

3. KONSEP DESAIN

3.1. Konsep Perancangan Media

3.1.1. Tujuan Perancangan

Dalam perancangan buku *fashion* ini mempunyai beberapa tujuan yang akan dicapai, yaitu mencakup tujuan secara khusus dan secara umum. Secara khusus perancangan ini mempunyai tujuan yaitu mengemas karya-karya desain baju dari desainer Retno Tan ke dalam sebuah buku. Sedangkan secara umum, tujuan dari perancangan ini adalah sebagai sarana promosi desainer Retno Tan melalui buku *fashion* mengenai karya-karya bajunya sehingga akan tercipta *image* yang baik di mata masyarakat. Perancangan ini juga bertujuan untuk mengangkat kebudayaan seni batik, yaitu bahwa batik tidak selalu berkesan tradisional dan ketinggalan jaman, tetapi batik juga dapat dikombinasikan dengan kain-kain yang lain sehingga membentuk desain baju yang berkesan modern dan tidak ketinggalan jaman, dalam hal ini khususnya adalah batik dari daerah Solo. Selain itu, masyarakat juga akan mendapat pengetahuan mengenai fotografi *fashion*, tentang apa saja yang dibutuhkan dalam membuat suatu foto *fashion* yang baik, dan juga bagaimana pengambilan-pengambilan sudut pandang dalam sebuah foto *fashion* yang baik.

3.1.2. Strategi Perancangan

Dalam pembuatan rancangan visual ini dibutuhkan strategi-strategi agar perancangan ini dalam menghasilkan sebuah karya yang baik. Strategi-strategi tersebut dapat dibagi dalam beberapa hal. Hal-hal tersebut adalah :

- Pemilihan bentuk buku

Pemilihan bentuk buku sangat mempengaruhi dalam pembuatan rancangan ini. Buku yang dibuat harus merupakan sebuah buku yang dapat menarik minat dari *target audience*. Dalam hal ini *target audience*-nya adalah masyarakat kelas menengah ke atas. Maka buku yang nantinya akan dibuat adalah buku yang berkesan elegan. Mulai dari pemilihan bahan cover dan bahan kertas yang

digunakan. Bahan-bahan yang digunakan adalah kertas yang terkesan mewah dan mahal. Bentuk buku juga harus diperhatikan. Dalam perancangan ini, buku yang akan dirancang adalah berbentuk kotak, karena dengan bentuk kotak akan lebih terkesan sederhana tetapi tetap elegan dan mewah.

- Pemilihan warna

Pemilihan warna juga sangat mempengaruhi rancangan ini. Karena warna sangat menarik perhatian masyarakat mengenai pesan dan kesan yang akan disampaikan. Warna yang digunakan harus sesuai dengan tema yang akan dibuat dalam perancangan buku ini. Warna - warna tersebut mencakup warna dari cover dan warna perhalamannya.

- Pemilihan Tipografi

Tipografi memegang peranan penting dalam pembuatan buku. Karena dengan bahasa tipografi penulis / perancang dapat langsung menyampaikan pesan yang dimaksud. Maka pemilihan huruf / *font* dalam perancangan ini haruslah yang mudah dibaca oleh masyarakat, yaitu dengan cara memilih *font* sans serif yang bertipe sederhana. Tetapi selain memilih *font* sesederhana mungkin, juga harus memperhatikan tema yang digunakan. Huruf yang dipakai sebaiknya disesuaikan dengan tema. Sehingga dengan tipografi yang baik, buku yang dihasilkan nantinya akan semakin menarik minat dari pembaca.

- Pemilihan Ilustrasi

Ilustrasi merupakan bagian terpenting dari sebuah buku *fashion*. Tanpa adanya ilustrasi, maka tidak akan ada buku *fashion*. Maka ilustrasi yang digunakan juga harus dipikirkan sematang mungkin. Dalam perancangan ini, ilustrasi yang digunakan adalah berupa foto. Sengaja ilustrasi yang digunakan dalam bentuk foto karena hasil dari sebuah fotografi akan terkesan lebih nyata di mata masyarakat, pembaca akan langsung mengerti tentang apa yang akan disampaikan oleh penulis. Foto - foto yang ditampilkan juga harus terlebih dahulu diseleksi dengan baik mana yang pantas untuk ditampilkan di buku. Foto - foto yang terkesan *fashionable* (lebih mengutamakan unsur *fashion*) adalah foto yang akan dipakai dalam perancangan ini.

- Pemilihan *Layout*

Dalam sebuah buku pasti ada sebuah *layout* di dalamnya. penyusunan *layout* sangat tergantung dari penyusunan komposisi. Yang harus dikomposisikan dengan baik dalam buku ini adalah ilustrasi dan teks (tipografi). Bagaimana penyusunan ilustrasi dan tipografi yang baik agar sesuai dengan *target audience* yang dicapai dan juga sesuai dengan tema yang digunakan. *Layout* yang disusun adalah sebuah *layout* buku yang elegan dan terkesan mewah, sesuai dengan *target audience* yang hendak dicapai.

3.1.3. Konsep Perancangan Fotografi

Seluruh unsur visual (ilustrasi) yang ada di dalam buku ini adalah berasal dari fotografi. Dalam buku ini ilustrasi utamanya adalah foto-foto *fashion* dari baju desain Retno Tan. Foto-foto yang dihasilkan adalah foto-foto baju yang telah dipakai oleh peraga / model. Foto telah diseleksi dan dipilih yang terbaik dari segi *fashion*. Juga terdapat foto-foto mengenai kebudayaan batik Solo sebagai pengantar di dalam buku tersebut.

3.1.3.1. Tempat / Lokasi Pemotretan

Foto-foto tersebut dibuat di studio milik penulis dan di luar studio / *outdoor*. Foto studio menggunakan pencahayaan dari lampu *flash* studio, sedangkan foto *outdoor* lebih mengutamakan pencahayaan alami dari sinar matahari, dan juga dibantu sedikit menggunakan *flash external* dari kamera. Foto *outdoor* dibuat di lokasi - lokasi yang sudah disurvei terlebih dahulu dan merupakan tempat yang cocok untuk membuat foto tersebut, yaitu di hutan karet Karang Pandan, bangunan tua di Solo yang disebut Atrium Solo Baru, dan di sawah-sawah daerah Tawang Mangu. Semua tempat tersebut berada di daerah kota Solo dan sekitarnya.

3.1.3.2. Peralatan

Dalam pemotretan, penulis menggunakan beberapa peralatan, antara lain

- Kamera digital *SLR Nikon D200*
- Kamera digital *SLR infra-red Nikon D70*

- Lensa kamera, antara lain :
 - *Nikon DX 18-200mm VR f/3,5-5,6*
 - *Nikon D 50mm f/1,8*
 - *Nikon D 80-200mm f/2,8*
 - *Sigma 12-24 f/4-5,6 for Nikon*
- *Flash External Nikon SB-800*
- Reflektor
- 1 set peralatan studio, antara lain :
 - *background*
 - 4 buah lampu studio, berisi 3 buah *softbox* dan 1 buah *standard reflector*
- Peralatan penunjang dalam pemotretan, seperti :
 - aksesoris untuk model (kalung, kipas, anting, gelang)
 - kain
 - kursi
 - vas bunga
 - kayu / triplek
 - selambu
 - karpet

3.1.3.3. Peraga / Model

Dalam pemotretan ini, penulis menggunakan 6 orang peraga / model. Model-model tersebut semuanya adalah wanita, 5 orang adalah wanita yang berumur 17-25 tahun, sedangkan 1 orang adalah anak-anak. 5 model tersebut antara lain 2 orang adalah model profesional yang berasal dari kota Solo, 2 orang adalah teman penulis yang bersedia menjadi sukarelawan untuk memperagakan baju-baju rancangan Retno Tan ini, seorang lagi adalah Retno Tan yang juga ikut berperan menjadi model rancangan bajunya sendiri.

3.1.3.4. Sesi pemotretan

Dalam perancangan karya desain ini terdapat 4 kali sesi pemotretan. Waktu satu kali sesi pemotretan adalah setengah hari dari pagi sampai menjelang

malam. 4 kali sesi pemotretan tersebut dibagi menjadi 2 kali sesi pemotretan *indoor* / studio dan 2 kali sesi pemotretan di *outdoor*. Sesi pertama adalah pemotretan di dalam studio, di sesi pertama ini penulis menggunakan 3 orang model yaitu, 2 orang model profesional yang berasal dari kota Solo, dan seorang lagi adalah model sukarelawan dari teman penulis. Penulis selaku fotografer dibantu oleh seorang teman untuk menganalisa foto-foto yang telah dibuat. Penulis juga menggunakan jasa tukang *make-up* untuk merias model-model tersebut. Dalam sesi pertama telah menyelesaikan 12 jenis baju dalam waktu sekitar 10 jam. Sesi kedua adalah sesi *outdoor* di Hutan Karet, Karang Pandan dan area persawahan di daerah Tawang Mangu. Dalam sesi ini, penulis menggunakan 2 orang model untuk memperagakan 4 jenis baju. Jasa *make-up* dilakukan sendiri oleh desainer Retno Tan yang kebetulan juga menguasai teknik *make-up* model. Sesi kedua ini berlangsung selama sekitar 6 jam. Sesi ketiga juga bertempat di *outdoor* yaitu di bangunan tua bernama Atrium berada di daerah Solo Baru. Sesi ini penulis hanya menggunakan satu orang model untuk memperagakan 2 jenis baju. Sesi ini hanya berlangsung selama kurang lebih 4 jam. Sesi terakhir yaitu sesi keempat adalah sesi pemotretan *indoor*/studio. sesi ini penulis menggunakan 3 orang model, yaitu teman dari penulis, Retno Tan, dan seorang lagi adalah anak-anak. Sesi keempat ini telah menyelesaikan 8 jenis baju. *Make-up* model dilakukan oleh Retno Tan. Sesi ini berlangsung selama kurang lebih 6 jam.

3.1.3.5. Kru

Dalam sesi pemotretan, penulis didampingi oleh beberapa orang kru yang bersedia membantu penulis dalam melakukan sesi pemotretan tersebut. Kru-kru tersebut adalah rekan penulis yang berprofesi sebagai fotografer di kota Solo. Ada sekitar 3 orang fotografer yang membantu penulis dalam menganalisa dan membantu penulis dalam mengatasi masalah-masalah yang dialami penulis mengenai seputar pemotretan. Untuk *make-up* penulis menyewa jasa tukang *make-up* untuk merias model pada sesi pertama pemotretan, tiga sesi berikutnya *make-up* dilakukan sendiri oleh Retno Tan.

3.1.4. Konsep Perancangan Buku

3.1.4.1. Bentuk

Bentuk buku yang akan dirancang adalah berbentuk kotak berukuran 27,5x 21cm. Konsep desain buku yang dihasilkan adalah kesan elegan dan modern, karena buku ini ditujukan terutama kepada masyarakat menengah ke atas. Cover Buku ini nantinya akan memutar menutup bagian kanan dan kiri buku. Buku akan dibungkus dengan tempat (*jacket*) yang didesain menggunakan bahan kardus *hardcover*.

3.1.4.2. Tipografi (teks)

Terdapat 2 jenis tipe *font* dalam perancangan buku *fashion* ini, yaitu tipografi untuk *headline* dan untuk *sub-headline*-nya. Bagian *headline* menggunakan tipe *font Zothique Demo*, sedangkan untuk *sub-headline* menggunakan tipe *Book Antiqua*. Tipe font *Zothique Demo* dipilih karena berkesan etnik dan unik, cocok untuk menggambarkan unsur batik Solo yang penulis angkat. Sedangkan tipe *Book Antiqua* dipilih untuk menggambarkan kesan elegan tapi tetap sederhana.

Headline terdapat di setiap segmen-segmen. *Font Zothique Demo* yang dipakai menggunakan ukuran 110 *point*. Pada *sub-headline* dan isi buku font *Book Antiqua* menggunakan ukuran 10 *point*, jarak antar huruf 75, dan jarak tiap barisnya adalah 14.

3.1.3.4. Layout

Layout dalam buku ini sengaja dibuat agar terkesan elegan dan mewah. penyusunan antara unsur visual dan verbal dibuat *sesimple* mungkin untuk menghindari kesan acak-acakan. Komposisi ilustrasi di setiap halamannya cukup bervariasi, foto diletakan di satu halaman penuh, ada juga foto di atas 2 halaman penuh, atau tigaperempat dan seperempat bagian dari halaman. Peletakan tipografi diatur mengikuti peletakan ilustrasinya. Paragraf dari tipografi hanya menggunakan format rata kiri untuk memudahkan pembacaan. Komposisi antara ilustrasi dan tipografi nya juga didukung oleh unsur-unsur tambahan seperti garis tepi, gambar bunga, kotak-kotak yang berwarna, dan simbol-simbol yang

menggambarkan aspek tradisional yang disusun untuk menghasilkan suatu bentuk layout buku yang sederhana tetapi tetap elegan.

3.1.3.5. Bahan

Bahan per halaman buku tersebut menggunakan kertas *double-side glossy* agar terkesan mewah dan elegan. Untuk *cover* menggunakan format *hard-cover* agar buku terkesan kuat dan mahal. Kertas yang digunakan untuk mengisi halaman adalah kertas jenis *Phoeno Recycled* 170 gram berwarna *Halfmatt White*, sedangkan untuk *cover* menggunakan jenis kertas *FP Keaykolour Met.T.* 120 gram berwarna *Ice Gold Antique*.

3.1.3.6. Isi Buku / *Outline*

Isi buku menceritakan tentang karya - karya dari desainer Retno Tan. Setelah *cover*, terdapat halaman utama berisi nama buku dan pengarangnya. Kemudian dilanjutkan dengan daftar penerbit dan kata pengantar. Setelah itu barulah masuk ke daftar isi dan dilanjutkan dengan biodata dari desainer Retno Tan, dilanjutkan dengan sedikit informasi secara umum mengenai seni batik Solo sebagai pengantar. Terakhir baru masuk ke dalam rentetan foto - foto fashion mengenai karya baju dari Retno Tan yang disusun berdasarkan jenis tipe bajunya, yaitu *glamour, classic, casual, for kids, dan the best Retno Tan's fashion*.

3.1.3.7. Halaman

Total halaman dari buku ini adalah 109 halaman, yang terdiri dari satu halaman setelah *cover*, satu halaman daftar pengarang, satu halaman kata pengantar, dua halaman daftar isi, 2 halaman biodata Retno Tan, 4 halaman berisi tentang seputar Batik Solo, dan sisanya 104 halaman berisi foto-foto rancangan batik desainer Retno Tan.

3.1.3.7. Budget

Budget untuk pemotretan adalah sebagai berikut :

Keterangan	Budget
1. Perlengkapan memotret	Milik Sendiri
2. Menyewa model	Rp. 250.000,00 satu kali sesi
3. Lain-lain (biaya makan model, transport, dan biaya tak terduga)	Rp. 500.000,00

Tabel 3.1. Budget pemotretan

Daftar biaya yang dikeluarkan untuk mencetak buku.

Keterangan	Biaya yang dikeluarkan
Budget Cetak Print 1 Buku	
- 55 lembar	Rp. 50.000,00
- <i>Hardcover</i>	
1000 exp. buku	Rp. 50.000,00 x 1000
Total	Rp. 50.000.000,00

Tabel 3.2. Budget Media

3.2. Konsep Pemasaran

3.2.1. Tujuan Pemasaran

Buku yang dihasilkan mempunyai tujuan pemasaran yaitu agar masyarakat dapat tertarik terhadap desain-desain baju dari Retno Tan, sehingga dapat meningkatkan penjualannya.

3.2.2. Strategi Pemasaran

Dengan menggunakan buku tersebut, masyarakat akan lebih mudah untuk melihat karya-karya desain baju dari Retno Tan, maka dalam pemasarannya, buku-buku tersebut akan menjadi pegangan Retno Tan dalam memasarkan desain bajunya. Buku tersebut akan disebarluaskan kepada masyarakat dengan cara mempromosikannya di media koran, majalah. Serta membuat media - media pendukung promosi seperti *banner*, poster, dan brosur.

3.2.3. Program Pemasaran

Buku ini mempunyai target audience yaitu masyarakat menengah ke atas, maka segmen yang dituju adalah kelas atas. Daerah distribusi pertama dari buku ini adalah daerah Solo dan sekitarnya, setelah itu barulah meluas ke daerah luar kota dan sekitarnya. Harga akan disesuaikan dengan biaya produksi dan daya beli masyarakat.

3.3. Konsep Perancangan Media Promosi

3.3.1. Tujuan Komunikasi Periklanan

Tujuan komunikasi periklanan ini adalah untuk meningkatkan *omzet* penjualan dan menarik minat pelanggan. Selain itu, juga sebagai sarana untuk memperkenalkan desain-desain baju Retno Tan kepada masyarakat umum.

3.3.2. Strategi Komunikasi Periklanan

Dalam membuat media promosi, diperlukan beberapa cara agar media tersebut dalam tampil sebaik mungkin, sehingga dapat menarik perhatian konsumen, media promosi yang baik adalah media yang efektif yaitu dapat berkomunikasi dengan baik kepada *target audience*

3.3.3. Tujuan Media

Tujuan media promosi ini adalah untuk melengkapi kebutuhan promosi dari buku *fashion* baju desainer Retno Tan. Sehingga keberadaan media-media ini akan lebih menarik minat konsumen.

3.3.4. Strategi Media

Media-media yang dibuat adalah media *Above The Line* yaitu:

- Poster

Poster berukuran A1 84x54cm yang berisi tentang promosi dari buku *fashion* yang dibuat. Di dalam poster terdapat unsur visual dan verbal.

- Stand Banner

Stand Banner berukuran 160cmx60cm dicetak di atas kertas *glossy* mempunyai fungsi yang sama dengan poster, yaitu sebagai media pendukung

dalam mempromosikan buku *fashion* batik desainer Retno Tan. Ilustrasi menjadi unsur yang utama dalam pembuatan *banner*. Didukung dengan tipografi di dalamnya.

- Pembatas buku

Pembatas buku berukuran 27x11cm. Menggunakan kertas *glossy*.

- Tas

Tas yang dibuat berukuran 40x30cm menggunakan bahan kertas *glossy*. Dibuat memanjang dengan desain bagian depan putih polos dengan logo Retno Tan di bagian tengah. Lalu bagian samping tas berwarna merah bergambar motif kain batik.

- Tempat kartu nama

Terbuat dari kayu jati untuk menggambarkan kesan tradisional tetapi tetap mewah. Di bagian atas terdapat logo Retno Tan.

- *Slayer*

Slayer bermotif batik yang berwarna merah kekuningan. Sebagai bonus pada *launching* pertama dari buku *fashion* Retno Tan ini.

- Pin

Pin berbentuk lingkaran dengan ukuran diameter 5,5cm bergambar seperti *cover* buku *fashion* tersebut. Bahan kertas pin adalah *doft*.

- Stiker

Stiker berukuran 10x5cm bergambar logo Retno Tan.

- Kalender Meja

Kalender berukuran 23x16cm. Dicitak berwarna diatas kertas *glossy* 260 gram.

- Iklan koran

Iklan dalam koran di media yang berwarna. Iklan koran dimuat dalam di koran *Jawa Pos* pada bagian rubrik *Jawa Pos* halaman 16. Dimuat di rubrik Jawa Pos karena sengaja ditujukan kepada masyarakat umum. Iklan berwarna agar terkesan elegan karena masyarakat yang dituju adalah masyarakat menengah ke atas. Iklan ini mempunyai ukuran 20x13,5cm.

- Iklan majalah

Iklan majalah menggunakan ukuran satu halaman majalah penuh. Iklan majalah dimuat di majalah *Kartini*. Sengaja dipilih majalah *Kartini* karena majalah *Kartini* selain merupakan majalah *fashion* juga merupakan majalah yang banyak memuat unsur-unsur tradisional seperti batik. Majalah *Kartini* juga merupakan majalah yang cocok untuk *target audience* yang dituju karena harga *Kartini* juga dapat dijangkau oleh masyarakat menengah. Tidak terlalu mahal dan tidak terlalu murah. Ukuran iklan majalah adalah 28,5x21cm

3.3.5. Program Media

Media-media promosi yang dibuat akan mulai digunakan pada saat *launching* pertama buku *fashion* ini. Poster, *banner* akan diperbanyak sesuai dengan tempat distribusi buku *fashion* ini. Sedangkan untuk iklan koran akan dimuat di koran selama satu hari agar dapat dilihat oleh berbagai kalangan masyarakat. Koran yang dipakai adalah koran Jawa Pos pada rubrik *Jawa Pos*. Untuk iklan majalah akan dimuat selama 2 edisi. Majalah yang dipakai adalah majalah khusus wanita *Kartini*.

Pembatas buku, pin, tempat kartu nama, dan *slayer* digunakan sebagai bonus saat pembeli membeli buku *fashion* pada acara *launching*. Untuk kalender akan dibagikan secara gratis kepada pelanggan yang menggunakan jasa Retno Tan dalam membuat rancangan baju-bajunya.

3.3.6. Budget Media

Berikut adalah tabel mengenai budget yang dikeluarkan dalam membuat media-media promosi seperti poster, banner, pin, kalender, dll. Dalam tabel dijelaskan budget dalam pembuatan sebanyak 1000 buah sesuai dengan buku yang didistribusikan, yaitu :

Media	Budget
1. Iklan koran di rubrik Jawa Pos	Rp. 48.000.000,-
2. Iklan Majalah	Rp. 5.000.000,-
3. Banner	Rp. 60.000,-
4. Poster	Rp. 65.000,-
5. 1000 buah Stiker	@Rp. 500,- x 1000 = Rp.500.000,-
6. Pin 1000 buah	@Rp. 6000,- x 1000 = Rp.6.000.000,-
7. Kalender Meja 1000 buah	@Rp. 50.000,- x 1000 = Rp. 50.000.000,-
8. Pembatas buku 1000 buah	@Rp. 2500,- x 1000 = Rp. 2.500.000,-
9. Slayer 1000 buah	@Rp. 10.000,- x 1000 = Rp. 10.000.000,-
10. Tempat Kartu Nama 1000 buah	@Rp. 20.000,- x 1000 = Rp. 20.000.000,-
11. Tas	@Rp. 65.000,00
Total	Rp. 142.190.000,-

Tabel 3.3. Tabel Budget Media Promosi

3.4. Konsep Kreatif (Promosi)

3.4.1. Tujuan Kreatif

Tujuan dari promosi perancangan buku *fashion* ini adalah untuk mempublikasikan karya - karya baju batik dari desainer Retno Tan agar diketahui oleh masyarakat luas khususnya bagi masyarakat yang biasa menggunakan batik sebagai busananya.

3.4.2. Strategi Kreatif

Ada beberapa hal yang perlu diperhatikan agar proses peluncuran dari buku *fashion* ini dapat lancar dan mengena di masyarakat umum. Hal - hal tersebut antara lain :

- Pemilihan Waktu

Dalam melakukan promosi, waktu adalah unsur penting yang perlu diperhatikan. Waktu dapat ditentukan dari situasi yang terus berubah di

masyarakat. Masyarakat disini yang dimaksud adalah *target audience*. Waktu yang tepat adalah saat dimana masyarakat mulai mencari alternatif fashion yang baru, sehingga daya beli masyarakat menjadi lebih tinggi.

- Pemilihan Tempat

Tempat yang dipilih dalam mempromosikan buku adalah tempat yang sering didatangi oleh *target audience*. Tempat yang dipilih adalah tempat dimana promosi dari buku ini dapat terlihat jelas oleh konsumen.

- Pemilihan Urutan Promosi

Urutan promosi yang tepat sangat mempengaruhi penjualan. Masyarakat akan dibuat penasaran dan kemudian akhirnya akan mencari.

3.4.3. Program Kreatif

Saat acara launching buku yang dijual kepada 50 pembeli pertama di setiap tempat launching-nya akan diberi bonus berupa pin, tempat kartu nama, dan slayer. Satu-satunya stand launching buku Retno Tan ini adalah bertempat di toko buku Balai Soedjatmoko, toko buku Gramedia, Solo. Pada saat peluncuran buku, pengunjung akan diperkenalkan sendiri oleh Retno Tan yang datang langsung ke tempat tersebut. Retno Tan akan menggunakan beberapa orang model untuk memperagakan secara langsung baju-baju yang ia rancang melalui acara *fashion show*. Untuk distribusi pertama, buku akan dicetak sebanyak 1000 buah yang akan disebar ke seluruh kota-kota di Indonesia.

3.4.3.1. Waktu

Waktu yang tepat untuk launching buku tersebut adalah saat pergantian musim fashion. Yaitu sekitar tengah tahun, saat pergantian musim bulan Juni sampai Agustus, otomatis perusahaan - perusahaan baju di seluruh Indonesia akan membuat desain baju mereka yang baru. Maka, akan banyak orang lebih berani untuk mengeluarkan uang mereka untuk membeli baju yang mereka sukai. Saat - saat itu adalah dimana kebanyakan daya beli dari masyarakat meningkat. Dalam hal ini penulis dan Retno Tan berencana menerbitkan buku pada akhir bulan Agustus.

Acara launching buku adalah sekitar satu minggu, baru kemudian mulai didistribusikan ke kota-kota lain pada minggu berikutnya bersamaan dengan pemasangan iklan di koran dan majalah.

3.4.3.2. Tempat

Tempat yang digunakan pertama kali untuk launching buku ini adalah di Balai Soedjatmoko, Solo. Balai Soedjatmoko bertempat di depan gedung toko buku Gramedia, Solo. Sebelum masuk ke toko buku Gramedia, pengunjung harus melewati dahulu balai Soedjatmoko, maka dari itu, tempat ini adalah tempat yang paling cocok untuk menyelenggarakan launching buku fashion Retno Tan. Baru kemudian akan didistribusikan ke luar kota melalui toko-toko buku berkelas menengah ke atas seperti Gramedia, Karunia, dan Gunung Agung.

3.4.4. Budget Kreatif

Penyewaan tempat di balai Soedjatmoko tidak dikenakan biaya. Untuk biaya penyewaan model dalam acara fashion show adalah Rp. 250.000,00 untuk setiap model. Untuk distribusinya, buku harus dicetak dalam jumlah yang besar, biaya untuk cetak setiap bukunya adalah Rp. 50.000,00. Buku akan dijual dengan harga Rp. 150.000,00. Maka keuntungan yang didapat setiap bukunya adalah Rp.100.000,00. Sehingga 1000 buku yang laku terjual akan mendapat keuntungan bersih sekitar Rp. 100.000.000,00. Target keuntungan dalam distribusi pertama yaitu Rp.50.000.000,00.