

JURNAL
PERANCANGAN *CREATIVE STORYTELLING BOOK*
TENTANG *CREATIVEPRENEUR*



PENCIPTAAN

Dellana Arievta

NIM 1210037124

PROGRAM STUDI S-1 DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
JURUSAN DESAIN FAKULTAS SENI RUPA
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA

2016

Jurnal Tugas Akhir Karya Desain berjudul:

PERANCANGAN *CREATIVE STORYTELLING BOOK* TENTANG *CREATIVEPRENEUR* Diajukan oleh Dellana Arievta NIM 1210037124, Program Studi Desain Komunikasi Visual, Jurusan Desain, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta, telah disetujui oleh Tim Pembina Tugas Akhir pada tanggal 20 Oktober 2016 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima.



**Ketua Program Studi S-1
Desain Komunikasi Visual**

Drs. Hartono Karnadi, M.Sn.
NIP: 196502091995121001

JURNAL
PERANCANGAN *CREATIVE STORYTELLING BOOK*
TENTANG *CREATIVEPRENEUR*

oleh :
Dellana Arievta
NIM 1210037124

A. Abstrak

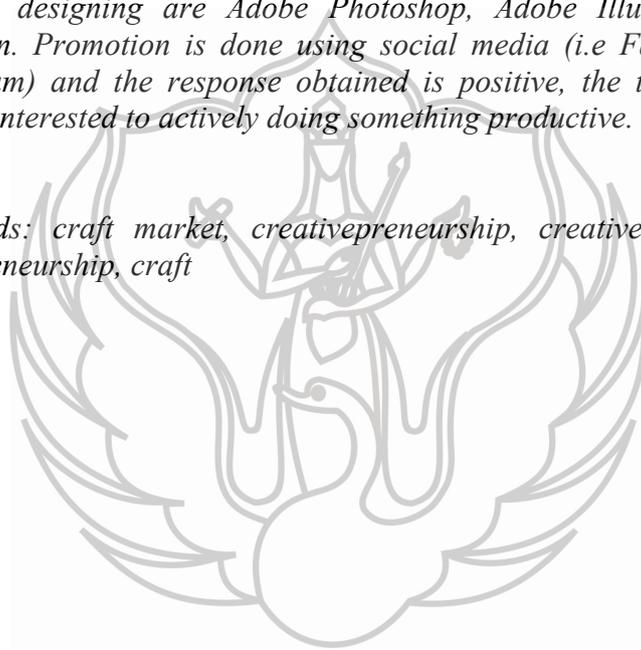
Indonesia adalah negara yang dikenal dengan budaya konsumtif. Meski pertumbuhan ekonomi Indonesia sedang melemah tetapi daya beli masyarakatnya masih sangat tinggi, yang kemudian pada akhirnya selalu menjadi sasaran empuk bagi para negara produsen. Karena kemampuan untuk memproduksi masih sangat rendah, pertumbuhan wirausaha pun juga masih sangat minim padahal dengan diberlakukannya AFTA 2015 seharusnya dapat menjadi jembatan bagi Indonesia untuk menggerakkan roda perekonomian, namun sebaliknya, AFTA 2015 justru berbalik menjadi tantangan. Judul karya tugas akhir ini adalah “Perancangan *Creative Storytelling Book* tentang *Creativepreneur*” tujuannya adalah menanamkan minat *entrepreneur* sejak dini khususnya pada remaja dan dewasa muda dengan cara menceritakan pengalaman segelintir *creativepreneur* muda dengan media buku berilustrasi dan tutorial membuat kerajinan tangan, sehingga mereka tertarik untuk menjelajahi dunia kewirausahaan lebih jauh lagi. Metode yang digunakan dalam perancangan adalah studi pustaka, survei lapangan dan wawancara narasumber yang terkait. Piranti lunak yang digunakan dalam merancang buku *creative storytelling* ini adalah Adobe Photoshop, Adobe Illustrator dan Adobe InDesign. Promosi yang dilakukan menggunakan media sosial, yaitu Instagram dan *Fan Page* Facebook. Dari hasil publikasi beberapa bagian buku, respon yang didapat adalah positif, terutama *target audience* yang mulai tertarik untuk ikut aktif mengerjakan hal-hal yang produktif.

Kata kunci: *craft market*, *creativepreneurship*, *creative storytelling book*, *entrepreneurship*, kerajinan tangan

Abstract

Indonesia is a country known for a culture of consumption. When the economic growth is low, their purchasing power is still very high which ultimately has always been an easy target for producer countries. Because the ability of Indonesia to produce is still very low, entrepreneurial growth was also still very minimal when the implementation of AFTA in 2015 supposed to be a way for Indonesia to moving forward instead of being a threat itself. The goal of this “Perancangan Creative Storytelling Book tentang Creativepreneur” thesis is telling people from an early age with stories of the young creativepreneurs in order to build up an interest to explore the world of entrepreneurship even further, especially adolescents and young adults. The method which used are literature study, field observations, survey and interview to the related sources. The software which used in designing are Adobe Photoshop, Adobe Illustrator and Adobe InDesign. Promotion is done using social media (i.e Facebook Fan Page, Instagram) and the response obtained is positive, the target audience are getting interested to actively doing something productive.

Keywords: craft market, creativepreneurship, creative storytelling book, entrepreneurship, craft



B. Pendahuluan

1. Latar Belakang

Indonesia dikenal sebagai negara yang kaya akan sumber daya alam, terbukti dengan beberapa negara berusaha untuk menjajah hasil kekayaan alamnya. Kekayaan alam tidak terus menerus ada, maka pengelolaan dan pemanfaatan yang maksimal harus dilakukan. Ironisnya dengan kekayaan Sumber Daya Alam (SDA) yang melimpah, Indonesia sejak tahun 1970 hingga saat ini justru semakin dikenal sebagai negara konsumtif. Di saat pertumbuhan ekonomi Indonesia sedang melemah pun, karena daya beli yang sangat tinggi, Indonesia tetap menjadi sasaran empuk para negara produsen. Dari segi industri sistem robotisasi, negara-negara maju akan terlampau sulit untuk dilawan, maka mengekspos kelebihan bangsa Indonesia dalam keterampilan *craftsmanship* dapat menjadi solusi ideal. Ketika hampir semua barang dibuat oleh mesin, sentuhan tangan dalam produk-produk berbasis *handmade* otomatis menjadikan produk bernilai seni tinggi yang apabila digunakan ada rasa bangga dan memiliki daya saing tersendiri. Penyajian produk seperti desain kemasan dan branding produk dianggap sebagai faktor-faktor yang meningkatkan nilai jual dan daya saing suatu produk. Di sinilah peran besar Desain Komunikasi Visual (DKV) dalam industri kreatif. Mahasiswa yang berkuliah atau memiliki minat di bidang DKV dapat dikatakan memiliki senjata tambahan jika mampu meluaskan pandangan dan mulai menyadari kebutuhan negeri ini akan daya cipta karena menurut Andry Masri, aspek visual adalah aspek pertama yang berhubungan dengan sebuah produk pakai (Masri, 2010).

Saat ini banyak situs yang mendukung produsen-produsen lokal untuk memasarkan produknya secara *online* atau biasa disebut dengan istilah *online marketplace*. Dengan adanya produksi barang-barang lokal, roda perekonomian masyarakat pun bergerak sehingga usaha-usaha kecil lainnya juga akan ikut terbantu. Besarnya jumlah calon konsumen potensial, bila tidak diimbangi dengan gencarnya peningkatan produsen lokal untuk memenuhi kebutuhan, maka calon konsumen potensial di negeri ini akan terpicat oleh produk-produk kreatif dari luar negeri dan memperburuk kondisi perekonomian Indonesia. Pemahaman akan pentingnya daya cipta seharusnya disosialisasikan sedini mungkin. Salah satunya ialah membaca berbagai referensi buku bertema *creativepreneur* yang mendorong generasi muda untuk selalu mencari tahu. Internet memang menawarkan beragam informasi dengan segala kemudahannya, namun bertumpuknya informasi yang ada dan cepat berganti membuat orang lebih cepat lupa, Amy Poremba selaku profesor di Departemen Psikologi menyatakan bahwa manusia membutuhkan tampilan visual dan sentuhan dalam mengingat informasi. Dengan kata lain, ingatan akan lebih bertahan lama ketika seseorang membaca buku (fisik).

2. Rumusan/Tujuan

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, rumusan masalah dalam perancangan ini adalah: Bagaimana merancang buku bertema *creativepreneurship* yang berdasarkan *survey* disukai oleh *target audience* sehingga dapat menggugah keinginan *target audience* untuk mulai berbudaya produktif yang mampu memikat konsumen potensial.

Tujuannya ialah merancang buku bertema *creativepreneurship* dengan cara *creative storytelling* yang mengadaptasi visual yang ditemukan pada buku sketsa atau *doodling*, sehingga materi mudah dipahami dan menambah ketertarikan *target audience* untuk membaca..

3. Teori dan Metode

a. *Storytelling*

Menurut Crawford (2004), *storytelling* adalah proses penyampaian pesan/cerita secara naratif, yaitu berdasarkan urutan-urutan kejadian tertentu. Dalam konteks ini, *storytelling* atau mendongeng bukan diartikan sebagai menceritakan dongeng, yang mana kata dongeng dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia diartikan sebagai sebuah cerita yang tidak benar-benar terjadi, melainkan mengacu kepada metode menuturkan jenis cerita yang mempunyai misi pendidikan, baik itu cerita fiktif maupun cerita nyata.

b. Ilustrasi dan Tata Letak

Gaya ilustrasi yang diusung adalah *doodle* yang dalam bahasa Inggris dapat didefinisikan menjadi “*A rough drawing made absentmindedly.*” Atau gambar yang masih berbentuk sketsa kasar. Tata letak menyesuaikan sehingga menyerupai buku sketsa berdasarkan prinsip-prinsip layout: urutan, penekanan, kesatuan, keseimbangan, dan konsistensi.

c. Warna

Warna mempengaruhi nuansa serta emosi. Warna-warna yang dipilih dalam perancangan ini adalah warna-warna yang bersifat *muted* atau warna-warna yang diturunkan tingkat saturasinya sehingga terlihat lebih tenang dan memudar.

d. Tipografi

Menurut buku Handwritten (2006), typeface *handwrite* yang dipaparkan di sini masuk ke dalam tipe *scrawl*. Sebagaimana didefinisikan oleh Websters, “*To write, to draw, or mark awkwardly, hastily, or carelessly; esp. to write with sprawling, poorly formed letters.*” Atau gaya tipografi yang terkesan terburu-buru dan tidak rapi.

C. Pembahasan dan Hasil Penelitian

1. Media Utama

Media utama berupa buku *creative storytelling* berjudul *Doodlegänger*, dengan *tagline* *'Meet your doppelgänger in a doodle'* merupakan judul dari buku yang dirancang yang berisi kumpulan cerita mengenai orang-orang kreatif yang menemukan 'kembaran' dalam sebuah coret-coretan. Kembaran yang dimaksud di sini adalah *passion* atau minat, dan di sanalah mereka dapat menemukan jiwanya. Cerita-cerita singkat yang didapat dari hasil mengamati, mengobservasi dan *interview*, dibumbui oleh beberapa tutorial *craft* untuk pemula, semuanya dikemas dalam bentuk buku berilustrasi *full-colour*.

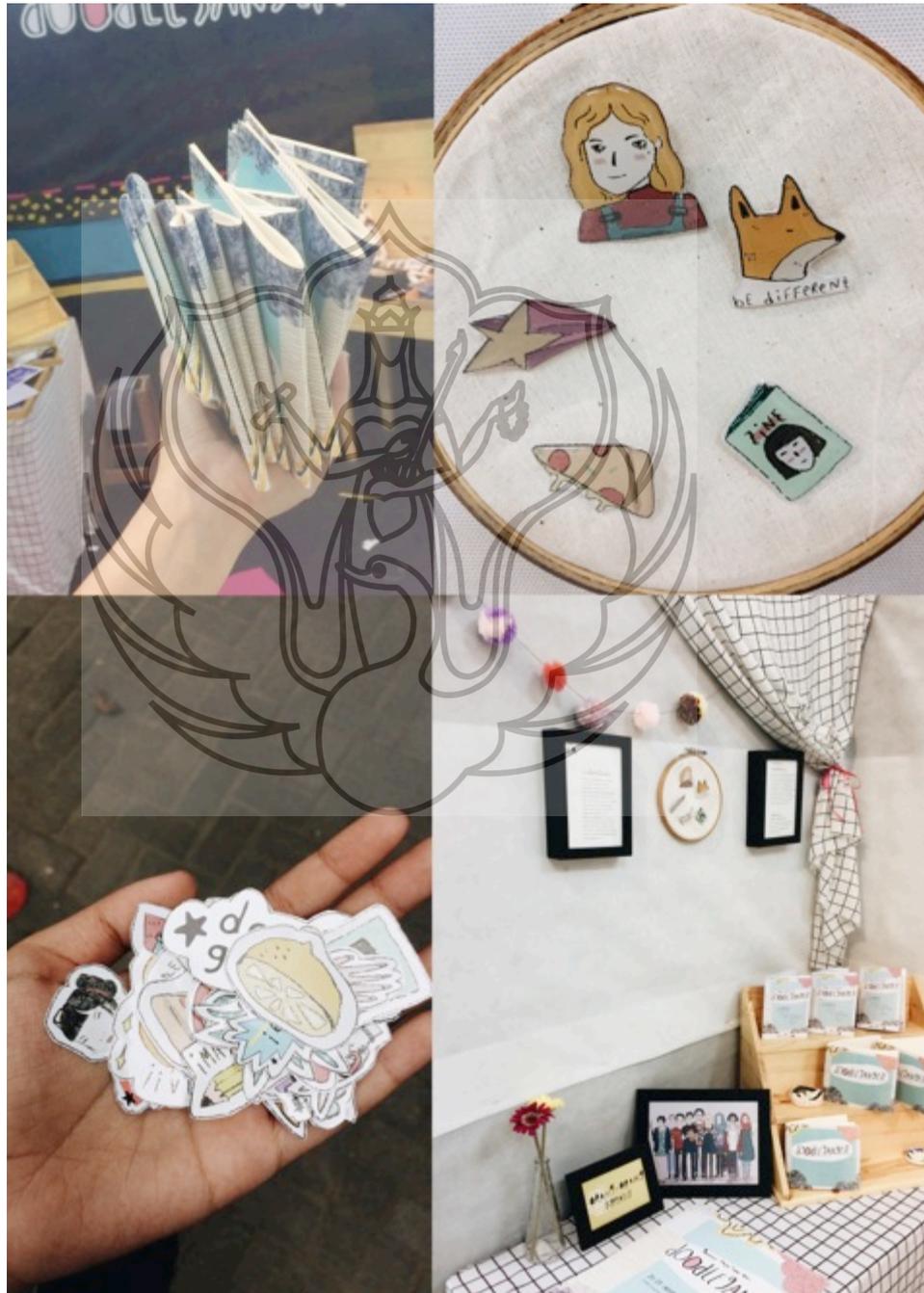
Orang-orang kreatif yang dimaksud dalam bahasan ini ialah orang-orang yang bekerja di lingkungan kreatif serta memiliki budaya *sharing*, baik itu *sharing* proses kerja, *sharing* ilmu dengan mengadakan *workshop*, maupun *sharing* pengalaman mereka di dunia kreatif. Secara garis besar buku ini terbagi menjadi tiga bagian: bagian awal yang berisi pendahuluan dan pembahasan singkat mengenai permasalahan, bagian tengah atau isi pokok buku yang berisi kisah-kisah *creativepreneur* muda, dan bagian akhir yang berisi tutorial-tutorial membuat barang kerajinan.

Buku dengan format yang mengadaptasi *scrapbook* (buku harian yang memiliki konten berupa tulisan serta gambar dan kolase) ini, berukuran 21.5 cm x 24 cm dan dijilid jahit dengan tujuan memudahkan pembaca meletakkan buku dengan kondisi tetap terbuka selagi mengikuti tutorial yang ada. Selain itu, dilakukan pula diferensiasi jenis bahan kertas; Pada bagian awal dan tengah menggunakan kertas HVS karena tekstur *outline* ilustrasi di dalam buku lebih serasi jika dipadukan dengan tekstur HVS, sedangkan pada bagian akhir atau tutorial, digunakannya Art Paper bertujuan agar halaman tidak cepat rusak/kotor.

Setelah *audience* membaca buku ini, diharapkan akan menambah wawasan akan problematika yang akan dihadapi serta meningkatkan kepercayaan diri untuk mulai membangun kegiatan usaha di bidang seni.

2. Media Pendukung

Selain media utama berupa buku, media pendukung dibutuhkan untuk meningkatkan *awareness*. Media-media tersebut adalah *sketchbook* dengan *manual stitch binding*, katalog berupa majalah mini delapan halaman, bros berbahan resin, serta stiker. Adapun konsep pemilihan media tersebut ialah bentuk dari implementasi tutorial-tutorial yang ada di dalam buku.



Gb.2. Beberapa contoh media pendukung.

D. Kesimpulan

Tujuan dari perancangan ini yaitu merancang buku bertema *creativepreneurship* yang setelah dilakukan *survey* rupanya disukai oleh *target audience* sehingga dapat menggugah keinginan *target audience* untuk mulai berbudaya produktif yang mampu memikat konsumen potensial. Selain itu, sehubungan dengan adanya AFTA 2015 diharapkan karya ini dapat turut serta memajukan

Prototype buku yang dirancang juga telah di-*preview* pada beberapa akun media sosial untuk menjangkau saran dan masukan, dan sejauh ini *feedback* yang didapat positif karena karya disenangi oleh target pembaca yang beberapa di antaranya tertarik dengan banyaknya ilustrasi di dalamnya. Begitu pula dengan pemilihan *merchandise* media pendukung, *merchandise* dipilih berdasarkan tingginya permintaan konsumen. Selain itu, media pendukung merupakan implementasi tutorial-tutorial yang ada di dalam buku, contohnya katalog pameran berupa *zine* delapan halaman, *notebook* jahit, bros resin serta stiker sebagai pelengkap. Batas perancangan yang dibahas di dalam penulisan ini tidak mencakup isi naskah dan alur cerita, namun hanya mencakup gaya visual seperti tata letak, grafis ilustrasi, tipografi serta *tone* warna dan bahan media seperti jenis kertas, *finishing* buku, *cover* buku.

Perancangan ini dilakukan secara manual, kemudian dilakukan *finishing* secara digital menggunakan *software editing*. Beberapa perubahan konsep pada bagian ilustrasi tutorial dilakukan agar dihasilkan gaya visual yang lebih rapi dan menarik. Teknik *coloring* yang mulanya dilakukan secara manual juga, diubah menjadi *coloring* dengan teknik digital, karena mempertimbangkan kekayaan pilihan warna yang terdapat pada *software editing*, dibandingkan jika harus menentukan warna dengan teknik manual. Batasan perancangan ini yaitu para *creativepreneur* yang masih berkuliah di DKV ISI Yogyakarta, belum para *creativepreneur* dari luar DKV ISI Yogyakarta. Kesan umum yang ditangkap lebih pada produk dan pengetahuan membuat sendiri barang-barang kerajinan. Hal tersebut dilatarbelakangi agar para pembaca bisa turut membuat kerajinan tersebut karena kecenderungan para *creativepreneur* yang dihimpun dalam buku ini selalu berbagi pengetahuan pada tahap proses produksi. Sifat ini memang menjadi budaya para *creativepreneur* yang dihimpun dalam buku ini.

E. Daftar Pustaka

Crawford, Chris. (2004) *Interactive Storytelling*, New Riders Publishing, San Fransisco

Heller, Steven & Mirko Ilic. (2006) *Handwritten*, Expressive Lettering in The Digital Age, Thames & Hudson Ltd, London

Masri, Andry. (2010), *Strategi Visual*, Jalasutra, Yogyakarta

