 Film + plat = Rp. 52.920,-
 Cover + jilid = Rp. 3.208.333,-

Buku	Rp. 2.063.880,-
	Rp. 2.340.000,-
	Rp. 14.000.000,-
	Rp. 5.850.000,-
Cover	Rp. 112.920,-
Finishing	Rp. 3.208.333,-

ISBN	Rp. 60.000,-
Editing	<u>Rp. 78.000,-</u>

Total	Rp. 27.713.133,-
-------	-------------------------

Pembatas buku (bonus)

Ukuran : 15 cm x 5,5 cm
 Warna : *Full color*
 Bahan : *Art paper* 230 gr
 Jumlah cetak : 3000 eksemplar
 Teknik : Cetak *offset*

Perincian biaya produksi :

3000 eksemplar = 30 plano	Rp. 24.300,-
Film (CMYK)	Rp. 34.650,-
Ongkos cetak + laminasi	<u>Rp. 831.000,-</u>
Total	Rp. 889.950,-

Poster Launching Buku

Ukuran	: 60 cm x 40 cm
Posisi	: Vertikal
Warna	: <i>Full color</i>
Bahan	: <i>Art paper</i> 190 gr
Jumlah cetak	: 100 eksemplar
Teknik	: Teknik <i>offset</i>

Perincian biaya produksi :

100 eksemplar = 50 plano

50 plano x Rp. 810,- Rp. 40.500,-

Film (CMYK) Rp. 168.000,-

Ongkos cetak + *cutting* Rp. 100.000,-

Total **Rp. 308.500,-**

Brosur Launching Buku

Ukuran	: 15 cm x 15 cm
Posisi	: Horisontal
Warna	: <i>Full color</i>
Bahan	: <i>Art paper</i> 120 gr
Jumlah cetak	: 2000 eksemplar
Teknik	: Teknik <i>offset</i>

Perincian biaya produksi :

2000 eksemplar = 67 plano

58 plano x Rp. 810,- Rp. 46.980,-

Film (CMYK) Rp. 11.830,-

Ongkos cetak + *cutting* Rp. 575.000,-

Total **Rp. 633.810,-**

Banner X Launching Buku

Ukuran	: 60 cm x 160 cm
Warna	: <i>Full color</i>
Jumlah cetak	: 50 eksemplar
Teknik	: <i>Printing outdoor</i>

Perincian biaya produksi :

1x print banner = Rp. 90.000,-	
Total	Rp. 4.500.000,-
Total Biaya Kreatif	
1. Cetak buku	Rp. 27.713.133,-
2. Pembatas buku	Rp. 889.950,-
Total Launching Buku	
1. Poster	Rp. 308.500,-
2. Brosur	Rp. 633.810,-
3. Banner X	Rp. 4.500.000,-
Total Keseluruhan	Rp. 34.045.393,-
Biaya produksi per buku	Rp. 34.045.393,- / 1000 eksemplar = Rp. 34.050,-

3.3.4. Promotion

Promosi yang akan dilakukan adalah promosi melalui media pendukung, antara lain: brosur, poster, *banner*, dan pembatas buku yang dijadikan bonus dalam buku.

3.3.5. Partnership

Untuk pemasaran, perlu diadakan kerja sama dengan Dinas Pariwisata dan pemerintah kabupaten Tuban agar buku ini bisa menjadi materi pendukung promosi. Juga melakukan kemitraan dengan hotel-hotel dan *travel agent*, baik dengan menawarkan mereka untuk memiliki buku, maupun melakukan jalinan kerja sama dengan menitipkan penjualan buku di tempat mereka. Buku ini bisa dijadikan menjadi salah satu alternatif *souvenir* bagi wisatawan yang berlibur.